

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра іспанської і новогрецької філології та перекладу

Кваліфікаційна робота магістра з лінгвістики на тему:
**«КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ КУЛЬТУРНИХ КОДІВ В ІСПАНСЬКИХ ІДІОМАХ
(ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ)»**

Студентки групи Ммлі01-23
спеціальність 035 Філологія
спеціалізація 035.05 Романські мови і
літератури (переклад включно), перша -
іспанська
освітньо-професійна програма
Сучасні лінгвістичні і перекладознавчі
студії та міжкультурна комунікація
(іспанська мова і друга іноземна мова)
Михайлик Альони Михайлівни

Допущено до захисту
«___» _____20__ року
Завідувач кафедри
_____ *Залеснова О.В.*

Науковий керівник:
кандидат філологічних наук,
доцент Наваренко І. А.

Чотирибальна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA DE UCRANIA
UNIVERSIDAD NACIONAL LINGÜÍSTICA DE KYIV
Departamento de Filología Hispánica, Neogriega y Traducción

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

sobre el tema:

**«CONCEPTUALIZACIÓN DE LOS CÓDIGOS CULTURALES EN LOS
MODISMOS ESPAÑOLES (ASPECTO LINGÜÍSTICO Y CULTURAL)»**

Alyona Mykhailyk

Estudiante del grupo Mmli01-23

Facultad de Filología Románica y

Traducción

Educación presencial

Especialidad **035 Filología**

Lenguas y literaturas románicas

**(traducción inclusive), primera lengua –
española**

Tutora académica:

Candidata en ciencias filológicas,

docente Navarenko I. A.

Nota _____

Calificación final _____

Evaluación ECTS _____

Kyiv – 2024

АНОТАЦІЯ

У дипломній роботі на тему «Концептуалізація культурних кодів в іспанських ідіомах (лінгвокультурологічний аспект)» досліджено лінгвокультурні особливості іспанських ідіом як носіїв культурних кодів, що відображають світогляд і ментальність іспаномовних народів. Робота фокусується на виявленні та аналізі ключових культурних кодів, що містяться в ідіоматичних виразах іспанської мови, з метою виявлення взаємозв'язку між мовою та культурою.

У дослідженні використовуються методи лінгвістичного та культурологічного аналізу для визначення того, як ідіоми передають специфічні культурні значення, що можуть бути неочевидними для носіїв інших мов. Особлива увага приділяється порівнянню ідіом із різними культурними контекстами, що дозволяє виявити спільні та унікальні елементи у світобаченні різних культур.

Результати роботи можуть бути корисними для перекладачів, викладачів мови та дослідників, зацікавлених у глибшому розумінні культурної специфіки іспанської мови та її вираження через ідіоми.

Ключові слова: ідіоми, культурні коди, іспанська мова, лінгвокультурологія, концептуалізація, переклад.

PLAN

INTRODUCCIÓN.....	6
PARTE 1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE LOS MODISMOS Y LOS CÓDIGOS CULTURALES.....	10
1.1. Definición de modismo.....	10
1.2. Diferencia entre modismo, refrán y locución.....	12
1.3. Teorías sobre la relación entre lengua y cultura.....	14
1.4. La influencia cultural en el uso de expresiones idiomáticas.....	18
1.5. El código cultural en la lingüística.....	20
Conclusiones de la parte 1.....	23
PARTE 2. ANÁLISIS LINGÜÍSTICO Y CULTURAL DE LOS MODISMOS ESPAÑOLES.....	25
2.1. Clasificación de los modismos según su origen. Modismos de origen histórico.....	25
2.2. Modismos basados en la geografía y el folclore.....	28
2.3. Modismos de origen literario.....	31
2.4. Modismos con origen religioso.....	33
2.5. Modismos de origen mitológico o legendario.....	37
2.6. Modismos de origen bélico o militar.....	40
2.7. Modismos relacionados con oficios o profesiones.....	43
2.8. Modismos de origen coloquial o popular.....	45
2.9. Estructura lingüística de los modismos.....	48
Conclusiones de la parte 2.....	51
PARTE 3. LOS MODISMOS EN LOS TEXTOS CONTEMPORÁNEOS Y MÉTODOS DE SU TRADUCCIÓN AL UCRANIANO.....	53
3.1. Problema de traducción de los modismos españoles al ucraniano.....	53
3.2. Transformaciones de traducción de los modismos.....	55
3.3. Comparación de los modismos españoles con las expresiones de otros idiomas. Similitudes y diferencias.....	58
3.4. El papel de la globalización en la modificación de modismos.....	60

3.5. Modismos y su uso en la vida cotidiana española.....	63
3.6. Modismos españoles como el medio de influencia de los anuncios.....	66
Conclusiones de la parte 3.....	71
CONCLUSIONES GENERALES.....	73
BIBLIOGRAFÍA.....	76

INTRODUCCIÓN

El estudio de los modismos en una lengua es clave para comprender no solo su estructura gramatical y semántica, sino también los aspectos culturales que subyacen en la comunicación. Los modismos, como expresiones fijas cuyo significado no puede deducirse literalmente de las palabras que los componen, reflejan la historia, las costumbres y la visión del mundo de una comunidad lingüística. En particular, en el caso del español, los modismos están profundamente arraigados en la cultura y el folclore, proporcionando una rica fuente de información sobre los códigos culturales que definen la identidad de sus hablantes.

En un contexto globalizado, el estudio de los modismos y sus códigos culturales también cobra relevancia en los ámbitos de la enseñanza del español como lengua extranjera, la traducción y la interculturalidad. Autores como Antonio Pamies, Celso Alvarez Cáccamo y Francisco Rodríguez Adrados, entre otros, han profundizado en la relación entre lenguaje y cultura, destacando la importancia de los modismos como reflejo de la identidad cultural. Comprender los matices culturales detrás de los modismos facilita una comunicación más efectiva y una integración más profunda en la cultura hispanohablante. Asimismo, este enfoque puede contribuir a la traducción más precisa de estas expresiones, evitando malentendidos que puedan surgir al trasladarlas a otros idiomas sin tener en cuenta su trasfondo cultural.

Este trabajo se centra en la conceptualización de los códigos culturales en los modismos españoles, analizando tanto los aspectos lingüísticos como los culturales. A través de este análisis, se pretende resaltar cómo los modismos no son solo expresiones idiomáticas, sino también vehículos de transmisión cultural que ayudan a preservar y transmitir los valores, creencias e historias de una sociedad.

Actualidad del tema: en el mundo actual, el estudio de los aspectos lingüísticos y culturales de las lenguas es de gran importancia. Las unidades lingüísticas, como los modismos, no solo transmiten información, sino que también contienen códigos culturales que reflejan la cosmovisión de un pueblo. El análisis de los modismos españoles desde la perspectiva de los códigos culturales es fundamental para entender la identidad nacional y la forma de pensar de los hablantes de español. Aunque los estudios existentes se han

centrado en las características lingüísticas de los modismos, se ha prestado menos atención a su base cultural, lo que hace que este estudio sea relevante tanto para la lingüística como para la antropología cultural.

El objetivo de esta investigación es estudiar los modismos españoles desde el punto de vista de su valor cultural y descubrir los códigos culturales que subyacen en estas unidades lingüísticas. Para alcanzar este objetivo, se plantean las siguientes **tareas**:

1. Analizar los enfoques teóricos sobre la definición de modismos y sus códigos culturales.
2. Identificar los principales grupos de modismos según su origen y aspectos culturales.
3. Realizar un análisis lingüístico y cultural de los modismos españoles.
4. Determinar el papel de los modismos en el español moderno y su cultura.

El objeto de la investigación son los modismos españoles como fenómeno lingüístico y cultural.

El sujeto de la investigación son los códigos culturales que se manifiestan en los modismos españoles y su impacto en la comunicación lingüística y cultural.

En el trabajo se emplean tales **métodos**:

- método transformacional para analizar los cambios de significado de los modismos en diferentes contextos;
- método descriptivo para describir las características estructurales y semánticas de los modismos;
- análisis estructural-semántico para identificar la relación entre la forma y el contenido de los modismos;
- análisis comparativo para comparar los modismos españoles con sus equivalentes en otras lenguas;
- método de recuento cuantitativo para determinar la frecuencia de uso de los modismos en diferentes contextos sociales.

Novedad científica de los resultados obtenidos: por primera vez, se realiza un análisis lingüístico y cultural integral de los modismos españoles teniendo en cuenta los

códigos culturales. Se mejora la clasificación de los modismos según su origen y significado cultural. Se desarrolla más a fondo el estudio de la influencia de los factores culturales en la formación y uso de los modismos en el español contemporáneo.

Importancia práctica de los resultados obtenidos:

- Los resultados obtenidos en esta investigación ofrecen aplicaciones prácticas en varios campos. En el ámbito de la enseñanza de lenguas extranjeras, especialmente en la enseñanza del español como lengua extranjera (ELE), el análisis de los modismos y sus códigos culturales permite diseñar materiales didácticos más efectivos. Los profesores pueden utilizar los resultados para introducir a los estudiantes en la riqueza cultural del idioma español, ayudándoles no solo a comprender el significado literal de las expresiones idiomáticas, sino también a captar las referencias culturales y contextuales que encierran. De esta manera, los alumnos logran una comprensión más profunda de la lengua, lo que facilita su competencia comunicativa y cultural.

- En el campo de la traducción e interpretación, los resultados también son de gran valor, ya que permiten abordar los desafíos que presentan los modismos en el proceso de traducción. El conocimiento detallado de los códigos culturales subyacentes en los modismos facilita su interpretación y adaptación en contextos interculturales. Los traductores pueden utilizar estos resultados para lograr una equivalencia cultural adecuada y evitar errores de traducción que puedan surgir de la falta de comprensión de los aspectos culturales de una expresión idiomática.

- Asimismo, los hallazgos de esta investigación pueden ser útiles en el ámbito de la interculturalidad y la comunicación empresarial. En situaciones de contacto entre culturas, como en negociaciones internacionales o trabajos con equipos multiculturales, el conocimiento de los modismos y su trasfondo cultural puede mejorar la interacción y reducir malentendidos. Las empresas que trabajan en entornos hispanohablantes pueden utilizar los modismos y las expresiones idiomáticas como una herramienta para establecer una mejor conexión con los interlocutores locales, entendiendo las sutilezas culturales presentes en la lengua.

- Finalmente, esta investigación contribuye al desarrollo de estudios lingüísticos y culturales, ya que aporta una nueva perspectiva sobre cómo los modismos reflejan las características socioculturales de una comunidad. Los investigadores en los campos de la lingüística, la antropología cultural y los estudios de traducción pueden basarse en estos resultados para explorar más a fondo la relación entre lengua y cultura, así como las implicaciones de los modismos en la identidad cultural.

Estructura del trabajo: el trabajo consta de tres capítulos: teórico, analítico y práctico. En el primer capítulo se exponen los fundamentos teóricos del estudio de los modismos y sus códigos culturales. El segundo capítulo se dedica al análisis de los modismos españoles desde la perspectiva de su relevancia cultural. En el tercer capítulo se presenta la importancia de los modismos en el mundo contemporáneo junto con los resultados del estudio práctico y las recomendaciones para su aplicación.

PARTE 1

FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE LOS MODISMOS Y LOS CÓDIGOS CULTURALES

1.1. Definición de modismo

“Un modismo es una expresión fija cuyo significado no se puede deducir del sentido literal de sus palabras. Este tipo de expresión lingüística permite condensar un concepto en pocas palabras y compartirlo con aquellos que hablan el mismo idioma. Aunque a menudo se confunden con los refranes, los modismos se diferencian en que no tienen una intención educativa o moralizante y no suelen tener rima. A continuación, se presentan algunos ejemplos de modismos en español para ilustrar cómo funcionan estas construcciones idiomáticas” [51].

Por ejemplo, la frase “*irse por las ramas*” se utiliza para describir a alguien que evita abordar un tema directamente, en lugar de eso, se aleja del asunto principal con rodeos, ya sea intencionalmente o sin darse cuenta: “*la policía le pidió al sospechoso que no se fuera por las ramas y que explicara claramente qué estaba haciendo allí*”.

Otros ejemplos comunes de modismos en español incluyen:

- *Ahogarse en un vaso de agua*: se refiere a alguien que se angustia fácilmente ante problemas menores y no sabe cómo manejar las situaciones inesperadas.

- *Bailar con la más fea*: este modismo se utiliza para indicar que alguien ha recibido la parte menos favorable de una tarea o situación.

- *Hacer castillos en el aire*: se usa para describir a una persona que tiene ideas muy fantasiosas o que no está en contacto con la realidad.

- *Desvestir a un santo para vestir a otro*: se emplea para señalar que, al intentar resolver un problema, se ha creado otro nuevo.

- *Tirar la toalla*: esta expresión significa rendirse o abandonar una situación determinada”.

Es decir, un modismo es una unidad de expresión fija dentro de un idioma cuyo significado no se puede deducir directamente de las palabras individuales que lo componen. Se trata de una forma lingüística que, a diferencia de las construcciones gramaticales y los

términos literales, transmite un significado específico que suele ser entendido por los hablantes nativos del idioma sin necesidad de interpretación literal. Los modismos son, por tanto, expresiones cuyo sentido se establece a través de su uso convencional y no a partir de la combinación lógica de sus elementos lingüísticos.

Características principales de los modismos son:

1. Expresión fija: los modismos son expresiones establecidas que mantienen una estructura fija. Esta estabilidad es crucial para que el modismo se entienda como una unidad con un significado específico. Por ejemplo, en la expresión “*dar en el clavo*”, el significado de la frase no se entiende a partir de la interpretación de las palabras individuales (“*dar*”, “*en*”, “*el*”, “*clavo*”) sino como una unidad que implica acertar o lograr algo con precisión.

2. Significado no literal: una característica distintiva de los modismos es que su significado no es evidente a partir de la suma de los significados literales de sus componentes. Por ejemplo, “*estar en las nubes*” no se refiere a la ubicación física en el aire, sino que significa estar distraído o desatento.

3. Uso idiomático: los modismos son una parte integral del habla cotidiana y reflejan usos idiomáticos específicos de una lengua. Estos usos suelen estar tan arraigados en la cultura lingüística que resultan familiares y naturales para los hablantes nativos, pero pueden ser difíciles de comprender para los no nativos.

4. Contextualidad: el significado de un modismo a menudo depende del contexto en el que se utiliza. La interpretación correcta de un modismo puede variar según el entorno cultural, el tono de la conversación y la situación en la que se emplea.

Cabe señalar que los modismos cumplen varias funciones en la comunicación. Entre sus propósitos principales se encuentran:

- Economía del lenguaje: permiten expresar ideas complejas o matices emocionales de manera concisa y efectiva. Por ejemplo, en lugar de describir un error con gran detalle, se puede decir “*meter la pata*”, que encapsula la idea de cometer un error de manera informal.

- Expresión cultural: los modismos reflejan valores, creencias y aspectos culturales de una comunidad. A través de ellos, se transmiten costumbres y formas de pensar que son

únicas para una cultura determinada. Por ejemplo, el modismo “*no hay mal que por bien no venga*” refleja una actitud cultural hacia la adversidad y el optimismo.

- Identificación social: el uso de modismos puede marcar el nivel de pertenencia a un grupo social o profesional. Los modismos especializados en ciertos campos o regiones pueden identificar a sus hablantes como parte de una comunidad específica.

En resumen, los modismos son construcciones lingüísticas que enriquecen el idioma con formas expresivas y culturalmente significativas. Su comprensión y uso adecuado son fundamentales para una comunicación efectiva y una apreciación más profunda de la lengua y la cultura que la rodea.

1.2. Diferencia entre modismo, refrán y locución

Para ilustrar el concepto de modismo, consideremos la frase “ *echar leña al fuego*”. En un sentido literal, esta frase podría interpretarse como el acto de agregar madera a un fuego para avivarlo. Sin embargo, en el contexto idiomático, “ *echar leña al fuego*” significa agravar una situación o conflicto ya existente, intensificando el problema en lugar de ayudar a resolverlo. Por ejemplo, si durante una discusión entre dos amigos, una tercera persona interviene y hace comentarios que aumentan la tensión, se podría decir que esa persona está “ *echando leña al fuego*”.

En este caso, el significado figurado del modismo no tiene relación directa con la interpretación literal de las palabras. En lugar de referirse a un acto físico de añadir madera al fuego, se usa para describir el proceso de empeorar una situación conflictiva. Esta función de los modismos es lo que los hace únicos y a menudo difíciles de entender para quienes no son hablantes nativos, ya que su significado específico no se deduce directamente de los componentes de la expresión. Su uso puede depender del contexto, pero a diferencia de los refranes, no tienen una función educativa o moralizante. Ejemplos de modismos incluyen “ *meter la pata*” (cometer un error) y “ *no tener pelos en la lengua*” (hablar sin rodeos).

“Por otro lado, los refranes son expresiones populares que suelen encerrar una enseñanza o una verdad general basada en la experiencia colectiva. Generalmente, los refranes se presentan en forma de verso o rima, lo que facilita su memorización y transmisión. Su propósito principal es transmitir lecciones morales o sabiduría tradicional.

Un refrán como “*más vale tarde que nunca*” sugiere que es preferible hacer algo tarde que no hacerlo en absoluto. Además, los refranes están diseñados para impartir consejos o reflexiones sobre la vida y el comportamiento humano, como se observa en “*el que mucho abarca, poco aprieta*”, que indica que quien intenta hacer muchas cosas a la vez, no realiza bien ninguna. Esta forma de expresión a menudo refleja verdades universales o normas sociales” [52].

Finalmente, las locuciones son combinaciones de palabras que funcionan como una unidad dentro del lenguaje y tienen un significado específico que puede derivarse en parte de las palabras individuales. A diferencia de los modismos, las locuciones tienen una estructura más flexible y pueden adaptarse a diferentes contextos. Por ejemplo, “*dar a luz*” se utiliza para describir el acto de tener un bebé, y el significado se comprende parcialmente a partir de las palabras “*dar*” y “*luz*”. Las locuciones también pueden desempeñar diversas funciones sintácticas, como adverbios, preposiciones o conjunciones, integrándose en oraciones para expresar significados complejos. Ejemplos de locuciones incluyen “*a pesar de*” (indica contraste) y “*en lugar de*” (indica sustitución). “A continuación, se presentan más ejemplos que ilustran cómo se utilizan las locuciones en lugar de términos más específicos:

- “*Habló a destiempo*” en lugar de “*habló intempestivamente*”.

- “*La obra se suspendió a causa del mal tiempo*” en vez de “*la obra se suspendió por el mal tiempo*”.

- “*Hice mucho a fin de mejorar*” en lugar de “*hice mucho para mejorar*”.

Las locuciones se pueden clasificar de acuerdo con su función gramatical en diferentes categorías:

1. Adjetiva: estas locuciones cumplen la función de un adjetivo. Por ejemplo, “*una mujer de bandera*” o “*una verdad como un templo*”.

2. Adverbial: funcionan como adverbios. Ejemplos incluyen “*todo salió a las mil maravillas*” y “*apareció de repente*”.

3. Conjuntiva: actúan como conjunciones. Ejemplos son “*así que*”, “*por más que*” y “*a pesar de*”.

4. Determinativa: se utilizan como adjetivos determinativos. Un ejemplo es “*algún que otro cigarrillo*”.

5. Nominal: equivalen a un sustantivo y funcionan como tal. Ejemplos son “*brazo de gitano*” (para un pastel cilíndrico) y “*ojo de buey*” (para una ventana circular).

6. Preposicional: sustituyen a una preposición. Ejemplos son “*acerca de*”, “*con vistas a*”, “*junto a*” y “*a pesar de*”.

7. Pronominal: funcionan como pronombres. Ejemplos incluyen “*alguno que otro*” y “*cada uno*”.

8. Verbal: equivalen a un verbo y desempeñan la función de uno. Ejemplos son “*echar de menos*”, “*caer en la cuenta*”, “*hacer caso*” y “*llevar a cabo*”.

“Además, para encontrar una locución o un modismo en el diccionario, es necesario buscar utilizando el primer sustantivo que forme parte de la expresión. Si la locución no contiene sustantivos, se debe buscar por el primer verbo. En ausencia de verbo, se debe buscar por el primer adjetivo. Si tampoco hay adjetivos, se debe recurrir al primer pronombre, y si no hay pronombres, se buscará por el primer adverbio. Por ejemplo:

- La locución “*caza de brujas*” se buscaría bajo el sustantivo “*caza*”.
- La expresión “*hacer de menos*” se encontrará bajo el verbo “*hacer*”.
- La frase “*a tontas y a locas*” se buscará a partir del adjetivo “*tonto*” [32].

En resumen, mientras que los modismos son expresiones fijas con significados que no se pueden deducir de las palabras que los forman, y los refranes sirven para transmitir enseñanzas o verdades generales en forma de verso, las locuciones son combinaciones de palabras que tienen significados específicos y flexibles. Cada uno de estos fenómenos lingüísticos enriquece el idioma de diferentes maneras, reflejando aspectos culturales y funcionales únicos dentro de la comunicación”.

1.3. Teorías sobre la relación entre lengua y cultura

Existen diversas teorías que exploran la relación entre lengua y cultura, ya que ambas están profundamente interconectadas. A continuación se presentan algunas de las más influyentes:

1. “Relativismo Lingüístico (Hipótesis de Sapir-Whorf). La hipótesis del relativismo lingüístico, también conocida como la hipótesis de Sapir-Whorf, fue formulada por los antropólogos y lingüistas Edward Sapir y su alumno Benjamin Lee Whorf en la primera mitad del siglo XX. Según esta teoría, el lenguaje que una persona habla influye en la forma en que percibe y conceptualiza el mundo. La idea central es que las estructuras gramaticales, las categorías semánticas y el vocabulario de una lengua determinan o condicionan los patrones de pensamiento de sus hablantes. Esta teoría se divide en dos versiones:

- Determinismo lingüístico: la versión más fuerte de esta hipótesis afirma que el lenguaje determina completamente el pensamiento. Es decir, los hablantes de diferentes lenguas no pueden pensar de la misma manera, ya que su percepción del mundo está directamente influenciada por la estructura de su idioma.

- Relativismo lingüístico: una versión más moderada que sugiere que el lenguaje influye, pero no determina, la manera en que las personas piensan y perciben el mundo. Los hablantes de lenguas diferentes pueden tener ciertas tendencias a conceptualizar de manera distinta algunos aspectos de la realidad, como el tiempo, el espacio o las relaciones sociales” [26].

Un ejemplo de relativismo lingüístico es cómo distintas lenguas manejan el concepto de tiempo. En lenguas como el hopi (hablada por nativos americanos), no hay una distinción clara entre pasado, presente y futuro, lo que ha llevado a algunos a argumentar que sus hablantes podrían conceptualizar el tiempo de manera diferente a las culturas occidentales que sí usan estas divisiones temporales.

2. “Universalismo lingüístico. En oposición al relativismo lingüístico, el universalismo lingüístico sostiene que, si bien las lenguas varían en su forma y estructura, existen propiedades universales en el lenguaje humano que reflejan una estructura cognitiva común a todas las personas. El principal defensor de esta teoría es Noam Chomsky, con su idea de la gramática universal, que sugiere que todos los seres humanos nacen con una capacidad innata para el lenguaje, lo que les permite aprender cualquier idioma en función de la exposición.

El universalismo lingüístico postula que los lenguajes pueden ser superficiales en sus diferencias (vocabulario, fonética, estructuras gramaticales), pero comparten principios fundamentales comunes. Esto significa que, aunque diferentes culturas usen diferentes lenguas, su forma de pensar o conceptualizar el mundo no varía significativamente, ya que todas siguen los mismos patrones cognitivos subyacentes” [55].

Por ejemplo, las categorías gramaticales como sujeto, verbo, objeto, tiempo, aspecto, y número son universales en todas las lenguas, aunque puedan expresarse de maneras diferentes. Esto refleja una estructura compartida de la mente humana.

3. “Teoría de la lengua como reflejo cultural. Esta teoría plantea que la lengua es un espejo de la cultura de una sociedad. El lenguaje refleja los valores, las creencias, las costumbres y las normas sociales de una comunidad. La lengua actúa como un depósito cultural, donde se almacenan los significados compartidos por los miembros de una comunidad, que se transmiten de generación en generación” [11].

Por ejemplo, muchas lenguas tienen un vocabulario muy específico para describir fenómenos naturales o prácticas culturales que son importantes para esa comunidad. En español, por ejemplo, existen múltiples palabras para describir diferentes formas de lluvia (“*chubasco*”, “*aguacero*”, “*llovizna*”), reflejando la importancia del clima en diversas regiones. En cambio, los inuit tienen múltiples términos para referirse a diferentes tipos de nieve, lo que refleja la relevancia de este fenómeno en su entorno cultural.

Además, las formas de cortesía y el uso del lenguaje honorífico en diversas lenguas también son reflejos directos de las jerarquías y relaciones sociales dentro de una cultura.

4. Lengua como producto cultural. A diferencia de la teoría anterior, que considera que la lengua refleja la cultura, esta perspectiva sostiene que la lengua es también un producto de la cultura, en constante transformación. Los cambios sociales, económicos, tecnológicos y políticos en una sociedad producen cambios en la lengua, generando nuevos términos, formas de expresión o estructuras gramaticales. En este sentido, la lengua no es estática, sino que evoluciona junto con la cultura.

Un ejemplo moderno de esta dinámica es la creación de nuevos términos en respuesta a innovaciones tecnológicas o movimientos sociales. Palabras como “*selfie*” o “*blockchain*”

han sido incorporadas a muchas lenguas debido a la influencia de la tecnología y la globalización. Asimismo, el lenguaje inclusivo ha comenzado a ganar terreno en muchas lenguas para adaptarse a los cambios en las concepciones sociales sobre género y diversidad.

5. Teoría del discurso y la construcción de la realidad. Esta teoría, desarrollada en el campo de la sociolingüística y la antropología lingüística, sostiene que el lenguaje no solo refleja la realidad, sino que también la construye activamente. “Michel Foucault y Pierre Bourdieu son dos autores clave en esta corriente. Foucault habla de los “*regímenes de verdad*” o sistemas de conocimiento que se imponen en una sociedad a través del discurso dominante, influenciando cómo las personas entienden su realidad. Según esta teoría, los discursos (conjuntos de ideas, creencias y significados compartidos) estructuran nuestra percepción del mundo” [1].

Bourdieu, por su parte, aborda la idea del capital lingüístico, donde ciertos modos de hablar o expresarse tienen más prestigio o poder en una sociedad. De este modo, las clases sociales dominantes utilizan el lenguaje para legitimar su posición y mantener las estructuras de poder.

En resumen, esta teoría plantea que el lenguaje y la cultura no son entidades pasivas, sino activas en la creación y mantenimiento de las realidades sociales.

6. “Teoría de la performatividad del lenguaje. Judith Butler propone la teoría de la performatividad del lenguaje, donde las palabras no solo describen la realidad, sino que también la crean. En particular, Butler usa esta teoría para hablar sobre el género y la identidad. Según su enfoque, el lenguaje es un acto performativo, es decir, actúa sobre el mundo y tiene la capacidad de crear realidades sociales” [22].

Un ejemplo típico de esta teoría es cómo los actos de habla performativos (como el decir “*sí, acepto*” en una boda) no solo describen una acción, sino que la realizan. En el ámbito del género, Butler sostiene que las identidades de género se construyen a través de actos repetidos y discursos, lo que significa que el lenguaje juega un papel clave en la construcción de las categorías de género.

Cada una de estas teorías ofrece una visión diferente sobre la relación entre lengua y cultura, mostrando cómo ambas están profundamente interconectadas y cómo influyen mutuamente en la construcción de la realidad social.

1.4. La influencia cultural en el uso de expresiones idiomáticas

La influencia cultural en el uso de expresiones idiomáticas se refiere a cómo las características y particularidades de una cultura moldean las frases o dichos que son utilizados en un idioma. Las expresiones idiomáticas, también llamadas modismos, son frases cuyo significado no puede entenderse a partir del significado literal de las palabras que las componen, sino que están cargadas de un sentido figurado que depende del contexto cultural en el que se emplean.

Cada cultura tiene un conjunto de experiencias compartidas, tradiciones, costumbres y valores que influyen en la forma en que sus hablantes usan y entienden el idioma. Esto se refleja directamente en los modismos, los cuales encapsulan la manera en que una comunidad percibe y se relaciona con su entorno. Las influencias culturales en el uso de las expresiones idiomáticas pueden observarse en varios aspectos:

El lugar donde vive una comunidad influye significativamente en los modismos. Las expresiones idiomáticas a menudo hacen referencia a fenómenos naturales, el clima o las actividades típicas de una región. Por ejemplo, en una cultura donde el mar es central, como en algunas zonas costeras, hay expresiones relacionadas con la pesca o el clima marino. Un ejemplo es “*navegación tranquila*”, que se utiliza para referirse a una situación sin problemas, derivada del contexto marítimo.

A continuación, los eventos históricos y las tradiciones de una cultura también son fuentes importantes para la creación de modismos. “Las experiencias colectivas, como guerras, revoluciones o momentos clave de la historia, quedan inmortalizadas en expresiones que pueden ser únicas para esa cultura. Un ejemplo de esto es la frase en español “*quedar a la altura del betún*” [8], que deriva de una referencia histórica sobre la calidad del betún, utilizado para lustrar zapatos, y que ahora se usa para describir una situación en la que alguien queda en una posición inferior.

“Las creencias religiosas y los valores espirituales de una cultura influyen mucho en la creación de expresiones idiomáticas. Las historias sagradas, los mitos y las figuras religiosas son una fuente común de inspiración. En culturas con una fuerte tradición cristiana, como en muchos países de habla hispana, existen expresiones como “*lavarse las manos*” [14] (evitar responsabilidad), que alude a la historia bíblica de Poncio Pilato. Estas expresiones adquieren su sentido figurado a través del contexto religioso que es compartido por los hablantes.

Los modismos también reflejan las normas sociales y valores de una cultura. Cada sociedad tiene ciertas conductas o formas de comportamiento que valora o desalienta, y estas actitudes se plasman en el idioma. “Por ejemplo, en una cultura que valora el trabajo duro, como en muchas sociedades occidentales, existen expresiones como “*el que madruga, Dios lo ayuda*”, que subrayan la importancia de levantarse temprano y ser diligente. Este tipo de expresiones no solo reflejan valores, sino que también refuerzan ciertas conductas dentro de la sociedad” [9].

Las metáforas que se utilizan en los modismos a menudo están profundamente arraigadas en el imaginario colectivo de una cultura. Una cultura puede utilizar animales, objetos o situaciones comunes en su contexto para expresar ideas más abstractas. “Por ejemplo, la expresión “*está lloviendo a cántaros*”. Esta es la expresión más común en España para referirse a una lluvia muy intensa. El cántaro es una vasija tradicional de cerámica utilizada para llevar agua, y la expresión refleja una imagen de que está cayendo mucha agua del cielo, como si se estuviera vertiendo de cántaros” [53].

Además, la cultura no es estática, y los cambios sociales, tecnológicos y políticos influyen constantemente en el lenguaje, incluyendo los modismos. Con la globalización, muchas expresiones idiomáticas han cruzado fronteras, lo que ha llevado a una especie de hibridación lingüística. Sin embargo, aunque los modismos pueden adaptarse a nuevos contextos culturales, su significado siempre estará profundamente arraigado en su cultura de origen.

En resumen, las expresiones idiomáticas son un reflejo directo de la cultura de una sociedad. A través de ellas, se pueden ver las costumbres, valores, historia y entorno de una

comunidad. La comprensión de los modismos en un idioma va más allá del conocimiento lingüístico, ya que requiere una inmersión en el contexto cultural que los rodea. En el caso de España, las expresiones mencionadas anteriormente no solo describen fenómenos diferentes, sino que también evocan elementos culturales y tradiciones profundamente arraigadas en la vida diaria de sus hablantes.

1.5. El código cultural en la lingüística

En el campo de la lingüística, los modismos son expresiones que poseen un significado figurado y, en muchos casos, no pueden interpretarse literalmente. Al analizar los modismos, es crucial abordar la relación entre lengua y cultura, ya que estos contienen códigos culturales que representan valores, normas y experiencias colectivas de una comunidad lingüística.

Los modismos españoles son reflejos directos de la cultura, y su comprensión depende de un conocimiento compartido que solo los hablantes nativos o aquellos inmersos en la cultura pueden descifrar plenamente. “El código cultural, en este contexto, se refiere a las creencias, costumbres y valores que subyacen en estas expresiones” [33].

“Un ejemplo claro es el modismo “*estar entre la espada y la pared*”, que describe una situación sin salida o sin buenas opciones. Este modismo no solo tiene una base lingüística, sino también cultural, ya que puede remitir a antiguas costumbres de duelo o combate que formaban parte de la historia española” [13]. Aquí, el código cultural es la experiencia de situaciones de conflicto, que se conceptualizan a través del uso de objetos (espada y pared) culturalmente significativos para los hablantes.

Desde un punto de vista lingüístico, los modismos tienen una estructura fija, y aunque en muchos casos se componen de palabras comunes, su significado es figurativo y no literal. Este uso de la lengua forma parte del código cultural, ya que una misma combinación de palabras puede tener un significado completamente distinto en otra cultura o lengua.

“Por ejemplo, el modismo “*tirar la toalla*” tiene un significado literal (soltar una toalla), pero en el contexto cultural hispano se interpreta figuradamente como “*rendirse*” [69]. Este tipo de estructuras demuestran cómo los elementos lingüísticos (como el verbo “*tirar*” y el sustantivo “*toalla*”) se entrelazan con códigos culturales específicos (en este

caso, el boxeo y el simbolismo del gesto en la cultura deportiva), que dotan a la expresión de su valor idiomático.

A continuación, los modismos españoles encapsulan no solo aspectos lingüísticos, sino también valores culturales y normas sociales. Estos valores pueden estar relacionados con la ética del trabajo, la religión, las relaciones sociales o las costumbres cotidianas. A través de los modismos, se transmiten lecciones morales, advertencias y consejos que forman parte del acervo cultural de la comunidad hispanohablante.

“Un ejemplo notable es el modismo *“más vale pájaro en mano que ciento volando”* que encierra una lección moral relacionada con la prudencia y la valoración de lo seguro. La enseñanza que transmite es que es mejor conformarse con lo que uno ya tiene, aunque sea modesto, en lugar de arriesgarlo todo por perseguir algo que podría no materializarse” [10]. En otras palabras, enseña que hay que ser cauteloso y realista a la hora de tomar decisiones, valorando lo que ya se posee en lugar de dejarse llevar por la ambición o la ilusión de obtener algo mayor pero incierto.

Esta lección promueve una actitud de moderación y sensatez en la vida cotidiana, sugiriendo que, a veces, es más sabio no correr riesgos innecesarios por lo que parece ser una oportunidad mejor pero insegura. También refleja un valor tradicional sobre el aprecio de las cosas que se tienen en lugar de siempre buscar más, lo que está ligado a una ética de contentamiento y sabiduría práctica.

Además, muchos modismos tienen su origen en hechos históricos o prácticas culturales específicas, lo que los convierte en testimonios lingüísticos de la historia de una comunidad. Estos modismos no solo transmiten significados figurados, sino también una memoria cultural que es compartida y comprendida por los hablantes.

“Un buen ejemplo de esto es el modismo *“irse por los cerros de Úbeda”*, que significa desviarse del tema de conversación o perderse en algo irrelevante. Este modismo tiene su origen en una historia medieval española, en la que un soldado se perdió en los cerros cercanos a la ciudad de Úbeda antes de una batalla importante. La historia quedó como parte de la tradición cultural española y se convirtió en un modismo que refleja una experiencia compartida y transmitida a través de generaciones” [12].

Desde el punto de vista lingüístico, este tipo de modismo mantiene una estructura fija y un significado alejado de su origen literal, pero lo interesante es cómo el código cultural (en este caso, la historia medieval española) sigue presente y dota de contenido cultural a la expresión.

Aunque el español es una lengua hablada en muchos países, los códigos culturales varían según la región, y esto se refleja en los modismos. Muchas expresiones idiomáticas en España no tienen equivalentes exactos en otros países hispanohablantes, porque sus orígenes y referencias culturales son propios de la geografía, historia o costumbres locales.

“Por ejemplo, el modismo español “*dar calabazas*” (rechazar una propuesta amorosa) tiene raíces culturales en antiguas costumbres rurales, donde regalar calabazas era un gesto de desdén” [67]. Este tipo de modismo no se encuentra en otras variantes del español, lo que demuestra cómo el código cultural puede ser profundamente local y cómo la conceptualización de los modismos puede variar según la región y las prácticas culturales específicas.

Finalmente, el aspecto simbólico de los modismos está fuertemente vinculado al código cultural, ya que estos contienen imágenes, metáforas y símbolos que solo tienen sentido dentro de un marco cultural específico. En el análisis lingüístico de los modismos, es fundamental identificar las metáforas y analogías que emplean, ya que estas revelan cómo una cultura interpreta su entorno y sus experiencias.

“Por ejemplo, en el modismo “*no hay tu tía*”, que significa que algo no tiene solución o arreglo, el uso de la palabra “*tía*” no tiene relación con la familia, sino con una confusión histórica sobre la palabra “*atuto*” (antiguamente utilizada para medicamentos)” [56]. Este error lingüístico dio lugar a un modismo que, aunque hoy no tiene un sentido literal, mantiene su valor como expresión idiomática y refleja un código cultural en el que los errores y las confusiones lingüísticas se transforman en expresiones fijas del lenguaje popular.

En conclusión, la conceptualización de los códigos culturales en los modismos españoles revela cómo la lengua y la cultura están intrínsecamente conectadas. Los modismos no son simplemente expresiones lingüísticas fijas, sino manifestaciones

culturales que reflejan valores, creencias, experiencias históricas y normas sociales. A través del análisis de estos modismos, es posible desentrañar no solo las estructuras lingüísticas que los componen, sino también los códigos culturales que los sustentan y que son esenciales para comprender el mundo simbólico y práctico de los hablantes de español.

Conclusiones de la parte 1

En esta primera parte del trabajo se han sentado las bases teóricas necesarias para entender la interrelación entre los modismos y los códigos culturales, y cómo estos se manifiestan en la lengua española. Se ha comenzado con una definición de modismo, destacando su naturaleza como expresión fija cuyo significado no puede deducirse del sentido literal de sus palabras. A continuación, se ha explorado la diferencia entre modismo, refrán y locución, donde se ha señalado que, mientras los modismos son expresiones idiomáticas figuradas, los refranes contienen una enseñanza o sabiduría popular, y las locuciones son combinaciones de palabras que conservan su significado literal.

En la sección sobre las teorías de la relación entre lengua y cultura, se ha destacado que la lengua no solo es un reflejo de la cultura, sino también un medio a través del cual se transmiten y preservan los valores y normas culturales. Esto se ha vinculado directamente con la influencia cultural en el uso de expresiones idiomáticas, mostrando cómo los modismos encapsulan experiencias culturales compartidas, conocimientos populares y códigos de comportamiento que varían según la comunidad lingüística.

Finalmente, se ha analizado el código cultural en la lingüística, profundizando en cómo las expresiones idiomáticas no solo reflejan la cultura de una comunidad, sino que también requieren un conocimiento implícito del contexto social y cultural para ser interpretadas correctamente. Se ha puesto en evidencia que los modismos, al estar cargados de significados culturales, son una de las formas más ricas y complejas de interacción entre lengua y cultura.

En conclusión, la primera parte del trabajo establece una base sólida para comprender que los modismos no solo son expresiones lingüísticas, sino también manifestaciones culturales que reflejan valores, normas y creencias arraigadas en una sociedad. El estudio

de estas expresiones en conjunto con los códigos culturales es esencial para una comprensión profunda de cómo el lenguaje y la cultura se influyen mutuamente.

PARTE 2

ANÁLISIS LINGÜÍSTICO Y CULTURAL DE LOS MODISMOS ESPAÑOLES

2.1. Clasificación de los modismos según su origen. Modismos de origen histórico

Con base en todo el material presentado en la primera parte del trabajo, entendemos que las expresiones tienen diferentes orígenes. Los modismos de origen histórico son un tipo de expresiones idiomáticas cuyo significado está profundamente arraigado en hechos, personajes, o circunstancias específicas del pasado. Estos modismos, al estar vinculados a eventos históricos que han marcado a una comunidad, ofrecen una valiosa ventana para estudiar cómo los códigos culturales influyen en el lenguaje, ya que reflejan los valores, creencias, y experiencias que han sido importantes para una sociedad a lo largo del tiempo.

“En el contexto de la lengua española, los modismos de origen histórico representan la convergencia entre el lenguaje y la historia cultural. Estas expresiones no solo encapsulan referencias a hechos del pasado, sino que también actúan como portadores de valores y lecciones morales que una sociedad considera importantes transmitir a través del tiempo” [29].

A continuación, se analiza en profundidad el papel de los modismos de origen histórico en la conceptualización de los códigos culturales dentro del idioma español, destacando sus aspectos lingüísticos y culturales.

El estudio de los modismos de origen histórico desde la perspectiva de los códigos culturales permite entender cómo una comunidad interpreta y memorializa su historia a través del lenguaje. Estos modismos no solo transmiten información sobre hechos históricos, sino que también codifican las actitudes culturales hacia dichos hechos. Los eventos históricos que inspiran estos modismos suelen ser aquellos que han dejado una huella significativa en la conciencia colectiva de una sociedad, ya sea por su impacto en la identidad nacional, en las normas morales o en las relaciones sociales.

Desde el punto de vista lingüístico, los modismos históricos adquieren un significado figurado que ha evolucionado con el tiempo. En muchas ocasiones, el hecho histórico al que hace referencia un modismo ya no es conocido por los hablantes actuales, pero la expresión sigue utilizándose con un significado abstracto o simbólico. Esto refleja cómo el lenguaje

puede conservar elementos del pasado mientras que los códigos culturales permiten la adaptación de esos significados para nuevas generaciones.

Para entender cómo los modismos históricos reflejan los códigos culturales, es útil analizar algunos ejemplos específicos en el contexto de la lengua española. A continuación, se presentan algunos de los modismos más representativos de este tipo, junto con su origen histórico y su interpretación cultural.

1. “*“Pasar por las Horcas Caudinas”*”. Este modismo tiene su origen en un evento que ocurrió en el año 321 a.C., cuando el ejército romano fue derrotado por los samnitas en la Batalla de las Horcas Caudinas” [27]. Los romanos, como parte de su rendición, fueron forzados a pasar bajo un yugo como señal de humillación y sumisión. En la actualidad, el modismo “*pasar por las Horcas Caudinas*” se utiliza para describir una situación en la que alguien debe soportar una humillación pública o someterse a una condición degradante.

- Código cultural: este modismo encapsula la idea cultural de la vergüenza pública y el fracaso. Para los hablantes de español, esta expresión transmite la noción de que hay momentos en los que es inevitable sufrir una derrota o humillación, lo que refuerza un código cultural que valora la dignidad y el honor, pero también la capacidad de sobreponerse a las adversidades.

2. “*Ser más papista que el Papa*”. “Este modismo tiene sus raíces en la época del papado y hace referencia a aquellos que se muestran más estrictos o exigentes en cuestiones religiosas o doctrinales que incluso el propio Papa. El origen de esta expresión se remonta a las disputas sobre la autoridad de la Iglesia y los excesos de algunos defensores de la ortodoxia católica” [3].

- Código cultural: en este caso, el modismo refleja el código cultural español relacionado con la autoridad religiosa y el exceso de celo en las creencias. Se trata de una crítica cultural que subraya la moderación frente al fanatismo o al rigor excesivo, un valor que ha sido importante en las sociedades hispanohablantes, particularmente en contextos de conflicto religioso o político.

3. “*“Vencer en Lepanto”*”. Este modismo hace referencia a la Batalla de Lepanto, ocurrida en 1571, en la que una coalición cristiana derrotó al Imperio Otomano en una

decisiva batalla naval. En la lengua española, la expresión “*vencer en Lepanto*” se usa para referirse a una gran victoria, especialmente cuando esta es inesperada o parece imposible” [15].

- Código cultural: la victoria en Lepanto fue un evento de gran relevancia para el mundo cristiano y, en particular, para España, que desempeñó un papel clave en la batalla. Este modismo refleja un código cultural que valora el triunfo ante las adversidades y la gloria asociada a los logros históricos importantes, especialmente en el contexto de las guerras religiosas y las expansiones imperiales.

4. “*Hacerle la pascua a alguien*”. El origen de este modismo se remonta a las festividades religiosas, en particular la Pascua cristiana” [66]. Aunque hoy en día se utiliza para expresar que alguien ha causado un inconveniente o perjuicio a otra persona, en su origen hacía referencia a los preparativos y las exigencias que acompañaban la celebración de la Pascua, que podían resultar agobiantes o causar molestias.

- Código cultural: en este modismo se observa la influencia de las celebraciones religiosas en la vida cotidiana de los españoles. A nivel cultural, refleja la idea de que las festividades religiosas, aunque importantes, también pueden ser vistas como una carga o una fuente de estrés, lo que sugiere un código cultural que equilibra la devoción religiosa con las realidades prácticas de la vida.

Además, cabe señalar el papel de los códigos culturales en los modismos históricos. Los modismos de origen histórico son una muestra de cómo los eventos importantes en la historia de una comunidad quedan codificados en el lenguaje y transmiten significados que van más allá de lo literal. Desde el punto de vista cultural, estos modismos son un reflejo de la memoria colectiva y de cómo una sociedad interpreta y valora los sucesos del pasado.

Además, estos modismos refuerzan los valores culturales que son importantes para una comunidad. En el caso de los ejemplos mencionados, valores como la dignidad, el honor, la religiosidad, el triunfo sobre las adversidades y la moderación son fundamentales para entender el contexto en el que estos modismos se utilizan. Los códigos culturales que se encuentran detrás de estos modismos no solo ayudan a transmitir estas ideas de una

generación a otra, sino que también sirven como herramientas lingüísticas para moldear la forma en que las personas interpretan y se relacionan con el mundo que les rodea.

A continuación, es importante señalar que los modismos de origen histórico no son estáticos; sus significados pueden evolucionar con el tiempo a medida que cambian las actitudes culturales y los contextos sociales. A veces, un modismo que en su origen tenía una connotación muy específica relacionada con un evento histórico concreto puede adquirir un significado más amplio o abstracto a lo largo del tiempo.

Por ejemplo, el modismo “*pasar por las Horcas Caudinas*”, aunque en su origen describía una humillación militar, ha pasado a referirse a cualquier situación humillante o degradante, sin importar el contexto. Esto demuestra cómo los códigos culturales pueden adaptar los significados de las expresiones idiomáticas para que sigan siendo relevantes en nuevas circunstancias históricas y sociales.

2.2. Modismos basados en la geografía y el folclore

En el análisis de los modismos basados en la geografía y el folclore, es esencial destacar cómo estos elementos influyen en la construcción de expresiones idiomáticas que son particulares de cada región o país. Estos modismos no solo reflejan el entorno físico y cultural, sino que también están profundamente arraigados en las tradiciones y las creencias populares.

Los elementos geográficos de un lugar, como montañas, ríos, climas, paisajes o ciudades, tienden a generar expresiones que refuerzan la identidad cultural y local de las comunidades. En España, dada su diversidad geográfica, encontramos modismos relacionados con la tierra, el mar, y los fenómenos climáticos propios de distintas regiones. “Por ejemplo, “*estar en las nubes*” significa estar distraído o no concentrado, puede tener origen en el constante contacto visual con el cielo en regiones montañosas o abiertas” [40]. “*A ojo de buen cubero*” significa hacer una estimación sin precisión exacta, proviene de los cuberos (fabricantes de barriles) en zonas vitivinícolas de España, especialmente La Rioja.

Proponemos observar más ejemplos de modismos geográficos:

1. ““*Hacer una montaña de un grano de arena*”. Este modismo, que significa exagerar una situación insignificante, tiene una clara referencia geográfica: las montañas, en

comparación con un simple grano de arena, son enormes. La imagen visual de la desproporción se relaciona directamente con el paisaje natural” [24]. Aunque se usa en muchas regiones hispanohablantes, es una metáfora fácilmente comprensible en contextos donde las montañas son elementos prominentes del paisaje, como los Pirineos o Sierra Nevada en España.

2. ““*Ser un oasis en el desierto*”. Este modismo, que significa un lugar o situación agradable en medio de un entorno hostil o problemático, tiene origen en las áreas desérticas, como las zonas semiáridas de Andalucía o los desiertos en América Latina, como el de Atacama en Chile” [65]. Los oasis, lugares con agua y vegetación, son símbolos de vida en medio del desierto, lo que refuerza la imagen de alivio y refugio.

3. “*Poner los pies en la tierra*”. Este modismo implica ser realista y tener los pies bien plantados en la realidad, en contraste con soñar o estar en un mundo ideal. “Tiene una fuerte relación con la idea de la tierra como algo firme y seguro, en oposición al aire o las nubes. En zonas agrícolas de España y América Latina, la tierra es un símbolo de estabilidad y sustento, lo que fortalece la relación entre la expresión y la vida cotidiana” [23].

4. ““*A caballo entre...*” Esta expresión significa estar dividido entre dos lugares, actividades o situaciones. En este caso, el caballo es un medio de transporte tradicional en zonas rurales de España, como Andalucía” [39]. La referencia geográfica y cultural está relacionada con el hecho de que, en el pasado, la gente se movía a caballo entre pueblos o regiones cercanas.

La geografía no solo genera imágenes literales, sino que también refuerza el significado cultural. Un ejemplo claro es el uso de referencias a zonas específicas, como “*ir de Málaga a Malagón*” [47] (hacer algo sin sentido, empeorando una situación), que remite a la confusión entre dos lugares con nombres similares.

Además, el folclore incluye leyendas, mitos, danzas, canciones y otras manifestaciones culturales que han pasado de generación en generación. Estas creencias populares a menudo se integran en los modismos, conectando la lengua con la herencia cultural de un pueblo. Por ejemplo, ““*ser un Don Juan*” hace referencia al mito de Don Juan, el famoso personaje seductor que proviene de la literatura española, reflejando el carácter

folclórico de la figura que ha trascendido la literatura para convertirse en un arquetipo popular” [70]. “En el modismo “*más largo que un día sin pan*” el pan es un símbolo crucial en la cultura española, ya que está profundamente relacionado con el sustento y la supervivencia. Este modismo refleja la importancia del pan en la vida cotidiana y su valor en la cultura popular” [31]. El folclore y la mitología popular, como las figuras del Quijote o el mito del Cid Campeador, también influyen en los modismos, consolidando la historia y las creencias tradicionales en la lengua hablada.

A continuación, hay más ejemplos de los modismos basados en el folclore:

1. ““*Estar más perdido que el barco del arroz*”. Este modismo tiene su origen en un incidente folclórico ocurrido en la Bahía de Cádiz, en el sur de España, cuando un barco que transportaba arroz se perdió en el siglo XVI” [18]. La expresión significa estar muy desorientado o no saber qué hacer, y tiene una clara conexión con la historia marítima de la región, donde el comercio por mar era vital.

2. “*Poner los cuernos*”. Esta expresión, que “significa ser infiel a la pareja, tiene su origen en la leyenda medieval de la España cristiana. Se cuenta que los señores feudales colgaban cuernos en las puertas de los castillos para indicar que sus esposas habían sido infieles mientras ellos estaban en guerra. Este modismo está profundamente arraigado en las creencias populares sobre la infidelidad y el honor” [62].

3. “*Estar en Babia*”. Este modismo, que significa estar distraído o ausente, tiene origen en la comarca de Babia, en la provincia de León. “Se dice que los reyes de León se retiraban a esta región para descansar y desconectarse de los problemas de la corte. En el folclore popular, Babia se asocia con un lugar de desconexión y ensoñación” [44].

4. ““*Tener más cuento que Calleja*”. Hace referencia a Saturnino Calleja, un famoso editor español de cuentos infantiles” [50]. Este modismo, que significa que alguien está exagerando o inventando historias, tiene su raíz en la cultura popular de contar cuentos, reflejando una parte importante del folclore oral y escrito de España.

En cuanto a la integración de ambos elementos en muchos casos, los modismos basados en la geografía se entrelazan con las historias folclóricas de una región. Por ejemplo, “*buscar tres pies al gato*”, aunque utilizado en diversas regiones, puede estar relacionado

con mitos locales sobre animales o seres mágicos. Estas expresiones, por lo tanto, no solo están influenciadas por el paisaje físico, sino también por el imaginario cultural colectivo.

Por lo tanto los modismos geográficos y folclóricos son representaciones lingüísticas que encapsulan la historia, las costumbres y las creencias de una región. En el estudio de la conceptualización de los códigos culturales, estos modismos permiten observar cómo la cultura y el entorno físico influyen en el lenguaje y en la manera en que los hablantes perciben y expresan su realidad.

2.3. Modismos de origen literario

Los modismos de origen literario en España reflejan la profunda conexión entre la lengua y su tradición literaria. En muchas ocasiones, las expresiones cotidianas en español han sido moldeadas por autores, personajes y frases que han perdurado en la memoria cultural a través de los siglos. Los textos literarios no solo sirven como fuentes de entretenimiento o enseñanza, sino que sus ideas y figuras simbólicas se integran en el lenguaje común, dando lugar a modismos que siguen vivos hoy en día.

Algunos de los modismos más extendidos en el habla española tienen su origen en autores y obras clave de la literatura española, como el Siglo de Oro y otros momentos cruciales en la historia literaria de España.

1. “*Ser un Quijote*”. Este modismo “proviene de “Don Quijote de la Mancha” (1605), la obra maestra de Miguel de Cervantes, que es probablemente el ejemplo más conocido de literatura española. Se utiliza para describir a una persona idealista, soñadora, que lucha por causas nobles pero poco prácticas o imposibles. Don Quijote, el protagonista de la novela, encarna a este personaje que, con su fervor por las novelas de caballería, confunde la realidad con la fantasía” [4]. Esta expresión simboliza a alguien que, aun con buenas intenciones, se enfrenta a la realidad de manera irrealista

2. ““*El Lazarillo de Tormes*”. La frase “*ser un Lazarillo*” proviene de la novela picaresca “La vida de Lazarillo de Tormes y de sus fortunas y adversidades” (1554), de autor anónimo” [30]. En este contexto, “*ser un Lazarillo*” se refiere a una persona que sirve como guía o ayuda, sobre todo a personas ciegas, tomando su origen de la historia del pícaro

Lázaro, que fue guía de un ciego. Aunque la frase ha evolucionado, sigue ligada a la idea de alguien que acompaña y ayuda a otros.

3. “*Más se perdió en Cuba*”. Este modismo también está vinculado a la obra de Benito Pérez Galdós, ya que el célebre novelista del siglo XIX “abordó los problemas coloniales en obras como “Los Episodios Nacionales”. La frase hace referencia a la pérdida de Cuba, una de las últimas colonias españolas, y se utiliza para relativizar una desgracia, insinuando que hay cosas peores” [48]. Aunque tiene un origen histórico, la popularización del modismo también se ha visto reflejada en la literatura del realismo español.

4. “*Salir con una Friolera*”. “El modismo “*salir con una friolera*” (hacer o decir algo insignificante) proviene de la obra de Francisco de Quevedo titulada “La friolera” (1612), un libro que juega con las ideas de trivialidad y pequeñez” [54]. La palabra “*friolera*” en sí, que significa “*cosa de poca importancia*”, deriva de este contexto literario, y el modismo ha perdurado en el lenguaje como referencia a algo sin valor o de escasa importancia.

De igual manera en la literatura española, ciertos personajes han traspasado sus roles narrativos para convertirse en arquetipos que simbolizan comportamientos o características humanas universales.

1. “*Ser un Sancho Panza*”. De nuevo de “Don Quijote de la Mancha” de Cervantes, “Sancho Panza es el fiel escudero de Don Quijote, conocido por su pragmatismo y sentido común, en contraste con el idealismo de su amo. “*Ser un Sancho Panza*” se refiere a alguien que es sensato, realista y con los pies en la tierra, una figura que representa el equilibrio frente a las fantasías o desvaríos” [58].

2. “*El sueño de una noche de San Juan*”. “Este modismo, aunque tiene vínculos con el folclore español, se popularizó gracias a la comedia teatral “La dama duende” (1629) de Pedro Calderón de la Barca” [2]. La obra, ambientada en la mágica noche de San Juan, refuerza la idea de que los sueños o los amores de esa noche son fugaces, lo que da origen a este modismo para describir una experiencia breve o ilusoria, similar a un sueño.

También no solo personajes, sino frases completas de la literatura española han entrado en el lenguaje común, ya sea por su simbolismo o por el impacto cultural que han tenido en la sociedad.

1. “*“Con la Iglesia hemos topado”*”. Este modismo proviene de una escena de “Don Quijote de la Mancha”, en la que Don Quijote y Sancho Panza llegan a un monasterio, y Sancho comenta: “*Con la Iglesia hemos dado, amigo Sancho”*” [37]. La expresión ha evolucionado para significar que alguien se encuentra con una dificultad burocrática o institucional, particularmente cuando se refiere a instituciones poderosas, como la Iglesia o el Estado. La frase resalta el poder que estas instituciones tienen sobre el individuo.

2. “*Desfacer entuertos*”. Otra frase tomada del “Quijote”, “*“desfacer entuertos”*”, significa corregir injusticias o resolver problemas. En la obra, Don Quijote se ve a sí mismo como un caballero andante cuyo propósito es “*desfacer entuertos*” (deshacer errores o injusticias), y hoy se utiliza para describir el intento de alguien por arreglar problemas, a menudo de forma idealista” [20].

3. “*“Quien todo lo quiere, todo lo pierde”*”. Este refrán aparece en la obra “Fuenteovejuna” (1619) de Lope de Vega, uno de los dramaturgos más importantes del Siglo de Oro español” [38]. La frase refleja la idea de que ser demasiado ambicioso o quererlo todo puede llevar al fracaso. Se ha popularizado como un modismo que advierte sobre las consecuencias de la codicia o la avaricia.

4. “*Poner los puntos sobre las íes*”. “Este modismo, que significa aclarar algo con precisión o poner las cosas en su lugar, se atribuye al autor español Juan de Iciar, un calígrafo del siglo XVI, quien lo utilizó en referencia a la correcta escritura de las letras” [28]. La frase ha perdurado en el español como una forma de insistir en la importancia de los detalles.

Es por eso que los modismos de origen literario en España son una muestra de cómo la literatura ha dejado su huella en la lengua española. Desde Don Quijote hasta Don Juan y Lazarillo, la lengua ha sido moldeada por personajes, frases y obras que siguen influyendo en el uso del lenguaje cotidiano. Estos modismos no solo perpetúan el legado literario, sino que también reflejan cómo las grandes obras de la literatura española han sabido capturar aspectos universales de la condición humana, al tiempo que ofrecen una visión profunda de la cultura y el pensamiento de su tiempo.

2.4. Modismos con origen religioso

Los modismos con origen religioso en el español reflejan la profunda influencia que la religión, especialmente el cristianismo, ha tenido en la cultura y la lengua de España. Durante siglos, la Iglesia Católica ha sido una institución central en la vida cotidiana y en la conformación del pensamiento y las costumbres de los españoles. Esto se ha traducido en la creación de modismos y frases hechas que, aunque surgieron en un contexto religioso, se han extendido a esferas laicas del lenguaje, adoptando nuevos significados en el uso cotidiano.

La mayoría de los modismos de origen religioso en España tienen raíces en el cristianismo, ya que fue la religión predominante durante siglos y moldeó la vida social, cultural y política del país. A través de la liturgia, la Biblia, los sermones y las enseñanzas de la Iglesia, se han transmitido conceptos que, con el tiempo, se han transformado en expresiones que utilizamos en la vida diaria.

1. “*Poner a alguien de vuelta y media*”. Este modismo se utiliza para referirse a criticar a alguien duramente o reprimirlo sin piedad. Tiene su origen en la práctica religiosa de confesar los pecados. En la confesión, el confesor podía “*poner de vuelta y media*” al penitente al recordarle todas las faltas que había cometido y reprocharle sus acciones. Con el tiempo, la expresión ha pasado a usarse en un sentido más general, cuando alguien es reprendido o criticado de manera exhaustiva.

2. “*Estar en la gloria*”. “Este modismo proviene del concepto cristiano del Cielo, un lugar donde los fieles disfrutan de la vida eterna junto a Dios. “*Estar en la gloria*” significa estar en un estado de máxima felicidad o bienestar, como se supone que estarían las almas en el paraíso cristiano” [5]. En el uso cotidiano, esta expresión se emplea cuando alguien se siente cómodo, relajado o extremadamente satisfecho con su situación.

3. “*Ser un Judas*”. Este modismo “deriva de la figura de Judas Iscariote, el apóstol que traicionó a Jesucristo, entregándolo a las autoridades por 30 monedas de plata. “*Ser un Judas*” se usa para describir a una persona traicionera, desleal, que actúa de manera poco confiable” [71]. En España, esta expresión tiene connotaciones muy negativas y se emplea para señalar a alguien que ha traicionado la confianza de los demás.

4. “*“Pasar las de Caín”*”. La expresión se refiere a vivir situaciones muy difíciles o sufrir grandes problemas. Se remonta a la historia bíblica de Caín y Abel, en la que Caín, tras asesinar a su hermano Abel, es condenado por Dios a vagar por el mundo sin descanso, como castigo por su crimen” [64]. La frase ha sido adoptada en el habla cotidiana para referirse a situaciones de sufrimiento o angustia, haciendo referencia a la dura vida que supuestamente vivió Caín después de su pecado.

Además, el cristianismo tiene una serie de rituales y sacramentos que han dejado una huella considerable en el lenguaje español. Estos actos, que en su mayoría se realizan dentro de la Iglesia, han dado lugar a modismos que, si bien mantienen una conexión con lo religioso, han adquirido significados más amplios.

A continuación se presentan los ejemplos:

1. “*“Dar la bendición”*”. Este modismo “proviene del acto religioso de bendecir a alguien, un gesto que simboliza el deseo de bienaventuranza y protección divina” [60]. En su uso más general, “*dar la bendición*” se utiliza para referirse a la acción de aprobar o dar permiso para que algo se haga, como si la persona que lo otorga estuviera brindando una especie de respaldo moral o simbólico.

2. “*“Por los clavos de Cristo”*”. Esta expresión se utiliza como una exclamación de sorpresa o frustración, y “se refiere a los clavos que se usaron para crucificar a Jesucristo. Tiene un origen claramente religioso y bíblico, pero su uso en el día a día se ha extendido para expresar asombro o indignación, sin necesariamente evocar su significado religioso original” [35].

3. “*“Poner a alguien en un altar”*”. Este modismo tiene su origen en la práctica de colocar las imágenes de los santos o de la Virgen María en los altares de las iglesias para ser veneradas. Cuando decimos que “*ponemos a alguien en un altar*”, estamos diciendo que admiramos o veneramos a esa persona de manera desmedida, equiparándola casi a un santo” [46]. Aunque tiene un origen claramente religioso, su uso es común en el contexto laico para expresar admiración extrema por alguien.

4. “*“Estar como una regadera”*”. El origen de esta expresión se encuentra en el rito del agua bendita. La “*regadera*” es un pequeño aspersor usado por los sacerdotes para rociar

agua bendita durante ciertos rituales. Con el tiempo, “*estar como una regadera*” pasó a significar estar un poco loco o fuera de control, en parte por la idea de estar “*salpicado*” por la locura, aunque en su origen el aspersion tenía un sentido religioso” [43].

También es necesario señalar que muchas expresiones del español tienen su origen en las historias y personajes de la Biblia. A través de los siglos, estas referencias se han integrado en la lengua coloquial, a veces perdiendo su significado religioso directo, pero manteniendo su esencia simbólica. Por ejemplo:

1. “*Lavarse las manos*”. “Este modismo hace referencia al episodio bíblico en el que Poncio Pilato, gobernador romano, se lava las manos para mostrar que no asume la responsabilidad por la condena de Jesucristo” [21]. En el lenguaje cotidiano, “*lavarse las manos*” significa desentenderse de una situación, evitar responsabilidades o eludir culpas.

2. “*El que esté libre de pecado, que tire la primera piedra*”. Esta frase “proviene del Evangelio de Juan (8:7), en el que Jesús defiende a una mujer acusada de adulterio diciendo que solo aquellos que estén libres de pecado tienen el derecho de castigarla” [61]. Se utiliza en el español para señalar que nadie es perfecto y, por lo tanto, no tiene derecho a juzgar a los demás.

3. “*Ser el Cristo de los faroles*”. Este modismo se refiere a alguien que parece estar sufriendo mucho o que llama la atención por su aparente sufrimiento. El origen de la expresión se relaciona con la escultura del Cristo de los Faroles, una figura religiosa muy conocida en Córdoba, que aparece iluminada por varios faroles, evocando una imagen de sufrimiento y devoción” [63]. Aunque sigue siendo una referencia religiosa, se utiliza en contextos no religiosos para describir a alguien que se victimiza o exagera sus problemas.

Algunas expresiones que tienen un origen claramente religioso han perdido su carga espiritual o sagrada y ahora se usan en contextos totalmente laicos. Por ejemplo:

1. “*Irse al cielo de las manos*”. Originalmente, “esta frase hacía referencia a la creencia de que las almas de los buenos iban al cielo tras la muerte” [59]. Con el tiempo, ha adquirido el significado de perder el control de algo, cuando una situación escapa de nuestras manos y ya no se puede manejar.

2. “*“Estar hecho un Cristo”*”. Este modismo proviene de la imagen de Cristo en la cruz, sufriendo y maltrecho” [25]. Se utiliza para describir a una persona que está muy cansada, desarreglada o visiblemente agotada. Aunque la referencia a Cristo es evidente, el modismo se emplea en contextos más mundanos y cotidianos.

En conclusión, los modismos con origen religioso en el español son un reflejo claro de la influencia duradera que el cristianismo ha tenido en la vida cultural y lingüística de España. A través de referencias a la Biblia, rituales y figuras sagradas, muchas de estas expresiones han trascendido su contexto original para convertirse en parte del habla común. Aunque algunas siguen manteniendo su significado religioso, otras han evolucionado para adquirir nuevos usos, demostrando la capacidad del lenguaje para adaptarse y transformar significados según los tiempos y las circunstancias. La religión, como parte integral de la historia y cultura española, sigue viva en el idioma, no solo en la liturgia, sino también en la conversación cotidiana.

2.5. Modismos de origen mitológico o legendario

Los modismos de origen mitológico o legendario en España reflejan una profunda interconexión entre la lengua y las historias que, aunque no necesariamente religiosas o literarias, forman parte del imaginario colectivo. Las leyendas y mitos han sido una fuente rica de metáforas y simbolismos que han perdurado en el lenguaje a lo largo de los siglos. En muchos casos, estas expresiones se originan en narrativas populares que se remontan a épocas antiguas, mezclándose con influencias locales, historias romanas y griegas, y leyendas medievales propias de la Península Ibérica.

A lo largo de los siglos, las narrativas mitológicas griegas y romanas han sido absorbidas en la cultura española, no solo a través de las artes y la literatura, sino también mediante la lengua. Estas historias sobre dioses, héroes y criaturas míticas han dado lugar a modismos que en la actualidad tienen usos cotidianos, aunque sus orígenes están en mitos antiguos. Por ejemplo:

1. “*Tocar el cielo con las manos*”. Este modismo, que “significa alcanzar un grado máximo de felicidad o éxito, tiene su origen en los antiguos mitos grecorromanos sobre los dioses que habitaban el cielo o el Olimpo. En la mitología clásica, el cielo era el lugar donde

los dioses residían y donde los mortales solo podían aspirar a llegar a través de hazañas excepcionales” [68]. Hoy en día, “*tocar el cielo con las manos*” es una metáfora común que se usa para describir un logro supremo o un estado de éxtasis.

2. “*Ser un Hércules*”. Este modismo “se refiere a alguien muy fuerte o con una gran capacidad física, haciendo referencia a Hércules, el héroe mitológico griego y romano conocido por su fuerza extraordinaria y sus doce trabajos” [72]. En el contexto español, este héroe ha sido adoptado en la cultura popular, y su nombre se utiliza para describir a personas con gran fortaleza física o que realizan tareas especialmente arduas.

3. “*Abrir la caja de Pandora*”. Este modismo “proviene del mito de Pandora, una figura de la mitología griega que abrió una caja (en algunas versiones, un frasco) que contenía todos los males del mundo, dejando solo la esperanza dentro” [16]. En el uso moderno, “*abrir la caja de Pandora*” significa iniciar una serie de eventos que traerán consecuencias negativas impredecibles, a menudo fuera del control de quien los provoca. Aunque de origen griego, el modismo se ha integrado completamente en el español.

4. “*El talón de Aquiles*”. Esta expresión “se refiere a la única debilidad o punto vulnerable de una persona o cosa, a pesar de ser por lo demás fuerte o resistente. Proviene del mito de Aquiles, el héroe griego cuya madre, Tetis, lo sumergió en el río Estigia para hacerlo invulnerable, pero lo sostuvo por el talón, dejando esa parte de su cuerpo expuesta” [36]. Este modismo es utilizado en español para señalar un punto débil en cualquier situación, incluso cuando todo lo demás parece invulnerable.

Además de los mitos clásicos, España tiene su propia rica tradición de leyendas y personajes míticos que han dado lugar a expresiones idiomáticas que siguen vigentes en la actualidad. Estas leyendas, muchas veces de origen medieval o vinculadas a la reconquista, han aportado metáforas poderosas al idioma español.

1. “*Ser un Cid*”. Este modismo “hace referencia al legendario Rodrigo Díaz de Vivar, conocido como El Cid Campeador, un noble y líder militar español del siglo XI, cuyas hazañas en la lucha contra los musulmanes de Al-Ándalus le convirtieron en un héroe legendario” [45]. “*Ser un Cid*” significa ser valiente, honorable y fuerte, inspirado en la figura de este guerrero mítico que encarna el ideal del caballero medieval.

2. “*Buscar el Santo Grial*”. “El Santo Grial es un objeto legendario de la tradición cristiana, que se cree que fue el cáliz utilizado por Jesucristo en la Última Cena y que se ha asociado con la búsqueda de un ideal espiritual o místico. En España, la leyenda del Santo Grial ha sido adoptada en la cultura popular, y “*buscar el Santo Grial*” se usa para referirse a la búsqueda de algo muy difícil o inalcanzable” [49]. Este modismo tiene su origen en las leyendas medievales de los caballeros que intentaban encontrar este objeto sagrado.

3. “*Quedarse para vestir santos*”. Este modismo “se refiere a las mujeres que no se casan y permanecen solteras, especialmente cuando ya han pasado la edad convencional para hacerlo. Proviene de la tradición católica en la que las mujeres solteras, especialmente las que ingresaban en conventos, eran las encargadas de confeccionar las vestiduras de las imágenes de los santos” [17]. Aunque tiene raíces religiosas, la frase se ha convertido en una forma coloquial de describir a una mujer soltera que, según las expectativas tradicionales, ya no tiene oportunidad de casarse.

En el imaginario popular español también hay lugar para criaturas míticas y legendarias que se han convertido en símbolos a través de los siglos. Estos seres fantásticos, a menudo con características sobrenaturales o monstruosas, han sido fuente de inspiración para modismos que evocan el temor o el misterio. Por ejemplo:

1. “*Tener más miedo que siete viejas*”. Aunque esta expresión no se refiere directamente a una criatura mítica, evoca el miedo y la superstición que muchas veces está relacionado con lo desconocido o lo legendario. “Las “*viejas*” en este caso aluden a la sabiduría popular, que a menudo ha transmitido mitos y leyendas aterradoras, y el modismo en sí significa tener un miedo irracional o desmesurado” [34].

2. “*Ser un basilisco*”. El basilisco es una criatura mitológica que, según la leyenda, podía matar con solo su mirada. “En la cultura española, “*ser un basilisco*” se usa para describir a alguien que está extremadamente enojado o que mira con furia, como si pudiera dañar solo con los ojos. Esta criatura, que combina características de serpiente y dragón, ha dejado una marca en la lengua como símbolo de ira descontrolada” [42].

3. ““*El dragón de la Sierra de San Vicente*”. Este modismo se refiere a alguien que es percibido como extremadamente peligroso o intimidante. Se origina en la leyenda de un

dragón que habitaba en la Sierra de San Vicente y aterrorizaba a los habitantes de la zona” [19]. Aunque el mito ha desaparecido en gran medida, la expresión persiste como un símbolo de una amenaza desproporcionada.

Teniendo en cuenta todos los puntos mencionados se puede concluir que modismos de origen mitológico o legendario en España reflejan la riqueza de su patrimonio cultural, que ha sabido incorporar historias de origen clásico y local en el habla cotidiana. Desde héroes de la antigüedad como Hércules hasta figuras de leyendas medievales como El Cid, estos modismos no solo ofrecen una visión de los valores y temores de tiempos pasados, sino que también muestran cómo las narrativas míticas siguen vivas en el lenguaje actual. La mitología y las leyendas, con su carga simbólica y su poder evocador, continúan siendo una fuente esencial de expresión en el español, permitiendo a los hablantes conectar con un pasado cargado de historias y figuras extraordinarias.

2.6. Modismos de origen bélico o militar

Los modismos de origen bélico o militar en el español reflejan el impacto de la historia militar en el lenguaje. A lo largo de los siglos, España ha estado involucrada en diversos conflictos armados, tanto internos como externos, y esto ha influido profundamente en su cultura y en su idioma. Estas expresiones, que inicialmente surgieron en el ámbito militar, han trascendido ese contexto para convertirse en frases cotidianas que se utilizan en la vida diaria, muchas veces sin que los hablantes sean conscientes de su origen.

Hablando del contexto histórico-militar en España, la historia de España está marcada por numerosos conflictos bélicos, desde las guerras de la Reconquista (718-1492) hasta la Guerra Civil Española (1936-1939), pasando por las guerras coloniales y las luchas contra las invasiones napoleónicas en el siglo XIX. El vocabulario militar se ha integrado en el lenguaje común, y muchos términos y frases que originalmente se usaban en el ejército se han convertido en modismos populares.

En el pasado, el servicio militar era obligatorio en España, lo que contribuyó a que la jerga militar se popularizara en la vida civil. Además, el prestigio de los militares y el impacto de las guerras en la vida cotidiana de las personas hicieron que expresiones de

origen bélico pasaran de los cuarteles y campos de batalla a las conversaciones diarias. Algunos ejemplos de modismos de origen bélico o militar incluyen siguientes:

1. “*Estar en pie de guerra*”. Este modismo proviene del ámbito militar y significa estar preparado para el combate. “En el ejército, estar “*en pie de guerra*” indica que las tropas están listas para entrar en acción” [7]. En el uso cotidiano, esta expresión se utiliza para referirse a una persona o grupo que está dispuesto a enfrentarse a una situación o conflicto, generalmente de forma determinada. Por ejemplo, si alguien está “en pie de guerra” en el trabajo, significa que está listo para luchar por sus derechos o defender su posición ante una disputa.

2. “*No dar cuartel*”. Este modismo “tiene su origen en las guerras medievales, cuando “*dar cuartel*” significaba ofrecer refugio o piedad al enemigo derrotado. No dar cuartel implicaba no mostrar misericordia, atacando sin descanso hasta vencer al enemigo completamente” [57]. Hoy en día, esta expresión se utiliza en un sentido figurado para referirse a una actitud implacable o despiadada frente a una situación. Por ejemplo, en una negociación difícil, alguien puede “*no dar cuartel*” si no cede ni un solo punto.

3. “*Luchar a capa y espada*”. Esta expresión “tiene un origen bélico claro, derivado de los combates cuerpo a cuerpo en la época medieval, donde los caballeros luchaban con espadas y se defendían con sus capas” [41]. En la actualidad, “*luchar a capa y espada*” se utiliza para referirse a alguien que lucha con todas sus fuerzas y recursos para conseguir algo, sin rendirse. Es una metáfora que sugiere un esfuerzo total y apasionado en una batalla, aunque sea figurada.

4. “*Romper filas*”. El modismo ““*romper filas*” proviene del orden militar, donde los soldados forman filas organizadas durante marchas o batallas. Romper filas significa abandonar esa formación, lo que en un contexto bélico podría significar caos o desorganización” [6]. En el uso moderno, esta expresión se refiere a abandonar un grupo o romper con las normas establecidas, dejando de seguir las reglas o el comportamiento esperado en una situación. Por ejemplo, “*romper filas*” en un equipo de trabajo significa que alguien decide ir en contra de la decisión del grupo.

5. “*Mantener a raya*”. Este modismo tiene su origen en las líneas de defensa que los ejércitos formaban para mantener al enemigo a distancia. “*Raya*” se refiere a la línea del frente que no debía ser cruzada por el adversario. En el lenguaje común, “mantener a raya” significa controlar o contener a una persona o situación, evitando que se salga de control. Por ejemplo, un jefe puede “*mantener a raya*” a sus empleados si los controla con mano firme para que no descuiden su trabajo.

6. “*Pasar revista*”. Originalmente, esta expresión se usaba en el ejército para referirse a la inspección de las tropas por parte de un oficial superior. El comandante “*pasaba revista*” para asegurarse de que los soldados y su equipamiento estuvieran en orden. En el uso cotidiano, “*pasar revista*” significa inspeccionar o revisar algo con detenimiento. Por ejemplo, “*pasar revista*” a un proyecto implica revisarlo a fondo para asegurarse de que todo esté correcto.

7. “*Sacar las banderas*”. Este modismo tiene un origen militar, relacionado con la costumbre de desplegar las banderas antes de entrar en combate como símbolo de orgullo y honor. En la actualidad, “*sacar las banderas*” significa defender con fervor una causa o posición, mostrando con orgullo lo que se apoya. Es una expresión que se utiliza en contextos de debate o confrontación ideológica, donde alguien “*saca las banderas*” de sus creencias o convicciones.

8. “*Ser un mercenario*”. El término “*mercenario*” originalmente hacía referencia a soldados profesionales que luchaban por dinero, sin lealtad a un país o causa en particular. Aunque se sigue utilizando en contextos bélicos, en el lenguaje coloquial, “*ser un mercenario*” se refiere a alguien que actúa solo por interés económico, sin importarle los valores o principios involucrados. Este modismo es frecuente en el mundo laboral, para describir a personas que cambian de trabajo o apoyan diferentes causas solo por dinero.

9. “*Atrincherarse*”. Este modismo proviene de las trincheras utilizadas en las guerras como protección frente al enemigo. Atrincherarse significa refugiarse detrás de una defensa para resistir el ataque. En el uso moderno, se emplea de forma metafórica para describir a alguien que se encierra en su postura o ideas, especialmente cuando se enfrenta a una

discusión o debate. “*Atrincherarse*” implica negarse a ceder terreno o a aceptar la opinión contraria.

10. “*Hacer una guerra de guerrillas*”. Este modismo está vinculado a la táctica de combate conocida como guerra de guerrillas, muy utilizada durante la Guerra de Independencia Española contra las tropas napoleónicas. La guerra de guerrillas se caracteriza por pequeños ataques rápidos y sorpresivos contra un enemigo mayor. En el lenguaje cotidiano, “*hacer una guerra de guerrillas*” se refiere a llevar a cabo pequeñas acciones continuas para desgastar a un oponente, ya sea en un ámbito político, laboral o social.

11. “*Dar caña*”. Esta expresión proviene del contexto militar donde “*dar caña*” significaba atacar con fuerza utilizando un palo o caña. En la actualidad, “*dar caña*” se emplea en sentido figurado para referirse a actuar con energía o presionar a alguien para que trabaje más rápido o con mayor esfuerzo. Por ejemplo, un entrenador puede “*dar caña*” a sus jugadores durante un entrenamiento para que rindan más.

A lo largo de la historia de España, ciertos conflictos militares han dejado una huella profunda en el idioma. La Guerra Civil Española, por ejemplo, contribuyó a la creación de nuevas expresiones que han pasado a formar parte del español cotidiano. También la Guerra de Independencia Española contra Napoleón fue fuente de muchas frases y conceptos militares que se trasladaron al lenguaje común.

2.7. Modismos relacionados con oficios o profesiones

Los modismos relacionados con oficios o profesiones son expresiones que han surgido a partir de prácticas y términos específicos de distintos trabajos o actividades profesionales. A lo largo del tiempo, muchas de estas frases han pasado de ser utilizadas únicamente en el ámbito de una profesión concreta a formar parte del lenguaje coloquial, aplicándose a situaciones cotidianas. En España, los oficios han dejado una huella profunda en el idioma, y el uso de estos modismos refleja la importancia que ciertas profesiones han tenido en la cultura y el desarrollo histórico del país.

En la sociedad española tradicional, los oficios y profesiones han jugado un papel crucial en la estructura económica y social. Desde la Edad Media, con la creación de gremios

artesanales y comerciales, hasta las transformaciones industriales y modernas, los trabajos han sido fundamentales no solo en el desarrollo de la economía, sino también en la formación de la identidad y el carácter de las regiones de España. Muchas profesiones, como la de herrero, sastre, albañil o marinero, eran esenciales en las comunidades, y el lenguaje reflejaba la familiaridad que las personas tenían con las prácticas y términos asociados a esos oficios. Los ejemplos de modismos relacionados con oficios o profesiones incluyen siguientes:

1. “*Ser un manitas*”. Este modismo proviene de la habilidad de los artesanos, especialmente carpinteros o mecánicos, que solían trabajar con las manos. Un “*manitas*” es una persona que tiene destreza y habilidad para hacer reparaciones o manualidades de forma eficaz. Culturalmente, el valor de tener habilidad práctica es muy apreciado en España, lo que se refleja en este término positivo.

2. “*Trabajar de sol a sol*”. Este modismo hace referencia a las largas jornadas de los campesinos, quienes trabajaban desde que salía el sol hasta que se ponía. Es una expresión que ilustra el esfuerzo físico y la dedicación que caracteriza a muchos oficios, especialmente los manuales o agrícolas, y evoca la idea de una gran carga de trabajo. Culturalmente, España tiene una fuerte tradición agrícola, y esta expresión nos recuerda las condiciones laborales en tiempos anteriores.

3. “*Estar a la última*”. En el mundo de la moda, “*estar a la última*” se refiere a estar al tanto de las tendencias más recientes. Aunque hoy en día es más general, su origen está en los oficios relacionados con el diseño y la confección de ropa. En España, la moda tiene un lugar importante en la cultura, y estar a la última significa estar en sintonía con los cambios sociales y estéticos.

4. “*Dar en el clavo*”. De origen claramente carpintero o herrero, “*dar en el clavo*” significa acertar de manera precisa en algo. En el oficio, colocar un clavo en el lugar correcto requiere habilidad y precisión, y esto ha derivado en un modismo que se usa para indicar que alguien ha acertado o ha dicho algo correcto. Este tipo de modismo también subraya la importancia de la precisión y la exactitud en muchos oficios.

5. “*Pasar el marrón*”. Aunque hoy en día tiene un uso más amplio, su origen está relacionado con los artesanos del cuero. El “*marrón*” era un tipo de piel que resultaba difícil de trabajar, por lo que pasárselo a otro trabajador era una forma de eludir una tarea complicada. Este modismo refleja una práctica dentro del trabajo manual, que ha trascendido el contexto específico para convertirse en una metáfora de evadir responsabilidades.

6. “*Sudar tinta*”. Este modismo tiene origen en los copistas y escribanos, cuya tarea consistía en escribir documentos largos y detallados a mano, una labor que requería gran esfuerzo físico y mental. Hoy en día, se utiliza para expresar una situación en la que se requiere mucho esfuerzo, especialmente en tareas intelectuales. Aquí, se refleja la valoración de la escritura y el esfuerzo intelectual en la cultura española.

Estos modismos muestran cómo la experiencia diaria de ciertos trabajos o profesiones ha moldeado la lengua, permitiendo que estas expresiones se utilicen en contextos más amplios. Cada oficio está asociado no solo con una tarea específica, sino con una red de significados culturales, que se expresa a través de dichos populares. Por ejemplo, la agricultura, la artesanía, la tauromaquia o la escritura son fuentes de una riqueza lingüística que sigue viva en el español moderno.

Culturalmente, el uso de estos modismos también refleja una apreciación del esfuerzo, la habilidad manual y la precisión, características valoradas en muchas sociedades, incluida la española. Además, estos modismos permiten la comunicación de ideas complejas de una manera sencilla y familiar, lo que facilita su integración en la vida diaria.

En conclusión, los modismos relacionados con oficios y profesiones no solo nos dan pistas sobre el origen de ciertas prácticas laborales, sino que también nos invitan a reflexionar sobre cómo la cultura y la historia de una sociedad están intrínsecamente ligadas a su lengua. Estos modismos permiten preservar la memoria cultural y transmitirla de generación en generación, enriqueciendo el idioma.

2.8. Modismos de origen coloquial o popular

Los modismos de origen coloquial o popular son expresiones que surgen del habla cotidiana y espontánea de las personas, especialmente en contextos informales. Estos

modismos reflejan la sabiduría popular, el humor y la creatividad del lenguaje, adaptándose a situaciones comunes de la vida diaria. Muchos de ellos, aunque nacen en un contexto específico, adquieren una relevancia cultural más amplia, siendo utilizados en diversas situaciones y transmitidos de generación en generación. Al ser producto del habla popular, suelen ser frescos, directos y muy comprensibles, capturando la esencia de la comunicación informal. Por ejemplo:

1. “*Estar como una cabra*”. Esta expresión significa que alguien está loco o actúa de forma excéntrica. El origen de este modismo parece provenir de la observación del comportamiento errático de las cabras, que pueden moverse de manera impredecible y brusca. En el uso coloquial, “*estar como una cabra*” se usa para describir a alguien que actúa de manera extraña o fuera de lo común. Refleja el humor popular al asociar características humanas con el comportamiento animal.

2. “*Tirar la casa por la ventana*”. Este modismo se utiliza para indicar que alguien gasta dinero sin medida, especialmente en una ocasión especial. Su origen está en la tradición de tirar objetos por la ventana durante celebraciones importantes o cambios significativos, como cuando se gana la lotería. En el ámbito coloquial, la expresión comunica una actitud despreocupada ante el gasto y la abundancia en momentos festivos.

3. “*Ponerse las pilas*”. Significa ponerse enérgico o activo, generalmente ante una tarea o situación que requiere esfuerzo. Este modismo es reciente, ya que hace referencia a la energía de las pilas, que simbolizan la necesidad de activarse. En el habla popular, “*ponerse las pilas*” es una expresión que apela a la rapidez y efectividad con un toque de urgencia.

4. “*Ser un chollo*”. Cuando algo es “*un chollo*”, significa que es una buena oportunidad o una ganga, especialmente si es fácil de obtener o muy ventajoso. Este modismo es muy utilizado en el ámbito de las compras y oportunidades. En el uso coloquial, es una forma divertida y rápida de expresar que algo es extremadamente conveniente o afortunado.

5. “*No tener pelos en la lengua*”. Esta expresión describe a una persona que habla con franqueza y sin tapujos, sin preocuparse demasiado por las consecuencias de lo que dice. Su

origen es incierto, pero la imagen que evoca es la de una persona que no tiene ningún obstáculo (como los “*pelos*”) que le impida expresarse con libertad. Es un modismo coloquial que se usa con frecuencia para destacar la sinceridad de alguien, a veces hasta un punto de rudeza.

6. “*Meter la pata*”. Este modismo significa cometer un error o hacer algo inapropiado. Tiene un origen incierto, aunque se cree que puede derivar de la imagen de un animal, como un cerdo, que al meter la pata en un sitio inapropiado provoca un desastre. En la vida cotidiana, se usa para describir situaciones en las que alguien ha cometido una torpeza o ha hecho algo inconveniente.

7. “*Echar una mano*”. Significa ayudar a alguien. Su origen es puramente figurado, refiriéndose a ofrecer una mano como símbolo de ayuda o cooperación. Es una de las expresiones coloquiales más comunes en el español de España, y su uso refleja la naturaleza cooperativa y solidaria de la cultura popular.

8. “*A lo hecho, pecho*”. Este modismo significa que hay que afrontar las consecuencias de las acciones ya realizadas, sin lamentarse ni buscar excusas. Es una expresión de origen popular que denota una actitud de responsabilidad y valentía ante las adversidades. En el ámbito coloquial, es una frase que invita a actuar con entereza y enfrentar la realidad sin evasiones.

Además, los modismos coloquiales o populares son testigos directos de la manera en que la sociedad construye significados a partir de experiencias comunes. En España, como en muchos otros lugares, la vida cotidiana, las relaciones personales y los desafíos del día a día generan un vocabulario que sirve para expresar situaciones de forma más cercana y comprensible. Estos modismos son esencialmente prácticos, ya que condensan en pocas palabras experiencias que de otro modo requerirían explicaciones más largas.

Culturalmente, estos modismos reflejan valores y actitudes muy arraigadas en la sociedad española. Por ejemplo, el modismo “*tirar la casa por la ventana*” refleja una cultura que valora las celebraciones y no teme a los excesos en momentos especiales, mientras que “*a lo hecho, pecho*” pone de manifiesto la importancia de la responsabilidad y el enfrentamiento directo de los problemas, sin darle muchas vueltas.

Por otro lado, el humor es una constante en muchos modismos coloquiales. Expresiones como “*estar como una cabra*” o “*meter la pata*” muestran cómo el lenguaje popular utiliza imágenes cómicas o absurdas para hablar de situaciones comunes, aliviando tensiones y haciendo que el lenguaje sea más accesible y menos formal.

En el aspecto lingüístico, los modismos coloquiales tienden a ser directos y fáciles de recordar, lo que facilita su uso en situaciones cotidianas. Muchas de estas expresiones también cuentan con un fuerte componente figurativo, utilizando metáforas visuales claras que hacen que el mensaje sea comprensible incluso fuera del contexto original.

En conclusión, los modismos de origen coloquial o popular son una parte fundamental del lenguaje español, ya que conectan directamente con la experiencia diaria de la gente. Al analizar estos modismos, podemos ver cómo el lenguaje refleja no solo el contexto social y cultural de una época, sino también la actitud de una sociedad hacia la vida, las relaciones y los problemas. Estas expresiones aportan frescura y dinamismo al lenguaje, y su uso extendido demuestra que el habla popular sigue siendo una de las principales fuentes de renovación y creatividad en el idioma.

2.9. Estructura lingüística de los modismos

La estructura lingüística de los modismos es un aspecto clave en el estudio de estas expresiones, ya que los modismos no siguen siempre las reglas convencionales de la gramática y el significado literal de sus componentes. Un análisis de su estructura revela patrones específicos que desafían o reconfiguran las normas lingüísticas habituales, lo que permite a los hablantes transmitir ideas complejas de manera económica y expresiva.

Una de las características más importantes de los modismos es su estructura fija, lo que significa que no se pueden modificar libremente sin perder su significado. A diferencia de las frases regulares, en las que los elementos pueden cambiar de orden o ser sustituidos, los modismos son invariables. Por ejemplo, la expresión “*tirar la toalla*” (rendirse) no puede transformarse en “*lanzar la toalla*” sin que pierda su sentido idiomático. Este rasgo de fijación estructural les otorga una identidad específica dentro de la lengua. Por eso vamos a analizar el sentido de frase “*tirar la toalla*” contra “*lanzar la toalla*”. La primera tiene un significado figurado, mientras que la segunda solo se entiende de manera literal.

Además, gran parte de la estructura de los modismos se basa en el uso de metáforas y símbolos. En muchos casos, los modismos funcionan mediante asociaciones simbólicas que no se derivan directamente de los significados literales de las palabras. Estos símbolos suelen ser universales, pero también pueden estar anclados en la cultura y las experiencias compartidas de los hablantes. Por ejemplo, “*estar en las nubes*” utiliza la metáfora de las nubes para representar distracción o falta de atención. “*Estar en las nubes*” (distráido) no tiene relación directa con la acción literal de estar en una nube. La metáfora evoca la imagen de alguien “*fuera de la realidad*”, una construcción simbólica dentro de la estructura lingüística.

También cabe señalar que los modismos son una manifestación de la economía lingüística, es decir, la capacidad del lenguaje para condensar ideas complejas en estructuras breves y fáciles de recordar. Por ejemplo, el modismo “*meter la pata*” condensa el concepto de cometer un error grave o inconveniente en solo tres palabras. El modismo es más eficiente que explicar el concepto de cometer una torpeza o error de forma detallada. Se usa “*meter la pata*” en vez de “*cometer un error de manera torpe o inoportuna*”. El modismo es mucho más corto y tiene un impacto expresivo mayor.

A continuación, una de las características más distintivas de los modismos es su capacidad para desvincularse del significado literal de las palabras que los componen. En muchos casos, las palabras que forman el modismo no tienen ninguna relación directa con el significado que expresan cuando se usan juntas. Por ejemplo, en la expresión “*irse por las ramas*”, la acción literal de irse no tiene relación directa con la idea de desviar un tema de conversación, pero en el uso idiomático se entiende de forma figurada. Es decir, “*irse por las ramas*” (desviar el tema) no tiene nada que ver con una acción física de moverse a través de ramas de un árbol. Aquí, el modismo crea un significado que desafía el significado literal.

Muchos modismos emplean elipsis o simplificación estructural, lo que significa que omiten elementos gramaticales que normalmente serían necesarios en una construcción estándar. Estas elipsis ayudan a que los modismos sean más breves y directos, lo que facilita su memorización y uso frecuente en el habla cotidiana. En “*poner los puntos sobre las íes*”,

no se especifica qué tipo de puntos se ponen o sobre qué íes, pero la expresión está tan internalizada culturalmente que se entiende sin necesidad de explicaciones adicionales. En otras palabras, “*poner los puntos sobre las íes*” (aclarar algo) usa elipsis, ya que no se explica directamente qué se está aclarando. La estructura está simplificada para transmitir una idea más rápidamente.

En algunos casos, los modismos pueden incluir juegos de palabras o aprovecharse de dobles sentidos. Este aspecto añade una capa adicional de complejidad lingüística, donde las palabras adquieren un valor añadido, creando significados ambiguos o humorísticos. Por ejemplo, en la expresión “*tomar el pelo*” (engañar o burlarse de alguien), el sentido literal de “*tomar*” y “*pelo*” se pierde por completo en favor de una interpretación figurada. Sin embargo, esta ambigüedad refuerza el aspecto humorístico o lúdico del lenguaje popular.

Algunos modismos presentan estructuras verbales particulares que son esenciales para su funcionamiento idiomático. Aunque muchos modismos utilizan el presente de indicativo, algunos modismos incorporan tiempos verbales específicos para transmitir un matiz temporal o emocional particular. En “*quien calla, otorga*”, se utiliza una estructura de presente con valor proverbial que sugiere una verdad atemporal. Se utiliza el presente para expresar una verdad general, dotando a la expresión de un carácter universal.

Al fin y al cabo en algunos casos, los modismos pueden incorporar elementos que parecen redundantes o superfluos desde una perspectiva gramatical estándar, pero que sirven para reforzar el sentido idiomático. En la expresión “*llorar como una Magdalena*”, la referencia a “*Magdalena*” añade un matiz cultural e histórico que refuerza la idea de un llanto exagerado, aunque la palabra “*llorar*” ya transmite la idea de tristeza.

Se puede observar que la estructura lingüística de los modismos se caracteriza por su fijación, el uso de metáforas, la economía del lenguaje, y la desvinculación del significado literal, entre otros aspectos. Estas características los convierten en formas de expresión únicas dentro del lenguaje, capaces de condensar significados culturales y experiencias comunes en construcciones breves y potentes. La estructura de los modismos no solo responde a reglas gramaticales, sino que se configura a partir de la interacción entre los

hablantes y su contexto cultural, ofreciendo una riqueza expresiva que contribuye a la vitalidad del idioma.

Conclusiones de la parte 2

El análisis lingüístico de los modismos españoles ha puesto de manifiesto la complejidad y riqueza que estas expresiones idiomáticas aportan al idioma. A través de la clasificación de los modismos según su origen y el estudio de su estructura lingüística, hemos descubierto que los modismos son reflejo no solo del lenguaje, sino también de los valores, la historia, la geografía y las creencias que conforman la cultura española.

Los modismos de origen histórico nos muestran cómo los eventos del pasado y los personajes emblemáticos han quedado grabados en la lengua, perpetuando significados que trascienden su contexto original. Los modismos basados en la geografía y el folclore, por su parte, reflejan la influencia de las particularidades locales en la forma de expresarse, lo que evidencia una conexión entre el entorno natural y las prácticas culturales.

El origen literario de ciertos modismos demuestra el impacto duradero de la literatura en el habla cotidiana, donde las obras clásicas y los personajes literarios se convierten en símbolos permanentes del imaginario colectivo. Asimismo, los modismos con origen religioso revelan la importancia de la religión, particularmente del cristianismo, en la vida cultural de los hablantes, proporcionando expresiones que condensan valores espirituales y morales.

Los modismos de origen mitológico o legendario destacan el poder de los mitos y leyendas en la conformación de un léxico metafórico que sigue vigente en el español actual. Los modismos bélicos o militares, por otro lado, ilustran cómo las experiencias relacionadas con la guerra y la lucha han influido en la creación de metáforas que describen la vida cotidiana como un campo de batalla.

Aquellos modismos vinculados a oficios o profesiones resaltan la relevancia social y cultural de ciertas ocupaciones en la vida de las personas, mientras que los modismos de origen coloquial o popular subrayan la vitalidad y creatividad del lenguaje común, que genera expresiones ingeniosas que a menudo se incorporan al español formal.

Finalmente, el estudio de la estructura lingüística de los modismos ha revelado la naturaleza fija pero a veces flexible de estas expresiones. Aunque muchos modismos tienen estructuras morfosintácticas inalterables, algunos permiten variaciones dentro de ciertos límites, siempre que no se pierda su sentido idiomático.

En resumen, los modismos españoles son una manifestación compleja de la interacción entre lengua, cultura, historia y sociedad. Su análisis no solo nos permite entender mejor el idioma desde un punto de vista lingüístico, sino también captar la riqueza cultural que subyace en cada expresión. Los modismos son el resultado de siglos de evolución y adaptación, y su estudio proporciona una ventana privilegiada para explorar el espíritu y la identidad cultural de los hablantes de español.

PARTE 3

LOS MODISMOS EN LOS TEXTOS CONTEMPORÁNEOS Y MÉTODOS DE SU TRADUCCIÓN AL UCRANIANO

3.1. Problema de traducción de los modismos españoles al ucraniano

El problema de la traducción de los modismos españoles al ucraniano radica en la dificultad de trasladar no solo su significado literal, sino también su carga cultural y matices contextuales. Estos modismos a menudo tienen raíces profundas en aspectos específicos de la vida española que no siempre tienen correspondencias directas en la lengua o cultura ucraniana. A continuación, se presentan algunos de los desafíos más significativos que surgen al traducir este tipo de modismos, junto con ejemplos relevantes.

1. Dificultad en la preservación del significado figurado. Los modismos en español tienen un significado figurado que no siempre se puede mantener al traducir al ucraniano. Si se traduce de manera literal, la expresión puede carecer de sentido en el idioma de destino.

Por ejemplo, el modismo “*hacer un brindis al sol*” (hacer algo que no tiene efecto o no será tenido en cuenta) no tiene un equivalente directo en ucraniano. Si se traduce literalmente como “*виголосити тост до сонця*”, el resultado será una expresión incomprensible. En este caso, sería necesario reestructurar la frase para reflejar la misma idea, como “*робити щось марно*”, que significa “*hacer algo en vano*”.

2. Falta de equivalencia cultural. Muchos modismos tienen una conexión con aspectos culturales específicos que pueden no ser reconocibles para los hablantes ucranianos. En estos casos, una traducción literal no funciona porque el contexto cultural en el que se originó el modismo no existe en la cultura ucraniana.

Por ejemplo, el modismo “*estar a la cuarta pregunta*” (estar sin dinero) se originó en un contexto legal relacionado con los interrogatorios judiciales en España. Traducir esta expresión literalmente al ucraniano como “*бути на четвертому питанні*” no tiene sentido porque la referencia cultural al sistema judicial español no es familiar en Ucrania. Aquí sería más apropiado utilizar un modismo ucraniano equivalente que refleje la idea de pobreza, como “*не мати ні копійки*”, que significa “no tener ni una moneda”.

3. Imágenes culturales difíciles de trasladar. Los modismos a menudo se basan en imágenes específicas de la cultura española que no tienen paralelo en la cultura ucraniana. Estas imágenes, cuando se traducen de manera literal, pierden su poder evocador.

Por ejemplo, el modismo “*dormir como un tronco*” (dormir profundamente) utiliza una imagen que no es común en la cultura ucraniana, donde se podría entender como algo extraño si se traduce directamente como “*спати як колода*”. En ucraniano, una expresión más natural sería “*спати як убитий*”, que significa “dormir como si estuviera muerto”, y que transmite una idea similar de un sueño profundo.

4. Juegos de palabras intraducibles. Algunos modismos en español juegan con el doble sentido de las palabras, lo que los hace particularmente difíciles de traducir. En ucraniano, las mismas asociaciones lingüísticas no existen, por lo que se pierde el juego de palabras.

Por ejemplo, el modismo “*tirar de la manta*” (revelar algo oculto o secreto) es difícil de traducir al ucraniano porque la metáfora de “*tirar de la manta*” para descubrir algo no tiene un equivalente directo. Si se traduce literalmente como “*тягнути ковдру*”, pierde su significado figurado. En este caso, una traducción más precisa sería una paráfrasis como “*викривати правду*”, que significa “revelar la verdad”, aunque sin el mismo matiz visual que el original.

5. Modismos con referencias obsoletas o arcaicas. Algunos modismos en español hacen referencia a objetos o prácticas que ya no son comunes, lo que complica aún más su traducción. En ucraniano, estos modismos pueden parecer completamente incomprensibles sin un contexto adicional.

Por ejemplo, “*irse por los cerros de Úbeda*” (divagar o perderse en explicaciones innecesarias) es un modismo que hace referencia a un lugar geográfico específico en España, los cerros de Úbeda, que no es conocido en Ucrania. Traducirlo literalmente como “*іти на нагорби Убеди*” no tendría ningún sentido para los hablantes ucranianos. Para transmitir la misma idea, sería necesario usar una expresión ucraniana equivalente como “*відхилитися від теми*” (desviarse del tema).

6. Referencias a costumbres o profesiones locales. Algunos modismos están vinculados a costumbres o profesiones muy específicas de la cultura española, lo que los hace difíciles de traducir sin una explicación contextual.

Por ejemplo, el modismo “*meterse en camisa de once varas*” (complicarse innecesariamente) proviene de una antigua costumbre española relacionada con el uso de una camisa larga en ceremonias especiales. Si se traduce literalmente al ucraniano como “*лізти в сорочку одинадцяти ліктів*”, no tendría ningún sentido porque la práctica no es conocida. Para que el significado sea claro, se podría usar una expresión ucraniana como “*накликати на себе труднощі*” (traer problemas sobre uno mismo).

7. Problemas con modismos arcaicos. Algunos modismos españoles menos populares están basados en expresiones o formas lingüísticas arcaicas que ya no se usan en la lengua moderna. Estos son especialmente difíciles de traducir porque su contexto original puede haberse perdido o no tener equivalente en ucraniano.

Por ejemplo, “*no entender ni jota*” (no entender nada) se refiere a la letra “*j*” del alfabeto latino, que solía ser difícil de distinguir en los manuscritos antiguos. Traducir esta expresión literalmente al ucraniano como “*не розуміти йоти*” puede confundir a los hablantes ucranianos, ya que no existe una asociación similar con la letra “*j*”. Sería mejor optar por una adaptación como “*нічого не розуміти*”, que transmite la misma idea sin necesidad de la referencia arcaica.

La traducción de modismos españoles al ucraniano plantea múltiples desafíos que van más allá de la simple correspondencia lingüística. Los problemas incluyen la necesidad de preservar el significado figurado, lidiar con imágenes y referencias culturales que no tienen paralelo en ucraniano, y adaptar juegos de palabras que no se pueden trasladar directamente. Además, muchos modismos están profundamente conectados con aspectos históricos, profesionales o costumbristas de España que requieren una adaptación cuidadosa en lugar de una traducción literal. Estos factores subrayan la importancia de una comprensión profunda tanto del idioma de origen como del idioma de destino para lograr una traducción eficaz y culturalmente adecuada.

3.2. Transformaciones de traducción de los modismos

El concepto de transformaciones de traducción de los modismos se refiere a los diversos cambios o adaptaciones que se deben realizar cuando se traducen modismos de un idioma a otro. En el caso específico de los modismos españoles traducidos a otras lenguas, como el ucraniano, es común que las transformaciones incluyan ajustes léxicos, sintácticos o semánticos para preservar el significado idiomático original, evitando una traducción literal que no sería comprensible o eficaz en la lengua de destino. Existen tales tipos de transformaciones en la traducción de modismos:

1. Equivalencia funcional. Este tipo de transformación busca una expresión en el idioma de destino que, aunque no tenga las mismas palabras o la misma estructura que el modismo original, cumpla la misma función comunicativa o exprese el mismo significado dentro de un contexto similar.

Por ejemplo, el modismo español “*llover sobre mojado*” (cuando algo negativo se repite o agrava una situación ya complicada) no tiene una traducción literal coherente al ucraniano, ya que “*дощити по мокрому*” no tiene sentido en el idioma de destino. En su lugar, se puede utilizar una expresión equivalente en ucraniano como “*лихо не приходить одне*” (la desgracia no viene sola), que transmite una idea similar de problemas acumulativos.

2. Adaptación cultural. Algunos modismos están profundamente enraizados en la cultura del idioma de origen, por lo que una traducción directa no sería efectiva. En este caso, es necesario adaptar el modismo para que tenga sentido en el contexto cultural del idioma de destino. Esta adaptación puede incluir la sustitución de referencias culturales o conceptos que no son comunes en el idioma de destino.

Por ejemplo, el modismo español “*dar calabazas*” (rechazar una proposición amorosa o académica) es una metáfora cultural que no tiene sentido en ucraniano si se traduce literalmente como “*даму зарбузи*”. En lugar de traducirlo directamente, sería más adecuado utilizar un equivalente en ucraniano como “*відмовити*” (rechazar), o buscar una expresión que, aunque no sea idéntica, refleje el mismo significado.

3. Modificación léxica. En algunos casos, es necesario cambiar una o varias palabras del modismo para que la traducción funcione en la lengua de destino, sin cambiar el significado básico de la expresión.

Por ejemplo, el modismo español “*matar dos pájaros de un tiro*” (resolver dos problemas con una sola acción) puede traducirse al ucraniano como “*вбити двох зайців одним пострілом*” (matar dos liebres de un disparo). Aunque se ha modificado el animal en la expresión, el significado sigue siendo el mismo, y el modismo mantiene su efectividad en el idioma de destino.

4. Omisión o eliminación. En algunos casos, cuando no es posible encontrar un equivalente adecuado, es necesario eliminar el modismo en la traducción y optar por una expresión más neutra que conserve el significado general del texto, aunque se pierda el colorido idiomático.

Por ejemplo, el modismo español “*quedarse de piedra*” (quedar muy sorprendido) se podría traducir al ucraniano como “*здивуватися*” (sorprenderse), que transmite el mismo sentido aunque se omita la imagen de “convertirse en piedra”. En este caso, se pierde la fuerza figurativa, pero se conserva la idea básica.

5. Calco lingüístico. Un calco lingüístico ocurre cuando el modismo se traduce palabra por palabra, y la traducción es comprensible en el idioma de destino, aunque puede sonar forzada o poco natural. Esta estrategia se utiliza en ocasiones cuando no existe un equivalente idiomático directo.

Por ejemplo, el modismo español “*tirar la casa por la ventana*” (gastar en exceso en algo) podría traducirse literalmente al ucraniano como “*викинути будинок через вікно*”, pero sería una expresión poco natural en ese idioma. Para evitar el calco, una mejor traducción sería una adaptación del tipo “*витратитися по повній*”, que implica el mismo significado de gastar mucho dinero, pero de manera más fluida y natural para los hablantes de ucraniano.

6. Paráfrasis. La paráfrasis consiste en reescribir el modismo en la lengua de destino, conservando su significado pero sin utilizar una estructura idiomática directa. Este método es útil cuando no hay un equivalente exacto y la traducción literal no es adecuada.

Por ejemplo, “*a buen hambre, no hay pan duro*” (cuando uno tiene necesidad, no importa la calidad de lo que se recibe). Traducirlo literalmente al ucraniano como “*при доброму голоді немає твердого хліба*” no tendría el mismo efecto o claridad, ya que la metáfora del “*pan duro*” no se utiliza comúnmente en ese idioma. Una paráfrasis más comprensible podría ser “*голодний не перебирає їжею*” (el hambriento no elige la comida), que transmite el mismo mensaje de que cuando uno está en una situación de necesidad, no se puede ser exigente con lo que se tiene.

Por lo tanto las transformaciones en la traducción de modismos son esenciales para garantizar que el mensaje original sea comprensible y relevante en el idioma de destino. Estas transformaciones implican diversas técnicas como la equivalencia funcional, la adaptación cultural, la modificación léxica, la paráfrasis y, en algunos casos, la omisión. En cada caso, el objetivo es preservar el significado y el impacto del modismo original en el nuevo contexto lingüístico y cultural, a pesar de las diferencias entre las lenguas involucradas.

3.3. Comparación de los modismos españoles con las expresiones de otros idiomas. Similitudes y diferencias

El análisis comparativo de los modismos españoles con las expresiones de otros idiomas revela tanto similitudes como diferencias significativas. Estas diferencias se deben a la variación cultural, histórica y lingüística de cada país, que influye en cómo las sociedades desarrollan y usan sus modismos. Los modismos no solo son una herramienta para la comunicación coloquial, sino también una ventana hacia las creencias, tradiciones y valores de cada cultura. A continuación, se examinan en detalle estas similitudes y diferencias, acompañadas de ejemplos comparativos.

A pesar de las diferencias culturales, muchos modismos en distintos idiomas reflejan experiencias humanas comunes o situaciones universales, lo que lleva a que expresiones idiomáticas similares aparezcan en lenguas diferentes. Estas similitudes suelen reflejar emociones, situaciones o acciones compartidas a nivel global.

Muchas expresiones idiomáticas que reflejan emociones humanas como el miedo, la alegría, el amor o el enojo, pueden encontrarse con ligeras variaciones en varios idiomas.

Por ejemplo, en español, se dice “*tener un nudo en la garganta*” para expresar la sensación de estar a punto de llorar o sentirse emocionalmente afectado. En inglés, se usa exactamente la misma expresión: “*to have a lump in your throat*”.

Ambos idiomas comparten una metáfora física para describir una experiencia emocional común, lo que refleja una similitud en la conceptualización de las emociones.

En algunos casos, los modismos en diferentes idiomas comparten una estructura gramatical similar, pero las imágenes que utilizan para expresar una idea varían. Por ejemplo, en español, se usa la expresión “*ser pan comido*” para indicar que algo es muy fácil de hacer, mientras que en inglés la expresión equivalente es “*it’s a piece of cake*”. Aunque las imágenes son diferentes (pan en español y pastel en inglés), ambas expresiones tienen el mismo significado: la facilidad de una tarea.

A pesar de las similitudes que pueden encontrarse, muchas veces los modismos son una muestra de la particularidad de cada cultura, reflejando realidades sociales, históricas o geográficas específicas. Estas diferencias muestran cómo cada cultura conceptualiza de manera única ciertas situaciones o emociones.

Los modismos a menudo hacen referencia a elementos culturales, históricos o geográficos específicos que no tienen equivalente en otros idiomas. Esto puede dificultar la traducción directa y requiere, en algunos casos, un cambio en la metáfora para que la expresión sea comprensible. Por ejemplo, el modismo español “*poner toda la carne en el asador*” (arriesgar todo en una situación) está muy vinculado a la cultura de la parrilla en España. En inglés no existe una metáfora equivalente, por lo que sería necesario traducirlo por algo como “*to put all your eggs in one basket*” (poner todos los huevos en la misma canasta), que aunque usa otra imagen, refleja el mismo significado de asumir un riesgo total.

Además, algunos modismos están profundamente enraizados en tradiciones, creencias o costumbres religiosas y sociales de una cultura, lo que los hace especialmente difíciles de traducir. Por ejemplo, en español, la expresión “*estar más perdido que el barco del arroz*” (estar completamente desorientado) proviene de una historia popular española que no tiene equivalente en inglés. En este caso, traducirla literalmente no transmitiría el mismo significado cultural. En inglés, se podría usar un modismo como “*to be completely*

at sea” (estar completamente perdido), que aunque no conserva la referencia cultural al “*barco del arroz*”, captura la idea de desorientación.

Las diferencias culturales y lingüísticas no solo crean una divergencia en las imágenes o conceptos empleados en los modismos, sino que también hacen que la traducción directa de muchos de ellos sea ineficaz o incomprensible. En estos casos, es necesario optar por adaptaciones culturales o paráfrasis.

Algunos modismos no tienen equivalentes claros en otros idiomas y pueden sonar completamente extraños si se traducen literalmente. Esto se debe a que las imágenes o referencias que utilizan son demasiado específicas de la cultura de origen. Por ejemplo, la expresión española “*ser un pedazo de pan*” (ser una persona muy buena o amable) no tiene un equivalente directo en inglés. Si se traduce como “*to be a piece of bread*”, no tendría ningún sentido. En su lugar, se podría traducir como “*to be a good-natured person*” o “*to be kind-hearted*” para transmitir el mismo mensaje, aunque se pierda la referencia al pan.

Algunos modismos reflejan realidades geográficas o históricas locales que no tienen sentido fuera de su contexto cultural. Por ejemplo, el modismo español “*dar en el blanco*” (acertar) se utiliza para describir un éxito o precisión, y está vinculado a la imagen de un tiro al blanco. En inglés, el equivalente sería “*to hit the nail on the head*” (dar en el clavo), que usa una imagen diferente pero transmite la misma idea de precisión o éxito.

La comparación de los modismos españoles con los de otros idiomas revela tanto similitudes como diferencias. Si bien algunos modismos comparten estructuras y significados universales debido a la experiencia humana común, otros están profundamente enraizados en el contexto cultural e histórico de cada país. Estos modismos culturales, que a menudo incluyen referencias geográficas, históricas o religiosas, presentan dificultades para la traducción literal y requieren transformaciones o adaptaciones que respeten el significado original mientras se hacen comprensibles en la lengua de destino. En definitiva, los modismos son una expresión única del patrimonio cultural y lingüístico de cada idioma, y su análisis comparativo nos ayuda a comprender mejor las diferencias y similitudes entre las culturas.

3.4. El papel de la globalización en la modificación de modismos

La globalización ha tenido un impacto significativo en la evolución de los modismos españoles, tanto en su modificación como en su difusión. En el contexto de un mundo cada vez más interconectado, los modismos han experimentado transformaciones, adaptaciones e incluso desapariciones debido a la influencia de factores externos.

La globalización ha permitido que ciertos modismos españoles se difundan más allá de las fronteras nacionales y sean reconocidos y utilizados en otros contextos. Esto ha sido posible gracias a los medios de comunicación, internet y el aumento de los intercambios culturales.

Algunos modismos españoles, especialmente los relacionados con emociones o situaciones universales, han logrado internacionalizarse, manteniendo su esencia y siendo comprensibles para hablantes de otras lenguas. “*Quedarse en blanco*” (olvidar algo repentinamente) es el ejemplo de un modismo que ha trascendido fronteras. Aunque originalmente es español, su significado es fácil de interpretar en otros idiomas, lo que ha permitido que se integre en la comunicación global, sobre todo en situaciones académicas o profesionales.

La globalización ha causado que algunos modismos tradicionales en español se modifiquen para ajustarse a nuevas realidades globalizadas. Estos cambios responden a la necesidad de adaptarse a un entorno cada vez más diverso, donde las referencias locales pueden no ser comprendidas por todos.

También algunos modismos que solían tener un contexto muy local o histórico han evolucionado para adaptarse a situaciones contemporáneas o globales. Esto incluye modificar la metáfora original para hacerla más accesible o relevante. Por ejemplo, el modismo “*hacer el agosto*” (ganar mucho dinero en poco tiempo, generalmente de manera ventajosa) tiene un origen agrícola relacionado con la cosecha en el mes de agosto. Sin embargo, en el contexto global actual, la expresión ha perdido en gran parte su referencia estacional y se usa en un sentido más amplio, refiriéndose a cualquier situación en la que alguien obtiene un beneficio significativo, independientemente de la época del año.

Además, con la globalización, algunos modismos españoles que eran complejos o muy arraigados en referencias culturales locales se han simplificado para ser más

comprensibles en un entorno más amplio y globalizado. Por ejemplo, “*buscarle tres pies al gato*” (complicar algo innecesariamente) es un modismo tradicional que ha visto una simplificación en su uso, particularmente en conversaciones con hablantes no nativos. En lugar de emplear esta imagen compleja, se tiende a decir algo más directo como “complicar las cosas”, eliminando la imagen del gato para hacer la expresión más accesible.

El proceso de globalización también ha provocado la desaparición de algunos modismos españoles, especialmente aquellos que tienen un fuerte arraigo en costumbres o realidades locales que ya no son tan comunes. Estos modismos pueden volverse obsoletos o ser reemplazados por expresiones más globalizadas o modernas.

Los modismos que están profundamente conectados con una región específica o con costumbres locales suelen ser los más afectados por la globalización, ya que el contacto con otras culturas favorece el uso de un español más neutral y estándar. Por ejemplo, la expresión “*estar como una cabra*” (estar loco) era muy popular en algunas regiones de España, pero su uso ha disminuido, especialmente entre los jóvenes, quienes prefieren expresiones más modernas o globalizadas como “*estar loco*” sin la metáfora de la cabra, que ha perdido vigencia. “*Dar un sopapo*” (dar una bofetada) es otro modismo que ha ido cayendo en desuso, especialmente fuera de los círculos más tradicionales. Hoy en día, es más común escuchar simplemente “*dar una bofetada*” o “*dar una torta*”, eliminando la palabra “*sopapo*”, que tiene una connotación más antigua.

Algunos modismos tradicionales han sido reemplazados por expresiones más universales o modernas debido a la influencia de medios de comunicación globalizados y a la interacción con otras culturas. Por ejemplo, la expresión “*a la tercera va la vencida*” (indica que después de varios intentos, el tercero será exitoso) ha sido en muchos casos sustituida por una fórmula más simple y directa como “*la tercera es la buena*”, debido a la tendencia a simplificar el lenguaje en contextos globalizados.

La globalización no solo ha modificado los modismos existentes, sino que también ha facilitado la creación de nuevos modismos que reflejan los cambios sociales y tecnológicos de un mundo interconectado. Estos nuevos modismos a menudo están relacionados con la tecnología, las redes sociales o las dinámicas globales contemporáneas.

Por ejemplo, “*estar en modo avión*” es un modismo reciente que hace referencia a la función de los teléfonos móviles que desconecta las comunicaciones. Se usa en contextos para referirse a una persona que está desconectada o no presta atención, creando un paralelismo con el estado de inactividad de un dispositivo. Este modismo es un claro ejemplo de cómo la tecnología y la globalización han influido en la creación de nuevas expresiones.

La globalización ha desempeñado un papel crucial en la modificación de los modismos españoles, impulsando su difusión, adaptación y, en algunos casos, sustitución o desaparición. Si bien ha permitido que algunos modismos se globalicen y sean comprendidos fuera de España, también ha causado que otros se simplifiquen o pierdan relevancia, especialmente aquellos que están profundamente arraigados en referencias locales o culturales específicas. Además, la globalización ha facilitado la creación de nuevos modismos que reflejan los cambios tecnológicos y sociales de un mundo interconectado. Estos procesos de modificación y adaptación reflejan el dinamismo de la lengua y su capacidad de transformación en respuesta a los contextos cambiantes.

3.5. Modismos y su uso en la vida cotidiana española

El uso de los modismos en la vida cotidiana española es un reflejo claro de cómo el lenguaje encarna aspectos culturales, sociales e históricos. Los modismos forman parte del día a día de los hablantes y se integran en las conversaciones informales, los medios de comunicación y, en ocasiones, en entornos más formales. Su frecuencia y naturalidad en el habla cotidiana reflejan la riqueza idiomática del español y la capacidad de estas expresiones para transmitir significados profundos con frases breves y cargadas de contenido simbólico.

Los modismos en España se utilizan para enriquecer el lenguaje, hacer las conversaciones más vivas y expresar ideas de forma más colorida. La riqueza cultural e histórica de España permite que los modismos varíen de una región a otra, aportando un carácter distintivo según la geografía o el grupo social. No obstante, hay modismos que han logrado un uso generalizado en todo el país, independientemente de la región, la edad o la clase social.

En España, los modismos se emplean de manera muy frecuente y espontánea. A menudo, estas expresiones surgen de forma automática en las conversaciones, ya que están

profundamente arraigadas en la mentalidad y cultura española. Los españoles usan modismos para suavizar temas delicados, hacer chistes, expresar emociones o enfatizar un punto de vista.

Aunque los modismos son parte integral de la vida cotidiana española, su uso puede variar ligeramente según la generación. Los más jóvenes tienden a adoptar modismos más modernos o influenciados por la globalización, mientras que las generaciones mayores utilizan con mayor frecuencia los modismos más tradicionales, aunque ambos grupos comparten muchas expresiones. Por ejemplo, los jóvenes pueden decir “*estar al loro*” (estar atento) en contextos más informales, como cuando se habla de estar al tanto de algo que está ocurriendo en el mundo de la moda o de la música. Este modismo ha sido adoptado en los últimos tiempos por su carácter moderno y fresco. Las generaciones mayores, en cambio, suelen usar más frecuentemente expresiones como “*hacer el agosto*”.

Los medios de comunicación en España, tanto la televisión como la radio, el cine y los periódicos, han jugado un papel clave en la preservación y difusión de los modismos en la vida cotidiana. Muchos presentadores de televisión, columnistas o actores usan modismos en su discurso, lo que contribuye a su perpetuación en el uso diario.

En los programas de entretenimiento, sobre todo en los talk shows, concursos y comedias, los modismos se usan frecuentemente para hacer que el lenguaje sea más cercano y coloquial, facilitando la conexión con el público. Por ejemplo, “*estar en el candelero*” (estar en el centro de atención) es un modismo que se escucha mucho en programas de entretenimiento cuando se habla de una persona famosa que está en el foco de los medios de comunicación. Es una expresión que enfatiza la exposición pública, especialmente en el contexto del espectáculo.

El cine y las series españolas a menudo utilizan modismos para retratar de manera más realista a los personajes y sus interacciones cotidianas. Los diálogos llenos de modismos añaden autenticidad y ayudan a reflejar el carácter cultural de los personajes. Por ejemplo, en muchas películas españolas, como en las comedias de Pedro Almodóvar, se pueden encontrar diálogos cargados de modismos que reflejan el contexto social y cultural de los personajes. Expresiones como “*echar un cable*” (ayudar a alguien) o “*irse al garete*”

(fracasar) son ejemplos de modismos que aparecen en estas producciones, haciendo que el lenguaje sea más familiar y accesible para el público.

Aunque los modismos son más comunes en contextos informales, también pueden aparecer en situaciones profesionales, especialmente en conversaciones más relajadas entre compañeros o en reuniones donde el tono es más distendido. Sin embargo, en general, se prefiere un lenguaje más neutral en situaciones de mayor formalidad.

En el entorno profesional, los modismos se utilizan para suavizar ciertas interacciones o para hacer referencias rápidas y claras a situaciones específicas. Pero en contextos más formales, como presentaciones o reuniones de negocios importantes, el uso de modismos se evita, ya que se considera que el lenguaje debe ser más preciso y técnico. No obstante, en conversaciones más distendidas entre colegas, los modismos pueden aparecer para relajar el ambiente. Por ejemplo, “*estar con la soga al cuello*” (estar en una situación difícil o desesperada) podría aparecer en una conversación entre compañeros para referirse a la presión o dificultad en una tarea, pero rara vez se utilizaría en una presentación formal.

Los modismos juegan un papel esencial en las relaciones interpersonales. Al ser parte del lenguaje coloquial, se usan para expresar cercanía, compartir bromas o transmitir emociones. En el día a día, los modismos ayudan a crear un ambiente más informal y relajado, lo que refuerza los lazos sociales.

En el entorno familiar, los modismos se emplean a menudo en situaciones relajadas, creando un ambiente distendido y cercano. En las interacciones cotidianas, se usan tanto para hacer bromas como para expresar emociones o consejos de manera indirecta.

Entre amigos, el uso de modismos es habitual, ya que contribuye a crear un lenguaje compartido y lleno de complicidad. Los modismos permiten expresar pensamientos y sentimientos de manera rápida y efectiva, reforzando la conexión entre las personas. Por ejemplo, “*darle vueltas al coco*” (pensar mucho en algo) es una expresión común entre amigos para referirse a una situación en la que alguien está pensando demasiado o preocupándose por algo. Se usa en tono amigable, a menudo como un consejo para no preocuparse en exceso.

En la vida cotidiana española, los modismos ocupan un lugar fundamental, aportando riqueza y matices al lenguaje coloquial. Son empleados de manera espontánea en una amplia variedad de contextos, desde conversaciones informales con amigos y familia hasta los medios de comunicación y, en ocasiones, en entornos profesionales. Su uso refleja la identidad cultural de los hablantes y contribuye a crear un lenguaje lleno de matices, humor y expresividad. Aunque algunos modismos son más regionales o generacionales, muchos han alcanzado un uso generalizado, consolidándose como parte esencial de la comunicación diaria en España.

3.6. Modismos españoles como el medio de influencia de los anuncios

El uso de modismos en la publicidad española es una estrategia efectiva que conecta directamente con los consumidores a nivel emocional, cultural y lingüístico. Los modismos, al ser expresiones idiomáticas profundamente enraizadas en la cultura popular, permiten que los anuncios resulten más memorizables y relevantes para el público, generando una identificación inmediata. Esta identificación se debe a que los modismos, al ser parte del habla cotidiana, se perciben como cercanos, familiares y auténticos. Además, estos giros idiomáticos tienen la capacidad de condensar significados complejos de manera sencilla y rápida, lo que es ideal para la comunicación publicitaria, donde el mensaje debe ser claro y directo en poco tiempo.

Una de las razones por las cuales los modismos son tan efectivos en la publicidad es su capacidad para conectar emocionalmente con el público. Estas expresiones idiomáticas están cargadas de significados que van más allá de las palabras y transmiten emociones, actitudes y valores que resuenan con la audiencia.

Los anuncios que utilizan modismos logran una sensación de familiaridad con el público. Al emplear expresiones que las personas escuchan y usan en su vida diaria, la publicidad parece menos intrusiva y más cercana, lo que facilita la aceptación del mensaje. Por ejemplo, el uso del modismo “*ponerse las pilas*” (esforzarse o activarse) en un anuncio de una marca de baterías o bebidas energéticas es una forma de crear un vínculo inmediato entre el producto y la necesidad de energía o concentración. La audiencia comprende rápidamente el mensaje y lo asocia con una necesidad real. Además, un anuncio de una

compañía aseguradora podría utilizar la frase “*más vale prevenir que curar*” (es mejor evitar problemas antes de que ocurran) para promover sus servicios. Este modismo, tan común en el habla española, refuerza la idea de tomar precauciones y lo relaciona con la utilidad del seguro.

Los modismos también tienen un fuerte componente de humor, lo que hace que los anuncios resulten más entretenidos y, por tanto, memorables. La publicidad que juega con el humor es más efectiva, ya que los consumidores tienden a recordar los mensajes que les provocan emociones positivas. Por ejemplo, un anuncio de un banco que utilice el modismo “*tirar la casa por la ventana*” (gastar sin reparos) en una campaña de préstamos o créditos puede resultar atractivo y divertido. Al jugar con esta expresión en un contexto financiero, la marca capta la atención del público de forma humorística, haciendo que el mensaje sea más fácil de recordar.

El uso de modismos en la publicidad también permite a las marcas conectar con los aspectos culturales y regionales específicos de su audiencia. En España, donde existen distintas variantes del español, los modismos pueden adaptarse a los contextos locales para crear anuncios más efectivos y personalizados.

Una de las ventajas más notables de los modismos en la publicidad es su capacidad para simplificar conceptos complejos y transmitirlos de forma rápida y eficaz. En un entorno donde el tiempo de atención de los consumidores es limitado, los modismos permiten a las marcas comunicar ideas de manera eficiente, sin necesidad de largas explicaciones.

Los modismos condensan significados amplios en pocas palabras, lo que es especialmente útil en anuncios donde el espacio es limitado, como en carteles o comerciales de televisión de corta duración. Por ejemplo, un anuncio de seguros de automóvil que utilice el modismo “*más vale tarde que nunca*” (mejor hacer algo tarde que no hacerlo) puede alentar a los consumidores a contratar un seguro aunque ya hayan postergado la decisión. La expresión es directa, clara y fácil de entender, lo que facilita la transmisión del mensaje en un tiempo reducido.

En el ámbito digital, donde la atención del usuario es aún más limitada, los modismos permiten transmitir un mensaje de manera rápida y eficaz. En las redes sociales, por ejemplo,

los anuncios que incluyen modismos populares son más propensos a ser compartidos, ya que el público los reconoce y siente una conexión inmediata. Por ejemplo, una campaña de marketing en redes sociales que utilice el modismo “*quedarse de piedra*” (sorprenderse mucho) para promocionar un producto novedoso puede atraer rápidamente la atención de los usuarios, especialmente si está acompañada de imágenes o vídeos que refuercen el sentido del modismo. Otros ejemplos son:

1. “*Estar en las nubes*” (estar distraído) podría adaptarse para una campaña de una aplicación de almacenamiento en la nube, diciendo algo como “*Deja que tus archivos estén en las nubes*” para asociar la tranquilidad y despreocupación con la seguridad de su servicio de almacenamiento.

2. “*Darle la vuelta a la tortilla*” (cambiar una situación de manera drástica) podría ser utilizado por una empresa de software para mostrar cómo su producto puede transformar una situación: “*Dale la vuelta a tu negocio con nuestra nueva herramienta*”, sugiriendo una mejora significativa en la productividad.

3. “*Viento en popa*” (ir muy bien) puede adaptarse para una campaña de servicios de transporte o viajes: “*Lleva tu viaje viento en popa con nuestros servicios de navegación*”, para comunicar que todo irá sin problemas y de manera eficiente.

4. “*Ahogarse en un vaso de agua*” (preocuparse demasiado por algo pequeño) podría utilizarse para promocionar una solución sencilla a problemas comunes en el hogar: “*No te ahogues en un vaso de agua, soluciona todo con nuestra app de mantenimiento en casa*”, mostrando que con una simple herramienta los problemas menores pueden resolverse fácilmente.

5. “*Romper el hielo*” (superar la tensión inicial) puede ser adaptado por aplicaciones de citas o redes sociales con frases como “*Rompe el hielo con un mensaje divertido*” para invitar a los usuarios a iniciar conversaciones de manera cómoda y amigable.

6. “*Llevar la voz cantante*” (ser el líder o tomar la iniciativa) puede usarse en una campaña para herramientas de liderazgo o gestión: “*Lleva la voz cantante en tu equipo con nuestra nueva plataforma de gestión de proyectos*”, vinculando la expresión con la idea de liderazgo y control eficiente.

Estos ejemplos muestran cómo las marcas pueden tomar modismos populares, modificarlos ligeramente o adaptarlos a su producto o servicio, y utilizarlos en sus campañas digitales para crear una conexión inmediata con el público. El uso de modismos no solo capta la atención, sino que también hace que los anuncios sean más reconocibles y compartibles en plataformas donde la rapidez y la efectividad del mensaje son clave.

El uso de modismos en la publicidad también permite a las marcas realizar juegos de palabras y crear adaptaciones creativas que hagan los anuncios más interesantes. Esta estrategia se utiliza con frecuencia para llamar la atención del consumidor y para que el mensaje se destaque entre otros anuncios más convencionales.

Los anunciantes a menudo modifican los modismos de manera creativa para que se adapten a su producto o servicio, manteniendo la esencia de la expresión original pero dándole un nuevo significado que esté relacionado con lo que se está promocionando. Por ejemplo, una campaña de una marca de zapatillas deportivas podría modificar el modismo “*estar en el séptimo cielo*” (sentirse muy feliz) y convertirlo en “*correr en el séptimo cielo*” para asociar la expresión con la comodidad y el placer de correr con sus productos. Esta modificación creativa del modismo capta la atención del público y lo asocia directamente con la marca. Otros ejemplos de cómo los modismos pueden ser modificados de manera creativa incluyen siguientes:

1. “*Tener la sartén por el mango*” (tener el control) podría transformarse en “*Tener el control con nuestras nuevas herramientas de cocina*”, en una campaña de utensilios de cocina, reforzando la idea de que con ese producto, el usuario domina la cocina de manera total.

2. “*Matar dos pájaros de un tiro*” (resolver dos problemas con una acción) podría adaptarse a una promoción de un servicio de telefonía y televisión como “*Mata dos problemas con una sola conexión*”, sugiriendo que el producto ofrece múltiples beneficios a la vez.

3. “*Más vale pájaro en mano que ciento volando*” (mejor tener algo seguro que arriesgarse a perderlo) podría usarse en una campaña de seguros como “*Más vale póliza en*

mano que problemas volando”, destacando la seguridad que el producto ofrece en tiempos de incertidumbre.

4. “*Ponerse las pilas*” (activarse, empezar a trabajar con más energía) puede transformarse en “*Ponle pilas a tu vida*” en una campaña de bebidas energéticas o de baterías, jugando con el doble sentido de recargar energía.

5. “*Echarle leña al fuego*” (agravar una situación) podría reinterpretarse como “*Echa leña a tu inspiración*” en una campaña de un producto creativo, como herramientas para artistas o escritores, cambiando el sentido negativo por uno motivador.

Estos ejemplos muestran cómo los anunciantes juegan con los significados establecidos de los modismos, dándoles un giro positivo o relacionado con el producto o servicio que ofrecen. El uso creativo de estos recursos ayuda a que los consumidores recuerden la campaña y sientan una conexión emocional con la marca.

Los juegos de palabras basados en modismos son una forma de hacer que el anuncio sea más ingenioso y, por lo tanto, más atractivo para el público. Este tipo de publicidad requiere que los consumidores piensen un poco más, lo que aumenta el nivel de compromiso y hace que el mensaje sea más memorable. Por ejemplo, un anuncio de una marca de vino podría utilizar el modismo “*hacer una montaña de un grano de arena*” (exagerar un problema) y modificarlo para decir algo como “*hacer una copa de vino de una uva*”, jugando con el proceso de producción del vino. Este juego de palabras hace que el anuncio sea inteligente y entretenido, mientras mantiene la esencia del modismo original.

Los modismos en la publicidad española son una herramienta eficaz para conectar con el público a nivel emocional y cultural. Su uso en anuncios permite a las marcas simplificar mensajes complejos, crear vínculos emocionales con el consumidor y aprovechar la carga cultural y humorística inherente a estas expresiones. Además, los modismos dotan a la publicidad de autenticidad, haciendo que los mensajes se sientan más cercanos y relevantes para los consumidores, y permitiendo que las marcas se diferencien en un mercado saturado de información. Así, los modismos se han consolidado como una estrategia clave en la publicidad, gracias a su capacidad de resonancia y efectividad comunicativa.

Conclusiones de la parte 3

En la tercera parte de este trabajo, dedicada al análisis de los modismos en el mundo contemporáneo y su traducción al ucraniano, se han destacado los desafíos que conlleva la adaptación de estas expresiones idiomáticas entre dos lenguas culturalmente diferentes. A lo largo del estudio, se ha demostrado que la traducción de los modismos españoles al ucraniano no solo implica un ejercicio lingüístico, sino también un esfuerzo por trasladar el profundo trasfondo cultural que llevan implícito.

Uno de los aspectos más importantes observados es la dificultad inherente a la traducción literal de los modismos. La gran mayoría de las expresiones idiomáticas no tienen un equivalente directo en ucraniano debido a las diferencias culturales e históricas entre ambas naciones. Por ello, la traducción de modismos requiere una serie de transformaciones lingüísticas para preservar tanto el significado como el impacto emocional y cultural del original. Entre las estrategias más utilizadas, destacan la paráfrasis, la adaptación cultural y la sustitución por expresiones equivalentes que, aunque no sean exactas, permitan transmitir la misma idea o sentimiento.

Además, la comparación entre los modismos españoles y las expresiones idiomáticas de otros idiomas, incluyendo el ucraniano, ha evidenciado la singularidad de cada lengua y cultura. Si bien existen ciertos modismos que comparten estructuras o conceptos comunes, resultado de influencias históricas globales, en muchos casos se observa una clara divergencia en las formas de expresión idiomática, lo que refuerza la idea de que los modismos son una ventana a la idiosincrasia de cada comunidad lingüística. Esta singularidad plantea un reto adicional para los traductores, quienes deben balancear entre mantener la autenticidad del modismo y hacerlo comprensible en el idioma de destino.

El análisis también ha revelado cómo la globalización ha comenzado a influir en la evolución de los modismos. En un mundo cada vez más interconectado, muchas expresiones tradicionales españolas están siendo desplazadas o modificadas por el contacto con otras lenguas, especialmente el inglés. La incorporación de neologismos y modismos extranjeros en el habla cotidiana refleja cómo la globalización está transformando no solo la lengua, sino también los valores y las formas de pensar en las sociedades contemporáneas. Sin

embargo, a pesar de estas influencias externas, los modismos tradicionales españoles siguen manteniendo un lugar relevante, sobre todo en la vida cotidiana y en la publicidad, donde se utilizan como herramientas poderosas para conectar emocionalmente con el público.

En este contexto, el uso de los modismos en la vida diaria española se mantiene vigente. Estas expresiones son un reflejo de la mentalidad colectiva y continúan sirviendo como un medio eficaz para transmitir ideas de manera rápida y cargada de connotaciones culturales. Igualmente, en el campo de la publicidad, los modismos funcionan como elementos clave que permiten a las marcas conectar de manera directa con sus consumidores, apelando a la familiaridad y al sentido de identidad compartida.

En resumen, esta parte del estudio ha puesto de relieve el papel esencial de los modismos como manifestaciones culturales y lingüísticas que no solo enriquecen la lengua, sino que también plantean retos significativos en su traducción. A pesar de los obstáculos que representa la transferencia de modismos entre lenguas tan diferentes como el español y el ucraniano, se ha evidenciado que, con las transformaciones adecuadas, es posible mantener su esencia. Asimismo, el impacto de la globalización y el uso de modismos en la publicidad subrayan la vitalidad y adaptación constante de estas expresiones en el mundo contemporáneo.

CONCLUSIONES GENERALES

La presente investigación ha explorado de manera exhaustiva los modismos españoles y su interrelación con los códigos culturales, abarcando aspectos teóricos fundamentales, un análisis lingüístico y cultural en profundidad, y una aplicación práctica en el contexto contemporáneo, centrándose en su traducción al ucraniano. A lo largo de las tres partes de esta investigación, hemos conseguido construir un marco integral que no solo define y clasifica los modismos, sino que también examina su relevancia cultural y su adaptación en un mundo globalizado.

En la primera parte, se han sentado las bases teóricas para entender los modismos. Comenzamos con su definición y la distinción entre modismos, refranes y locuciones, proporcionando un contexto claro que permite una mejor comprensión de su función dentro del lenguaje. La relación intrínseca entre lengua y cultura se ha destacado mediante teorías que sostienen cómo la cultura influye en el uso de expresiones idiomáticas. Al discutir el código cultural en la lingüística, hemos revelado que los modismos son reflejos de valores, creencias y prácticas sociales, funcionando como auténticos portadores de la cultura. Esta parte ha permitido no solo definir el término “modismo”, sino también contextualizarlo en un marco más amplio de interacciones culturales, mostrando cómo estas expresiones encapsulan la experiencia colectiva de una comunidad.

En la segunda parte, se ha llevado a cabo un análisis más detallado de los modismos españoles, clasificándolos según su origen y explorando diversas categorías, como la historia, la geografía, la literatura y la religión. Este análisis ha demostrado la riqueza y diversidad de los modismos en el español, revelando su capacidad para evolucionar y adaptarse a diferentes contextos culturales. A través de ejemplos específicos, se ha evidenciado cómo los modismos pueden surgir de contextos históricos particulares o de tradiciones geográficas, lo que resalta la pluralidad de influencias que han dado forma a la lengua española. Además, se ha considerado la estructura lingüística de los modismos, llevando a una mayor apreciación de su complejidad y del rol que juegan en la comunicación cotidiana. La conclusión de esta parte subraya que los modismos no son meras herramientas

lingüísticas; son componentes significativos de la identidad cultural española, que ofrecen una visión sobre la mentalidad y la cultura del pueblo hispanohablante.

La tercera parte se ha centrado en el papel de los modismos en el mundo contemporáneo, así como en los retos de su traducción al ucraniano. Hemos identificado problemas específicos que surgen al intentar traducir modismos que carecen de equivalentes directos, lo que plantea un desafío para los traductores. Las transformaciones necesarias para adaptar estos modismos, sin perder su esencia, son esenciales para mantener el significado y la carga cultural. Este proceso de adaptación ha mostrado que la traducción de modismos requiere no solo habilidades lingüísticas, sino también un profundo entendimiento cultural.

Además, la comparación con expresiones de otros idiomas ha revelado tanto similitudes como diferencias culturales, enriqueciendo así la comprensión del impacto de la globalización en los modismos. A medida que las culturas se entrelazan, muchos modismos tradicionales han experimentado cambios en su uso y significado, lo que demuestra una dinámica evolutiva en el lenguaje. Esta influencia de la globalización también ha llevado a la introducción de nuevos modismos y al uso de expresiones extranjeras en la comunicación diaria, reflejando una realidad cada vez más interconectada.

El análisis del uso de modismos en la vida cotidiana española ha reafirmado su papel central en la comunicación. Estas expresiones continúan siendo herramientas efectivas para transmitir ideas y emociones, funcionando como un puente cultural que conecta a los hablantes con su historia y tradición. Asimismo, su utilización en la publicidad demuestra su poder de influencia sobre los consumidores, ya que las marcas emplean estos modismos para generar conexiones emocionales y culturales con su público objetivo. La familiaridad y la carga emocional de los modismos los convierten en recursos valiosos para la comunicación persuasiva, lo que a su vez refleja la relevancia continua de estas expresiones en la vida contemporánea.

En conclusión, este trabajo ha logrado una integración profunda de los aspectos teóricos y prácticos relacionados con los modismos españoles. A través de una investigación detallada, hemos evidenciado cómo los modismos no solo enriquecen el idioma, sino que

también actúan como portadores de la cultura y la identidad. La necesidad de realizar transformaciones en la traducción y el impacto de factores como la globalización muestran la continua evolución de estas expresiones en el mundo contemporáneo. Al abordar la complejidad de la traducción de modismos entre lenguas tan diferentes como el español y el ucraniano, este diploma ofrece una base sólida para futuros estudios en este fascinante campo, contribuyendo a un mejor entendimiento de cómo las expresiones idiomáticas pueden servir como herramientas valiosas en el intercambio cultural y lingüístico. La investigación no solo ha enriquecido nuestro conocimiento sobre los modismos, sino que también ha subrayado su importancia en la comprensión de la lengua como un fenómeno vivo y en constante transformación.

BIBLIOGRAFÍA

1. *Acta Académica*. Recuperado de: <https://www.academica.org/000-076/55.pdf>.
2. Calderón de la Barca, Pedro. (2003). *La dama duende*. Edición de Juan Carlos Conde. Madrid: Ediciones Cátedra.
3. Ceballos, A. (2020). *Frasas y refranes de la lengua española: un recorrido cultural*. Editorial Espasa.
4. Cervantes, Miguel. (1998). *Don Quijote de la Mancha*. Edición de Francisco Rico. Barcelona: Editorial Crítica.
5. Cortés, Ana. (2011). *El español en la vida cotidiana: Modismos y su significado*. Valencia: Ediciones de la Universidad de Valencia.
6. Cortés, Antonio. (2015). *El diccionario de las expresiones españolas: origen y significado*. Ediciones EDAF.
7. Cruz, Javier. (2018). *Expresiones idiomáticas en el español: Orígenes y usos contemporáneos*. Madrid: Editorial Espasa.
8. ¿Cuál es el significado de “a la altura del betún”? Recuperado de: <https://es.bab.la/diccionario/espanol/a-la-altura-del-bet%C3%BAn>
9. CVC. refranero multilingüe. ficha: a quien madruga, dios le ayuda. *CVC. Centro Virtual Cervantes*. Recuperado de: <https://cvc.cervantes.es/lengua/refranero/ficha.aspx?Par=58122&Lng=0#:~:text=Significado:%20Recomienda%20ser%20diligente%20para,las%20pretensiones,%20en%20el%20trabajo.&text=Comentario%20al%20marcador%20de%20uso,se%20levanta%20con%20buen%20pie>.
10. CVC. refranero multilingüe. ficha: más vale pájaro en mano que ciento volando. *CVC. Centro Virtual Cervantes*. Recuperado de: <https://cvc.cervantes.es/lengua/refranero/ficha.aspx?Par=59052&Lng=0#:~:text=Significado:%20Se%20aplica%20a%20quienes,esperando%20otras%20mejores%20pero%20inciertas>.
11. El lenguaje como hecho cultural. *Grupo Eumed.net*. Recuperado de: <https://www.eumed.net/rev/cccss/08/vmbm2.htm>.

12. El origen de la expresión “irse por los Cerros de Úbeda”. *ARTIFICIS · Turismo · Visitas guiadas · Úbeda y Baeza · Patrimonio de la Humanidad · Sinagoga del Agua · Museo San Juan de la Cruz · Bono Turístico · Tren Turístico*. Recuperado de: <https://artificis.com/irse-por-los-cerros-de-ubeda/>.
13. Entre la espada y la pared - Wikcionario, el diccionario libre. *Wikcionario*. Recuperado de: https://es.wiktionary.org/wiki/entre_la_espada_y_la_pared#:~:text=En%20sentido%20figurado,%20estar%20en%20una%20situaci%C3%B3n%20dif%C3%ADcil%20y%20comprometida.
14. Expresiones: lavarse las manos. *DECEL - Diccionario Etimológico Castellano En Línea*. Recuperado de: <https://etimologias.dechile.net/Expresiones/?Lavarse-las-manos>.
15. Gámez, J. (2019). *La Batalla de Lepanto: La victoria de la Liga Santa y su significado histórico*. Ediciones del Serbal.
16. García, Raúl. (2021). *Mitología y lenguaje: El legado de los mitos en el español*. Madrid: Ediciones Siglo XXI.
17. Gómez, María. (2022). *La soltería en la cultura española: Orígenes y modismos*. Madrid: Editorial Espasa Calpe.
18. González, Antonio. (2005). *Historias y leyendas del mar en Andalucía*. Sevilla: Editorial Almuzara.
19. González, Laura. (2021). *Bestias y leyendas: Criaturas míticas de la cultura española*. Toledo: Ediciones de Castilla-La Mancha.
20. González, Manuel. (2005). *La obra maestra de Cervantes: Don Quijote de la Mancha*. Valencia: Editorial Cátedra.
21. González, Raúl. (2012). *El lenguaje del español y su relación con la Biblia: Modismos y expresiones comunes*. Barcelona: Ediciones Pomares.
22. *Grow Think Tank*. Recuperado de: <https://www.growthinktank.org/wp-content/uploads/2020/09/La-performatividad-del-lenguaje.pdf>.
23. Gutiérrez, M. (2020). *Frases y refranes en la lengua española: Orígenes y usos*. Madrid: Ediciones del Serbal.
24. Hacer una montaña de un grano de arena. *Cambridge Dictionary. English Dictionary, Translations & Thesaurus*. Recuperado

de: https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/espanol-ingles/hacer-una-montana-de-un-grano-de-arena#google_vignette.

25. Hernández, Alicia. *Diccionario de modismos españoles: Orígenes y usos*. Sevilla: Ediciones Roca, 2020.
26. *Home. California State University, Bakersfield*. Recuperado de: https://www.csub.edu/~tfernandez_ulloa/LENGUA-CULTURA-PENSAMIENTO.ppt.
27. Horsfall, Nicholas. (1982). “*The Caudine Forks: Topography and Illusion*”. *Papers of the British School at Rome*, Vol. 50, Roma: British School at Rome.
28. Icíar, Juan de. (1950). *El arte de la caligrafía: Tratado sobre la escritura correcta*. Edición de Joaquín Aranda. Madrid: Ediciones Cultura Hispánica.
29. *Inicio. accedaCRIS*. Recuperado de: https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/73771/2/TFM_MECU_Armiche_Hidalgo_Reboso.pdf.
30. *La vida de Lazarillo de Tormes y de sus fortunas y adversidades*. (2000). Edición de Francisco Rico. Madrid: Cátedra.
31. Llorente Maldonado, Manuel. (1989). *El pan en la cultura española*. Madrid: Editorial Complutense.
32. *Locuciones y modismos*. Recuperado de: <https://ellapizrojo.wordpress.com/2013/05/24/locuciones-y-modismos/>.
33. López F. A. *¿Qué son los códigos culturales?* Recuperado de: <https://www.weluntranslations.com/post/2016/08/05/-qué-son-los-códigos-culturales>.
34. López, Juan. (2018). *Refranes y modismos de la cultura popular española*. Sevilla: Ediciones Alfar.
35. López, María. (2013). *El impacto de la religión en el lenguaje español: Frases y expresiones comunes*. Madrid: Ediciones Akal.
36. López, Teresa. (2017). *Mitos en el lenguaje: La herencia de la mitología clásica en el español*. Valencia: Editorial Pretextos.
37. María José García, Antonio. (2006). *El lenguaje de Don Quijote: Estudio de las expresiones y su significado*. Madrid: Ediciones Akal.

38. Marín, Antonio. (1998). *El teatro de Lope de Vega: Un análisis de las obras más representativas*. Barcelona: Ediciones Cátedra.
39. Martín, A. (2020). *El español y sus expresiones: Una guía cultural*. Valencia: Editorial Planeta.
40. Martín, A. (2019). *Expresiones idiomáticas del español: Orígenes y significados*. Madrid: Ediciones Akal.
41. Marín, Carlos. (2015). *El origen de las frases y expresiones españolas*. Espasa Calpe.
42. Martín, Carlos. (2019). *Mitos y leyendas de la España medieval: El basilisco y otras criaturas*. Madrid: Ediciones Siruela.
43. Martínez, Antonio. (2014). *Expresiones coloquiales en el español: Orígenes y significados*. Madrid: Ediciones de la Universidad Complutense.
44. Martínez, José Antonio. (2003). *Diccionario de modismos y expresiones populares de España*. Madrid: Editorial Gredos.
45. Mendoza, Juan. (2019). *El Cid y su legado en el lenguaje español: Héroes y modismos*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
46. Moreno, Javier. (2011). *El lenguaje de la devoción: Modismos y expresiones en el español religioso y laico*. Valencia: Editorial Crítica.
47. Origen y significado de “salir de Málaga y meterse en Málaga” - el sabio. Recuperado de: <https://ultracabron.com/origen-y-significado-de-salir-de-malaga-y-meterse-en-malagon/>.
48. Pérez Galdós, Benito. (1994). *Los Episodios Nacionales: Trafalgar*. Madrid: Alianza Editorial.
49. Pérez, Isabel. (2020). *Leyendas y mitos de la Edad Media: El Santo Grial en la cultura española*. Barcelona: Ediciones Akal.
50. Pérez, María del Carmen. (1995). *Saturnino Calleja y el arte de contar cuentos*. Valladolid: Ediciones Castalia.
51. Porto J. P., Merino M. Modismo - Definicion.de. *Definición.de*. Recuperado de: <https://definicion.de/modismo/>.

52. ¿Qué diferencia hay entre locución, frase hecha, refrán y proverbio? *Spanish Language Stack Exchange*. Recuperado de: <https://spanish.stackexchange.com/questions/21540/qué-diferencia-hay-entre-locución-frase-hecha-refrán-y-proverbio>.
53. ¿Qué significa llover a cántaros en español? *El blog para aprender español*. Recuperado de: <https://blogdeespanol.com/2018/02/llover-a-cantaros/>.
54. Quevedo, Francisco. (2001). *La friolera*. Edición de Luis Martínez de las Rivas. Madrid: Ediciones Cátedra.
55. Raiter A., Zunino G. M. Universalismo y relativismo: lenguaje y conceptos. *Academia.edu - Find Research Papers, Topics, Researchers*. Recuperado de: https://www.academia.edu/38778801/Universalismo_y_relativismo_lenguaje_y_conceptos.
56. Real academia española. *Diccionario panhispánico de dudas*. Recuperado de: <https://www.rae.es/dpd/tut%C3%ADa>
57. Real Academia Española (RAE). (2010). *Diccionario de la lengua española*. 23.^a ed. Espasa Calpe.
58. Rincón, José Luis. (2002). *El personaje de Sancho Panza en el Quijote: Entre la realidad y la fantasía*. Madrid: Ediciones Istmo.
59. Ríos, Elena. (2018). *Modismos y expresiones en el español: Orígenes y transformaciones*. Madrid: Ediciones Akal.
60. Ríos, Laura. (2008). *El lenguaje de la religión: Expresiones y modismos en la cultura española*. Madrid: Ediciones Espasa.
61. Rodríguez, Beatriz. (2015). *Frases célebres y su origen: Un análisis del lenguaje bíblico en el español*. Madrid: Ediciones Alianza.
62. Rodríguez, Fernando. (1997). *La simbología medieval en el imaginario español*. Barcelona: Ediciones Destino.
63. Salas, José. (2016). *Imágenes y expresiones en el español: La influencia de la religión en el lenguaje*. Sevilla: Editorial Hispalibros.
64. Sánchez, Manuel. (2012). *Las raíces bíblicas del lenguaje español: Expresiones y su significado*. Barcelona: Ediciones Destino.

65. Sánchez, M. (2021). *El oasis en la lengua: Modismos y su simbolismo*. Sevilla: Editorial Renacimiento.
66. Sánchez, R. (2019). *Frases y dichos: historia y significado*. Sevilla: Editorial Planeta.
67. Sanz E. ¿De dónde viene la expresión “dar calabazas”? *Muy Interesante*. Recuperado de: <https://www.muyinteresante.com/curiosidades/27990.html>.
68. Serrano, Laura. (2018). *Mitos y metáforas en el lenguaje español: Un análisis de expresiones populares*. Madrid: Ediciones Istmo.
69. Tirar la toalla - Wikcionario, el diccionario libre. *Wikcionario*. Recuperado de: https://es.wiktionary.org/wiki/tirar_la_toalla.
70. Torrente Ballester, Gonzalo. (1963). *Don Juan*. Madrid: Alianza Editorial.
71. Valero, Francisco. (2005). *El traidor y el héroe: La figura de Judas en la literatura y el lenguaje popular*. Madrid: Ediciones Akal.
72. Vargas, Esteban. (2019). *Héroes de la mitología en el lenguaje: Modismos y expresiones en español*. Barcelona: Editorial Ediciones B.