

Metáforas libres y metáforas lexicalizadas¹

Antonio Pamies Bertrán
Universidad de Granada

1. Metáfora y cultura

La distinción tradicional entre metáforas “vivas” y metáforas “muertas” quedó cuestionada por la teoría cognitivista de la metáfora (TCM), que considera la metáfora como una mecánica del pensamiento sin la cual no podemos conceptualizar determinadas realidades (Lakoff & Johnson 1980). Las metáforas no se memorizarían sino que se procesarían, de modo que todas están “vivas” por definición (Gibbs 1994, 1999). Los estudios sobre fraseología han sacado gran provecho de este principio². El complejo concepto de “motivación” pasa al primer plano, ya sea como problema teórico (cf. Penadés 2006) ya sea como criterio de análisis, clasificación y comparación de las unidades fraseológicas (Pamies 2002). El significado literal recupera por ello protagonismo, en contradicción incluso con el principio de no-composicionalidad que se atribuye tradicionalmente a las unidades fraseológicas (Gibbs 1994: 109; 278 & 286; Dobrovolskii 2007:808; G. Wotjak 2006:192). Por ello Elizabeth Piirainen (1998) distingue entre “metáfora” y “símbolo” alegando que los “símbolos culturales”, aunque se integren en metáforas fijadas por la lengua, mantienen un valor “autónomo” y productivo.

Por otra parte, el dominio fuente que se proyecta no siempre se basa en conceptos “emergentes” universales (de base psicomotriz, propioceptiva, experiencial) como afirmaba la TCM (p.ej. Gibbs 1999:45). El pensamiento

¹ Versión revisada de la conferencia plenaria en el Congreso *II Congreso Internacional de Léxico Español Actual* (20-03-2007), Università Ca Foscari di Venezia.

² Un detallado estado de la cuestión se encuentra en Gibbs 2007 (para Norteamérica); Dobrovolskii 2007 (para Rusia); Aparecida Marques, E. 2007 (para España).

analógico también aprovecha una serie de conocimientos menos “naturales”, tales como valores, creencias y costumbres, adquiridos por transmisión interpersonal dentro de una comunidad cultural, (y a veces específicos de ésta), que no están regidos por mecanismos psicológicos universales. Lo cultural, por definición, se opone a lo natural, y, por tanto a lo universal, reflejando una peculiar interpretación del mundo a través de la lengua (Téliya 1996; Dobrovolskiĭ 1998:58; Luque 2007, Pamies 2007), tal como ocurre, de forma aun más explícita, en los refranes (Sevilla 2007). Como la cultura viaja y cambia más deprisa que las lenguas, puede que haya coincidencias (préstamos metafóricos) pero también puede haber divergencias metafóricas a causa de una previa divergencia en los valores culturalmente simbolizados por los componentes (Dobrovolskiĭ & Piirainen 2005). El ejemplo más obvio es el de los prejuicios raciales o nacionales que las lenguas heredan en sus estereotipos fraselógicos, esp. “despedirse a la francesa”; “hacer una judiada”, “que no se lo salta un gitano”, “hijo de la Gran Bretaña”, “beber como un cosaco”, (Luque Durán 2007:357; Luque; Pamies & Manjón 1998: 73-102). Llamamos “culturema” lo que Dobrovolskiĭ & Piirainen llama “símbolos culturales”, que son el fruto de una amalgama históricamente acumulada, que puede ser común a varias culturas –p. ej. la asociación entre el lobo y el peligro, o entre el corazón y los sentimientos– o divergente, –p.ej., el oso está asociado a determinados valores como el peligro en países donde abunda en estado salvaje, de torpeza en países donde sólo se le ve amaestrado, bailando en las ferias– (Luque Durán & Luque Nadal 2008). El concepto de culturema no coincide totalmente con la idea tradicional de símbolo porque se reduce a aquellos símbolos que tienen una demostrada huella en el léxico figurado: son extralingüísticos en su origen pero verbalizados a partir de un simbolismo previo. La comparación entre expresiones figuradas de lenguas de lenguas diferentes puede entonces enfocarse de un modo menos arbitrario e imprevisible que en los diccionarios fraseológicos tradicionales, ya que las expresiones particulares derivan a menudo de un contraste simbólico-cultural más general y productivo. Un intento de aprovechar este principio es el proyecto de “diccionario intercultural” de la Universidad de Granada (Luque Durán 2007): organizar el lexicón figurado a partir de los valores culturales que favorecen su productividad e inteligibilidad, y usar esta organización como criterio para la comparación translingüística e intercultural.

2. El culturema como entrada del diccionario (inter)cultural

Los culturemas más productivos se encuentran en primer lugar en los dominios fuente más recurrentes: números, colores, partes del cuerpo, animales, plantas, hábitat, economía, profesiones, herramientas, comidas, bebidas, conflictos, historia, religión, supersticiones, arte, etc.

Una planta cargada de simbolismo cultural (en este caso paneuropeo) es el laurel representando la GLORIA (extensible al ÉXITO y la FAMA) valor cuyo origen está en el mito griego de Apolo y Dafne, visible en expresiones actuales como

esp. dormirse en los laureles; **fr.** s'endormir sur ses lauriers; **prt.** dormir nos louros; **it.** riposare sugli allori; **cat.** adormir-se sobre els llores; **rum.** a se culca pe lauri / a dormi pe lauri; **alm.** sich auf seinen Lorbeeren ausruhen; **ing.** to rest on one's laurels; **rus.** почитать на лаврах; **pl.** spocząć na laurach; **slvn.** zaspati na lovorkah **est.** lebab loorberitel **fin.** hän lepää laakereillaan, **hng.** pihen a babérjain. (Pamies 2008).

En este caso da la casualidad que todas las expresiones significaran exactamente lo mismo (son equivalencias traductológicas), pero podría no ser así, en cuyo caso habría que definir cada una, aunque a veces algunas coincidieran. Como el usuario no tiene por qué conocer todas las lenguas, es necesario aportar más información específica en cada lengua (p.ej. traducción literal). A modo de ilustración de cómo un diccionario debe dar cuenta de estas asociaciones podemos mostrar aquí unos fragmentos extraídos de varios trabajos monográficos anteriores sobre culturemas particulares.

Cada culturema está asociado a varios valores. P.ej. El *cuervo* –en francés– cuenta con éstos: OSCURIDAD / CLERO /MALDAD /CODICIA /MALA SUERTE /MUERTE /MENTIRA /INGRATITUD /DELACIÓN /OPRESIÓN /VALOR NEGATIVO INDETERMINADO. Aunque históricamente puede que unos deriven de otros (p.ej. CLERO a través de OSCURIDAD por el color de la sotana, etc.), son valores sincrónicamente autónomos. Cada valor debe mostrar unidades léxicas figuradas que acrediten dicha asociación de ideas. Por ejemplo, en el valor INGRATITUD tendríamos en español el refrán *Cria cuervos y te sacarán los ojos* y para el valor CLERO tendríamos *el cuervo* con significado de “el cura”; este valor también se da en francés (*le corbeau; le corbaque*: “le curé”), pero no se da en árabe o en ruso (Pamies 2007b). En cambio hay otros valores como la DELACIÓN que se dan en francés y no en español.

La entrada (culturema) que tiene pues tantas sub-entradas como valores simbolizados, y sólo algunos suelen coincidir con los de otra lengua. A cada

valor corresponden asimismo varias expresiones, con significados que pueden diferir entre sí aunque deriven de la misma simbología. He aquí algunos ejemplos (extraídos de Pamies 2007) del simbolismo de la lechuza:

<p>I- SABIDURÍA ing. <i>wise as an owl</i> [*sabio como una lechuza] (“muy sabio”); sw. <i>vis som en uggla</i> [*sabio como una lechuza] (“muy sabio”); pol. <i>mądrym jak sowa</i> [*sabio como una lechuza] (“muy sabio”); ing. <i>to look owlish</i> [*parecer una lechuza] (“parecer muy sabio”), <i>to be an old wise owl</i> [*una vieja y sabia lechuza] (“ser muy sabio y experimentado”); alm. <i>Die Eule der Minerva</i> [*la lechuza de Minerva] (“la lechuza de la sabiduría”); etc.</p>
<p>II- ESTUPIDEZ ing. <i>stupid as an owl</i> [*tonto como una lechuza] (“tonto de remate”); nl. <i>zo dom als een uil</i> [*tonto como una lechuza] (“tonto de remate”); fin. <i>tuhma kuin pöllö</i> [*tonto como una lechuza] (“tonto de remate”); cat. <i>mussol</i> [*lechuza] (“imbécil”); <i>gamarús</i> [*cáрабо] (“imbécil”); it. <i>barbagianni</i> [*lechuza] (“imbécil”).</p>
<p>III- MALA SUERTE esp. (mex) <i>le cantó el tecolote</i>; rum. <i>Îi cântă cucuveaua</i> [*la lechuza le canta] (“tiene los días contados”); pol. <i>z pustej stodoły albo sowa, albo diabeł wyleci</i> [*de granero vacío solo sale lechuza o Diabolo]; rs. <i>sova dobra ne prunecem</i> [*lechuza nada bueno trae]; <i>сыч хозяйна выживает если кричит на дому</i> [*si lechuza canta sobre tejado de casa, dueño morirá]; prt.br. <i>canto de coruja em cima ou perto da casa -morte do dono</i> [*canto de lechuza cerca o encima de la casa, muerte del dueño]; it. <i>Il canto della civetta è foriero di morte</i> [*el canto de la lechuza es mensajero de la muerte].</p>
<p>IV- AMOR MATERNO alm. <i>Es ist keine Eule die nicht schwüre, sie hätte die schönsten Junge</i> [*no hay ninguna lechuza que no jure tener los más hermosos polluelos]; ing. <i>The owl thinks her young ones beauties</i>; [*la lechuza cree que sus polluelos son hermosuras]; <i>to be an old mother owl</i> [*ser una vieja madre lechuza] (“ser una madraza”) prt. <i>mãe coruja</i> [*madre lechuza] (“madraza”).</p>
<p>V- ENGAÑO it. <i>fare da civetta</i> [*hacer la lechuza] (“servir de cebo”); <i>nave civetta</i> [*barco lechuza] (“destructor camuflado como carguero para atraer los submarinos”); <i>auto civetta</i> [*coche lechuza] (“coche de policía camuflado”); <i>civetta</i> [*chouette] (“folleto publicitario”).</p>
<p>VI- COQUETERÍA it. <i>far(e) la civetta</i> [*hacer la lechuza] (“intentar ligar”); <i>che civetta!</i> [*¡menuda lechuza!] (“¡qué coqueta es!”); <i>la civetteria distrugge l’amore</i> [la *lechuceria destruye el amor] (“la coquetería destruye el amor”).</p>
<p>VII- ATRACCIÓN ERÓTICA fr. <i>avoir la chouette</i> (pour...) [*tener lechuza por...] (*sentirse atraído sexualmente por...); <i>une chouette fille</i> [*una lechuza niña] (“una moza bonita”).</p>
<p>VIII- BIEN (EN GENERAL) fr. <i>c’est chouette!</i> [¡es *lechuza!] (¡“qué guay!”); <i>chouette alors!</i>; <i>chouetement.</i> [¡*lechuzamente!] (¡guay!, ¡guapamente! ¡qué bien!).</p>
<p>IX. MAL (EN GENERAL) pl. <i>sowa sokola nie urodzi</i> [*lechuza no parirá halcón] (“de lo malo no procede nada bueno”); rs. <i>хоть под небеса летай, а все сов соколом не быть</i> [*aunque vuelen en cielo, lechuzas no son halcones] (“aunque parezca bueno, lo malo siempre será malo”); alm. <i>wer keinen Falken hat, muß mit Eulen beizen</i> [*quien no tiene halcón debe conformarse con lechuza] (“menos da una piedra”); it. <i>qui no piglia uccelli che mangi la civetta</i> [*quien no caza pájaros que coma la lechuza] (“menos da una piedra”).</p>
<p>X. ROBO SACRÍLEGO esp. <i>acudir como lechuzas al aceite</i>; prt. <i>coruja azeitera</i> [*lechuza aceitera].</p>

Hay más expresiones y más valores (*nocturnidad, ceguera, buena vista*. etc.) y cada uno de ellos tiene su motivación, que también conviene presentar (p.ej. la SABIDURÍA se debe a los mochuelos que vivían junto a la estatua de Atenea, diosa de la sabidura, en el Partenón. Las expresiones cuya definición pueda resultar polémica o dudosa pueden completarse (mediante notas o hipervínculos) con ejemplos reales sacados de un corpus para justificar su existencia o respaldar la validez de su definición. P.ej. el buitre simboliza la CODICIA, pero, en la metáfora portuguesa *esperar como um abutre* (*/urubu*), debe justificarse el matiz que da la mención de la “herencia” en su definición, como un rasgo distinto frente a otro significado más general ‘vigilar esperando que llegue el momento oportuno para aprovecharse de la situación’, que ilustra el uso *na verdade os Estados Unidos da América, esperavam como abutres carnívoros a morte ou renúncia de Fidel*³. Y esta definición se opone a ésta otra dentro del mismo valor (CODICIA): ‘esperar la muerte de parientes para heredar’, que ilustra el ejemplo *Karl Marx... preferia não trabalhar, mas viver às custas de Engels, a quem pedia dinheiro constantemente, e, tal como um urubu, esperar os parentes ricos morrerem para colher-lhes a herança*⁴.

Como la mezcla de lenguas en una misma casilla puede dificultar la consulta si el número de éstas aumenta, se pueden separar en casillas distintas, como en este ejemplo (extraído de Pamies et al. 2008), donde vemos una entrada multilingüe, con indicación de la motivación de cada valor (cuando es conocida) para uno de los valores que tiene esta ave carroñera (los ejemplos eventualmente necesarios para cada lengua irían en nota o hipervínculo, así como su fuente bibliográfica). Por restricciones de espacio citamos tan sólo un valor.

BUITRE → EXPLOTACIÓN
MOTIVACIÓN: LO QUE PARA OTROS ES UNA DESGRACIA ES UNA GANANCIA PARA LOS BUITRES. ENTRE ELLOS, TAMPOCO SON MUY GENEROSOS. EL BUITRE NEGRO (<i>AEGYPIUS MONACHUS</i>) ES DE MAYOR TAMAÑO QUE EL BUITRE COMÚN. LO DOMINA, POR LO QUE ELIGE LOS MEJORES TROZOS DE LOS CADÁVERES, QUE ARREBATA A OTRAS ESPECIES CARROÑERAS (BUITRE COMÚN, OREJUDO, ETC.), Y PENETRA A TRAVÉS DE UNA GRAN MASA DE ÉSTOS PARA LLEGAR HASTA LA CARNE DEJÁNDOLES SÓLO LAS VÍSCERAS.
ESPAÑOL
1 <i>ser un buitre</i> DEF. “aprovecharse sistemáticamente de las desgracias o debilidades ajenas” # 2. <i>periodista buitre / periodista carroñero</i> DEF. “periodista que se lucra divulgando las desgracias ajenas” # 3. <i>buitrear</i> [a] DEF. “aprovecharse un hombre de una mujer para sacarle dinero”

³ “La verdad es que los EEUU esperaban como buitres carroñeros la muerte o renuncia de Fidel” (Forum <http://pt.wikinewa.org>).

⁴ “Carlos Marx... prefería no trabajar y vivir a costas de Engels, a quien pedía dinero constantemente, y, al igual que un buitre, esperar a que unos parientes ricos muriesen para recoger la herencia”, <http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo> (14-8-2006).

ITALIANO
1. <i>come un avvoltoio</i> DEF. “con ánimo de aprovecharse de alguien sin ninguna compasión” # 2. <i>giornalista avvoltoio</i> DEF. “periodista que se lucra divulgando las desgracias ajenas” # 3. <i>avvoltoiare</i> DEF. “quitarle al vecino lo que era suyo al primer descuido” # 4. <i>avvocato avvoltoio</i> DEF. “abogado que saca el dinero a sus clientes aprovechando su desgracia”
INGLÉS
1. <i>to vulture on [someone's] back / to be a vulture on [somebody's] back</i> DEF. “vivir parasitariamente a expensas de alguien” # 2. <i>vulture journalist / media vultures / press vultures</i> DEF. “periodista que se lucra divulgando las desgracias ajenas” # 3. <i>law vulture</i> DEF. “jurista que se lucra gracias a las desgracias ajenas”
FRANCÉS
1. <i>être un vrai vautour / s'acharner comme un vautour [sur] / comme un vautour sur le malheur</i> DEF. “aprovecharse de las desgracias o debilidades ajenas” # 2. <i>journaliste charognard / journaliste vautour</i> DEF. “periodista que se lucra divulgando las desgracias ajenas”
PORTUGUÉS
1. <i>como um urubu / como urubu na carniça/ se aproveitar como um urubu / ser um urubu</i> DEF. “aprovecharse de las desgracias o debilidades ajenas” # 2. <i>urubu jornalista / jornalista urubu</i> DEF. “periodista que se lucra divulgando las desgracias ajenas”
RUSO
1. (<i>быть</i>) <i>стервятник</i> DEF. “aprovecharse sistemáticamente de alguien” (*ser un buitre) # 2. (<i>быть</i>) <i>стервятник</i> (*ser un buitre) DEF. “aprovecharse de una persona, vivir parasitariamente a expensas de ella”
POLACO
1. <i>sepić</i> (*buitrear) DEF. “presionar constantemente para obtener algo de alguien”
SERBIO
1. DEF. <i>biti lešinar</i> (*ser un buitre) / <i>biti pravi lešinar</i> (* ser un verdadero buitre)/ <i>lešinariti</i> (*buitrear) “aprovecharse de las desgracias o debilidades ajenas” # 2. <i>lešinar</i> (*buitre) DEF. “aquel que lleva los cadáveres a la autopsia” # 3. <i>lešinar</i> (*buitre) DEF. “enterrador de animales” # 4. <i>lešinar</i> (*buitre) DEF. “ladrón de piezas de coches destruidos”
ALEMÁN
1. <i>des Geiers Schatten sein</i> (*ser la sombra del buitre) DEF. “aprovecharse de las desgracias o debilidades ajenas” # 2. <i>wenn du ein Geier bist, so pass' aufs Aas</i> (*si eres un buitre entonces vigila la carroña) DEF. “un aprovechado no cambiará nunca” # 3. <i>wo der Geier will einziehen, müssen die Tauben fliehen</i> (*donde el buitre quiere entrar a vivir las palomas deben huir) / <i>einen Geier lässt niemand unter sein Dach bauen</i> (*a un buitre nadie le deja bajo su tejado [un nido] construir) / <i>wenn der Geier stirbt, weinen die Hühner nicht</i> (*cuando muere el buitre las gallinas no lloran) DEF. “las posibles víctimas no deben juntarse o congraciarse con sus posibles verdugos”

Las metáforas “libres” creadas espontáneamente por un hablante, o incluso por un poeta con afán consciente de originalidad comparten también una simbología previa común a las metáforas lexicalizadas, que es lo que explica su inteligibilidad. Cuando una metáfora poética de tipo vanguardista llega a romper esa norma, saliéndose de los modelos culturales y cognitivos preexistentes, deja de ser directamente comprensible y suele suscitar polémicas entre los expertos para su correcta decodificación, como, p.ej., la famosa asociación entre la muerte y el color verde en los poemas Federico

García Lorca. En cambio, dentro de los modelos productivos tradicionales, ya sean icónicos o culturales, la comprensión espontánea de las metáforas está garantizada por la recurrencia del modelo general. El modelo mencionado por Lakoff & Johnson (EL AMOR ES UN VIAJE) sirve para crear/entender frases hechas como *nuestra relación no va a ninguna parte* pero también creaciones poéticas originales, como en el célebre bolero *La barca* de R.Cantoral: *...hoy mi playa se viste de amargura/ porque tu barca tiene que partir/ en busca de otros mares de locura/ cuida que no naufrague tu vivir...*

La frontera entre las metáforas “vivas” (o libres) y las “muertas” (o lexicalizadas) se difumina considerablemente en la medida en que ambas se basan, o bien en mecanismos cognitivo-psicosensoriales universales, o bien en un simbolismo común a una cultura compartida. En un trabajo anterior (Pamies & Rodríguez Simón 2005)⁵ hemos podido comprobar que las metáforas “inventadas” por los enfermos que acuden al hospital cuando cuentan lo que sienten, pero siempre comprensibles para el médico, guardan una analogía cognitiva con otras, lexicalizadas, y que cientos de expresiones derivan de un pequeño número de modelos y archimetáforas muy productivos. Así el modelo experiencial LA ENFERMEDAD ES UNA AGRESIÓN subyace tanto en frases hechas como *sufrir un ataque de tos, tener bajas las defensas*, etc. como en las creaciones espontáneas de los pacientes. P.ej., *...parece que me aprietan con una garra en la tabla del pecho / ...vengo con el vientre como si tuviera un globo estrujándome / tengo un agarraero muy grande en el pecho/ ...parece que me dan martillazos en las cuencas de los ojos / cuando echo a andar, me da un latigazo fuerte...* (Ibid.). También la cultura contribuye a simbolizar el dolor físico, como p.ej. el modelo cultural de la imaginería católica en las frases hechas *estar hecho un Cristo, pasar un calvario*, etc., que también subyacen en las declaraciones de los pacientes de esta misma investigación: *...la cara se me pone morá como el Divino Señor / ...y unos pitos agarraos que quisiera echarlos fuera y no salen ni pa' la virgen* (Ibid.).

3. Conclusión

Los enfoques cognitivos y linguoculturales del lenguaje figurado permiten organizar una comparación léxica y fraseológica entre lenguas teniendo en cuenta las asociaciones que el lexicon mental de cada una guarda con la cultura local. El proyecto de *Diccionario intercultural* intenta

⁵ Investigación basada en las declaraciones de 1800 enfermos del Servicio de Urgencias del Hospital Universitario Virgen de las Nieves de Granada.

poner al descubierto estos vínculos entre lenguaje y pensamiento de una manera que permita su inmediata comparación con lo que ocurre en otras lenguas, como paso previo a la elaboración de una verdadera tipología fraseológica, y también con miras a sus evidentes aplicaciones didácticas y traductológicas.

Bibliografía

- APARESCIDA MARQUES E., “Las unidades fraseológicas desde la perspectiva cognitiva: estado de la cuestión”, en González Rey M.I. (ed.), *Les expressions figées en didactique des langues étrangères*, Cortil-Wodon (Belgique), E.M.E. & InterCommunications, 2007, págs. 11-32.
- CONDE TARRÍO G., (ed.), *El componente etnolingüístico de la paremiología*, Cortil-Wodon (Belgique), Éditions Modulaires Européennes, 2007.
- DOBROVOL'SKIJ D.O., “On Cultural Component in the Semantic Structure of Idioms”, en Ďurčo P. (ed.), *Phraseology and Paremiology*, (*Europhras 97*), Bratislava, Akadémia, 1998, págs. 55-61.
- DOBROVOL'SKIJ D.O., “Cognitive approaches to idiom analysis”, en Burger H., Dobrovol'skij D., Kühn P. & Norrick N.R. (eds.), *Phraseologie: ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung*, Berlin/ New York, De Gruyter, 2007, Vol 2, págs. 789-818.
- DOBROVOL'SKIJ D.O. & PIIRAINEN E., *Figurative Language: Cross-cultural and Cross-linguistic Perspectives*, Amsterdam, Elsevier, 2005.
- GIBBS R.W., *The poetics of mind: Figurative Thought, Language & Understanding*, Cambridge University Press, 1994.
- GIBBS R.W., “Researching Metaphor”, en Cameon L. & LOW G. (eds.), *Researching and Applying Metaphor*, Cambridge University Press, 1999.
- GIBBS R.W., “Psycholinguistic aspects of phraseology: American tradition”, en Burger H., Dobrovol'skij D., Kühn P. & Norrick N.R. (eds.), *Phraseologie: ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung*, Berlin/ New York, De Gruyter, 2007, Vol 2, págs. 819-836.
- GODDARD C., *Ethnopragmatics: Understanding Discourse in Cultural Context*, Berlin, Mouton-DeGruyter, 2006.
- LAKOFF G. & JOHNSON M., *Metaphors we Live by*, University of Chicago Press, 1980.
- LUQUE DURÁN J.D., “La codificación de la información lingüístico-cultural en los diccionarios interculturales”, en Luque Durán J.D & Pamies A. (eds.), *Interculturalidad y Lenguaje: El significado como corolario cultural*, Granada, Método, 2007, págs. 329-374.

- LUQUE DURÁN J.D. & LUQUE NADAL L., “Cómo las metáforas recurren a conocimientos ontológicos y culturales. Fundamentos teóricos del Diccionario Intercultural e Interlingüístico”, Comunicación en *Europhras 2008* (Helsinki), en prensa.
- LUQUE DURÁN J.D., PAMIES A. & MANJÓN F.J., *El arte del insulto*, Barcelona, Península, 1998.
- PAMIES BERTRÁN A., “Modelos icónicos y archimetáforas: algunos problemas metalingüísticos en el ámbito de la fraseología”, en *Language Design*, 2002, 4. págs. 9-20.
- PAMIES BERTRÁN A., “El lenguaje de la lechuga: apuntes para un diccionario intercultural”, en Luque J.D & Pamies A. (eds.), *Interculturalidad y lenguaje: El significado como corolario cultural*, Granada, Método, 2007a, págs.375-404.
- PAMIES BERTRÁN A., Comparaison inter-linguistique et comparaison interculturelle, en Quitout M. (ed.), Traduction, Proverbes et Traductologie, Paris, Éditions L'Harmattan [en prensa].
- PAMIES A., PAZOS J.M., TUTÁEVA K., KEKIĆ K., MARTÍNEZ I., MURA A., SZTUBA A., MONTEIRO R., AL-JALLAD N. & CHELMI E., “Implementación lexicográfica de los símbolos desde un enfoque multilingüe e intercultural: el culturema ‘buitre’”, Comunicación en *Europhras 2008*. (Helsinki), en prensa.
- PAMIES A. & RODRÍGUEZ SIMÓN F., *El lenguaje de los enfermos: metáfora y fraseología en el habla espontánea de los pacientes*, Frankfurt, Peter Lang, 2005.
- PENADÉS MARTÍNEZ I., “La motivación lingüística y la motivación fraseológica”, en *Actas del VII Congreso Lingüística General*, Barcelona, UB, 2006, págs.1-20.
- PIIRAINEN E., “Phraseology and research on symbols”, en Durčo P. (ed.), *Phraseology and Paremiology. International Symposium Europhras 97*, Bratislava, Akadémia PZ, 1998, págs. 280-287.
- PIIRAINEN E., “Phraseology and Culture”, en Granger S. and Meunier F. (eds), *Phraseology: an Interdisciplinary Perspective*, Amsterdam / Philadelphia, John Benjamins, 2008.
- SEVILLA MUÑOZ J., “El valor etnolingüístico de los refranes”, en Conde Tarrío G. (ed.), *El componente etnolingüístico de la paremiología*, Cortil-Wodon (Belgique), Éditions Modulaires Européennes, 2007, págs. 213-250.
- TÉLIYA V.N., *Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты*, Москва, Школа “Языки русской культуры”, 1996.

- TÉLIYA V., BRAGINA N., OPARINA E. & SANDOMIRSKAIA I.,
“Phraseology as a language of culture”, en Cowie A.P. (ed.) *Phraseology,
Theory, Analysis and Applications*, Oxford / New York, Oxford University
Press, 1998, págs.55-78.
- WIERZBICKA A., *Semantics, Culture and Cognition*, New York, Oxford
University Press, 1992.
- WIERZBICKA A., *Understanding cultures through their keywords*, New
York / Oxford, Oxford University Press, 1997.
- WOTJAK G., *Las lenguas: ventanas que dan al mundo*, Salamanca, Univer-
sidad, 2006.