

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA  
CARRERA DE LINGÜÍSTICA**

**TRABAJO DE FIN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN LINGÜÍSTICA**

**LA PRÁGMATICA Y SEMÁNTICA DE LOS ZOOMORFISMOS FRASEOLÓGICOS  
EN EL ESPAÑOL DE ECUADOR**

**MILENA SOLEDAD LÓPEZ SUÑA**

**DIRECTORA: MGTRA. GUADALUPE UQUILLAS**

**QUITO, JUNIO 2022**

***Dedicatoria***

*A mis padres, a mi abuelita, y a mis tías que han hecho de mí la mujer que soy  
ahora.*

### *Agradecimientos*

Dicen que el tiempo es lo más valioso que alguien nos puede dar. Por ello, agradezco, en primer lugar, a Guadalupe, quien con cariño, dedicación y paciencia fue una guía no solo en el proceso de realización de este estudio, sino también en los cuatro años de mi estancia en la Universidad.

Así también, agradezco a aquellas maestras que aportaron en mi formación como persona y profesional: Janine, Verónica y Marleen.

A mis padres, por el sacrificio que han hecho, aun cuando eso ha supuesto separarnos por un tiempo.

A mis primas y a mis primos por su apoyo en todo este proceso.

A mis amigos, Leo, Camila, Jacqueline, Iskra, Dany y Mile, que brindándonos soporte entre unos y otros, hicimos de estos cuatro años unos de los mejores de este viaje llamado vida.

A mis amigos de vida, Fernando, John, Heidy, Carmen, Stefany y Ale.

A los participantes de esta investigación, quienes sin dudarle entregaron de su tiempo, contribuyendo a la ejecución de la misma.

Por último, pero más importante, gracias a Dios por haberme permitido llegar hasta aquí.

## Resumen

El presente artículo analiza los *zoomorfismos fraseológicos* empleados en el habla ecuatoriana. La investigación se llevó a cabo con base en un corpus obtenido a raíz de la aplicación de una encuesta a hablantes nativos de español, nacidos en distintas provincias de Ecuador. El estudio fue de naturaleza semántica-pragmática. Así pues, como explica Ruíz (1997), se demuestra que la mayoría de las unidades fraseológicas (UFs) tienen origen en una metáfora. No obstante, como sugieren autores como Corpas (1996) y García-Page Sánchez (2008), el símil debe ser considerado también como un factor de la *idiomaticidad* de los *fraseologismos*. Estos tropos lingüísticos reflejan la motivación semántica tanto icónica como simbólica de los *zoomorfismos*. El análisis pragmático de ellos revela que en la intención o  *fuerza ilocutiva* con los que son utilizados subyacen estereotipos de distinta índole, en este caso estereotipos estéticos y estereotipos de género enfocados en roles masculinos y femeninos. De esta forma, se siguen perpetuando cánones de belleza, y actividades y comportamientos atribuidos a mujeres y hombres.

**Palabras clave:** zoomorfismos fraseológicos, español ecuatoriano, lingüística, semántica, pragmática, unidades fraseológicas, estereotipos, estereotipos estéticos, estereotipos de género, roles de género.

## Abstract

This article analyzes the phraseological units with a zoomorphic component used in Ecuadorian speech. The research was carried out based on a corpus obtained from the application of a survey to native speakers of Spanish, born in different provinces of Ecuador. The study was semantic-pragmatic in nature. Thus, as Ruíz (1997) explains, it is shown that most of the phraseological units have their origin in a metaphor. However, as suggested by authors such as Corpas (1996) and García-Page Sánchez (2008), the simile should be considered as a factor in the idiomaticity of phraseological units. These linguistic tropes reflect both the iconic and symbolic semantic motivation of these expressions. A pragmatic analysis of these forms reveals that the intention or illocutive force with which they are used underlies stereotypes of different kinds, in this case beauty stereotypes and gender stereotypes focused on male and female roles. In this way, beauty canons and activities and behaviors attributed to women and men continue to be perpetuated.

**Keywords:** *phraseological units, zoomorphic component, Ecuadorian speech, Ecuadorian Spanish, semantics, pragmatics, animal metaphors, beauty stereotypes, gender roles and stereotypes.*

## Índice de Contenidos

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN .....	7
INTRODUCCIÓN .....	11
OBJETIVOS .....	13
OBJETIVO GENERAL .....	13
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL .....	14
1. SEMÁNTICA.....	14
1.1. <i>Connotación vs. denotación</i> .....	14
2. FRASEOLOGÍA: UN REFLEJO DE LA RELACIÓN LENGUA-CULTURA.....	15
2.1. <i>Unidades fraseológicas (UF), el objeto de estudio de la fraseología</i> .....	17
2.1.1. Zoomorfismos: Unidades Fraseológicas que incluyen seres faunísticos .....	18
2.1.2. Principales características de las UFs.....	19
2.1.3. Tipos de motivación de las Unidades Fraseológicas (UFs) .....	23
2.1.4. Factores semánticos de idiomática en las UFs.....	24
3. PRAGMÁTICA .....	25
3.1. <i>Actos de habla</i> .....	26
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	28
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS .....	31
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	47
BIBLIOGRAFÍA .....	51
ANEXOS .....	55

## Índice de Ilustraciones

<b>ILUSTRACIÓN 1:</b> CARACTERÍSTICAS DE LAS UNIDADES FRASEOLÓGICAS, PROPUESTAS POR CORPAS (1996).....	20
--	----

## Índice de Tablas

<b>TABLA 1:</b> ZOOMORFISMOS FRASEOLÓGICOS EN RELACIÓN CON ESTEREOTIPOS ESTÉTICOS .....	31
<b>TABLA 2:</b> FUERZA ILOCUTIVA DEL USO DE ZOOMORFISMOS FRASEOLÓGICOS CON RELACIÓN A ESTEREOTIPOS ESTÉTICOS .....	34
<b>TABLA 3:</b> ZOOMORFISMOS FRASEOLÓGICOS UTILIZADOS CON RELACIÓN A ESTEREOTIPOS DE GÉNERO (ROLES DE GÉNERO) .....	37
<b>TABLA 4:</b> FUERZA ILOCUTIVA DEL USO DE ZOOMORFISMOS FRASEOLÓGICOS CON RELACIÓN A ESTEREOTIPOS DE GÉNERO .....	42

## ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Sanz Martín (2015) afirma que “la fraseología es una parcela del lenguaje que refleja la realidad sociocultural”. Cuando observamos el caudal fraseológico de las lenguas es impresionante darnos cuenta del número enorme de expresiones, modismos, refranes, proverbios y frases, que estas guardan. Según Sapir y Whorf (1966) *cultura* es “aquello que una sociedad hace y piensa”, y aquello que piensa es comunicado por medio de la lengua (como se cita en Li, 2018). De esa forma, las unidades fraseológicas son parte sustancial de una comunidad lingüística, pues la lengua en sí es un contenedor de ideas o pensamientos compartidos por un grupo.

Las distintas unidades fraseológicas, que en su mayoría son figurativas, se construyen a partir de la relación entre un dominio de origen y un dominio meta. De ese modo, encontramos *fraseologismos*, cuyos componentes tienen elementos peculiares como colores (*ponerse morado*), alimentos (*estar delgado como un tallarín, ponerse rojo como un tomate*), partes del cuerpo (*estar hasta la coronilla*), prendas de vestir (*ponerse en los zapatos del otro*), entre otros. Sin embargo, unos de los componentes que han sido exhaustivamente analizados en estos tipos de construcciones son los animales, pues se ha corroborado que son elementos sobre los cuales echan raíz muchas unidades fraseológicas. Los *fraseologismos* de este tipo son conocidos ampliamente como *zoomorfismos fraseológicos*, pues, a través del uso idiomático de un animal, se hace referencia a un sinnúmero de atributos humanos, ya sean conductas, características o actitudes. Ejemplos de ello se encuentran en *hablar como loro, tener cintura de avispa, ser un gallina*, etc.

Asimismo, resulta interesante detenernos a analizar no solo los significados que los zoomorfismos suponen, sino también las intenciones con las cuales son utilizados, es decir, desde un punto de vista pragmático, la fuerza ilocutiva que estos tienen. Es así como Gutiérrez (2013) concluye que “los hablantes con mayor conocimiento/uso de una unidad fraseológica tienen la tendencia a activar explícitamente los estereotipos que subyacen a dichas unidades”.

Respecto a los *zoomorfismos fraseológicos*, dentro del ámbito del español, se han realizado estudios que giran en torno a dichas unidades fraseológicas. De esta manera, encontramos investigaciones de diversa índole, desde estudios contrastivos, estudios enfocados en ciertas variedades de la lengua, hasta análisis cognitivos.

En lo concerniente a estudios contrastivos, encontramos el trabajo de Szyndler (2014), *Zoomorfismos fraseológicos del español y del polaco: un estudio contrastivo desde el punto de vista de la lingüística cultural*, en el que se analizan los *zoomorfismos* de la fraseología española y polaca, centrándose tanto en aspectos semánticos como en sus caracteres pragmáticos. Asimismo, Piñel (1997) en su estudio *El mundo animal en las expresiones alemanas y españolas y sus connotaciones socioculturales*, agrupa los *fraseolexemas*<sup>1</sup> en 4 grupos diferentes, de acuerdo con el grado de equivalencia entre las dos lenguas. Así, determina que, 1) la equivalencia formal y semántica en ambos idiomas es absoluta, 2) el *fraseolexema* español equivalente al alemán tiene un referente animal distinto al alemán, aunque formal y semánticamente son idénticos, 3) existen *fraseolexemas* alemanes sin equivalente total en español, pero cuyo contenido semántico es transparente, y 4) existen casos en los que las unidades fraseológicas alemanas son opacas y requieren una explicación cultural. Finalmente, Suárez (2005) realiza un *Análisis fraseológico sobre una base de zoomorfismos en los idiomas ucraniano y español*. Allí, revela que existen pocas instancias de unidades fraseológicas equivalentes absolutas, es decir, es difícil que dos lenguas tan diferentes coincidieran tanto en la organización estructural como en significado. Sin embargo, fueron más recurrentes las muestras de UFs<sup>2</sup> equivalentes incompletas (aquellas que coinciden en significado, pero no en estructura) y análogas (aquellas que coinciden en significado, pero no en estructura ni en composición), mientras que el grupo más grande correspondió a aquellas unidades

---

<sup>1</sup> Término con el que la autora se refiere a los *fraseologismos*.

<sup>2</sup> Abreviación a Unidad(es) Fraseológica(s).

figurativas con nula equivalencia entre las lenguas analizadas. Además, se identificaron unidades fraseológicas pseudoequivalentes, en las cuales tanto la estructura como el componente animal eran los mismos; sin embargo, el significado cambiaba totalmente entre una lengua y otra.

En cuanto al análisis de *zoomorfismos* en ciertas variedades del español, se encontraron tres investigaciones al respecto. La primera de ellas corresponde al *uso de metáforas de animales en el habla bogotana* (Suárez, 2015). Se concluyó que el uso de metaforizaciones en esta variedad responde a un proceso de construcción conceptual diaria, donde se establecen conexiones entre un dominio de origen (plano animal) y un dominio de destino (plano humano). No obstante, también se llegó a evidenciar que siendo la metáfora un proceso que surge de las experiencias directas de los hablantes, a medida que la experiencia tiene lugar, se configuran también las connotaciones semánticas, es decir, da pie a cambios semánticos o *lexicalizaciones*. En el mismo orden de ideas, el trabajo *¿Vacas o toras? La representación de la mujer en la fraseología zoomorfa cubana* de Labrada, et al. (2021, p. 170), muestra que “el uso de metáforas zoomorfas en el español de Cuba refleja la experiencia cultural y social de sus usuarios, pues es común la presencia de animales típicos del país”. Además, fue notorio el predominio de *zoomorfismos* que reflejan características negativas de la mujer, que se derivan de estigmas sociales de antaño. Igualmente, en su trabajo investigativo *Metáforas zoomorfas en el español de Argentina*, Sciutto (2005) llegó a deducir que, a través de la metáfora, las 694 UFs zoomorfas describen a los seres humanos por medio de comportamientos o formas animales, lo que presupone connotaciones tanto positivas como negativas; sin embargo, la mayoría de ellas transfiere al individuo atributos negativos adjudicados, por naturaleza, a ciertos seres faunísticos.

Por último, respecto al estudio cognitivo al que hicimos referencia, este corresponde al ejecutado por Sanz Martín (2015) y titulado *Las Metáforas Zoomorfas desde el Punto de Vista*

*Cognitivo.* La autora colige que los usos metafóricos de los *zoomorfismos* tienen estrecha relación con la categorización y la naturaleza corporal de la lengua, y son recursos altamente productivos para adjudicarle características a los seres humanos. Asimismo, mostró que “los sustantivos faunísticos activan preferentemente el marco semántico *entidad animal*, pero que también son susceptibles de activar otros marcos como los siguientes: 1) función, 2) apariencia, 3) capacidad y 4) comportamiento” (Sanz Martín, 2015, p. 380). En consecuencia, sugiere que mientras unas metáforas zoomorfas se basan en una similitud objetiva, otras se apoyan en una similitud percibida.

Siendo de este modo, el desarrollo del presente estudio es de suma relevancia y pertinencia, pues también en el español ecuatoriano se hace uso de este tipo de *zoomorfismos fraseológicos*, que además de utilizarse para aludir a características, comportamientos y habilidades humanas, también guardan un fuerte trasfondo sociocultural, pues parecen reflejar la cosmovisión de la comunidad hablante.

Por un lado, desde el punto de vista personal, el tema merece especial atención porque, por experiencia propia, he advertido que el uso de zoomorfismos es recurrente en el habla cotidiana y, además, refleja la estrecha relación creada entre los seres humanos y animales con el tiempo. Por otro, socialmente, es atractivo que, pese a las nuevas olas destructivas de prejuicios y estereotipos, estos se sigan reproduciendo en las conversaciones cotidianas, lo que resulta incongruente con los avances sociales respecto al tema. Finalmente, en un plano académico, no se ha realizado ninguna investigación hasta la fecha de realización de este estudio, respecto a la variedad ecuatoriana del español. Por ello, este estudio lingüístico es precursor para trabajos posteriores que, así mismo, vinculen factores lingüísticos como extralingüísticos en la utilización de los *zoomorfismos fraseológicos*.

## INTRODUCCIÓN

Considerados los antecedentes respecto al tema central de investigación, podemos afirmar que los *zoomorfismos fraseológicos* son aún material en bruto que puede ser explotado desde la perspectiva lingüística, pues es evidente que se ha puesto especial atención en ellos recién desde inicios de los años 2000. En ese sentido, en el presente trabajo se abordará el tema de los *zoomorfismos fraseológicos* del habla ecuatoriana, a partir de un análisis semántico y pragmático. Para ello, una encuesta aplicada a nativo-hablantes de español en Ecuador, echó luz sobre las UFs más comunes en el contexto del país. A partir de ellas, se pretende determinar los estereotipos que, a través de la lengua, impiden que se extirpen ciertas ideas o creencias sobre temas como *la belleza* y *los roles de género*. Con ese fin, este estudio trabaja únicamente con los *zoomorfismos* más reconocidos y convencionalizados, tanto en significado como en uso, dentro del ámbito ecuatoriano cuando se trata de estereotipos estéticos y de género. Así, se busca examinar los estereotipos que subyacen el uso de *zoomorfismos fraseológicos* en el habla cotidiana de los ecuatorianos.

Con el fin de desarrollar y guiar la investigación, los contenidos de este trabajo se organizan de la siguiente manera:

Esta sección introductoria se complementa con el planteamiento de los objetivos del estudio. A continuación, aparece la sección “Marco teórico conceptual”, en la cual se describen brevemente todos aquellos conceptos, teorías y definiciones lingüísticas necesarias para el análisis y comprensión de los datos obtenidos en el estudio. El apartado que sigue se trata del titulado “Análisis e interpretación de datos”, donde se exhiben dos tipos de análisis por cada categoría. Por un lado, gracias a un análisis semántico, se ponen en evidencia los significados convencionalizados de los *zoomorfismos*, así como las imágenes retóricas que los originan. Seguidamente, se encuentran las conclusiones y recomendaciones, y, por último, los “Anexos” incluyen, por un lado,

el corpus inicial de *zoomorfismos* y la categorización que se hizo de ellos, así como el modelo de encuesta que fue aplicada en los informantes, junto con las respuestas obtenidas.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Realizar un análisis lingüístico de zoomorfismos fraseológicos utilizados en el habla ecuatoriana, para identificar los estereotipos estéticos y los roles de género que son reforzados y reproducidos mediante su uso.

### **Objetivos Específicos**

- Determinar los significados institucionalizados de los zoomorfismos fraseológicos como producto de la convención social.
- Explicar, desde la semántica, la manera en que los tropos lingüísticos motivan la *idiomaticidad* de las unidades fraseológicas que contienen animales, y al mismo tiempo, cómo esto refleja el tipo de motivación semántica de las mismas.
- Establecer la fuerza ilocutiva que lleva consigo el uso de ciertos zoomorfismos fraseológicos, a través de un análisis pragmático.

## MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

### 1. Semántica

La semántica es definida, sucintamente, como la rama de la lingüística que “estudia el significado de las unidades lingüísticas y de sus combinaciones” (RAE, 2021). No obstante, el lingüista francés, Michel Bréal, añade que la semántica es la ciencia de los significados, “cuya materia la constituía el estudio de la causa y estructura de los procesos de los cambios en los significados de las palabras: ampliación y reducción de significados, transferencia de significados, elevación y degradación de su valor, etc.” (Schaff, 1974, p. 16, como se cita en García y Huerta, 2020).

Todos estos cambios que se producen en las palabras -así como en la lengua- están enmarcados y responden a una realidad social, un tiempo y lugar determinado, e incluso a un momento histórico. En este sentido, se reafirma que el signo lingüístico constituye un fenómeno social, ya que, en sociedad nace, persiste, o a su vez, sufre una metamorfosis en su significación. Estas transformaciones son objeto de la semántica, pues esta disciplina comprende que, al ser los hablantes quienes hacen uso de las palabras, son ellos mismos quienes les van atribuyendo nuevas connotaciones.

#### 1.1. Connotación vs. denotación

A diario emitimos, por escrito o de manera oral, un sinnúmero de mensajes que suponen un significado. Existen dos formas de asignar o interpretar aquellos sentidos o significaciones: la denotación y la connotación.

Hablamos de denotación cuando existe una referencia directa al objeto, es decir, el significado concebido y otorgado es totalmente objetivo (Guiraud, 1998, como se cita en Olaya, 2014). En otras palabras, cuando se trata de un significado denotativo, se trata también de un significado primario, libre de depender de un contexto. Así, en primera instancia, el significado

denotativo es equivalente al significado referencial, mientras que, en un segundo sentido, la denotación de una expresión es el conjunto de entidades a las que se aplica o identifica adecuadamente (Crystal, 2008, p. 136). En consecuencia, una denotación será entendida universalmente, sin importar el lugar o cultura donde se presente.

Por otro lado, Guiraud (1998) explica que la connotación alude a todos aquellos significados alternos o secundarios en los que prima la subjetividad, pues esas significaciones les han sido otorgadas a los signos dada su forma y su función (como se cita en Olaya, 2014). De allí que se las defina como “significados adicionales que provienen de asociaciones y valoraciones emocionales y culturales” (Olaya, 2014, p. 38). De esta manera, estos significados emotivo-connotativos pueden variar de acuerdo con el lugar o cultura del que se trate.

Por esta razón, Schaff (1971) explica que el contenido connotativo, a diferencia del conceptual, es variable, indeterminado y subjetivamente valorativo, es decir que, tiene que ver, sí y solo sí, con un conocimiento pragmático (como se cita en Garrido, 1979). Asimismo, Riemer (2010) explica que la connotación abarca todos aquellos aspectos del significado que tienen que ver con factores secundarios como su fuerza emocional, su nivel de formalidad, su carácter de eufemismo, etc. A raíz de esto, además, debemos considerar que la connotación no solo se mueve dentro del lenguaje literario o culto, sino que también se encuentra en registros coloquiales, por ende, en la lengua usada a diario.

## **2. Fraseología: un reflejo de la relación lengua-cultura**

La Real Academia Española (2021, definición 5) explica que la fraseología es la “parte de la lingüística que estudia las frases, los refranes, los modismos, los proverbios y otras unidades de sintaxis total o parcialmente fija”. Asimismo, este término abarca el “conjunto de frases hechas,

locuciones figuradas, metáforas y comparaciones fijadas, modismos y refranes, existentes en una lengua, en el uso individual o en el de algún grupo” (RAE, 2021, definición 4).

Por ello, Ruíz (1997) sugiere ver la fraseología desde dos concepciones distintas: una ancha y una estrecha. La última, *i.e.* la concepción estrecha, recoge únicamente las unidades que no sobrepasan los límites estructurales de un sintagma, mientras que la concepción ancha aboga por el estudio de un sistema completo, donde no se tome en cuenta exclusivamente las locuciones, sino también otras unidades superiores tales como los refranes, proverbios, aforismos, etc.; es decir, las unidades lingüísticas fijas (Ruíz, 1997).

Por naturaleza, las unidades lingüísticas son fijas debido a su carácter connotativo, es decir, los significados que les han sido otorgados responden a asociaciones meramente subjetivas, afectivas y culturales. En este punto, entonces, se reitera la relación fehaciente entre *lengua* y *cultura*. De acuerdo con Sapir y Whorf (1966, p. 247) *cultura* es todo “aquello que una sociedad hace y piensa” (como se cita en Li, 2018, p. 371), y a su vez, aquello que piensa lo expresa a través de la lengua. De ese modo, se afirma que la lengua y la cultura se mueven dentro de una relación de dependencia inevitable. En otras palabras, la lengua es parte de la cultura y la cultura es una parte integral de la lengua. De allí el carácter cultural de esta última.

En tal sentido, la abundante cantidad de *unidades fraseológicas* de una comunidad lingüística es el reflejo de su historia, costumbres, hábitos, al igual que de su cosmovisión y la forma en la que la conceptualizan. Bien dice Szyndler (2014) que la fraseología es lo más idiosincrásico y particular de una comunidad, pues la lengua de por sí es “un ‘almacén’ de experiencia de una comunidad dada, un portador de valores que refleja la visión del mundo” (Szyndler, A., 2014, p. 15). Así, Mahadi y Jafari (2012, p. 234) afirman que la lengua es la presentación simbólica de una cultura.

Así también, en la línea de este estudio, es imperioso señalar que la fraseología actúa como reflejo y contenedor de cierta información *i.e.* “una imagen del mundo, una idiosincrasia común, una suerte de conocimiento compartido, etc.” (Gutiérrez, 2013, p. 122), y cómo no, de estereotipos de índole social, político, de género, cultural, etc. Es esto último precisamente lo que tratamos de dilucidar desde una perspectiva lingüística en esta investigación.

### 2.1. Unidades fraseológicas (UF), el objeto de estudio de la fraseología

Los distintos tipos de unidades “ya hechas”; *i.e.* locuciones, modismos, refranes, frases proverbiales, etc.; son denominados genéricamente *unidades fraseológicas* o *fraseologismos* (López, 2013). De acuerdo con Ruíz (1997) el término *unidad fraseológica* hace alusión a la diversa combinación de palabras que tiene algún grado de fijación y, por ende, de *idiomaticidad*. Corpas (1996, p. 20), por su parte, las define como “unidades léxicas formadas por más de dos palabras gráficas en su límite inferior, cuyo límite superior se sitúa en el nivel de la oración compuesta”.

No obstante, la definición que ofrece el lingüista y filólogo Esteban Montoro del Arco (2005), merece especial atención, pues, en primer lugar, es una concepción más reciente de las unidades fraseológicas (en adelante *UFs*), además de que presenta una explicación mucho más detallada de las mismas:

Las unidades fraseológicas (UFs) —objeto de estudio de la fraseología— son **segmentos lingüísticos pluriverbales** (formados por dos o más palabras gráficas) cuyos elementos componentes han perdido parte de sus propiedades paradigmáticas y sintagmáticas propias (que pueden seguir manteniendo en otros contextos) y que **se comportan como una unidad institucionalizada**: en el plano morfosintáctico, manifiestan un determinado grado de *fijación formal*, y un determinado grado de *variación* potencial fija; desde el punto de

vista semántico, presentan un determinado grado de *idiomaticidad* o especialización semántica; desde el punto de vista pragmático, se caracterizan por haber adquirido valores que afectan especialmente a alguna de las instancias de la comunicación: relación interactiva (cortesía, etc.), relación entre las partes del discurso (conexión) o actitud del hablante ante el discurso (modalidad). Cada una de ellas se define, además, por una función que puede hallarse dentro del marco oracional (e interoracional) o bien en un marco supraoracional. (p. 180, como se cita en Szyndler, 2014, p. 51)

En este sentido, se afirma que las UFs traen consigo un bagaje sociocultural alto, pues son grupos de palabras resultantes de la convención en una comunidad lingüística-cultural. De esta manera, los significados connotativos que les han sido asignadas responden y reflejan aspectos culturales como la mentalidad, la visión del mundo y la historia de dicha comunidad. En consecuencia, “utilizadas en el momento oportuno de una conversación pueden sustituir un largo discurso y tener un gran valor expresivo” (Sciutto, V., 2005, p. 505).

### **2.1.1. Zoomorfismos: Unidades Fraseológicas que incluyen seres faunísticos**

Habiendo descrito brevemente lo que se define como *unidades fraseológicas* (UF/s), es evidente que los *zoomorfismos* caben dentro de esta categoría. Szyndler (2014), lingüista polaca, en efecto, los designa como *zoomorfismos fraseológicos*, partiendo de la idea de que son “unidades en las que el nombre del animal es usado de manera alegórica o metafórica para referirse a distintas características del ser humano mediante la *lexía compleja*”. Asimismo, Labrada, et al. (2021) añaden que un zoomorfismo fraseológico no solo emplea el nombre de un animal, sino también una cualidad o una acción propia de un animal para referirse a características, conductas o comportamientos humanos. Así por ejemplo tenemos zoomorfismos como *ser manso como una oveja*, *ser una fiera*, entre otros, aunque cabe destacar que sus connotaciones pueden ser

humorísticas, peyorativas, grotescas, irónicas, etc., dependiendo del contexto en el que sean interpretadas.

Si bien podemos atribuir la producción de este tipo de unidades fraseológicas a la interrelación que el ser humano ha mantenido desde siempre con los animales; ya sea por la domesticación de algunos de ellos o por el acercamiento con ellos a través de la literatura, el cine o incluso los videojuegos; el origen de estas expresiones se explica de mejor manera desde el modelo cultural de categorización de las entidades del mundo, propuesto por Lakoff y Turner (1989), conocido como *la gran cadena del ser* (como se cita en Sanz, 2015). Según estos autores en una escala de superioridad, el hombre se encuentra en la categoría más alta, seguido por los animales, las plantas, los objetos, y en cuyo extremo opuesto están las cosas naturales. Desde una perspectiva lingüística, este modelo tiene implicaciones lingüísticas, pues al estar situados los animales inmediatamente después de los humanos, son los referentes más próximos para describirnos y representarnos a nosotros mismos. De allí que “las metáforas zoomorfas sean un recurso sumamente productivo para describir cualidades humanas, ya sean físicas o morales” (Sanz, B., 2015, p. 365).

En consecuencia, Echeverría (2003) afirma que una de las principales metáforas conceptuales del español (por no decir de la mayoría de lenguas) es *LAS PERSONAS SON ANIMALES*, donde se proyecta un dominio de origen (animal) a un dominio de destino (ser humano).

### **2.1.2. Principales características de las UFs**

El *Manual de Fraseología Española*, escrito por la filóloga y catedrática en traducción Gloria Corpas, es uno de los trabajos de fraseología más destacado. En él, Corpas (1996, p.19,20) recoge las características lingüísticas más sobresalientes de las UFs de entre varios trabajos:

- a. Se trata de una expresión formada por varias palabras.
- b. Se caracteriza por estar institucionalizada.
- c. Es estable en diverso grado.
- d. Presenta cierta particularidad sintáctica o semántica.
- e. Tiene posibilidad de variación de sus elementos integrantes, ya sea como variantes lexicalizadas en la lengua o como modificaciones ocasionales en contexto.

Con base en esto, la autora distingue claramente seis características de las unidades fraseológicas como se muestra a continuación:



*Ilustración 1:* Características de las unidades fraseológicas, propuestas por Corpas (1996). Ilustración de la autora.

En cuanto a la *frecuencia*, Corpas (1996) la divide en dos perspectivas, la *frecuencia de coaparición* y la *frecuencia de uso*. La primera de ellas hace alusión a que los elementos constituyentes de las UFs cuando aparecen combinados entre ellos tienen una frecuencia de aparición mucho más grande a la que presentan cuando aparecen de manera individual o aislada. Mientras que la *frecuencia de uso* hace referencia a la elevadísima frecuencia de aparición de las UFs. De hecho, una expresión fija es registrada cada cinco palabras emitidas (Corpas, 1996). En

consecuencia, si una UF es utilizada frecuentemente tendrá una mayor probabilidad de ser almacenada en la memoria de los hablantes, lo que a su vez hará que esta se *institucionalice*.

La *institucionalización, convencionalización o reproducibilidad* de las UFs explica que estas sean reproducidas o repetidas diacrónicamente, sin que exista alguna alteración de su forma. De allí que se hable también de una propiedad de *estabilidad*, pues que una unidad fraseológica haya sido institucionalizada desemboca en su *fijación y especialización semántica*. La *fijación* según Zuluaga (1975, p.230) es la “propiedad que tienen algunas expresiones de ser reproducidas en el hablar como combinaciones previamente hechas” (como se cita en Corpas, 1996, p.23). Esto insiste en lo que ya hemos señalado antes, la fijación es totalmente arbitraria y es el resultado de la convención que a su vez se da por el uso que les han dado los hablantes a ciertas unidades. Además, es imperioso resaltar los dos tipos de fijación que establece Thun (1978). Según este autor, las UFs pueden mostrar fijación interna y/o fijación externa. La primera de ellas, abarca la fijación material (orden fijo de los componentes, realización fonética fija, restricción de las categorías gramaticales que lo componen: tiempo, persona, género, número), y la fijación de contenido (peculiaridades semánticas) (Thun, 1978, como se cita en Corpas, 1996).

Asimismo, Thun (1978) divide la fijación externa en varios subtipos, sin embargo, para fines de este trabajo se toman en cuenta únicamente tres de ellas. La *fijación externa situacional* se refiere a la combinación de ciertas unidades lingüísticas en situaciones sociales específicas, la *fijación externa analítica* hace alusión al uso de determinadas unidades lingüísticas para el análisis o visión ya establecida del mundo, a pesar de que teóricamente existen otras posibilidades para expresarlo, y, finalmente, la *fijación externa pasemática*, es decir, el empleo o no de ciertas unidades lingüísticas se da por el papel del hablante dentro de un acto de habla (como se cita en Corpas, 1996).

A pesar del distinto grado de fijación que puedan presentar las UFs, es esto precisamente lo que conduce a la *especialización semántica*. De acuerdo con Corpas (1996), una vez que a una unidad fraseológica se le haya atribuido un significado semántico directo y claro, esta está inmediatamente presta para sufrir un cambio semántico o *lexicalización*, es decir, o se le podrá atribuir un significado adicional o, a su vez, se podrá suprimir completamente el original y otorgarle un nuevo.

La cuarta característica correspondiente a la *idiomaticidad*, es el resultado de una especialización semántica en un grado altísimo. En otras palabras, la *idiomaticidad* u *opacidad semántica* es aquella propiedad semántica de ciertas UFs, por la que el significado global que poseen no es deducible de los elementos que las componen (RAE, 2021). Esto, por ende, se opone totalmente a un significado literal u objetivo y, por el contrario, va de la mano con el tipo de significado figurativo o traslaticio, mismo que es resultado de procesos metafóricos y/o metonímicos (como se explicará más adelante).

A continuación, Corpas (1996) explica que la *fijación* de las UFs es relativa, de allí que la sexta característica de ellas sea también la *variación*, esto tomando en cuenta que muchas de ellas muestran variaciones léxicas. En esta línea, distingue entre *variantes* y *modificaciones*. Así:

Para que dos unidades fraseológicas sean consideradas variantes, éstas deben darse dentro de una misma lengua funcional, no presentar diferencias de significado, ser libres e independientes de los contextos en que aparecen, ser parcialmente idénticas en su estructura y en sus componentes, y ser fijas, en el sentido de que formen parte de una serie limitada y estable. (Zuluaga, 1975, 1980, como se cita en Corpas, 1996, p.28)

Sin embargo, Corpas (1996) explica que no se puede considerar variantes a las variaciones por derivación o transformación, ni a las variaciones diatópicas o diafásicas.

Por otro lado, las *modificaciones* se definen como cambios creativos de las unidades fraseológicas, que se convierten en palabras potenciales que adquieren nuevos significados periódicamente (Corpas, 1996).

Finalmente, la *gradación* hace referencia a que, de una u otra forma, todas las UFs presentan, en mayor o menor grado, la mayor parte de las características recién mencionadas (Alama, 2015).

### **2.1.3. Tipos de motivación de las Unidades Fraseológicas (UFs)**

Tomando en cuenta que, una de las características de las UFs es el ser idiomáticas, es decir, que sus significados son resultado de un lenguaje figurativo, cabe precisar que, para que sean producidas, existen distintos tipos de motivación o fuentes. Así, para el hablante “siempre existe una relación asociativa entre el componente de imagen y el significado convencionalizado, ya que de lo contrario no podría almacenar dicha UF en su memoria” (Timofeva, 2008, p. 340, como se cita en Szyndler, 2014, p. 118).

En consecuencia, desde la Teoría del Lenguaje Figurado Convencional (TFLC), propuesta por los lingüistas y filólogos D.O. Dobrovol'skij y E. Piirainen, se diferencian tres tipos básicos de motivación, que responden a su vez a los tipos de signos semióticos propuestos por Pierce *i.e. índices, íconos y símbolos*. De esta manera, dentro de la motivación de índole estructural se encuentra la motivación indexical, mientras que la motivación de índole semántica abarca tanto la motivación icónica como la simbólica. Con fines específicos, se procede a explicar estas dos últimas, que se basan en la conexión entre la lectura literal y la figurativa, no solo de ciertos constituyentes, sino también de la unidad como tal.

Por un lado, la motivación semántica icónica está “basada en la semejanza (en sentido amplio) entre la entidad denotada por el significado actual y la entidad reflejada por la imagen

subyacente” (Szyndler, 2014, p. 121). El mismo autor, explica que las UFs de este tipo son de naturaleza metafórica, pues desde la metáfora se logra deducir la conexión entre el componente de imagen y el significado institucionalizado del fraseologismo. Además, Szyndler (2014) añade que ciertas UFs están icónicamente motivadas, pues se basan en la experiencia directa con la entidad de referencia. *Tener ojos de sapo*, ‘tenerlos grandes’, refleja una motivación icónica, pues porque conocemos a este anfibio, podemos transferir sus características a los seres humanos.

Por otro lado, Szyndler (2014) explica que la lectura literal y figurativa en la motivación simbólica se apoya normalmente en un solo componente, o, en otras palabras, en el concepto o noción que hay detrás del mismo. De igual forma, el autor añade que este tipo de motivación se basa en un conocimiento cultural específico, pues “el símbolo se caracteriza por un alto grado de convencionalización cultural frente a poca iconicidad” (Szyndler, 2014, p. 122). Así, por ejemplo, el concepto *rata* trae consigo asociaciones simbólicas negativas en la parte occidental del mundo, mientras que el mismo concepto en el Oriente tiene connotaciones positivas.

Finalmente, cabe recalcar que según Dobrovol’skij y Piirainen (2005) una importante cantidad de UFs presentan más de un tipo de motivación mezcladas o combinadas en una misma unidad figurativa (como se cita en Szyndler, 2014).

#### **2.1.4. Factores semánticos de idiomática en las UFs**

Como explicamos en 2.1.2. el significado traslaticio de las unidades fraseológicas se debe, también, a la notable influencia de distintos tropos lingüísticos. De acuerdo con Ruíz (1997) existe una alta probabilidad de que en una UF aparezca alguno de estos recursos tropológicos: *metáfora*, *hipérbole*, y/o *metonimia*.

Según Ruíz (1997) la mayor parte de UFs tienen origen en una metáfora, lo cual se justifica con lo concluido por Lakoff y Johnson (2004) *i.e.* la metáfora impregna la vida cotidiana, el

pensamiento y la acción, pues “la esencia de la metáfora es entender y experimentar un tipo de cosas en términos de otra” (p. 41). Además, explican que la sistematicidad que implica el uso de este recurso presupone enfocarnos en un aspecto del concepto, lo que, en consecuencia, impide que nos concentremos en otros aspectos que son inconsistentes con la metáfora (Lakoff y Johnson, 2004).

Asimismo, otro de los recursos más utilizados en la creación de las UFs es la *hipérbole* (Ruíz, 1997). Este tropo es definido por la RAE (2021) como el “aumento o disminución excesiva de aquello de que se habla”. En consecuencia, mediante el uso de este tropo, se busca intensificar el significado de lo connotado por la unidad fraseológica.

Respecto a la metonimia, Ruíz (1997) afirma que como mecanismo propiciador de las unidades fraseológicas no resulta tan frecuente. Hablamos de metonimia, según Lakoff y Johnson (2004, p. 73), cuando “estamos utilizando una entidad para referirnos a otra que está relacionada con ella”.

Sin embargo, varios expertos en fraseología han sugerido que se puede señalar a la *comparación* o *símil* como un factor alternativo que puede explicar el contenido idiomático de ciertas UFs, entre ellos están Corpas (1996), González Rey (1998), García-Page Sánchez (2008), entre otros. Así, de acuerdo con Gómez - Martínez (s.f.), el *símil* es un recurso lingüístico que establece una relación analógica explícita entre dos términos, por medio de un nexos comparativo que puede ser ‘como’, ‘cual’, ‘semejante a’, etc. No obstante, Baránov y Dobrovol’ski (1998) opinan que estos elementos relacionales llevan a una disminución respecto al grado de *idiomaticidad* (como se cita en Szyndler, 2014).

### **3. Pragmática**

La pragmática, una de las disciplinas de la lingüística, es definida como:

El estudio de los principios que regulan el uso del lenguaje en la comunicación, es decir, las condiciones que determinan tanto el empleo de un enunciado concreto por parte de un hablante concreto en una situación comunicativa concreta, como su interpretación por parte del destinatario. Es, por tanto, una disciplina que toma en consideración los factores extralingüísticos que determinan el uso del lenguaje, precisamente todos aquellos factores a los que no puede hacer referencia un estudio puramente gramatical (Escandell, 1996, p. 14, como se cita en López y Hernández, 2016, p. 62).

Es así como la pragmática se encarga de estudiar la lengua en uso, tomando en cuenta el papel que llevan a cabo los hablantes, sus intenciones y las relaciones que establecen con otros a través de ella. Además, para fines de este estudio, es importante también traer a colación la definición propuesta por Crystal (1997/2000):

El estudio de la lengua desde el punto de vista de los usuarios, especialmente de sus elecciones, de las restricciones que encuentran en el uso del lenguaje en las interacciones sociales y del efecto que el uso de la lengua tiene en los otros participantes de un acto comunicativo (p. 437).

### **3.1. Actos de habla**

De esa manera, uno de los dominios mayormente estudiado desde un punto de vista pragmático son *los actos de habla*. El padre de la teoría de los actos de habla, John Austin (1962), afirmó que al momento de emitir un enunciado se llevaban a cabo tres actos diferentes (como se cita en el Centro Virtual Cervantes, s.f.):

- **Acto locutivo:** la emisión misma.
- **Acto ilocutivo:** la intención, propósito u objetivo que acompaña el enunciado de un hablante.

- **Acto perlocutivo:** el efecto o reacción que produce dicho enunciado en el oyente.

En lo que nos concierne, cabe precisar que según Searle (1990, como se menciona en Lozano, 2010) los actos ilocutivos vienen dados por los hablantes al emitir cierto tipo de enunciados. Por lo tanto, son ellos quienes determinan la *fuera ilocutiva*, que se define como la intención comunicativa de un enunciado, o, en otras palabras, el efecto buscado por el hablante (Palacios Martínez, et al., 2019).

De ese modo, se ratifica el hecho de que no producimos un enunciado sin que este tenga un propósito comunicativo, sea cual fuere este, desde positivo hasta negativo, tal y como evidenciaremos en la presente investigación.

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo examina de forma analítica 23 *zoomorfismos fraseológicos* desde un enfoque semántico y pragmático, con el fin de identificar los estereotipos que se refuerzan y perpetúan a través de ellos. Para lo cual se recogió un corpus inicial de 120 *fraseologismos* (ver anexo A) que incluían componentes animales. Estos datos fueron recopilados a través de diversas fuentes primarias tales como datos de propio peculio, observación participante y no participante, y sondeos, así como también fuentes secundarias *i.e.* artículos, tesis, diccionarios, libros de texto e investigaciones respecto a los *zoomorfismos* del español. Al respecto se revisaron las publicaciones de Szyndler (2014), Sanz Martin (2012, 2015), Suárez (2015), Labrada, et al. (2021), Sciutto (2018), Piñel (1997), Muñoz-Basols, et al. (2014) y Suárez Cuadros (2005).

Seguidamente, se llevó a cabo un proceso de categorización en el que se incluyeron únicamente los *zoomorfismos* que respondían a las clasificaciones de 1) *estereotipos estéticos*, 2) *roles de género*, 3) *habilidades y capacidades físicas y cognitivas*, 4) *comportamientos sexistas*, 5) *actitudes y comportamientos sociales*, y 6) *convenciones sociales* (ver anexo B). Teniendo esto como base se consideró que la forma más adecuada de comprobar si los significados e intenciones que les habían sido previamente otorgados se hallaban convencionalizados, era aplicar una encuesta. Este instrumento de investigación (ver anexo C) fue realizado a 30 participantes, que cumplían con las siguientes características demográficas: tener de 12 años en adelante, haber nacido y estar residiendo en Ecuador, y hablar español como lengua nativa. La encuesta constó de 148 preguntas respecto al uso de *zoomorfismos fraseológicos*. A través de 74 de ellas se averiguó el significado convencionalizado de estas unidades fraseológicas, mientras que las otras 74, de múltiples respuestas, buscaron dilucidar las intenciones con las que se las empleaba.

Adicionalmente, en este punto cabe recalcar que, previo al análisis e interpretación de datos, y con base en las respuestas obtenidas en la encuesta, se descartaron algunos *zoomorfismos fraseológicos* por las razones que se enlistan a renglón seguido:

- Desconocimiento de ciertos *zoomorfismos* debido que son locales, p. ej., los *lojanismos*, *ser un negro cuscucho*, *parir como guanchaca*, o *ser un cuchucho*.
- Falta de homogeneidad en las interpretaciones de ciertas unidades, es decir, los hablantes discreparon en sus significados: *ser una gallina culeca*, *ser una gata*, *trabajar como hormiga*, *llevar una vida de perro*, *ser una rata*, *ser un cerdo*.
- Desconocimiento y falta de familiaridad con ciertos animales utilizados en algunos *fraseologismos*: *tener nariz de tucán/halcón*, *ser un gallinazo*, *esconder/meter la cabeza como avestruz*, *parecer mico*.
- Mera ignorancia y desuso de ciertos *zoomorfismos*: *tener lengua viperina*, *estar como pulga detrás de la oreja*.

De esta forma, de las 74 unidades fraseológicas que habían sido propuestas en la encuesta, únicamente 53 de ellas mostraron tener significados convencionalizados entre los nativo-hablantes que participaron. Sin embargo, debido a la extensión de este estudio, se decidió, finalmente, analizar los 23 *zoomorfismos fraseológicos* que dieron señales de continuar conservando, perpetuando y reforzando estereotipos de distinta índole, de acuerdo con las respuestas dadas por los informantes (ver Anexo D). Así, las 23 unidades fraseológicas consideradas en el análisis de datos fueron producto de una criba minuciosa y esmerada. De manera que la categorización final considerada contiene 2 categorías: *estereotipos estéticos* y *estereotipos de género*, específicamente en lo que tiene que ver con *roles*.

Habiendo establecido las respuestas que se iban a analizar, se procedió a tabularlas en dos tipos de tablas. La primera corresponde a una tabla que, entre otros indicadores, contiene el significado institucionalizado y porcentaje de fijación de los *zoomorfismos fraseológicos* considerados. Es importante precisar que se estableció como significado institucionalizado o convencionalizado a aquellas unidades que, con base en los 30 participantes consultados, más del 68,2% de ellos dijeron utilizarlos con aquellas significaciones, pues matemáticamente este porcentaje es considerado la región de aceptación. De allí la importancia de haber ubicado en las tablas el porcentaje de fijación, es decir, el porcentaje de convencionalidad que los hablantes les han otorgado a dichas unidades figurativas como resultado del uso que hacen de ellas.

Adicionalmente, el segundo tipo de tabla que se observará en la sección ‘Análisis e interpretación de datos’, corresponde a las conocidas *tablas dinámicas*. Las tablas dinámicas, en estadística, son herramientas destinadas a resumir y analizar datos, que a su vez permiten evidenciar comparaciones, tendencias y patrones, a través de la designación de un color para cada valor similar. Se decidió trabajar con este tipo de tablas con el único propósito de sistematizar las diferentes intenciones o *fuera ilocutiva* con las que son empleados los 23 *zoomorfismos* en cuestión. De ese modo, fue posible establecer comparaciones y patrones con el objetivo de exhibir los estereotipos que están siendo reforzados. En ese sentido, con relación a las respuestas obtenidas se determinó que, en las tablas dinámicas, todas aquellas intenciones peyorativas y despectivas (criticar, burlarse, y ofender o humillar) estarían señaladas con el color rojo, mientras que en color amarillo se señalaría la intención aparentemente humorística (bromear entre personas de confianza), y, finalmente, el color verde mostraría la intención favorable de *halagar*.

Así, habiendo explicado y justificado los métodos de recolección, categorización y tabulación de los datos, se da paso a su análisis.

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En esta sección, se procede a analizar e interpretar semántica y pragmáticamente 23 *zoomorfismos fraseológicos* correspondientes a las categorías *estereotipos estéticos* y *estereotipos de género*.

**Tabla 1**

*Zoomorfismos fraseológicos en relación con estereotipos estéticos.*

ESTEREOTIPOS ESTÉTICOS					
Característica física	Zoomorfismo	Significado Institucionalizado	% Fijación	Mecanismo semántico	
<b>Complejión</b>	1) <i>Estar como chanco</i>	persona de contextura gruesa	96.7	símil	
	2) <i>Tener cintura de avispa</i>	mujer que tiene una cintura estrecha	86.7	metáfora	
	<b>Partes del cuerpo</b>	3) <i>Tener nariz de condorito</i>	persona que tiene una nariz grande y prominente	90	metáfora
		4) <i>Tener ojos de sapo</i>	persona que tiene ojos muy saltones	90	metáfora
		5) <i>Tener dientes de conejo</i>	persona que tiene los dientes frontales muy protuberantes	86.7	metáfora
	6) <i>Tener sonrisa de caballo</i>	persona que cuando sonrío muestra su prominente encía	73.3	metáfora	
	7) <i>Tener patas de pollo</i>	persona que tiene piernas muy delgadas	90	metáfora	
<b>Cambios físicos por edad</b>	8) <i>Tener patas de gallo</i>	persona que tiene líneas de expresión alrededor de los ojos	80	metáfora	
<b>Aspecto</b>	9) <i>Ser un bagre</i>	persona muy fea	86.7	metáfora	
	10) <i>Estar hecho un toro</i>	hombre corpulento y musculoso	70	metáfora	
<b>Estatura</b>	11) <i>Ser una pulga</i>	persona de baja estatura	96.7	metáfora	
	12) <i>Ser alto como una jirafa</i>	persona alta	100	símil	

Un *estereotipo* es definido como una “imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad” (RAE, 2021), mientras que lo *estético* se relaciona con la apreciación y percepción de la belleza. Por consiguiente, los estereotipos estéticos son todas aquellas ideas o modelos que la

comunidad ha creado alrededor de lo considerado como *bello*. De esta forma, a ciertos rasgos físicos, apariencias, complejiones, etc., se los define como estéticos o antiestéticos, y se muestra inclinación o rechazo hacia ellos. Así, en la tabla 1 se observan doce *zoomorfismos fraseológicos* que son utilizados para hablar acerca de diversas características físicas de una persona, tales como su complejión, ciertas partes de su cuerpo, su aspecto físico, los cambios físicos a causa de la edad, así como su estatura. Además, se muestran los significados institucionalizados (como resultado de la convención social) que les han sido otorgados a cada uno de ellos, lo que se comprueba a su vez con el porcentaje de fijación respecto a los 30 informantes consultados. En otras palabras, el porcentaje de fijación exhibe la coincidencia o el acuerdo que existe entre ellos cuando adjudican ciertos significados a las UFs propuestas. Además, este convenio es resultado del uso general que la comunidad hablante realiza de aquellos *zoomorfismos*.

A través de las respuestas de los participantes, se evidenció que para hablar y poner al descubierto algunas características estéticas -o antiestéticas- los mecanismos semánticos que emplean son la metáfora y el símil. Sin embargo, como se observa en la tabla 1, la metáfora es el recurso más recurrente en esta categoría.

Por un lado, para evidenciar una peculiaridad de alguna parte del cuerpo, se ocupan las características de las partes de ciertos animales. Así, entendemos que una mujer tiene una cintura estrecha y definida, por medio del *zoomorfismo fraseológico* 2) *tener cintura de avispa*. Asimismo, para aludir al rostro humano, se recurre a distintas locuciones: 3) *tener la nariz de condorito*, ‘tenerla grande y prominente’, o 4) *tener ojos de sapo*, ‘tenerlos muy saltones’. En la misma línea de rasgos faciales, se hace referencia a la dentadura humana a través de las locuciones 5) *tener dientes de conejo*, ‘tener los dos incisivos superiores de gran tamaño’, y 6) *tener sonrisa de*

*caballo*, ‘sonrisa que al mostrarla expone excesivamente la encía’. Finalmente, en cuanto a las extremidades tenemos la locución 7) *tener patas de pollo*, ‘tener piernas muy delgadas’.

Por otro lado, se emplea la metáfora también para dejar entrever los cambios físicos provocados por el envejecimiento, así como para señalar el aspecto de un individuo. En cuanto al primero tenemos 8) *tener patas de gallo*, ‘tener arrugas o líneas de expresión alrededor de los ojos’, mientras que para el segundo utilizamos 9) *ser un bagre*, ‘ser muy feo/a’ y 10) *estar hecho un toro*, ‘ser un hombre corpulento y robusto’. El último caso de metaforización aparece en la característica física de *estatura*, en la que, para referirse a una persona de baja estatura, se emplea el zoomorfismo fraseológico 11) *ser una pulga*.

En cuanto a los dos casos de utilización del símil 1) *estar como chanco* y 12) *ser alto como una jirafa*, es interesante observar que el grado de fijación es casi absoluto (96.7%) y absoluto (100%), respectivamente. Es decir, los 30 participantes concordaron de forma unánime en sus significados. Así, se evidencia que es difícil discrepar en lo connotado en estos *zoomorfismos*, dado que el símil constituye una comparación obligadamente directa de una cosa con otra. De ese modo, se ha llegado a convencionalizar que *estar como chanco* alude a una persona con sobrepeso, así como *ser alto como una jirafa*, hace referencia a una persona alta. Sin embargo, es curioso que el ubicar el adverbio relativo *como*, cuando se establece la comparación, intensifica el significado del adjetivo que lo precede. En consecuencia, *estar (gordo) como chanco* y *ser alto como una jirafa* se traduce a *estar muy/demasiado/exageradamente/bastante gordo* y *ser muy/demasiado/exageradamente/bastante alto*, respectivamente.

Ya sea por un proceso de metaforización o comparación, es indudable que la motivación de las UFs es de índole semántica del tipo icónica, pues, como se ha constatado, la motivación está basada en la semejanza sobreentendida entre las características físicas del ser humano y el animal

en cuestión. Además, se dice que los doce *zoomorfismos* están motivados icónicamente debido a que se apoyan en la experiencia corporal directa que el hombre tiene con el aspecto de dicho grupo faunístico, y por la cual puede establecer una relación.

Ahora bien, desde el punto de vista pragmático se puede afirmar que los *zoomorfismos fraseológicos* son en sí mismos actos ilocutivos que, asistidos por una fuerza ilocutiva, tienen una intención y propósito al ser usados por la comunidad hablante. De ese modo, en la tabla 1 se contrastan las intenciones con las que son empleadas las unidades fraseológicas descritas anteriormente. Es así como se puede notar que en la categoría de *estereotipos estéticos* existe una inclinación hacia intenciones peyorativas y despectivas.

**Tabla 2**

*Fuerza ilocutiva del uso de zoomorfismos fraseológicos con relación a estereotipos estéticos.*

<b>Zoomorfismo</b>	<b>Intención</b>	
1) <i>Estar como chanco</i>	bromear entre personas de confianza	criticar
2) <i>Tener cintura de avispa</i>	halagar	
3) <i>Tener nariz de condorito</i>	burlarse	criticar
4) <i>Tener ojos de sapo</i>	criticar	
5) <i>Tener dientes de conejo</i>	burlarse	
6) <i>Tener sonrisa de caballo</i>	burlarse	
7) <i>Tener patas de pollo</i>	criticar	
8) <i>Tener patas de gallo</i>	criticar	
9) <i>Ser un bagre</i>	burlarse	
10) <i>Estar hecho un toro</i>	halagar	
11) <i>Ser una pulga</i>	bromear entre personas de confianza	
12) <i>Ser alto como una jirafa</i>	bromear entre personas de confianza	

De esta manera, existe una tendencia a la burla<sup>3</sup> respecto a características físicas que implican asimetrías, de allí que se sirva de *zoomorfismos fraseológicos* como: 3) *tener nariz de condorito*, 5) *tener dientes de conejo* y 6) *tener sonrisa de caballo*. Además, a través de la UF 9) *ser un bagre*, se hace evidente que carecer de belleza o atractivo, juicio subjetivo en muchos casos, también es motivo para ridiculizar a una persona. En el mismo orden de ideas, se utiliza 1) *estar como chanco*, 3) *tener nariz de condorito*, 4) *tener ojos de sapo*, 7) *tener patas de pollo* y 8) *tener patas de gallo*, con el fin de criticar<sup>4</sup>, es decir, expresar opiniones negativas sobre la complexión, ciertas partes del cuerpo y los cambios por envejecimiento de un individuo. Así, si una persona tiene sobrepeso, la nariz aguileña, los ojos saltones, las piernas muy delgadas o muestra señales de envejecimiento en su rostro, será objeto de juicios de valor reprobatorios, pues se aleja de cumplir los estándares de belleza impuestos por la sociedad.

Al mismo tiempo, en la tabla dinámica se ve que 1) *estar como chanco*, 11) *ser alto como una jirafa* y 12) *ser una pulga* son *zoomorfismos* se utilizan para hacer bromas<sup>5</sup> entre personas de confianza (familia y amigos). Es sugerente que temas como el exceso de peso o una estatura superior o inferior a la promedio son objeto de chanzas entre individuos que pertenecen a un círculo donde existe familiaridad. No obstante, en la tabla 2, esta intención se encuentra marcada con el color amarillo, ya que constituye un signo de prevención, pues las bromas sobre el cuerpo de una persona, pese a que son inapropiadas y perjudiciales, están normalizadas y se las ha disfrazado como situaciones cómicas.

---

<sup>3</sup> **burlarse**: “Reírse de una persona o de una cosa de manera malintencionada, en especial para ponerla en ridículo, subrayando o exagerando algún aspecto inusual o negativo que la caracteriza, o aprovechándose de la buena fe de alguien” (LEXICO, 2022).

<sup>4</sup> **criticar**: “Expresar opiniones o juicios negativos y contrarios sobre una persona o una cosa” (LEXICO, 2022).

<sup>5</sup> **bromear**: “Hacer o decir bromas” (LEXICO, 2022), con el propósito de divertirse.

Es así como podemos señalar que no solo las críticas y burlas, sino también las “bromas inocentes” que se hacen sobre ciertas características físicas a través de ciertos *zoomorfismos fraseológicos* fomentan el conocido *body shaming* (término anglófono), el cual se refiere al acto de avergonzar, juzgar, burlarse, señalar, y/o criticar la apariencia física del otro (Álvaro, 2021). Así, sin duda estos actos ilocutivos -aparentemente inocuos- vienen cargados de intenciones negativas que refuerzan los cánones de belleza actuales.

Finalmente, encontramos en la tabla 2 resaltados con color verde 2) *tener cintura de avispa* y 10) *estar hecho un toro*, pues su intención es la de *halagar*<sup>6</sup>. En ese sentido, una mujer de cintura estrecha, así como un hombre corpulento y musculoso serán exaltados socialmente, pues ambos responden a determinados ideales somáticos *i.e.* ser una mujer delgada con cintura pequeña y ser un hombre con cuerpo atlético y musculoso. Sin embargo, aun cuando utilizar este par de UFs parece tener intenciones positivas, nos percatamos de que en el fondo este tipo de “piropos” continúan reproduciendo estereotipos estéticos a través de la lengua.

A continuación, la tabla 3 muestra los once *zoomorfismos fraseológicos* empleados para referirse a ciertos roles masculinos y femeninos que son resultado de los estereotipos de género. En este caso, se entienden como estereotipos de género “la construcción social y cultural de hombres y mujeres, en razón a sus diferentes funciones físicas, biológicas, sexuales y sociales” (Cook, et al., 2010, p. 25). Así pues, según los mismos autores, de acuerdo con la convención social, a hombres y mujeres le son atribuidos cierto tipo de personalidad, comportamientos, roles, características físicas, vestimenta, etc.

---

<sup>6</sup> **halagar**: “Dar a alguien muestras de afecto o rendimiento con palabras o acciones que puedan serle gratas” (RAE, 2021)

Tabla 3

*Zoomorfismos fraseológicos utilizados con relación a estereotipos de género (roles de género).*

ESTEREOTIPOS DE GÉNERO					
Género	Rol	Zoomorfismo	Significado Institucionalizado	% Fijación	Mecanismo semántico
Femenino	Rol reproductivo	1) <i>Tener hijos como cuy/conejo</i>	mujer que da a luz muchos hijos y lo hace muy a menudo	96.7	símil
		2) <i>Proteger a sus hijos como gallina a sus pollitos</i>	mujer que cuida a sus hijos con ternura y ferocidad	86.7	símil
	Rol de cuidadora y protectora	3) <i>Convertirse en leona por sus hijos</i>	mujer que defiende a sus hijos por encima de todo	93.3	metáfora
		4) <i>Estar echada como una vaca</i>	mujer que está tumbada sin hacer nada	86.7	símil
	Rol de ama de casa	5) <i>Ser una zorra</i>	mujer promiscua	96.7	metáfora
		6) <i>Ser una perra</i>	mujer promiscua	83.3	metáfora
Masculino	Rol productivo	7) <i>Trabajar como burro</i>	hombre que trabaja intensamente	90	símil
		8) <i>Ser un tigre en la cama</i>	hombre que se desempeña bien en las artes sexuales	83.3	metáfora
	Rol de hombre viril	9) <i>Ser un perro</i>	hombre mujeriego	96.7	metáfora
		10) <i>Ser un zorro</i>	hombre mujeriego	73.3	metáfora
	Rol de hombre dominante	11) <i>Ser un perro faldero</i>	hombre sumiso que va siempre detrás de una mujer, secundándola en todos sus actos	73.3	metáfora

Los roles de género, según la *International Labour Organization* (2013), “son los comportamientos aprendidos en una sociedad, comunidad o grupo social determinado, que hacen que sus miembros estén condicionados para percibir como masculinas o femeninas ciertas

actividades, tareas y responsabilidades y a jerarquizarlas y valorizarlas de manera diferenciada”. La tabla 3 presenta las once UFs empleadas para hacer alusión a distintos roles de género, que se encuentran categorizados de forma dicotómica *i.e.* femeninos y masculinos. Tenemos, por un lado, roles femeninos como el *rol reproductivo*, el *rol de cuidadora y protectora*, *de ama de casa*, y el *de mujer fiel y casta*, mientras que, por otro, encontramos roles inherentes al hombre como el *rol productivo*, el *de hombre viril* y el *de hombre dominante*. Además, cabe recalcar que los significados institucionalizados, apoyados nuevamente en el porcentaje de fijación, comprenden tanto los *zoomorfismos fraseológicos* que apuntan al cumplimiento como al incumplimiento de aquellos roles, lo que será analizado desde un punto de vista pragmático.

Aparte de ello, la tabla 3 exhibe los mecanismos semánticos que posibilitan la mención de los roles de género a través de componentes animales. De tal manera, se detecta que, en esta categoría, el proceso de metaforización es del que mayormente se sirve la comunidad hablante, seguido por el uso de la comparación o símil.

Entonces, en cuanto a roles de género femeninos por medio de la metáfora 3) *convertirse en leona por sus hijos*, ‘mujer que defiende a sus hijos por encima de todo’, se sugiere el *rol de cuidadora y protectora* que una mujer adquiere al iniciar su etapa de madre. Los atributos maternales de la leona son extrapolados a la mujer, pues este mamífero felino tiende a defender a los suyos gracias a su instinto maternal protector muy desarrollado (Terra Natura Murcia, 2021). Además, aquí es sugestivo el uso del verbo transitivo *convertir*, “hacer que alguien se transforme en algo distinto de lo que era” (RAE, 2021), pues esto indica que en cuanto una mujer alumbró, su prioridad debe ser asumir el papel principal de cuidadora y defensora. En oposición al *rol de mujer fiel y casta*, encontramos los *zoomorfismos fraseológicos* de naturaleza metafórica 5) *ser una zorra* y 6) *ser una perra*, los cuales etiquetan a ciertas mujeres como ‘fácilmente sexuales y

promiscuas'. De ambos animales se toma la característica de la entrada a una etapa de celo, en el que las hembras están receptivas sexualmente. Asimismo, en el caso de un perro hembra esta fase trae consigo comportamientos como estar *excesivamente cariñosa y juguetona*, y en cuanto a una zorra es, además, de símbolo de astucia, un animal que se caracteriza por ser omnívoro, es decir, que se alimenta de todo tipo de presas. De tal suerte, estos comportamientos son trasladados a féminas con conductas sexuales incontroladas.

Adicionalmente, existen evidencias metafóricas en los roles de género masculinos correspondientes a *hombre viril* y *hombre dominante*. Las UFs 8) *ser un tigre en la cama*, 9) *ser un perro* y 10) *ser un zorro* se encuentran dentro del rol de virilidad. La primera de ellas, 8) *ser un tigre en la cama*, 'hombre que se desempeña bien en las artes sexuales', destaca el idóneo rendimiento sexual masculino, por medio de la referencia a un tigre, mamífero felino fuerte, ágil, cargado de energía y ferocidad. Mientras tanto, en el par de *zoomorfismos* (9) y (10), referentes a 'hombres mujeriegos' que se involucran con distintas mujeres a la vez o bien cambian de pareja fácilmente, se ocupan los componentes animales *perro* y *zorro*. Del primero de ellos, se toma el hecho de que "por instinto, cuando su sexo opuesto está en celo, no distingue quién es y solo va tras ella para satisfacer una necesidad" (What the Girl, 2020), *i.e.* una necesidad sexual irracional. En tanto que del *zorro* se transfiere su simbolismo y comportamiento de ser astuto, hábil y calculador para cazar, a la conducta taimada de un hombre para engañar a diversas mujeres.

Asimismo, contrario al rol de *hombre dominante*, encontramos la UF 11) *ser un perro faldero*, 'hombre sumiso que va siempre detrás de una mujer, secundándola en todos sus actos'. Con el fin de referirse a un hombre sumiso y obediente, se toma como punto de partida el rasgo conductual de canes pequeños que tienden a seguir a sus dueños a todas partes. De esta forma, que

un hombre sea un *perro faldero*, quiere decir que se deja manejar por una mujer, tal como lo haría una mascota por su propietario.

Por lo que se refiere a la utilización del símil, en la tabla 3 se observan 4 casos de este recurso. Los 3 primeros se evidencian en los *zoomorfismos fraseológicos* que se refieren a los roles de géneros femeninos *reproductivos*, *de cuidadora* y *protectora*, y *de ama de casa*. En primera instancia, para aludir a una ‘mujer que da a luz muchos hijos y lo hace muy a menudo’, se ocupa la locución 1) *tener hijos como cuy/conejo*, pues se compara de manera directa a la mujer que alumbró una gran cantidad de hijos con un cuy hembra o una coneja, quienes generalmente tienen entre 2 y 3 crías, y de 10 a 12 en cada parto, respectivamente (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO, 2000).

De igual modo, para destacar a aquella fémina que atiende a su rol de cuidadora, la comunidad hablante se vale de la UF 2) *proteger a sus hijos como gallina a sus pollitos*, ‘mujer que cuida a sus hijos con ternura y ferocidad’. En este caso, la comparación se establece entre la protección que brinda la mamá gallina a sus pollitos y el instinto maternal de una mujer, donde ambas exhiben una tendencia innata de cuidar y proteger a sus hijos. Después, en lo que corresponde al *rol de ama de casa*, encontramos el *zoomorfismo fraseológico* 4) *estar echada como vaca* ‘mujer que está tumbada sin hacer nada’, en el que mediante el componente animal *vaca*, bovino que suele acostarse a descansar sin inmutarse fácilmente, se señala a aquella mujer que no está ejecutando las tareas domésticas.

Finalmente, ubicamos el último caso de comparación o símil en la séptima UF de la tabla 3, *i.e.* 7) *trabajar como burro*, ‘hombre que trabaja intensamente’, la cual señala el *rol productivo* del género masculino. En otras palabras, mediante el sustantivo faunístico *burro*, animal que, por

ser muy resistente, es utilizado para el trabajo pesado, se evidencia el papel de proveedor del hombre.

Adicionalmente, de nuevo, posicionar el adverbio relativo *como* intensifica no solo adjetivos, sino también acentúa el significado de sustantivos y verbos. En consecuencia, se entiende que *tener hijos como cuy/conejo* es tener ***muchos/bastantes/demasiados*** hijos, *proteger a sus hijos como gallina a sus pollitos* se traduce a *protegerlos mucho/bastante/demasiado*, *estar echada como vaca* es interpretada como *descansar mucho/bastante/demasiado*, y *trabajar como burro* se entiende como *trabajar mucho/bastante/demasiado*.

En consecuencia, se puede decir que dentro de la categoría *estereotipos de género*, específicamente, en lo que respecta a *roles*, el tipo de motivación semántica que da lugar a las once UFs es mayormente una de tipo icónica; sin embargo, existen también casos de una mezcla de motivación icónica y simbólica.

Por un lado, los *zoomorfismos fraseológicos* (1), (2), (4), (6), (7), (9), y (11) están motivados icónicamente, ya que son el resultado de la similitud entre las acciones y comportamientos de ciertos animales y los roles y conductas tanto del género femenino como del masculino. Además, todas ellas se basan en la experiencia que la comunidad hablante ha tenido con aquellos seres faunísticos, una experiencia corporal directa, así, por ejemplo, conocemos cómo actúan los cuyes, las gallinas, las vacas, los perros y los burros. De allí que en nuestra habla cotidiana sea posible crear una relación entre ambos seres vivos.

Por otro lado, las UFs (3), (5), (8), y (10) son producto de una motivación semántica mezclada, es decir, están motivadas tanto por iconicidad como por simbolismo. Si bien existe la posibilidad de comparar el proceder de hombres y mujeres con el de animales como el león, los zorros y el tigre debido a que, de una u otra forma, hemos tenido experiencia con ellos, la relación

de semejanza se da también por el componente simbólico que estos llevan consigo. Así, sabemos que detrás del león está el concepto de *coraje y lucha*, del zorro de *astucia y engaño*, y del tigre de *rudeza y autoridad*. De esa forma, no solo la experiencia del ser humano con aquellos animales, sino también la convencionalización cultural de ellos, desembocan en la asociación entre los dos.

A propósito del cumplimiento o incumplimiento de los distintos roles de género, es posible determinar la fuerza ilocutiva con la que son utilizados los doce *zoomorfismos fraseológicos* mencionados en esta categoría. Así pues, en la tabla 4 se comparan las intenciones y propósitos con los que estas UFs son empleadas, de acuerdo con las encuestas realizadas. De este modo es evidente que las intenciones que priman, nuevamente, son las que tienen que ver con intenciones peyorativas y despectivas hacia ambos géneros.

**Tabla 4**

*Fuerza ilocutiva del uso de zoomorfismos fraseológicos con relación a estereotipos de género.*

ESTEREOTIPOS DE GÉNERO			
Género	Rol	Zoomorfismo	Intención
Femenino	Rol reproductivo	1) <i>Tener hijos como cuy/conejo</i>	criticar
	Rol de cuidadora y protectora	2) <i>Proteger a sus hijos como gallina a sus pollitos</i>	halagar
		3) <i>Convertirse en leona por sus hijos</i>	halagar
	Rol de ama de casa	4) <i>Estar echada como una vaca</i>	criticar
	Rol de mujer fiel y casta	5) <i>Ser una zorra</i>	ofender   humillar   criticar
		6) <i>Ser una perra</i>	ofender   humillar   criticar
Masculino	Rol productivo	7) <i>Trabajar como burro</i>	bromear entre personas de confianza
	Rol de hombre viril	8) <i>Ser un tigre en la cama</i>	halagar
		9) <i>Ser un perro</i>	criticar
		10) <i>Ser un zorro</i>	criticar
Rol de hombre dominante	11) <i>Ser un perro faldero</i>	burlarse	

En ese sentido, en la tabla 4 encontramos que en el uso de los distintos *zoomorfismos fraseológicos* se da una inclinación hacia la intención de *criticar*. En primer lugar, en relación con los roles de género femeninos, podemos ver que, aun cuando *tener hijos como cuy/conejo* hace referencia al papel reproductivo que cumple una mujer, una maternidad abundante y frecuente será blanco de opiniones negativas. Así, se puede deducir que la falta de planificación familiar es altamente desaprobada, pues pese a que la mujer cumple con la expectativa social de ser madre, se juzga el que no tenga control sobre cuántos hijos tendrá y cuándo lo hará. Además, se refuerza la idea de que es la mujer quien debe preocuparse por utilizar métodos anticonceptivos.

De igual manera, se llega a expresar juicios negativos cuando existe un incumplimiento de la mujer en su *rol de ama de casa y de mujer fiel y casta*. De ese modo, la UF *estar echada como una vaca* tiene como propósito señalar a una mujer que incumple su papel de estar relegada al trabajo doméstico y realizar la mayor parte de los quehaceres del hogar. Adicionalmente, los *zoomorfismos* 5) *ser una perra* y 6) *ser una zorra* son empleados con la intención misma de criticar. Este par de UFs reprueba el incumplimiento de castidad y fidelidad al que se supone deberían atenerse las mujeres, pues de ellas se espera que sean fieles y que tengan un comportamiento sexual apropiado moralmente. De allí que, si sucede lo contrario, es decir, si es una mujer promiscua, la sociedad no dudará en lanzar juicios negativos en su contra. Además, llama la atención que no bastará con señalarla, sino que también se utilizan estas unidades fraseológicas con la clara intención de ofenderla<sup>7</sup> y humillarla. De esa manera, se busca que la mujer se sienta despreciada, así como también que llegue a sentir herida su dignidad, y, por ende, culpable por sus actos.

No obstante, en la misma línea de intenciones peyorativas, pero ahora en el plano masculino, llama la atención que la comunidad hablante se sirve de las UFs 9) *ser un perro* y 10)

---

<sup>7</sup> **ofender:** “Hacer que una persona se sienta despreciada o humillada mediante palabras o acciones” (LEXICO, 2022).

*ser un zorro* para criticar actos de infidelidad, las relaciones volátiles, el instinto sexual irracional y/o el engaño, aun cuando estos comportamientos parecerían serles permitidos. Por otro lado, si hacemos una comparación de estos *zoomorfismos* con sus contrapartes femeninas (5) *ser una perra* y 6) *ser una zorra*), es sugerente el hecho de que, a la mujer, además de criticarla, se busque ofenderla y humillarla, mientras que el hombre, quien muestra el mismo tipo de conductas, es objeto de juicios reprobatorios mas no se pretende hacerlo sentir despreciado. De ese modo, se colige que, a pesar de que ya no se sigue perpetuando la idea de hombre naturalmente infiel, mentiroso y sexualmente irracional, esto sigue siendo mucho más condenado cuando viene de una mujer.

Adicionalmente, vemos que el *zoomorfismo* 11) *ser un perro faldero* es utilizado con la intención de hacer del hombre un objeto de burla cuando este se aleja del estereotipo de hombre dominante e independiente. En otras palabras, en el momento que un varón muestra señales de sumisión u obediencia, la sociedad lo ridiculizará, pues se aleja totalmente de cumplir con lo que se considera *masculino*. Indudablemente, mediante este tipo de desaires y la expresión referida, se está reforzando el rol de hombre que debe tomar decisiones y tener poder sobre el género femenino, y no al contrario.

En cuanto a la intención de bromear entre personas de confianza, *i.e.* familiares y amigos, el *zoomorfismo fraseológico* 7) *trabajar como burro*, se encuentra marcado en color amarillo, ya que representa una advertencia. Pese a que la UF connota a un hombre que trabaja intensamente para cumplir con su rol de *proveedor*, lejos de halagarlo se hace chanza de aquello. El hecho de bromear diciendo que un hombre *trabaja como burro*, advierte que mediante la broma se le quiere dar a entender que no solo debería trabajar, sino también involucrarse e invertir tiempo en la familia y el hogar. Es por ello por lo que existen artículos como el de la revista estadounidense

*Americas Quarterly* (2020) que se titula “Vamos, hombres: Es hora de que se involucren más en el hogar”. Del mismo modo, a través de la UF y mediante la broma se busca sugerir que el grado de involucramiento del hombre en la familia y las tareas del hogar debe incrementar. De esta forma, en lugar de reforzar el rol productivo que le es atribuido usualmente al hombre, se trata de romper este patrón.

Finalmente, en la tabla 4, en color verde está marcada la intención de *halagar*. Para este fin se ocupan los *zoomorfismos fraseológicos* 2) *Proteger a sus hijos como gallina a sus pollitos*, 3) *Convertirse en leona por sus hijos* y 8) *Ser un tigre en la cama*, donde es evidente que los roles que se elogian son abismalmente diferentes para hombres y mujeres.

Por un lado, para destacar el rol femenino de *cuidadora* y *protectora*, la comunidad se sirve de las UFs (2) y (3), pues ambas aluden al amparo y el cuidado que una madre debe brindar a sus hijos en cualquier circunstancia. Es decir que, si una mujer cumple con su rol protagónico de cuidadora, será enaltecida socialmente, pues está cumpliendo con el ideal de madre que, aun cuando implique autosacrificio, debe estar dispuesta a darlo todo por sus hijos. Así, se sigue perpetuando la adjudicación del rol de cuidado a la mujer.

No obstante, en cuanto al género masculino se utiliza el *zoomorfismo* 8) *ser un tigre en la cama* para halagar, para piropear, en cambio, el rol de *hombre viril y dominante* en cuanto a relaciones sexuales. Así, aquel varón que satisfaga a su pareja sexualmente será elogiado dentro de la comunidad, pues está cumpliendo su papel de ser experto en el tema tal como se esperaría de él. De esa manera, mientras de la mujer se continúa reforzando el estereotipo de *cuidadora* y *protectora*, del hombre se perpetúa su papel de *hombre viril y dominante* incluso en el plano sexual.

A partir del análisis precedente, se puede colegir que los *zoomorfismos fraseológicos* constituyen la forma más sencilla de perpetuar los estereotipos respecto a rasgos físicos, roles de

género y otros temas sociales como el sexismo. La transmisión de estas creencias, manifestadas como estereotipos, se realiza de manera inconsciente y, dado el carácter convencional del lenguaje, el cuestionarse sobre ellas es tarea difícil y no está al alcance de todos.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En definitiva, a través de este estudio lingüístico se llegó a conclusiones muy claras respecto a los objetivos inicialmente planteados. En primer lugar, el porcentaje de fijación que va desde 73.3% hasta 100% en las veintitrés UFs analizadas, indica que, entre los 30 informantes, los significados que otorgaban a los *fraseologismos* propuestos respondían a la institucionalización o convencionalización que han llegado a tener estas expresiones idiomáticas, dado el uso que se hace usualmente de ellas. Así, no resultó complicado determinar los significados institucionalizados de los *zoomorfismos fraseológicos* una vez realizada la encuesta.

En lo concerniente al análisis semántico de los mismos, se llegó a evidenciar que, efectivamente, la metáfora es el principal mecanismo semántico propiciador de la *idomaticidad* de estas unidades. Así pues, del total de 23 zoomorfismos, 17 de ellos (73.9%) mostraron tener origen en este tropo lingüístico. De esa manera, se llega a entender ciertas características físicas, conductas y comportamientos humanos en términos animales. Esto refleja que la metáfora indudablemente impregna el pensamiento, y, por ende, la lengua de los seres humanos en su vida cotidiana. No obstante, el haber detectado 6 muestras (26.1%) de símil o comparación, sugiere que este mecanismo semántico no puede ser descartado como un factor que posibilita el contenido idiomático de ciertas UFs. Por medio de este recurso, se llega a establecer una relación, incluso, mucho más explícita y transparente entre el dominio de origen (animales) y el dominio meta (seres humanos).

En consecuencia, dado el origen metafórico o comparativo de las 23 UFs, el tipo de motivación que se esconde detrás de ellas es de tipo semántico tanto icónico como simbólico. En cuanto a los zoomorfismos que responden a los estereotipos estéticos, son genuinamente motivados de manera icónica, ya que la relación que se establece entre las características físicas de una persona y las de un animal, viene dada por la amplia semejanza encontrada entre ellas.

Además, la semejanza responde a la experiencia directa que el ser humano tiene o ha tenido con el aspecto de dichos animales domésticos, por ejemplo, *estar como chanco*, *tener dientes de conejo*, *tener patas de pollo*, etc. En cambio, por lo que respecta a la categoría de estereotipos de género, encontramos que la motivación también es semántica, en algunos casos, icónica, mientras que en otros existe una mezcla de iconicidad y simbolismo. Por un lado, ciertas UF's se originan de la similitud entre los comportamientos de ciertos animales, y los roles y conductas femeninas y masculinas, que son establecidos también por una experiencia corporal directa. Así, por la convivencia con ellos sabemos cómo actúa una gallina con sus pollitos, un perro con su propietario, o el cuy en cuanto a su frecuencia reproductiva. Sin embargo, otros roles de género son asociados con otros animales si bien por la misma iconicidad, también por el componente simbólico que llevan consigo. De esa manera, relacionamos la astucia de un hombre o el coraje con que una madre defiende a sus hijos, por el símbolo que estos animales constituyen de aquellos atributos. En consecuencia, se evidencia que para la comunidad hablante siempre existe una relación asociativa entre el componente animal y el componente humano junto con su significado.

Finalmente, en el plano pragmático, se llegó a una importante conclusión: los nativo-hablantes del español ecuatoriano utilizan los *zoomorfismos fraseológicos* con una tendencia a la fuerza ilocutiva peyorativa y/o despectiva que evidencian que las UF's perpetúan y reproducen estereotipos de índole estéticos y de género.

Mediante *zoomorfismos* como *tener nariz de condorito* o *tener dientes de conejo*, utilizados con el fin de burlarse, se refuerza el ideal de belleza que recae en todos aquellos rasgos estéticos simétricos. Además, la utilización de *fraseologismos* tales como *estar como chanco*, *tener patas de gallo*, *tener patas de pollo*, empleados con el propósito de criticar y expresar juicios negativos, se perpetúa la idea que una complexión gruesa, demasiado delgada o la aparición de

cambios debido a la edad están alejados de lo que se considera estético o bello, según la sociedad. Así, los cuerpos de contextura “normal” y la piel sin líneas de expresión por envejecimiento, sigue siendo lo deseado. Del mismo modo, encontramos este mismo patrón en lo que respecta a estereotipos de género, específicamente roles de género. Al servirse de las UFs *tener hijos como cuy/conejo* y *estar echada como una vaca*, con el objetivo de criticar, se refuerza la idea de que la mujer debe ser la única encargada de la planificación familiar y que debe cumplir su rol de ama de casa, es decir, estar relegada a las actividades domésticas. En la misma línea, zoomorfismos como *ser una zorra* y *ser una perra* fortalecen el rol de la mujer como fiel y sexualmente moral. Mientras tanto, en cuanto a roles de género masculinos que son incumplidos, tenemos que mediante el *fraseologismo ser un perro faldero*, se ridiculiza al hombre, lo que refuerza el rol de hombre dominante.

Adicionalmente, es necesario subrayar que las fuerzas ilocutivas que parecerían ser positivas, tales como “bromear” entre amigos y familiares o halagarle a alguien, en realidad, lo que hacen es lo mismos que las intenciones peyorativas y despectivas, *i.e.* perpetuar estereotipos.

Así, dentro de los estereotipos estéticos, se hace bromas referentes a la estatura o el exceso de peso de una persona, a través de los zoomorfismos *ser una pulga*, *ser alto como una jirafa* y *estar como chanco*. A pesar de que se extendido bastante la idea de evitar hacer bromas sobre el cuerpo de alguien, se nota que las chanzas siguen siendo perjudiciales y son disfrazadas como situaciones graciosas, cuando lo que en realidad sucede es que se está reforzando los cánones de belleza actuales. Lo mismo sucede con los “halagos”, pues emitir juicios aparentemente positivos como *tener cintura de avispa* o *estar hecho un toro*, lo único que hacen es perpetuar los ideales somáticos de hombres y mujeres. Mientras tanto, los “piropos” referentes a roles de género femeninos, *proteger a sus hijos como gallina a sus pollitos* y *convertirse en leona por sus hijos*,

lo que hacen es fortalecer el rol de cuidadora y protectora de una mujer al ser madre. No obstante, el rol de género masculino reforzado mediante la UF *ser un tigre en la cama*, utilizada como “halago”, termina también perpetuando el rol de hombre dominante incluso en el plano sexual.

Es así como se llega a mostrar que tanto las fuerzas ilocutivas positivas como las negativas de un acto de habla que contiene *zoomorfismos fraseológicos*, dan paso a la conservación, perpetuidad y refuerzo de estereotipos. En otras palabras, desde la intención más noble de halagar, pasando por las bromas “inocentes”, hasta las intenciones maliciosas de criticar, ofender o humillar, y burlarse, continúan prolongando ciertas creencias o ideas respecto a temas como la belleza o los roles de género que siguen siendo tan marcados, a pesar de los aparentes llamados al cese de estos.

En ese sentido, se sugiere seguir trabajando con la *fraseología zoomórfica* dentro de la variedad ecuatoriana del español, pues podemos asegurar que muchos otros casos de prejuicios u opiniones respecto a ciertos temas pueden ser dilucidados. Se podría considerar el sexismo en los *zoomorfismos fraseológicos*, por ejemplo, ¿por qué un hombre sí puede *creerse gallito*, pero una mujer no? o ¿por qué una mujer *es una víbora*, y el hombre no?). Así, se podría analizar cómo juzga la comunidad hablante ciertas actitudes o comportamientos, a través de UFs como *llorar lágrimas de cocodrilo* (hipocresía), *ser una gallina* o *esconder la cabeza como avestruz* (cobardía), *ser terco como una mula* (terquedad), entre otras. De igual manera, un estudio mucho más local podría ser llevado a cabo con el fin de obtener un corpus *zoomórfico* en distintas provincias del Ecuador, pues como vemos es la fraseología ecuatoriana es inagotable, como son inagotables también los pensamientos compartidos por una comunidad.

**Bibliografía**

- Alama, M. (2015). *Un estudio sobre la fraseología y los refranes saleños*. Horizonte de la Ciencia, 5(9), 75-85.  
[https://www.redalyc.org/journal/5709/570960874007/html/#redalyc\\_570960874007\\_ref12](https://www.redalyc.org/journal/5709/570960874007/html/#redalyc_570960874007_ref12)
- Álvaro, M. (2021). *¿Sabes qué es el 'body shaming'? Queremos decirte que tu cuerpo es tu templo, cuídate y cuidalo*. Fundación Fad Juventud. <https://www.fad.es/sin-categoria/sabes-que-es-el-body-shaming-queremos-decirte-que-tu-cuerpo-es-tu-templo-cuidate-y-cuidalo/>
- Cook, R., Cusack, S., y Parra, A. (2010). *Estereotipos de género: perspectivas legales transnacionales*. (pp. 291-291).  
[https://www.law.utoronto.ca/utfl\\_file/count/documents/reprohealth/estereotipos-de-genero.pdf](https://www.law.utoronto.ca/utfl_file/count/documents/reprohealth/estereotipos-de-genero.pdf)
- Corpas, G. (1996). *Manual de fraseología española*. Madrid: Gredos.
- Crystal, D. (2000). *Diccionario de lingüística y fonética* (Trad. Xavier Villalba). Ediciones Octaedro. (Trabajo original publicado en 1997).
- Crystal, D. (2008). *A Dictionary of Linguistics and Phonetics*. 6<sup>th</sup> Edition. Blackwell Publishing.
- Echeverría, I. (2003). *Acerca del vocabulario español de la animalización humana*. *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, (15), 1.  
<https://webs.ucm.es/info/circulo/no15/echevarri.htm>
- FAO. (2000). *Mejorando la nutrición a través de huertos y granjas familiares: manual de capacitación para trabajadores de campo en América Latina y El Caribe*, (en línea). Roma, Italia. 239 p. <https://www.fao.org/3/v5290s/v5290s00.htm#TopOfPage>
- García, R., y Huerta, M. D. J. (2020). *Significado y sociedad*. *Sincronía*, (77), 531-550.  
[https://www.redalyc.org/journal/5138/513862147026/html/#redalyc\\_#articleIdVar#\\_ref4](https://www.redalyc.org/journal/5138/513862147026/html/#redalyc_#articleIdVar#_ref4)
- Garrido Medina, J. (1979). *El significado como proceso: connotación y referencia*. *Anuario de Estudios Filológicos*, (2), 19-40.  
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/6530/1/garrido1979sigpro.pdf>
- Gutiérrez Rubio, E. (2013). *Fraseología y estereotipos en español. ¿Una relación bidireccional?*. *Language design: journal of theoretical and experimental linguistics*, 15, 0119-136.  
[http://elies.rediris.es/Language\\_Design/LD15/LD15\\_06\\_Gutierrez\\_Rubio%20.pdf](http://elies.rediris.es/Language_Design/LD15/LD15_06_Gutierrez_Rubio%20.pdf)

- Instituto Cervantes. (s.f.). *Acto de habla*. Centro Virtual Cervantes. Diccionario de términos clave de ELE.  
[https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/diccio\\_ele/diccionario/actodehabla.htm](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/actodehabla.htm)
- International Labour Organization. (2013). *¿Qué son los roles de género?* CINTERFOR.  
<https://www.oitcinterfor.org/en/p%C3%A1gina-libro/%C2%BFqu%C3%A9-son-roles-g%C3%A9nero#:~:text=Son%20los%20comportamientos%20aprendidos%20en,y%20valorizarlas%20de%20manera%20diferenciada.>
- Labrada, G., Bidot, I., y Pérez, C. (2021). *¿Vacas o toras? La representación de la mujer en la fraseología zoomorfa cubana*. *Paremia*, (31), 163-171.
- Lakoff, G., y Johnson, M. (2003). *Metaphors we live by* [Metáforas de la vida cotidiana]. The University of Chicago Press.
- Lakoff, G., y Johnson, M. (2004). *Metáforas de la vida cotidiana*. Cátedra. 6<sup>o</sup> edición.
- Li, C. (2018). *Culturas hispánicas en los manuales de ELE en China*. Bargalló Escrivá.  
[https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/asele/pdf/28/28\\_0035.pdf](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/28/28_0035.pdf)
- López, J. M. (2013). *Introducción a la fraseología y su aplicación a la didáctica: corpus del poniente almeriense*. <https://core.ac.uk/download/pdf/143458023.pdf>
- López, M. I., y Hernández, E. (2016). La pragmática y sus orígenes lingüísticos a principios del siglo XX. *Revista de investigación lingüística*, 19, 61-76.  
<https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/52212/1/La%20pragmatica%20y%20sus%20origenes%20linguisticos%20a%20principios%20del%20siglo%20XX.pdf>
- Lozano, E. (2010). *La interpretación y los actos de habla*. *Mutatis Mutandis: revista Latinoamericana de Traducción*, 3(2), 333-348.
- Mahadi, T., y Jafari, S. (2012). *Language and culture*. *International Journal of Humanities and Social Science*, (2), 230-235.  
[https://www.ijhssnet.com/journals/Vol\\_2\\_No\\_17\\_September\\_2012/24.pdf](https://www.ijhssnet.com/journals/Vol_2_No_17_September_2012/24.pdf)
- Muñoz-Basols, J., Pérez, Y., y David, M. (2014). *Spanish Idioms in Practice: Understanding Language and Culture*. Routledge.
- Núñez, R. G., y Huerta, M. D. J. H. (2020). *Significado y sociedad*. Universidad de Guadalajara. *Sincronía*, (77), 531-550. <https://www.redalyc.org/journal/5138/513862147026/html/>

- Ñopo, H. (2020). *Vamos, hombres: Es hora de que se involucren más en el hogar*. Americas Quarterly. <https://americasquarterly.org/article/vamos-hombres-es-hora-de-que-se-involucren-mas-en-el-hogar/>
- Olaya, V. (2014). *El apodo en Cartagena: propuesta de una tipología semántica*. Cuadernos de Lingüística Hispánica, (23), 29-48. <https://www.redalyc.org/pdf/3222/322229950003.pdf>
- Oxford Languages. (2022). *Bromear*. LEXICO. <https://www.lexico.com/es/definicion/bromear>
- Oxford Languages. (2022). *Burlarse*. LEXICO. <https://www.lexico.com/es/definicion/burlar>
- Oxford Languages. (2022). *Criticar*. LEXICO. <https://www.lexico.com/es/definicion/criticar>
- Palacios Martínez, I. (dir.), Alonso R., Cal M., Calvo, Y., Fernández, F., Gómez, L., López, P., Rodríguez, Y., y Varela, J. R. (2019). *Acto ilocutivo*. Diccionario electrónico de enseñanza y aprendizaje de lenguas. ISBN 978-84-09-10971-5. <https://www.dicenlen.eu/es/diccionario/entradas/acto-ilocutivo>
- Piñel, R. (1997). *El mundo animal en las expresiones alemanas y españolas y sus connotaciones socioculturales*. Revista de filología alemana, 5, 259-274.
- Real Academia Española. (2021). *Convertir*. Diccionario de la lengua española. Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/convertir?m=form>
- Real Academia Española. (2021). *Estereotipo*. Diccionario de la lengua española. Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/estereotipo?m=form>
- Real Academia Española. (2021). *Fraseología*. Diccionario de la lengua española. Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/fraseolog%C3%ADa>
- Real Academia Española. (2021). *Halagar*. Diccionario de la lengua española. Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/halagar?m=form>
- Real Academia Española. (2021). *Hipérbole*. Diccionario de la lengua española. Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/hip%C3%A9rbole>
- Real Academia Española. (2021). *Idiomático*. Diccionario de la lengua española. Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/idiom%C3%A1tico?m=form>
- Real Academia Española. (2021). *Semántico, ca*. Diccionario de la lengua española. Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/sem%C3%A1tico>
- Riemer, N. (2010). *Introducing Semantics* [Introducción a la Semántica]. Cambridge University Press.

- Ruiz, L. (1997). *Aspectos de fraseología teórica española*. Anejo No. 24 de la Revista Cuadernos de la Filología. Universitat de València.
- Sanz Martin, B. E. (2012). *El reino animal en la lengua*. PIROCROMO-Revista Estudiantil de la Licenciatura en Letras Hispánicas, (5), 45-48.
- Sanz Martin, B. E. (2015). *Las metáforas zoomorfas desde el punto de vista cognitivo*. Íkala, revista de lenguaje y cultura, 20(3), 361-384.
- Sciutto, V. (2005). *Unidades fraseológicas: un análisis contrastivo de los somatismos del español de Argentina y del italiano*. ACTAS XXIII AISPI, 502-518.  
[https://cvc.cervantes.es/literatura/aispi/pdf/22/II\\_31.pdf](https://cvc.cervantes.es/literatura/aispi/pdf/22/II_31.pdf)
- Sciutto, V. (2018). *Metáforas zoomorfas en el español de Argentina*. E-Aesla, (4), 418-427.
- Suárez, A. (2015). *Algunas metáforas de animales en el habla bogotana*. Paremia, 24(2015), 221-228. [https://cvc.cervantes.es/lengua/paremia/pdf/024/020\\_suarez.pdf](https://cvc.cervantes.es/lengua/paremia/pdf/024/020_suarez.pdf)
- Suárez, S. (2005). *Análisis fraseológico sobre una base de zoomorfismos en los idiomas ucraniano y español*. Interlingüística, (16), 1059-1068.
- Szyndler, A. (2014). *Zoomorfismos fraseológicos del español y del polaco: un estudio contrastivo desde el punto de vista de la lingüística cultural*. Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Terra Natura Murcia. (2021). *Leonas: las reinas de las manadas*.  
<https://murcia.terrannatura.com/noticias/leonas-reinas-de-las-manadas/#:~:text=Las%20leonas%20tienen%20un%20gran,los%203%20y%2011%20d%C3%ADas.>
- What the Girl. (2020). *¿Por qué a los hombres infieles les dicen “perros”?*  
<https://www.whatthegirl.com/pareja/noticias/por-que-a-los-hombres-infieles-les-dicen-perros-256183>

## Anexos

### **Anexo A. *Corpus inicial de zoomorfismos fraseológicos, obtenido de fuentes primarias y secundarias.***

1. Ser una gallina.
2. Ser la oveja negra de la familia.
3. Ser un perro.
4. Ser una perra.
5. Ser un burro.
6. Llevarse como el perro y el gato.
7. Ser un cerdo.
8. Estar como chancho.
9. Ser un zorro
10. Ser una zorra.
11. Ser un pájaro de mal agüero.
12. Hablar como loro.
13. Los tortolitos.
14. Cerrar el pico.
15. Ser una víbora.
16. Trabajar como burro.
17. Ser lento como una tortuga.
18. Ser alto como una jirafa.
19. Trepa el árbol como mono.
20. Dar gato por liebre.
21. Ser un ratón de biblioteca.
22. Tener un humor de perros.
23. Haber 4 pelagatos.
24. Llevar una vida de perro.
25. Estar en la edad del burro.
26. Llorar lágrimas de cocodrilo.
27. Ser un bicho raro.
28. Trabajar como hormiga.
29. Ser terco como la mula.
30. Ser camarón cuando conduce.
31. Ser un tigre en la cama.
32. Ser una grilla.
33. Estar como pez en el agua.
34. Estirar la pata.
35. Meter la pata.
36. Tener cintura de avispa.
37. Comer como chancho.
38. Ser una gata.
39. Creerse muy gallito.
40. Ser un perro faldero.
41. Ser una mosquita muerta.
42. Andar como perro sin dueño

43. Ser trepadora como una víbora.
44. Estar hecho un toro.
45. Proteger a sus hijos como gallina a sus pollitos.
46. Tener hijos como cuy/conejo
47. Ir como sardinas en lata.
48. Ir de flor en flor | Ser un picaflor.
49. Ser una rata.
50. Ponerse la piel de gallina.
51. A otro perro con ese hueso.
52. Coger a alguien de pato.
53. Estar de pocas pulgas.
54. Tener ojos de sapo.
55. Tener nariz de condorito.
56. Tener dientes de conejo.
57. Ser sapo.
58. Ser una lagarta.
59. Ser un viejo lobo de mar.
60. Meter la cabeza como avestruz.
61. Ser un gallinazo.
62. Quedar desplumado.
63. Tener sonrisa de caballo.
64. Bostezo de león.
65. Parecer mico.
66. Parecer pulga.
67. Parecer pulga detrás de la oreja.
68. Hablar como una cotorra.
69. Ser una gacela.
70. Estar como gallo con las chicas.
71. Tener vista de águila.
72. Ser un borrego.
73. Parecer pulpo.
74. Tener memoria de elefante.
75. Ser una harpía.
76. Ser un bagre.
77. Quedar como puerco.
78. Hacer de mula.
79. Ser conejillos de indias.
80. Tener patas de pollo.
81. Tener patas de gallo
82. Ser un pollito todavía.
83. Ser un cachudo.
84. Parir como coneja.
85. Haberlo dicho un pajarito.
86. Roncar como oso.
87. Gozar como chanco en lodo.

- 88.** El burro adelante para que no se espante.
- 89.** Tener más vidas que un gato.
- 90.** Defenderse como gato panza arriba.
- 91.** Quien con lobos se junta, a aullar aprende.
- 92.** Tener mente de tiburón.
- 93.** Ser un hijo de guanchaca.
- 94.** Parir como guanchaca.
- 95.** Estar echada (tumbada) como vaca.
- 96.** Ser hija de culebra fina.
- 97.** Estar lagarteando.
- 98.** Lagarto comido ya no vomita.
- 99.** Tener cuidado con el gavián.
- 100.** Simio no quiere a simio.
- 101.** Simio no mata a simio.
- 102.** Perderse para perro conejero.
- 103.** Desperdiciado/a para gato negro.
- 104.** Estar feliz como una perdiz.
- 105.** Tener nariz de tucán/halcón.
- 106.** Cortarle las alas a alguien.
- 107.** Ser solo una bichaucha.
- 108.** Ser una gallina culeca.
- 109.** Ser o parecer un negro cuscungo.
- 110.** Ser un cuchucho.
- 111.** Los pichones.
- 112.** Amarrarse.
- 113.** Ser un buitre.
- 114.** Tener lengua viperina.
- 115.** Ser mono.
- 116.** Ser una pulga.
- 117.** Ponerse como una fiera.
- 118.** Convertirse en leona por sus hijos.
- 119.** Ser un cabeza de chorlito.
- 120.** Ser manso como una paloma.

**Anexo B. Categorización del corpus inicial.**

<b>ESTEREOTIPOS ESTÉTICOS</b>			
<b>N°</b>	<b>Zoomorfismo</b>	<b>Connotación</b>	<b>Intención</b>
1	Ser un cerdo	Persona gruesa o voluminosa	Descalificativo <sup>8</sup>
2	Estar como chanco	Persona gruesa o voluminosa	Descalificativo
3	Tener cintura de avispa	Mujer con una cintura estrecha y definida	Halago
4	Voy a ponerme torísimo   Estar hecho un toro	Hombre físicamente bien, posee fuerza.	Halago
5	Tener nariz de condorito	Persona con una nariz grande y aguileña	Descalificativo
6	Tener ojos de sapo	Persona con ojos muy saltones	Descalificativo
7	Tener dientes de conejo	Persona con dientes incisivos superiores grandes	Descalificativo
8	Tener sonrisa de caballo	Persona con crecimiento anormal de los dientes, lo que causa exceso de encía al sonreír	Descalificativo
9	Tener patas de pollo	Persona con piernas muy delgadas y muy poco músculo	Descalificativo
10	Tener nariz de tucán	Persona con una nariz muy afilada	Descalificativo
11	Tener nariz de halcón	Persona con una nariz muy afilada	Descalificativo
12	Ser un negro cuscungo	Persona de raza negra con los labios muy gruesos y pronunciados	Descalificativo
13	Ser un bagre	Persona muy fea	Descalificativo
14	Tener patas de gallo	Persona que tiene arrugas de expresión en el borde de los ojos, generalmente, debido a la edad	Descalificativo
15	Ser una pulga	Persona de baja estatura	Descalificativo

<b>ROLES DE GÉNERO</b>			
<b>N°</b>	<b>Zoomorfismo</b>	<b>Connotación</b>	<b>Intención</b>
1	Les protege como gallina a sus pollitos	Una mujer cumple el rol de cuidar a sus hijos con ternura y ferocidad	Halago
2	Trabaja como burro	Un hombre que trabaja intensamente para proveer a su hogar	Halago
3	Tener hijos como cuy/conejo	Una mujer que da a luz muchos hijos y en un corto tiempo.	Descalificativo
4	Parir como coneja	Una mujer que da a luz muchos hijos y en un corto tiempo.	Descalificativo
5	Parir como guanchaca	Una mujer que da a luz muchos hijos y en un corto tiempo.	Descalificativo

<sup>8</sup> Aquellos zoomorfismos cuya intención es descalificar se pueden referir a locuciones peyorativas, despectivas, despreciativas, así como a críticas y/o juicios. Esto se verifica con la encuesta, y se explica en el análisis.

6	Ser una gallina culeca	Mujer que tiene instinto maternal, demasiado pegada a los hijos.	Calificativo
7	Ser una zorra	Mujer promiscua.	Descalificativo
8	Ser una perra	Mujer promiscua.	Descalificativo
9	Convertirse en leona por sus hijos	Mujer que defiende a sus hijos por encima de todo.	Halago
10	Estar echada como vaca	Mujer que está tumbada sin hacer nada	Descalificativo
11	Ser un tigre en la cama	Hombre que tiene buen desempeño en las artes amatorias	Halago
12	Ser un perro faldero	Hombre que se somete a la voluntad de una mujer.	Descalificativo
13	Ser un perro	Hombre mujeriego	Descalificativo
14	Ser un zorro	Hombre mujeriego.	Descalificativo

### HABILIDADES FÍSICAS O COGNITIVAS

Nº	Zoomorfismo	Connotación	Intención
1	Ser lento/a como una tortuga	Persona que es lenta, tarda mucho en hacer algo.	Descalificativo
2	Ser camarón al conducir	Conductor inexperto.	Descalificativo
3	Tener vista de águila	Persona con una vista que alcanza y abarca mucho.	Halago
4	Tener memoria de elefante	Persona con una buena capacidad de memoria	Halago
5	Ser una gacela	Persona ágil, sobre todo en los deportes.	Halago
6	Ser un/a burro/a	Persona bruta, terca e incivil.	Descalificativo
7	Parecerse a un pulpo	Persona capaz de realizar distintas tareas/actividades a la vez.	Halago
8	Trabajar como hormiga	Trabajador esmerado y productivo, que hace su trabajo con minuciosidad y constancia.	Halago
9	Ser un cabeza de chorlito	Persona torpe y distraída.	Descalificativo

### SEXISMO

Nº		Zoomorfismo	Connotación	Intención
1	<b>Femenino</b>	Ser una víbora	Mujer que le gusta hablar mal del resto, tiene malas intenciones	Descalificativo
2		Ser una grilla	Mujer que le gusta estar con hombres ajenos	Descalificativo
3		Ser una gata	Mujer que van de hombre en hombre buscando aquel que les acomode económicamente	Descalificativo
4		Hablar como una cotorra	Mujer que habla mucho.	Descalificativo

5		Ser una harpía	Mujer muy malvada que apela al engaño para conseguir sus objetivos.	Descalificativo
6		Ser una mosquita muerta	Mujer que finge ser sincera e inexperta, pero tiene intenciones dañinas	Descalificativo
7		Ser trepadora como una víbora	Mujer oportunista que busca ascender socialmente, escogiendo hombres de quienes obtener un beneficio	Descalificativo
8		Ser una lagarta	Mujer prostituta	Descalificativo
9	Masculino	Ser un gallinazo	Hombre al que por ser maduro y experimentado, no se le puede engañar	Halago
10		Ser un cuchucho	Hombre mujeriego	Descalificativo

ACTITUDES   COMPORTAMIENTOS			
N°	Zoomorfismo	Connotación	Intención
1	Tener lengua viperina	Persona que emite comentarios hirientes, buscando criticar y dañar con su maledicencia.	Descalificativo
2	Ser una gallina	Persona cobarde, no tiene valor.	Descalificativo
3	Hablar como loro/a	Persona que habla mucho.	Descalificativo
4	Tener un humor de perros	Persona que tiene un mal carácter/temperamento.	Descalificativo
5	Llevar una vida de perro	Persona que lleva una mala vida, una vida indigna, limitada.	Descalificativo
6	Llorar lágrimas de cocodrilo	Persona hipócrita, que finge tristeza o dolor.	Descalificativo
7	Ser terco como una mula   Ser más terco que una mula	Persona testaruda, que no cambia de opinión a pesar de darle argumentos convincentes.	Descalificativo
8	Comer como chanco	Persona que come desafortadamente y con malos modales.	Descalificativo
9	Creerse muy gallito	Hombre arrogante, soberbio, que busca someter al resto bajo su voluntad.	Descalificativo
10	Ser una rata	Persona ávara y despreciable.	Descalificativo
11	Ser de pocas pulgas	Persona que no tolera o no tiene paciencia para despropósitos. Persona directa.	Descalificativo
12	Ser sapo/a	Persona astuta y vivaz. Persona soplona y delatadora.	Descalificativo
13	Ser lagarto/a	Persona pícara, taimada, astuta.	Descalificativo
14	Esconder/meter la cabeza como avestruz	Persona que evade una situación, rehúye las responsabilidades de sus actos.	Descalificativo
15	Ser un borrego	Persona que se somete gregaria o dócilmente a la voluntad ajena	Descalificativo

16	El burro adelante para que no se espante	Persona que se coloca a sí misma primera, en una situación en la que debería ir última.	Descalificativo
17	Tener mente de tiburón	Persona cuya principal motivación para hacer algo es el dinero, sin importar si rebasa los límites éticos y morales.	Descalificativo
18	Ser un buitre	Persona egoísta, que se aprovecha de cualquier situación para beneficio propio	Descalificativo
19	Ser pájaro de mal agüero	Persona que transmite mala energía o presagia malas noticias	Descalificativo
20	Andar como perro sin dueño	Persona que ha perdido el rumbo de su vida, ha perdido la medida en su forma de vivir.	Descalificativo
21	Parecer mico	Persona inquieta	Descalificativo
22	Estar como pulga detrás de la oreja	Persona que inquieta, molesta y produce desazón	Descalificativo
23	Ser un/a pollito/a	Persona muy joven, sin experiencia en la vida	Descalificativo
24	Roncar como oso	Persona que ronca fuerte.	Descalificativo
25	Defenderse como gato panza arriba	Persona que se defiende con intensidad y fiereza de una agresión física o verbal	Halago
26	Ponerse como fiera	Persona llena de ira	Descalificativo
27	Ser manso como una paloma	Persona dócil y de carácter suave.	Halago

### CONVENCIONES SOCIALES

N°	Zoomorfismo	Connotación	Intención
1	Ser la oveja negra de la familia	Persona con una personalidad diferente al resto	Descalificativo
2	Estar en la edad del burro	Jóvenes que se muestran reacios a aceptar las reglas de sus padres	Descalificativo
3	Ser un bicho raro	Persona que se comporta de un modo diferente al resto	Descalificativo

**Anexo C. *Enlace del modelo de encuesta aplicada a los participantes.***

[https://docs.google.com/forms/d/1Ygen1KNmJxBAtudzamTaA2NoHkk\\_tanyaWb4VRZvOdw/e](https://docs.google.com/forms/d/1Ygen1KNmJxBAtudzamTaA2NoHkk_tanyaWb4VRZvOdw/e)

[dit](#)

**Anexo D. *Enlace de las respuestas obtenidas tras la aplicación de la encuesta a los participantes.***

[https://docs.google.com/forms/d/1Ygen1KNmJxBAtudzamTaA2NoHkk\\_tanyaWb4VRZvOdw/v](https://docs.google.com/forms/d/1Ygen1KNmJxBAtudzamTaA2NoHkk_tanyaWb4VRZvOdw/v)

[iewanalytics](#)