

LA PALABRA PROVERBIAL MEXICANA

Perla PETRICH

Université Paris 8

Basta escuchar a un grupo de mexicanos hablando en un bar, en una fiesta, en una reunión de trabajo en la ciudad o en el campo mientras cultivan, para comprender rápidamente que el proverbio ocupa un lugar importante en el discurso oral. Nos concentraremos en este trabajo en algunos de esos proverbios, específicamente en los que se refieren al maíz y a la mujer¹. Nuestro propósito es comprender de qué manera los proverbios se actualizan en situación de enunciación y hasta qué punto su función se adecua a los cambios de mentalidad que se operan en la sociedad que les dio origen. Para ello nos ha parecido necesario comenzar por establecer cómo se construye la estructura significativa de base. Este análisis gramatical y semántico nos permitirá tratar posteriormente el aspecto de contextualización cultural, para determinar cuál es la ideología que motiva este tipo de elocución y cuáles son sus posibilidades de realización en diferentes situaciones enunciativas.

La presencia reiterada del proverbio en la comunicación oral mexicana se debe a la influencia de hábitos lingüísticos tanto españoles como indígenas. Por una parte, la lengua española introducida en América por los conquistadores —la mayoría de ellos de origen modesto y analfabetos— era como el discurso de Sancho Panza, una lengua popular salpicada de proverbios. Los indígenas y, posteriormente los mestizos, adaptaron y reformularon el refranero en función de su propia realidad. Por otra parte, esas formas de expresión condensadas no eran ajenas a las lenguas americanas existentes. Los aztecas estaban acostumbrados a utilizar locuciones fijas que funcionaban como fórmulas de cortesía, reglas de coexistencia, máximas o ilustración de experiencias. Garibay² clasifica esas expresiones mínimas como «proverbios». Algunos ejemplos nahuas, todos sacados del libro de este autor, pueden ser ilustrativos: «Puede que sí y puede que no»; «Como se acuesta así se levanta»; «Si en verdad eres estrella, no te alumbres con tea»; «¿Quién será útil a otro cuando no lo es a sí mismo?»; «La tierra será lo que son los varones». Los aztecas las llamaban *huehuetlatolli* («palabra de los ancianos»). Se conocen tres repertorios: un manuscrito que se encontraba en la

biblioteca Nacional de México, del cual Garibay asegura que desapareció; otra serie aparece en la gramática de Olmos³ y existen tres capítulos que Sahagún⁴ consagra a los apotegmas.

1. Arquitectura actual del proverbio mexicano

Este microenunciado posee una armadura⁵ mantenida por ciertos lexemas que cumplen la función de pilares gramaticales o semánticos. La economía, la concentración espacial y temporal del proverbio exigen la presencia de «puntos fuertes»⁶ que constituyen los términos de una relación articulada generalmente sobre uno o dos verbos pivotes. «A cualquier *taco*⁷ le llaman *cena*». Es posible que la elipsis llegue hasta suprimir el verbo: «Mientras menos burros más olotes».

1.1. Relaciones entre los términos

Las relaciones que se establecen son de carácter sintáctico y/o de carácter semántico.

1.1.1. Relaciones sintácticas

- Comparación: «A las mujeres bonitas *como* a los caballos buenos, las echan a perder los pendejos».

- Oposición: «Cuerpo de *tentación* y cara de *arrepentimiento*».

- Repetición intensificatoria de la negación: «A las mujeres *ni* todo el amor *ni* todo el dinero»; «*No* come tamales por *no* tirar las hojas»; «*Ni* en cojera de perro *ni* en lágrimas de mujer hay que creer»; «*No* se puede sopear con gordas⁸, *ni* hacer tacos con tostadas⁹».

1.1.2. Relaciones semánticas

- Inclusión: los proverbios presentan términos como «gallinas», «gallos», «caballos», «mujeres» y «hombres» que participan de la misma característica de «animalidad» e «irracionalidad»: «Gallo, caballo y mujer por la raza has de escoger». Con referencia a las mujeres desdeñosas: «Déjalas que corcoveen que ya agarrarán el paso», «Déjalas que cacareen, ya vendrán por su maíz», «No le hace que duerman alto, echándoles maíz se apean».

- Oposición: Se establece entre los términos macho-hembra: «Desgraciado el gallinero en donde la gallina canta y el gallo cacarea».

1.2. Transposiciones

Muchos proverbios pueden identificarse como transposiciones de proverbios españoles a la realidad mexicana. Esos textos han sufrido varias modificaciones. Podemos señalar tres tipos:

- Cambios léxicos para adaptarlos al contexto. En esos casos el sentido del proverbio es conservado. Entre los proverbios españoles más conocidos podemos citar el que dice: «Mientras menos bulto más claridad». En México se convierte en «Mientras menos indios más tortillas» o «Mientras menos burros más olotes¹⁰». Lo mismo ocurre con «A falta de pan buenas son tortas», que se transforma en «A falta de pan buenas son tortillas».

- Cambios léxicos que implican una variación semántica. En España se dice: «No hay mal que por bien no venga». En México se repite el proverbio con una sola variación léxica que se refiere a la mujer como causa de todos los problemas: «No hay mal que por mujer no venga».

- Cambios léxicos y sintácticos sin variación semántica del proverbio. «Tanto va el cántaro al agua que al fin se rompe» se conoce en México como «A muele y muele, ni metate¹¹ queda». Otro ejemplo: «A buen hambre, gordas duras», equivalente de «Para el hambre no hay pan duro». También: «No se puede chiflar y tragar pinole¹²» que corresponde a «No se puede estar en la misa y en la procesión».

- Sin cambios léxicos pero con variación semántica del léxico utilizado y cambio de sentido de la totalidad de la frase. En España se dice: «La mujer compuesta a su marido quita de la puerta ajena». El significado que se da a «compuesta» es de «limpia», «arreglada», «cuidada». En México dirán: «La mujer compuesta quita al hombre de la otra puerta». «Compuesta» tiene el sentido contrario al que le otorga el proverbio español y hace referencia a un exceso de maquillaje, a la seducción, en consecuencia al «robo» del marido de otra y no a la conservación del propio.

1.3. Juegos de la connotación

Los términos del proverbio siempre son connotados¹³, es decir, que una cadena semiológica ya existente es utilizada como significante, como materia prima a la cual se le asocia un nuevo concepto. Lo que varía es el grado de connotación. En algunos casos suele tratarse de connotaciones conocidas por la mayoría de los hispanohablantes: «Caballo, mujer y escopeta a nadie se presta». O «Caballo que llene las piernas, mujer que llene los brazos y gallo que llene las manos». En estos casos podríamos decir que la connotación es simple y se justifica y origina en una mentalidad machista común a países latinoamericanos e incluso a España. El

caballo, la mujer, el gallo de pelea y la escopeta, en tanto que elementos significativos de «hombría», son fácilmente comprensibles.

En otros casos la apropiación simbólica sólo puede ser captada por receptores que participan en un universo cultural específico y particular. Un proverbio como el siguiente: «Apenas le dicen mi alma, ya quieren su casa aparte», puede ya ofrecer dificultades de interpretación. La alusión a «casa aparte» puede entenderse como «quieren casamiento» pero, dentro del contexto mexicano, suele hacer referencia a la «casa chica», es decir, a la casa de la amante que adquiere así un estatuto casi oficial de segunda esposa.

Los proverbios se «nacionalizan» en la medida en que incorporan mayor cantidad de presupuestos¹⁴, entendidos como referentes culturales, de los que sólo participan los vernáculos. Si tenemos en cuenta los proverbios que se construyen con términos provenientes del medio agrícola, se constata rápidamente la dificultad de comprensión literal. El valor denotado del vocabulario ofrece dificultades y el simbólico con más razón escapa a un receptor que no sea mexicano: «No hay milpa sin huitlacoche». Dos términos deben ser definidos en su acepción primera: «la milpa» es el campo de maíz y el «huitlacoche» un término de origen azteca que designa un hongo negro que se desarrolla en la mazorca. Es comestible y su gusto muy apreciado. El receptor no mexicano, sólo en un segundo paso de desciframiento, puede llegar a deducir que la milpa «significa» la vida y el huitlacoche los defectos humanos. Una situación similar se presentará con otros proverbios: «El que siembra su maíz que se coma su pinol». Pinol es otro término de origen azteca que designa una bebida corriente hecha con la harina de maíz tostada, cacao y azúcar. Entre otros muchos ejemplos podemos citar también el de «Ya se acabaron los indios que tiraban con tamales»¹⁵.

En los casos citados, aún habiendo adquirido las competencias lingüísticas y culturales para interpretar cada uno de los términos del enunciado, es decir, la «función cognitiva» a la que hace referencia Jakobson¹⁶, no logramos, a menos de encontrarnos entre los auditores en el momento de la enunciación, saber cuál es su marco propicio (qué lo motiva, a qué reglas de uso está sujeto, etc.¹⁷). Tampoco somos capaces de captar la importancia de la función «expresiva»¹⁸ (tono de voz, gestos que lo acompañan, etc.). Sólo ese conocimiento de sobreentendidos nos permitiría comprender la función terminal que podríamos denominar «operativa»: los efectos de dicho mensaje sobre los auditores. De ahí que la interpretación del proverbio sólo pueda hacerse en situación.

La comunicación es un medio de provocar efectos. Este «efecto», tal como lo califica Winkin¹⁹, es directo e inmediato. Para ello es necesario tener en cuenta la situación de elocución; el acto mismo de la transmisión oral. Una circunstancia que se prestaría como marco de enunciación es, por ejemplo, una fiesta en donde los invitados constataran que la comida no es muy abundante y que aún más escasas son las bebidas. Uno de ellos, recordando las fiestas de antaño, comentará

con un suspiro: «Ya se acabaron los indios que tiraban con tamales». Otra posibilidad sería que alguien, al escuchar las promesas demagógicas que hace un político por la televisión, pronuncie el proverbio para hacer referencia a que ya se acabaron los ingenuos de otros tiempos. En España podría decirse: «En aquellos tiempos cuando los perros se amarraban con chorizos».

Para el otro proverbio un marco diferente es posible: en un pueblo un finquero se apoderó ilegalmente de tierras que eran propiedad de un vecino. Después de un pleito tuvo que devolverlas y pagar una indemnización. En el pueblo no faltará quien, refiriéndose a la responsabilidad que cada uno tiene de sus propios actos, diga: «El que siembra su maíz que se coma su pinol». Equivaldría al tan conocido dicho español: «El que siembra vientos cosecha tormentas». Pero existe también un valor positivo para este proverbio, equivalente de «El que trabaje que disfrute de sus ganancias». Un valor u otro se concreta exclusivamente dentro del contexto específico en donde se utilice. Es interesante destacar que, con frecuencia, los proverbios mexicanos tienen sentido doble: uno positivo y otro negativo. Tal es el caso del que acabamos de citar. Otro interesante es «Al que nace para tamal del cielo le caen las hojas»²⁰. Dependiendo de las circunstancias puede significar que al que nace con suerte todo le resulta fácil, pero, también suele emplearse como constatación del fatalismo: lo que tiene que pasar, pasará y eso, hagas lo que hagas.

2. La ideología del proverbio mexicano

El «efecto» que el mensaje provoca en el / los interlocutor(es) es el de inmediata aceptación de una «evidencia»: en el primer caso («Ya se acabaron los indios que tiraban con tamales») de que antes había abundancia e ingenuos y que ahora no los hay; en el segundo («El que siembra su maíz que se coma su pinol»), de que cada uno es responsable de sus propios actos. Lo que hay que tener en cuenta es que la «evidencia» existe sólo para un grupo determinado, para una sociedad que comparte el mismo sistema cognitivo y la misma axiología. De ahí la relatividad de los valores vehiculados por los proverbios y las reacciones interpretativas discordantes cuando son escuchados por «extranjeros».

El contenido literal del proverbio sólo puede captarse dentro de relaciones paradigmáticas. Su clave no se encuentra en la linearidad sino en el espesor conceptual, en la base axiológica subyacente que determina la manifestación discursiva. La ideología mexicana, presente en todos y cada uno de los actos que los individuos realizan en el marco familiar o público, es la matriz creadora de los proverbios. Eso no quiere decir que la ideología, que prevaleció en un momento determinado y originó cierto tipo de proverbio, siga siendo la ideología de «todos los mexicanos».

Como ya señalamos, los motivos de la mujer y del maíz están concebidos como objetos polisémicos en el contexto socio-cultural. Lo que intentaremos demostrar a continuación es que esa polisemia —que podríamos definir como una gran potencialidad connotativa— obedece y se pliega a la dinámica y la evolución de la sociedad. En otras palabras, los valores cambian junto con las mentalidades y esos cambios se reflejan en los discursos.

Es posible constatar que hay connotaciones más estables que otras y la explicación es posible buscarla en la fuerza o fragilidad ideológica que les dio origen. Los proverbios asociados a la mujer responden a una ideología sexista. La función primera de esos proverbios es afirmar el machismo concebido como una condición inalienable de la masculinidad. Para lograr estos propósitos, la categoría sexual ha sido transferida al universo animal y concebida como una oposición macho-hembra. A cada término se le adosan características supuestamente inmanentes: actividad-pasividad.

Según este universo de representaciones, la mujer debe reducirse a la pasividad, a la inercia, a la «domesticación» para cumplir un papel aceptable y así lograr asumirse como novia, esposa, madre. Si, por el contrario, adopta una postura activa (seductora, intelectual...) se destina a convertirse en la «mala mujer»: adúltera, prostituta, soltera...

El hombre tendrá siempre el derecho —y el deber— de colocarse en situación activa y de marcar con «signos» su condición. Esos signos corresponden a cuatro objetos que se transforman en soporte de valores que no tienen nada que ver con los objetos en sí mismos. La escopeta no se usa para cazar o matar como fue el caso durante la revolución, pero simboliza el valor y la competencia; el caballo de raza y el gallo de pelea evidencian el prestigio de su propietario y la mujer, a su vez, es otro símbolo de su capacidad de posesión y fuerza dominadora.

La revolución mexicana ya quedó atrás; los campesinos se desplazaron por millones a los centros urbanos; las mujeres adquirieron derecho de educación y voto; los movimientos feministas ganaron la plaza pública y, poco a poco, las mentalidades cambiaron. El «machismo» no desapareció pero fue y sigue siendo rebatido. Dentro de este marco de reivindicaciones, los proverbios que utilizan a las mujeres como motivo, no han sido excluidos pero, en ciertos grupos sociales o culturales, se les ha dado otro sentido y esta vez por vía de la enunciación. Es en el momento de la actualización cuando se modifica el significado y ello sin cambios léxicos ni gramaticales del mensaje. Sobre este punto trataremos más adelante.

Un fenómeno contrario se produce en el caso de la ideología en la que se apoyan los proverbios que toman motivos agrícolas, sobre todo los que se refieren al maíz. En ese caso no fue un grupo determinado por su origen campesino, ni por el género, ni por razones políticas, religiosas, etc., el que estableció las reglas

de conducta, sino la sociedad en su totalidad. Se trata de una especie de *consensus* que ni antes, ni ahora, nadie pone en tela de juicio. El maíz sigue siendo un referente de vida: es el alimento de base y para millones de mexicanos su cultivo y transformación culinaria constituye la actividad principal. Se lo sigue concibiendo como representación objetiva de una serie de valores morales e incluso metafísicos como la buena suerte («Al que nace para tamal del cielo le caen las hojas»), la avaricia («No come tamales por no tirar las hojas»), los defectos («No hay milpa sin huitlacoche»), el temperamento («En el modo de agarrar el taco se conoce al que es tragón»). Se trata de criterios amplios cuya validez es indiscutible. El objeto elegido como representación —el maíz— también lo es.

3. Contexto de enunciación

El proverbio, una vez estructurado lingüísticamente, se mantiene en estado virtual hasta el momento de la enunciación²¹. Es en ese momento cuando «se realiza» y «significa», en otras palabras, es al actualizarse cuando adquiere sentido. En el instante de enunciarse deja de ser un mensaje comunicable (una significación) para convertirse en un mensaje comunicado²², productor de efectos sociales. Es entonces cuando es capaz de incidir afirmando o modificando las prácticas. Por lo que ya hemos tratado anteriormente, podemos deducir que el mensaje de cierto tipo de proverbios es más sensible que otros a una modificación de significado durante la enunciación.

Los proverbios que tienen como motivo a las mujeres se inscriben en una ideología «machista» que funciona como un presupuesto del enunciado. Al cargarlos de sobreentendidos paralingüísticos (los supuestos, la doble intención, las insinuaciones que se expresan a través del tono de voz, la mirada, los gestos, etc.²³) se modaliza el contenido del enunciado.

Jakobson²⁴ ha establecido claramente los componentes de la situación enunciativa verbal. Se trata de un destinador, un destinatario, un referente (contexto), un mensaje, un código y un contacto («un canal físico y una conexión psicológica entre el destinador y el destinatario»). En el momento en que se realiza el acto verbal todos esos elementos se organizan jerárquicamente.

Podríamos aventurarnos a decir que en el caso de los proverbios que tienen como motivo al maíz es el mensaje literal el que ocupa la primera línea. No hay ninguna restricción para la enunciación: pueden pronunciarse en cualquier circunstancia y ante cualquier persona y el destinador puede ser tanto una mujer como un hombre; un joven o un anciano. El referente ideológico es compartido por toda la sociedad. La función de estos proverbios no ha cambiado, siguen teniendo carácter ejemplar.

Los proverbios sobre las mujeres se inscriben en una situación más compleja: dependen de normas de uso, su función ha sufrido en ciertos casos una

modificación radical y eso a través de sobreentendidos que se aplican en el momento de la elocución.

Con respecto a los códigos de utilización, que forman parte de lo que Goffman²⁵ define como «cuadro», es decir, escenario de la conversación, puede observarse que aquellos que son considerados como «muy vulgares», sobre todo porque incluyen un vocabulario obsceno («Jalan más dos tetas que un par de carretas»), sólo se repiten entre hombres adultos. Sin embargo, las normas de uso están más relacionadas con la clase social a la que pertenecen los individuos que con la edad o el sexo.

Ciertos proverbios catalogados como «muy vulgares» son bien aceptados en medios campesinos u obreros, incluso en presencia de niños y mujeres, pero son inadmisibles en las clases superiores, salvo si se recurre a fórmulas que liberan al emisor de la responsabilidad del discurso. En ese caso, el locutor hace alusión explícita al «verdadero autor» a través de ciertas expresiones del tipo: «Disculpen que sea vulgar pero, como dice el proverbio...» o «Con la disculpa de las señoras presentes, como dice el proverbio...», «Tal como propone la sabiduría popular...».

Sin embargo, en general, los proverbios que utilizan el tópico de la «feminidad», cuando son pronunciados en los medios intelectuales o en la clase media-alta, transgreden a propósito todos los códigos de uso y lo hacen para anular el efecto que produce su significación primera. Los proverbios sexistas se citan con una expresión que va desde el sarcasmo hasta la abierta ironía. En ese caso es la forma de transmisión —el «contacto» que propone Jakobson entre destinador y destinatario— la que varía fundamentalmente y la que, a su vez, hace cambiar el significado del mensaje. No sólo no se respeta ningún código de uso sino que, además, se transgrede el principio mismo del proverbio que consiste en evitar los juicios y críticas directas. Los proverbios en general se transmiten a un destinatario que no es objeto del comentario. La persona a la que el mensaje está destinado o a quien hace referencia es otra y generalmente está ausente del marco de elocución o, al menos, no incluida como receptora directa. En el caso al que nos referimos se modifica el sistema y los interlocutores están directamente involucrados: el destinador como responsable del discurso y el destinatario como «motivante» de la argumentación.

Además, son fundamentales los elementos que Kerbrat-Orecchioni define como «emotivos» y Jakobson como «expresivos»: desaparece el supuesto comportamiento sereno y reflexivo del destinador; sus gestos son exageradamente ampulosos y su supuesta seriedad se trueca en risa. Por su parte, el destinatario adhiere al contenido del mensaje pero no con azoro, sino con sonrisas. Todos estos sobreentendidos se desarrollan a nivel de la enunciación: se logra anular el efecto del proverbio sin modificar ni el mensaje ni la causa motivante (existe siempre una situación anormal que suscita el proverbio sobre la mujer: ella no encuentra marido, o es rebelde, o coqueta o estudiosa...). En este caso podríamos

decir que es el eje destinador-destinatario el que tiene la posición predominante para dar sentido al proverbio.

Para ejemplificar, podemos imaginar dos contextos de enunciación posibles para un mismo proverbio. El primero nos remite a una pequeña ciudad de provincia, en el mostrador de un bar, un grupo de señores comentará que a la hija de X, quien se fue a estudiar a la capital y volvió para hacerse cargo de un puesto de profesora en un colegio secundario, no se le conoce ningún pretendiente y de novio nunca se oyó hablar. La chica ya empieza a ser considerada como «solterona». En esas circunstancias uno de los presentes citará: «Mujer que habla latín ni encuentra marido ni tiene buen fin²⁶». Todos los presentes asentirán con un movimiento de cabeza. En este caso la intención será la de poner en evidencia una constatación irrefutable y alertar a las mujeres. El mensaje del enunciado es válido. El locutor y los auditores lo admiten como verdadero.

En el segundo caso, la situación de enunciación cambia: en un medio universitario, un grupo de estudiantes, tarde en la noche, se presentan en la habitación de una compañera y la encuentran estudiando. Uno de los jóvenes le dirá con tono burlón: «Atención, mujer que sabe latín...». Todos se echarán a reír. Nadie cree en el mensaje porque no participan de su ideología. En ese caso, el discurso no es operante en su función normativa pero sí lo es en una función lúdica, que ahora se le atribuye. El hecho de concebirlo como no restrictivo es lo que permite que sea dirigido directamente a la persona concernida.

Lo que ha ocurrido en el caso anterior es que se ha aplicado la ironía, una figura que modifica un sentido literal primitivo para obtener un sentido derivado. La inversión es total. En este caso «el locutor ‘hace oír’ un discurso absurdo, pero lo hace oír como si fuera un discurso de otro, como un discurso distanciado»²⁷. Sin dejar de aparecer como el responsable de la enunciación, el locutor no se identifica con el punto de vista expresado en el enunciado. El distanciamiento es el que le permite adoptar una actitud despreocupada frente a la seriedad axiomática del mensaje que transmite.

Para comprender el sentido de las dos «puestas en escena» de un mismo proverbio hemos necesitado contextualizarlo en el sentido que propone Gumperz²⁸, es decir, hemos tenido en cuenta el empleo que hace el locutor y el receptor de signos verbales y no verbales en un momento dado y en un lugar particular. Tiempo y espacio insertos en un universo cognitivo del que participan todos los interlocutores.

Un elemento ha perdurado en los dos casos de enunciación: la importancia del «contacto». Esta conexión interpersonal permite crear lazos de complicidad que funcionan como una prueba irrefutable de adhesión a un mismo imaginario. En este sentido el proverbio, más allá del sentido literal con sus implicaciones culturales, más allá de los sobreentendidos que acompañan su enunciación, es

una prueba de mexicanidad. En última instancia, el proverbio se reduce a un acto de comunicación que sólo «significa» que todos los interlocutores adhieren a una identidad nacional. El proverbio funciona entonces como un reactivante de memoria colectiva y ofrece una posibilidad de interlocución —breve y pasajera— entre mestizos, indígenas y aquellos de origen europeo, quienes en la realidad cotidiana de México, hoy en día, tienen pocas palabras en común.

¹ Algunos de los proverbios mexicanos que aparecen en este artículo fueron escuchados en México, sobre todo en medio rural; otros fueron extraídos del libro de Pérez Martínez (1994) y el resto nos fueron comunicados por Mario Ruz, quien además, nos ayudó a aclarar el sentido de muchos de ellos. Para completar los proverbios españoles recurrimos al *Refranero Clásico español y otros dichos populares*, Madrid, Taurus, 1974.

² K. A. M. Garibay, *La literatura de los aztecas*, México, Ed. Joaquín Mortiz, 1964, p. 101-105.

³ A. Olmos, *Arte para aprender la lengua mexicana*, París, 1875, p. 211-230.

⁴ B. Sahagún, *Historia de las cosas de Nueva España*, México, Ed. Porrúa, 1969, vol. II, 906147.

⁵ Utilizamos este término con el sentido que le otorga Lévi-Strauss: un conjunto de propiedades formales de tipo sintáctico o semántico.

⁶ R. Barthes emplea la expresión de «puntos fuertes» para señalar los elementos centrales en las máximas de La Rochefoucault. R. Barthes, *Le degré zéro de l'écriture*, Paris, Le Seuil, Points, 1953.

⁷ «Tacos»: Comida ligera e improvisada consistente en tortillas enrolladas. Adentro contienen, por lo general, hebras de carne, cebolla y salsa.

⁸ «Gordas» son unas tortillas gruesas.

⁹ Tortillas tostadas sobre comal o fritas.

¹⁰ «Olote»: del nahuatl *olotl* («corazón»). Es la parte central de la mazorca que queda después de haberle sacado los granos. Se utiliza como alimento para los animales.

¹¹ «Metate»: piedra de moler maíz.

- ¹² «Pinole»: bebida a base de harina de maíz tostado, cacao, etc. Todo ello disuelto en agua.
- ¹³ Connotación entendida como transferencia de un significado de un lugar semántico a otro. A. Greimas, « Les proverbes et les dictons », en *Du Sens*, Paris, Le Seuil, 1970, p. 310.
- ¹⁴ Entendemos por «presupuestos» las informaciones automáticamente incluidas en la formulación del enunciado en donde se encuentran intrínsecamente inscritas. Ideas presentadas como si fueran comunes a los personajes de la interlocución; especie de complicidad cognitiva. O. Ducrot, « La description sémantique des énoncés français et la notion de présupposition », en *L'Homme*, 1, 1968, C. Kerbrat-Orecchioni, *L'implicite*, Paris, Armand Colin, 1986.
- ¹⁵ «Tamal»: del nahuatl *tamalli*: masa de maíz con hebras de carne y una salsa. Todo ello envuelto en hoja de plátano o de maíz.
- ¹⁶ R. Jakobson, *Essais de linguistique générale*, Paris, Les éditions de Minuit, 1963, p. 214.
- ¹⁷ E. Goffman, *Les cadres de l'expérience*, Paris, Les éditions de Minuit, 1991, p. 486-551.
- ¹⁸ R. Jakobson establece claramente que si se analiza el lenguaje desde el punto de vista de la información que vehicula, no es posible restringir la noción de información al aspecto cognitivo del lenguaje. Un sujeto que utiliza elementos expresivos (gestos, tono de voz, ritmo, silencios, interjecciones, etc.) para indicar la ironía, el enojo, etc., transmite una información que es pertinente y puede modificar el sentido textual del mensaje. R. Jakobson, *Essais de linguistique générale*, *op. cit.*, p. 215. Sobre este punto, puede consultarse también el capítulo dedicado a las dimensiones simbólicas y afectivas en V. Traverso, *L'analyse des conversations*, Nathan Université, 1999, p. 50-58. Consultar también en J. J. Gumperz, *Sociolinguistique interactionnelle. Une approche interprétative*, Paris, L'Harmattan, 1989, p. 220-221, los «índices de contextualización».
- ¹⁹ Y. Winkin, *Anthropologie de la communication*, Paris, Seuil, 2001, p. 44.
- ²⁰ Otra variante es: «El que nace para tamal, vive ajeno de congojas; le dan la manteca fiada, del cielo le caen las hojas».
- ²¹ Entendemos por enunciación el momento de actualización de un mensaje que circula de un emisor hacia un receptor dentro de un contexto preciso. Ese contexto es tanto cultural como físico (circunstancias de tiempo espacio, de condiciones y reglas de narración, etc.).
- ²² Diferencia que Ducrot circunscribe al «decir» y «lo dicho». O. Ducrot, *El decir y lo dicho*, Barcelona, Ed. Paidós Ibérica, 1986.
- ²³ C. Kerbrat-Orecchioni, *L'implicite*, *op. cit.* Ver también nota 18.
- ²⁴ R. Jakobson, *Essais de linguistique générale*, *op. cit.*, p. 214.
- ²⁵ E. Goffman, *Les cadres de l'expérience*, Paris, Les éditions de Minuit, 1991.
- ²⁶ Este proverbio es de toda evidencia de origen español pero es muy conocido y utilizado en México. Incluso Rosario Castellanos lo utilizó como título de uno de sus libros.
- ²⁷ O. Ducrot, *El decir y lo dicho*, *op. cit.*, p. 215.
- ²⁸ J. J. Gumperz, *Sociolinguistique interactionnelle. Une approche interprétative*, *op. cit.*, p. 211.

Referencias bibliográficas

- BARTHES R., *Le degré zéro de l'écriture*, París, Le Seuil, Coll. Points, 1953.
- BONNET D., *Les proverbes chez les Mossi du Yatenga (Haute Volta)*, París, SELAF, 1982.
- DUCROT O., «La description sémantique des énoncés français et la notion de présupposition» en *L'Homme*, 1, 1968.
- , *El decir y lo dicho*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, 1986.
- GARIBAY K. A. M., *La literatura de los aztecas*, México, Ed. Joaquín Mortiz, 1964.
- GOFFMAN E., *Les cadres de l'expérience*, París, Les éditions de Minuit, 1991.
- GREIMAS A., «Les proverbes et les dictons» en *Du Sens*, París, Le Seuil, 1970.
- GUMPERZ J. J., *Sociolinguistique interactionnelle. Une approche interprétative*, París, L'Harmattan, 1989.
- JAKOBSON R., *Essais de linguistique générale*, París, Ed. de Minuit, 1963.
- KERBRAT-ORECCHIONI C., *L'implicite*, París, Armand Colin, 1986.
- OLMOS A., *Arte para aprender la lengua mexicana*, París, 1875.
- REFRANERO CLÁSICO ESPAÑOL Y OTROS DICHOS POPULARES, Madrid, Taurus, 1974.
- PÉREZ MARTÍNEZ H., *Refrán viejo nunca muere*, Colegio de Michoacán, 1984.
- SANTAMARÍA F. J., *Diccionario de mejicanismos*, México, Ed. Porrúa, 3ª ed., 1978.
- SAHAGÚN B., *Historia de las cosas de Nueva España*, México, Ed. Porrúa, IV vol., 1969.
- TRAVERSO V., *L'analyse des conversations*, París, Nathan, 1999.
- WINKIN Y., *Anthropologie de la communication*, París, Seuil, 2001.