

Academic Editor: Enrique Gutiérrez Rubio

Received: 28 February 2024

Accepted: 4 February 2025

ANÁLISIS CONTRASTIVO DE REFRANES CHINO-ESPAÑOL RELACIONADOS CON EL ORO: UNA PERSPECTIVA LINGÜÍSTICO-CULTURAL

Chunyi Lei

ORCID: 0000-0002-5914-4063

Universidad de Granada, Facultad de Filosofía y Letras,
Departamento de Lingüística General y Teoría de la Literatura,
Campus de Cartuja, 18071, Granada, España

Leichunyi@ugr.es

Contrastive analysis of Chinese-Spanish proverbs related to gold: a linguistic cultural perspective

Abstract: Gold is a cultureme in both Chinese and Spanish, which is evidenced by their proverbs. Through a contrastive linguo-cultural analysis, this paper aims to study proverbs related to gold in these two languages. To carry out this study, first, proverbs referring to gold were collected in both languages. On the basis of this data, a corpus was created for each language. Then the target domain of each proverb was identified and they were grouped according to their respective themes. Subsequently, the similarities and differences between them were analysed, providing illustrative examples as linguistic evidence. Proverbs alluding to gold are utilised in both languages in diverse situations. Its frequent occurrence reveals that the symbolism of gold is deeply rooted in both societies, and these proverbs reflect significant cultural characteristics. On one hand, a notable similarity was observed, but on the other hand, there are significant differences. This study supports the universality of certain human cognitive processes, as well as the cultural diversity among different societies through interlinguistic contrast. Additionally, these findings can also be valuable for pedagogical and translation purposes.

Key words: proverb; contrastive analysis; Chinese-Spanish; gold

Resumen: El oro es un culturema tanto en chino como en español, lo cual se atestigua en sus refranes. A través de un análisis contrastivo desde una perspectiva lingüístico-cultural, se busca estudiar los refranes relacionados con el oro en chino y español. Para llevar a cabo este estudio, primero, se recopilan los refranes que hacen referencia al oro en ambas lenguas. A partir de estos datos, se ha creado un corpus para cada idioma. Luego, se identifica el dominio meta de cada refrán y estos se agrupan según sus temas

respectivos. Posteriormente, se analizan las similitudes y diferencias, proporcionando ejemplos ilustrativos como evidencia lingüística. En ambas lenguas, los refranes que aluden al oro se utilizan en diversas situaciones. Su frecuente aparición revela que el simbolismo del oro está profundamente arraigado en ambas sociedades, y estos refranes reflejan importantes características culturales. Por un lado, hemos observado una notable similitud. Por otro lado, también se evidencian diferencias significativas. Este estudio respalda tanto la universalidad de algunos procesos cognitivos humanos como la diversidad cultural entre diferentes sociedades, a través del contraste interlingüístico, lo cual puede también ser de utilidad para aplicaciones didácticas y/o traductológicas.

Palabras clave: refrán; análisis contrastivo; chino-español; oro

1. Introducción

Desde la antigüedad más remota, unas frases breves, definidas por Sócrates como «maneras de hablar cortas y memorables» (Fernández 1987: 7), han perdurado a lo largo de los siglos y han trascendido fronteras culturales. A pesar de su antigüedad, el refrán apenas experimenta cambios sustanciales en su forma y hasta hace pocos años se resistía a una definición precisa. Aunque los cambios impuestos por el tiempo en la vida social han afectado su uso, no han despojado al refrán de su antigua esencia (Fernández 1987: 7).

Aunque su uso es menos frecuente en la vida contemporánea que en el pasado, el refrán sigue siendo apreciado por su sabiduría y su arraigo en la cultura popular. Como expresó el filósofo inglés Francis Bacon: *The genius, wit and the spirit of a nation are discovered in its proverbs* (apud. Ma 2017: 5).

El oro es uno de los metales más preciosos y reconocidos. Su papel en numerosas sociedades humanas es significativo, ya que simboliza riqueza, poderío, vanidad, gloria y triunfo. Tradicionalmente considerado el metal más valioso, es casi perfecto en sus propiedades. Por esta razón, ha sido utilizado para confeccionar trofeos, joyas, emblemas nacionales y como respaldo de las monedas de diversos países.

Según la doctrina hindú, el oro es considerado la «luz mineral», poseyendo un carácter ígneo, solar y real, e incluso divino (Cirlot 2018: 350). Según Guénon¹, la palabra latina *aurum* («oro») es equivalente a la hebrea *ôr* («luz»). El oro se percibe como la imagen de la luz solar y, por ende, de la inteligencia divina. Así como el corazón es la imagen del sol en el hombre, el oro lo es en la tierra. Por tanto, el oro simboliza todo lo superior y la glorificación (*ibid.*).

En chino, el mismo carácter 金 (*jīn*) puede designar «oro» o «metal». En la cultura china, el oro expresa las aspiraciones y el orgullo de la nación, simbolizando poder, jerarquía, esplendor, prosperidad, perfección, entre otros aspectos. Los dragones de oro esculpidos sobre las puertas del palacio imperial han servido como símbolos de autoridad y expresiones de una riqueza sin límites durante siglos y siglos de tradición (Brahm 2002: 159, 170).

¹ René Guénon o Abd al-Wāhid Yahyā (1886-1951) fue un matemático, masón, filósofo y esoterista francés.

2. Bases teóricas de la investigación

2.1. Lingüística cognitiva y metáfora

La lingüística cognitiva considera el lenguaje fundamentalmente como un instrumento de conceptualización, cognición y expresión de significados. El estudio del lenguaje debe considerar tanto su función cognitiva como comunicativa, aspectos que se evidencian en su uso en situaciones reales de comunicación (Uribe 2007: 68, 74). Desde esta perspectiva, el significado y la forma de expresión están estrechamente entrelazados, y el significado de las unidades lingüísticas no siempre se reduce a la simple suma de sus partes (Uribe 2007: 80), lo cual es una característica esencial de las unidades fraseológicas.

La teoría de la metáfora es uno de los aspectos fundamentales en los que se centra la lingüística cognitiva. El significado de la metáfora surge de unos esquemas cognitivos intersubjetivos. La interpretación de enunciados metafóricos no se limita únicamente al saber propiamente lingüístico, sino que también se fundamenta en el manejo de presuposiciones, conocimientos previos y el contexto en el que se enmarca el enunciado (Uribe 2007: 80), tal como ocurre frecuentemente con los refranes.

La metáfora sirve como vehículo para la formación de ideas y transmisión de conocimientos (Penas y Xiao 2019: 81). Lakoff y Johnson (1991: 40) afirman que la esencia de la metáfora es entender y experimentar una cosa en términos de otra. Hay que destacar que la fraseología es un campo especialmente fértil para la creación léxica basada en metáforas (García Page 2008; Penas y Xiao 2019: 81).

2.2. Culturema

El término *culturema* proviene de la traductología, donde se aplica a cualquier tipo de referencia cultural. No obstante, en la fraseología teórica este concepto está más restringido, pues solo designa la unidad metalingüística mínima para analizar la relación entre cultura y lengua (Pamies 2019: 111). Existen diversas concepciones de culturema que reflejan distintos matices de comprensión. De hecho, esta noción aún está en proceso de definición y estudio, ya que es un concepto recientemente acuñado para explicar la relación entre el lenguaje y la cultura. Según Nord, a quien se atribuye el origen de este concepto:

A cultureme is a social phenomenon of a culture X that is regarded as relevant by the member of this culture and, when compared with a corresponding social phenomenon in a culture Y, is found to be specific to culture X (Nord 1997: 34).

En palabras de Luque Nadal, «Los culturemas son, por definición, nociones específico-culturales de un país o de un ámbito cultural y muchos de ellos poseen una estructura semántica y pragmática compleja» (2009: 94). Se pueden entender como unidades léxicas o palabras con connotaciones culturales, pragmáticas y semánticas, que representan nociones específicas identificables dentro de una sociedad determinada (Yun 2018: 43-44).

Pamies (2019) considera que los culturemas no son palabras ni expresiones, sino símbolos extralingüísticos culturalmente motivados que sirven de modelos meta-fóricos que motivan expresiones figurativas (léxicas o fraseológicas) en el lenguaje. Cabe señalar que un culturema puede ser compartido, total o parcialmente, por varios idiomas (Pamies 2017). De acuerdo con esta perspectiva, el oro es un culturema compartido de manera parcial entre el chino y el español, ya que constituye una referencia cultural y es un símbolo que ha entrado en ambas lenguas, dando lugar a metáforas lexicalizadas.

2.3. Refrán

Los intentos por proporcionar una definición al refrán han quedado registrados desde hace siglos (Lalicata 2019). A continuación, presentamos algunas de estas definiciones. Julia Sevilla (2017: 124) los ha descrito de la siguiente manera: «El refrán es una paremia de origen anónimo (en su inmensa mayoría) y uso popular, cuya estructura es generalmente bimembre, con presencia de elementos mnemotécnicos, con potencial idiomatización y potencial presencia de elementos jocosos, basado en la experiencia y con valor de verdad universal, en su gran mayoría». Según Pamies (2019), los refranes son enunciados completos con autonomía pragmalingüística y gramatical, fáciles de memorizar, y poseen un carácter sentencioso.

En la lengua china este tipo de unidad fraseológica es conocido como 谚语 (*yànyǔ*), que la mayoría de los fraseólogos chinos consideran como frases breves y sentenciosas que se transmiten por tradición oral y suelen utilizar el lenguaje hablado debido a su origen popular (Sun 1989; Wu 2014; Lei 2019). De manera similar, nosotros definimos los refranes como «una frase fija, breve y conocida, que tiene un carácter sentencioso, y es de origen oral y anónimo». A lo largo del trabajo, adoptamos esta definición y criterio para ambas lenguas, utilizando «proverbio» como sinónimo de «refrán», aunque algunos paremiólogos españoles sostienen que estos dos términos no son exactamente lo mismo (por ejemplo, Sevilla 1993).

3. Estado de la cuestión, objetivos y metodología

3.1. Estado de la cuestión

La fraseología contrastiva entre el chino y el español ha experimentado un notable desarrollo en los últimos años, abordando diversos enfoques como el semántico, pragmático, cognitivo, histórico, didáctico, traductológico, entre otros. A pesar de este progreso, los estudios contrastivos de refranes entre ambos idiomas son aún muy escasos. Algunos trabajos han investigado la fraseología en español y chino desde diversas perspectivas lingüísticas y culturales, como Miranda (2013), Wu (2014), Lei (2017) y Yu (2023). Además, algunos estudios se han centrado en elementos específicos de ambos idiomas, como el pez (Lei 2015) y el cerdo (Wu 2010). Aunque estas obras incluyen comparaciones de algunos refranes, ninguna se dedica exclusivamente a este tipo de expresiones.

Hasta ahora, hemos encontrado solo un pequeño número de trabajos que se centran específicamente en el estudio contrastivo de los refranes españoles y chinos. Por ejemplo, Zou (2021) abordó el estudio de la correspondencia y traducción de 424 refranes españoles desde una perspectiva semántica, buscando encontrar sus equivalentes en chino. Por otro lado, Song (2019) comparó las características lingüísticas de los proverbios de ambas lenguas desde tres aspectos: el ritmo, el vocabulario y el uso del lenguaje figurado. Ambos trabajos cubren una amplia variedad de refranes, sin limitarse a un elemento u objeto específico. Al revisar el estado de la investigación, podemos concluir que, hasta la fecha, no se ha realizado ningún estudio de refranes que aborde concretamente el tema del oro en ambas lenguas. Esto resalta la necesidad y originalidad de nuestra investigación.

3.2. Objetivos

Nuestra investigación consiste en un análisis contrastivo que adopta un enfoque descriptivo-explicativo desde una perspectiva lingüístico-cultural. El objetivo de este trabajo es analizar refranes relacionados con el oro en chino y español para descubrir cómo el culturema «oro» se refleja en ambas lenguas. Buscamos identificar tanto similitudes como peculiaridades en la motivación cultural de estos refranes, así como investigar posibles causas de coincidencia y discrepancia entre la sabiduría popular de ambas sociedades.

3.3. Metodología

El proceso de nuestra investigación se ha estructurado de la siguiente manera:

1. Recopilación de refranes y creación de corpus: Se han recopilado refranes relacionados con el oro en ambas lenguas, y a partir de estos datos se ha creado un corpus para cada idioma.
2. Identificación de dominios meta: Cada refrán ha sido analizado para determinar la proyección del «oro» sobre diversos conceptos.
3. Agrupación temática: Los refranes se han agrupado en cada lengua según sus temas respectivos.
4. Análisis comparativo: Se han examinado de manera sistemática las similitudes y diferencias interlingüísticas, desde la perspectiva lingüístico-cultural, y proporcionando ejemplos representativos.

Los refranes incluidos en este trabajo han sido recopilados de diversas obras lexicográficas generales o fraseográficas, así como de recursos adicionales como artículos, libros, enciclopedias, corpus, etc. En el caso del corpus chino, los refranes provienen principalmente de los siguientes diccionarios: 中国谚语 [Proverbios chinos] (Zheng 1989), 谚语词典 [Diccionario de refraneros] (Liu 2002), 中华谚语词典 [Diccionario de proverbios chinos] (He 2004), 新华谚语词典 [Diccionario Xinhua de proverbios] (AA. VV. 2006), 中国谚语大辞典 [Gran diccionario de refranes de China] (Wen 2011), *A Collection of Chinese Proverbs* (Scarborough 2019), entre otros que se mencionarán en el lugar correspondiente. Por otro lado, los refranes españoles se han obtenido

mayoritariamente de obras lexicográficas como *Refranero castellano* (Cejador 1928), *Gran diccionario de refranes de la lengua española* (Sbarbi 1943), *Refranero español* (Fernández 1987), *Refranero general ideológico español* (Martínez 1989), *Diccionario de refranes* (Campos – Barella 1992), *Diccionario de refranes comentado* (Etxabe 2012), además de la plataforma online del *Refranero multilingüe* (Sevilla y Zurdo 2009).

4. Análisis contrastivo de los refranes

El español y el chino son dos lenguas muy distantes tanto en el espacio como en la tipología lingüística. Lingüísticamente, el chino se caracteriza por ser una lengua aislante y de parataxis, lo que significa que presta más atención a la coordinación de elementos del mismo tipo gramatical o función sintáctica en las expresiones. En cambio, el español, como lengua flexiva, se expresa de manera más explícita a través de la subordinación gramatical y sintáctica (Zhang 2021: 284). Geográficamente, los dos países están tan distantes que los intercambios lingüísticos y culturales se ven considerablemente limitados. Desde esta perspectiva, históricamente la influencia mutua entre ambas lenguas ha sido muy reducida.

Los refranes representan la quintaesencia del ancestral y completo dominio epistémico de una comunidad. La mayoría de ellos se remontan a épocas antiguas, reflejando así una realidad sociocultural e ideológica como cápsulas de sabiduría popular heredada del pasado. Existen refranes de valor universal que expresan reflexiones o enseñanzas humanas generales, así como refranes que reflejan la realidad particular de una comunidad sociocultural específica (Munteanu 2007: 467). Realizar un análisis contrastivo de refranes nos permite poner de manifiesto las características culturales, como creencias, valores y tradiciones, que se plasman en la lengua, especialmente en el lenguaje figurado.

Tras una búsqueda exhaustiva de refranes en chino y español, hemos recopilado una amplia variedad de dichos y los hemos organizado en dos corpus separados para cada idioma. El corpus chino consta de 68 refranes, mientras que el corpus español contiene 51 ejemplos. Debido a restricciones de espacio, no podemos abordar todas las coincidencias y diferencias encontradas. En su lugar, hemos realizado un análisis detallado de una serie de temas, proporcionando ejemplos representativos para ilustrar nuestras observaciones.

4.1. Similitudes entre chino y español

En un estudio contrastivo de la semántica entre dos lenguas tan distintas como el chino y el español, es necesario tener en cuenta no solo los factores culturales, sino también el proceso cognitivo y la experiencia universal común a todos los seres humanos (Han 2021: 15). Desde este punto de vista, es posible que, en algunas ocasiones, diversas comunidades sociales perciban las realidades de manera similar y coincidan en expresar ideas, debido a los mencionados factores. En esta investigación, hemos observado una amplia variedad de refranes relacionados con el oro, y es

evidente que ambas lenguas comparten una serie de temas que encapsulan sus conocimientos, experiencias, opiniones y creencias.

4.1.1. El aprecio del valor del tiempo

El recurso más importante y valioso en la vida de cualquier individuo es el tiempo. A lo largo de la historia de la humanidad, el tiempo ha desempeñado un papel fundamental. Desde los eventos más significativos hasta los cambios culturales y sociales, todo está marcado por su paso.

En China, se otorga un gran valor al tiempo, considerándolo como un tesoro invaluable e incluso como una parte integral de la vida misma. Un conocido refrán chino dice: 一寸光阴一寸金, 寸金难买寸光阴 (*Yī cùn guāngyīn yī cùn jīn, cùn jīn nán mǎi cùn guāngyīn*), que literalmente significa «Un *cun*² de tiempo es tan valioso como un *cun* de oro; sin embargo, es difícil comprar un *cun* de tiempo con un *cun* de oro» (He 2004: 63). La primera parte de este refrán establece una metáfora, comparando el tiempo con el oro. Sin embargo, la segunda parte añade un giro inesperado, enfatizando aún más el inestimable valor del tiempo. Su connotación radica en resaltar el incomparable valor del tiempo. Mientras que el oro puede ser adquirido, el tiempo nunca puede ser recuperado. Por lo tanto, es crucial apreciar y aprovechar al máximo el tiempo que tenemos.

En español, todos hemos escuchado alguna vez el refrán «El tiempo es oro». Con esto se recuerda que el tiempo es un recurso invaluable que debe ser utilizado de manera sabia y eficiente. Esta frase no solo advierte sobre la necesidad de no desperdiciar el tiempo, sino que también implica que su uso adecuado puede llevar a la riqueza o al éxito, al igual que el oro. También existen otros proverbios similares que resaltan esta idea: «El tiempo no es oro, pero vale más que el oro» / «Se recobra el oro que se perdió; pero el tiempo perdido, no» (Sevilla – Zurdo 2009). Todas estas expresiones provienen de la misma sabiduría, destacando que el tiempo es un recurso irremplazable y limitado, y que su uso adecuado es fundamental.

En ambas lenguas, se establece una metáfora entre el oro y el tiempo. Sin embargo, también presentan matices distintivos. En chino, el tiempo se conceptualiza como algo tangible, medido por su longitud física. En español, se encuentran más refranes que utilizan la imagen del oro para resaltar el valor del tiempo; además, hay uno que hace referencia a la imposibilidad de recuperar el tiempo una vez perdido. Es interesante notar que, para resaltar el valor del tiempo, en chino se adopta un enfoque afirmativo, implicando que el tiempo es oro pero que vale más que el oro. Al contrario, en español se emplea un enfoque negativo: «El tiempo no es oro, pero vale más que el oro».

4.1.2. La discreción

En China, tradicionalmente se valora el silencio y la discreción. Es decir, lo valioso no son las palabras, sino más bien el silencio, como indica el proverbio: 沉默是金

² Un *cun* (寸), a menudo glosado como «pulgada china», es una unidad de longitud china tradicional. Aproximadamente 1 *cun* equivale a 3,7 centímetros.

(*Chénmò shì jīn*) («El silencio es oro»). En su obra *Dao De Jing*³, capítulo 56, el famoso filósofo Laozi⁴ afirma: 知者不言, 言者不知 (*Zhìzhě bù yán, yán zhě bùzhī*) (Lit. «Los sabios hablan con medida; aquellos que hablan en exceso no son sabios») (Zhang 2019: 84). En el mismo libro, capítulo 5, Laozi declara: 多言数穷, 不如守中 (*Duō yán shuò qióng, bùrú shǒu zhōng*) (Lit. «Quien habla demasiado a menudo termina en problemas; es mejor mantener la boca cerrada») (*ibid.*).

En las sociedades hispanohablantes, también se valora la virtud de guardar silencio, como lo refleja el dicho «En boca cerrada no entran moscas». Además, se reconoce que «La palabra es plata y el silencio es oro» (Sevilla – Zurdo, 2009). Aunque la plata tiene su valor, el oro es aún máspreciado. Hablar puede ser importante y valioso, pero en ciertas ocasiones es crucial saber callar y ser discreto. No es tanto la cantidad de palabras lo que importa, sino el momento en que se habla. Como regla general, es preferible ser reservado o hablar con medida. Al fin y al cabo, la prudencia y la discreción son virtudes importantes, tal como lo indica el refrán: «El poco hablar es oro, y el mucho hablar es lodo» (Cejador 1928: 114).

En comparación con el chino, en español los refranes que vinculan el oro con la discreción son más específicos. Por ejemplo, se establece una comparación entre la palabra y el silencio para resaltar el valor de este último, utilizando objetos menos valorados o incluso despreciados, como la plata y el lodo. En cambio, en el caso del chino, se limita a indicar algo de manera general, sin hacer comparaciones ni ofrecer variedades.

4.1.3. La tolerancia

Nadie es perfecto, y hasta las personas o cosas que admiramos pueden tener sus debilidades, como se refleja en el refrán: 黄金有疵, 白玉有瑕 (*Huángjīn yǒu cǐ, báiyù yǒu xiá*) (Lit. «Incluso el oro más puro puede tener defectos, y el jade blanco más hermoso puede tener manchas») (He 2004: 181). Además, se dice 金无赤足, 人无完人 (*Jīn wú chì zú, rén wú wán rén*), que significa Lit. «Cada persona tiene sus propias imperfecciones, al igual que el oro nunca es 100 % puro» (He 2004: 212). En español, existe un refrán muy similar que prácticamente equivale al segundo refrán chino: «Hasta el oro, que a todos encanta, tiene sus faltas» (Sbarbi 1943: 726). En conjunto, todos estos dichos transmiten la idea de que la perfección absoluta es inalcanzable. Nos enseñan a aceptar y valorar nuestras propias imperfecciones, así como las de los demás, y a cultivar la tolerancia hacia las ideas ajenas.

En ambas lenguas, se utiliza la metáfora del oro, que representa algo valioso y precioso pero que también puede tener defectos, para enfatizar la naturaleza de la imperfección y la importancia de la tolerancia. De este modo, las versiones chinas y españolas coinciden tanto en la perspectiva como en la connotación. Aun así, existen matices distintivos desde el punto de vista sintáctico. En chino, se especifica la falta de perfección de manera afirmativa («tener defectos») o negativa («no ser puro»), mientras que en español se expresa únicamente de manera afirmativa («tener faltas»).

³ *Dao De Jing* (道德经), atribuido a Laozi, es uno de los fundamentos del taoísmo filosófico chino.

⁴ Laozi (老子): considerado uno de los filósofos más relevantes de la civilización china.

4.1.4. La importancia del entorno social

En chino existen varios refranes que establecen una conexión entre el oro y la importancia del entorno social. Un buen ejemplo será 挨金似金, 挨玉似玉 (*Āi jīn sì jīn, āi yù sì yù*) (Lit. «Si estás cerca del oro, serás como el oro; si estás cerca del jade, serás como el jade») (He 2004: 1). Se plantea que el entorno puede influir en las cualidades y en los comportamientos de una persona, de manera similar a lo que sugiere otro proverbio: 黄金旁边的红铜会发光, 好人旁边的坏人可变好 (*Huángjīn pángbiān de hóngtóng huì fāguāng, hǎorén pángbiān de huàirén kě biàn hǎo*) (Lit. «Al estar cerca del oro, el cobre también brillará, y las personas malas junto a las buenas se volverán buenas») (Zheng 1989: 228). Ambos subrayan la influencia de las personas que nos rodean: la compañía de individuos virtuosos puede tener un efecto positivo en aquellos que no lo son, y viceversa.

En español, se reconoce el peligro de un entorno negativo para la calidad de un individuo o un conjunto, ya que «la manzana podrida puede pudrir a su vecina» e incluso dañar el barril completo. Similarmente, el refrán «Juntar oro con lodo, es hacerlo lodo todo» (Alonso 1991: 65) advierte sobre la importancia de no mezclar algo valioso con algo de baja calidad. En esta metáfora, se compara el oro, un metal precioso y valioso, con el lodo, que representa algo sucio, impuro y de poco valor. Así como mezclar oro con lodo puede degradar su calidad, relacionarse con personas de baja calidad moral puede contaminar y arrastrar a uno hacia abajo. Por lo tanto, este proverbio nos advierte de los peligros de asociarnos con individuos de poca integridad.

En ambas lenguas, se utiliza la comparación del oro con una persona buena para resaltar la influencia significativa del entorno y para aconsejar la prudencia en las interacciones sociales. No obstante, podemos identificar algunos matices. Mientras que las versiones en chino tienden a enfocarse en las ventajas de tener un entorno positivo, la versión española se centra más en las desventajas y peligros de un entorno negativo.

4.1.5. La calidad demostrable

El punto de fusión del oro es tan alto que requiere una temperatura superior a los mil grados para fundirse. Dado que las llamas comunes no alcanzan esa temperatura, el oro no se derrite en la combustión ordinaria, lo que lleva al refrán: 真金不怕火炼 (*Zhēn jīn bù pà huǒ liàn*) (Lit. «El oro verdadero no teme al fuego») (Zheng 1989: 209). Esta expresión se utiliza metafóricamente para destacar que las personas fuertes y firmes pueden resistir pruebas severas, al igual que los objetos de alta calidad pueden soportar la prueba del tiempo.

Durante el proceso de fundición del oro, a mayor intensidad de la llama y temperatura, más fácil resulta oxidar los elementos impuros en forma de escorias que flotan en la parte superior del oro fundido, haciendo que el oro sea más puro. De ahí surge el refrán: 烈火见真金 (*Lièhuǒ jiàn zhēn jīn*) (Lit. «Solo a través de [la refinación en el] fuego intenso se puede distinguir la autenticidad del oro») (Liu 2002: 982).

Este refrán sugiere que solo a través de pruebas rigurosas se puede apreciar la verdadera calidad de las personas.

En efecto, este criterio de evaluación también se refleja en español, destacando la importancia de las pruebas mediante la imagen del oro. El refrán «Oro majado luce» nos enseña que las cosas ganan mayor aprecio cuando han sido experimentadas y sometidas a pruebas (Campos – Barella 1992: 265). Al igual que el oro, que necesita ser refinado y pulido antes de brillar, la calidad de las personas sigue un proceso similar. Primero, es necesario experimentar, prepararse, luchar e incluso sufrir para mejorar o triunfar. Antes de resplandecer, se requiere esfuerzo y superar pruebas.

Ambas lenguas emplean la metáfora del oro para enfatizar la idea de la prueba, aunque presentan diferencias sutiles. El chino recurre específicamente a la imagen de la quema mediante el fuego, mientras que el español utiliza la imagen del martillazo y el pulimento. Además, el significado transmitido por cada lengua difiere en su enfoque. En chino, se enfatiza cómo se detecta la buena calidad o virtud, mientras que, en español, se destaca el valor de la lucha y la importancia de superar las pruebas.

4.1.6. El castigo en la educación de los hijos

En la sociedad china, la educación tradicional siempre ha enfatizado la importancia de una crianza estricta para los hijos. Se cree que consentir y mimar a los niños puede ser perjudicial para su desarrollo, mientras que la disciplina estricta se considera una expresión genuina de amor. Hay un refrán que, de manera metafórica, aborda la crianza de los niños haciendo una analogía con el oro: 黄金不打难成器 (*Huángjīn bù dǎ nán chéng qì*), que se traduce literalmente como «El oro no se convierte en un objeto útil sin ser martillado, pulido y trabajado» (Scarborough 2019: 77). La filosofía subyacente en este refrán radica en que, antes de convertirse en joyas o utensilios valiosos, el oro crudo debe ser trabajado y moldeado con herramientas como el martillo. De manera análoga, los niños requieren una educación rigurosa para desarrollar todo su potencial y convertirse en individuos competentes y valiosos (*ibid.*).

En español, también existen proverbios que resaltan la importancia del castigo en la educación, por ejemplo, «El oro, martillado, y el mozo, castigado». Existe una variante que dice «El oro, machado, y el mozo, castigado» (Martínez 1989: 222). En este contexto, el castigo no se refiere necesariamente a una sanción física severa, sino más bien a la corrección y orientación que son cruciales para el crecimiento y desarrollo personal. Al igual que el martilleo da forma y mejora el oro, el castigo y la disciplina pueden contribuir a moldear el carácter y mejorar las cualidades de un joven.

En ambas lenguas, la metáfora del martilleo del oro se relaciona con el castigo y la disciplina, transmitiendo la necesidad de estos elementos para el crecimiento y desarrollo de los jóvenes. En términos comparativos, la versión china es aún más específica, al clarificar que el propósito de la disciplina es hacer que los hijos sean competentes y brillantes. En cambio, las versiones en español son más generales en su enfoque.

4.1.7. Las apariencias

En la lengua china, se refleja el desprecio hacia la incoherencia entre la apariencia y la realidad. Lamentablemente, en la vida se encuentran casos en que la belleza exterior contrasta con la fealdad interna, como se ilustra en la siguiente expresión: 金玉其外, 败絮其中 (*Jīn yù qí wài, bàixù qízhōng*) (Lit. «Por fuera parece oro y jade, pero por dentro es como algodón desgarrado»). Se utiliza para describir de manera peyorativa a cosas o personas que, aunque parecen atractivas en el exterior, resultan ser mediocres en su interior o esencia (He 2004: 212). En la cultura china, tradicionalmente tanto el oro como el jade se han considerado materiales de gran valor y aprecio, simbolizando aspectos positivos. En este caso, la apariencia tan brillante como el oro y el jade se contrapone al desastroso interior, resaltando la hipocresía y la falsedad. Aunque no se trata de un refrán, sino es un enunciado de valor específico (Corpas 1996), transmite la perspectiva de que no siempre se puede confiar en las apariencias.

En efecto, la apariencia a menudo puede resultar engañosa, ya que solo las cosas falsas o de baja calidad requieren una apariencia ostentosa. El proverbio chino, 真金不镀 (*Zhēn jīn bù dù*) (Lit. «El oro verdadero no necesita ser dorado») subraya que lo auténtico y genuino no requiere adornos externos (Chang 1984: 61). Se utiliza para expresar que tanto las personas como las cosas no se definen por su apariencia, sino por su esencia genuina. Dicho esto, se aconseja evitar juzgar superficialmente y, en su lugar, buscar la autenticidad en lo que realmente importa.

En español, contamos con refranes que respaldan esta idea, como «No es oro todo lo que reluce». Este proverbio aconseja desconfiar de las apariencias, puesto que no todo lo que parece bueno lo es en realidad (Sevilla – Zurdo 2009). Puede utilizarse cuando un negocio, una relación o una oportunidad parece sorprendentemente buena y no lo es. Se dice cuando se descubre la realidad (*ibid.*). Su mensaje subraya la importancia de mirar más allá de las apariencias y evaluar las situaciones con mayor profundidad antes de sacar conclusiones precipitadas. La verdadera bondad no radica en el aspecto externo, sino en la naturaleza y esencia intrínsecas. Por tal razón, es fundamental mantener una actitud atenta y vigilante. Otras variantes incluyen expresiones como «No todo lo que brilla es oro» y «No es oro todo lo que reluce, ni harina todo lo que blanquea» (Cejador 1929: 114).

La desconfianza hacia las apariencias y el aprecio por la autenticidad se reflejan en ambas lenguas. Por un lado, ambas recurren a una formulación negativa para expresar esta desconfianza. Por otro lado, difieren en su enfoque: mientras que la versión china se centra en describir las características de las cosas buenas, la versión española se enfoca en identificar a las personas o cosas falsas o de baja calidad.

4.2. Diferencias entre chino y español

Es natural que surjan diferencias entre dos lenguas en los dominios meta al emplear la imagen figurativa del oro. Cada cultura posee sus propias características distintivas, como su geografía, historia, estructura social y religión, que inevitablemente

la diferencian de las demás. Estas cualidades se reflejan en los refranes a lo largo del tiempo. Precisamente a través de estas peculiaridades, podemos observar los diferentes valores, percepciones y visiones del mundo, así como los estereotipos y las preferencias de cada sociedad. A continuación, analizaremos dos ejemplos representativos de cada lengua que han capturado nuestra atención.

4.2.1. *Peculiaridades en chino*

4.2.1.1. La formación académica

En China, la formación académica ha sido tradicionalmente valorada como un medio para alcanzar la fama, la prosperidad y para transformar el destino personal. Esta perspectiva se refleja en un conocido proverbio: 书中自有颜如玉, 书中自有黄金屋 (*Shū zhōng zì yǒu yán rú yù, shū zhōng zì yǒu huángjīn wū*) que se traduce literalmente como «En los libros encontrarás mujeres jóvenes con un rostro tan bello como el jade y las casas hechas de oro» (Xu – Ying 1994: 724). Esta expresión insta a la dedicación al estudio para alcanzar el éxito y cumplir los deseos. Antigüamente, motivaba a los intelectuales a estudiar diligentemente para sobresalir en la carrera burocrática y así obtener fama, riqueza, matrimonio y reconocimiento social. En la actualidad, el libro simboliza la formación académica, que puede conducir a conseguir un empleo satisfactorio y alcanzar la prosperidad económica (Lei 2022: 51). En este contexto, la expresión 黄金屋 (*huángjīn wū*) (Lit. «casa hecha de oro») metafóricamente representa una vida próspera y lujosa, y en un sentido más amplio, denota la abundancia de bienes materiales y la realización personal.

4.2.1.2. La firmeza y dignidad del hombre

Aunque la sociedad moderna aboga por la igualdad de género, en la antigua sociedad feudal china se valoraba más a los hombres que a las mujeres, y se esperaba que cada género cumpliera roles diferentes. El *Yi Jing*⁵ («Libro de los cambios») establece que los hombres deben ser robustos y fuertes, mientras que se espera que las mujeres sean suaves y virtuosas.⁶ En consecuencia, tradicionalmente a los hombres se les enseñaba a reprimir emociones como el llanto y a evitar arrodillarse ante otros, ya que tales acciones se consideraban símbolos de debilidad y falta de dignidad. En las antiguas costumbres chinas, el gesto de arrodillarse se interpretaba como un acto de sumisión, adoración o profundo respeto. Un hombre solo se arrodillaba ante unas pocas personas, como sus padres y el emperador.

La valentía, la fuerza y la resistencia y la dignidad son expectativas de la sociedad hacia los hombres, y ello se atestigua en los refranes chinos. Se suele decir: 男儿膝下有黄金 (*Nán'ér xīxià yǒu huángjīn*) «Lit. Bajo las rodillas de un hombre [de carácter] se encuentra [una dignidad tan valiosa como] el oro». Figurativamente, esto significa que un hombre verdadero no se arrodilla fácilmente (Liu 2002: 288), sino que mantendrá su integridad y dignidad en cualquier situación. El oro es un metal

⁵ El *Yi Jing* (易经) es un libro oracular chino cuyos primeros textos se estima que fueron escritos alrededor del 1200 a. C.

⁶ Su texto original en chino es: 乾, 健也; 坤, 顺也 (*Qián, jiàn yě; kūn, shùn yě*).

suave y maleable, capaz de doblarse y estirarse como los tendones de la rodilla; sin embargo, debido a su gran valor, las personas tienden a apreciarlo y protegerlo con esmero, evitando que se doble o deforme fácilmente. Otra variante de este refrán dice: 男儿两膝有黄金 (*Nán'ér liǎng xī yǒu huángjīn*) «Lit. Bajo las dos rodillas de un hombre [de carácter] se encuentra [una dignidad tan valiosa como] el oro».

4.2.2. Peculiaridades en español

4.2.2.1. La omnipotencia del oro

Al igual que el dinero, el oro está presente en múltiples aspectos de la vida, ya que tiene el poder de abrir puertas, brindar oportunidades y conferir estatus social. Esta influencia se atribuye en gran medida a las características y funciones únicas de este metal precioso. Es duradero y no se deteriora con el tiempo. Además, su relativa escasez también contribuye a su percepción de valor intrínseco. Estas cualidades han llevado a que el oro sea utilizado como moneda a lo largo de la historia, convirtiéndolo en un símbolo de riqueza y prosperidad. Sin embargo, el dinero también tiene un poder corruptor y puede llevar a las personas a realizar acciones inmorales o destructivas, como indica el refrán: «El oro es la mejor ganzúa del diablo» (Martínez 1989: 203). Al vincular la ganzúa con el oro y el diablo, se insinúa que el dinero puede ser la llave que abre las puertas a la tentación, el mal y la corrupción, advirtiendo así sobre los riesgos de anteponer el dinero a los principios morales y éticos.

En español, además del refrán citado más arriba, encontramos otros casos que reflejan la omnipotencia del oro. Por ejemplo, «El oro todo lo manda» y «Más manda el oro que el rey» (Martínez 1989: 203) sugieren que el oro (entendido como riqueza) tiene un poder tan abrumador que puede influir en todos los aspectos de la vida. Asimismo, «Donde el oro habla, la lengua calla» (Fernández 1987: 187) implica que el dinero puede silenciar las críticas o las objeciones, e incluso prevalecer sobre la verdad o la integridad moral. Además, cuando el dinero está involucrado, las precauciones pueden resultar insuficientes para prevenir actos inapropiados o injustos, como sugiere el refrán «No hay cerradura segura si es de oro la ganzúa» (Sevilla – Zurdo 2009), variante de «No hay cerradura donde es oro la ganzúa» (Campos – Barella 1992: 95).

En muchas ocasiones, el valor personal y el mérito se evalúan en función de las posesiones materiales en lugar de las cualidades intrínsecas o virtudes, como se refleja en el proverbio «Un asno cubierto de oro parece mejor que un caballo enalbardado» (Sbarbi 1876: 204). Otro refrán ilustrativo es «Asno con oro, alcánzalo todo» (Cejador 1928: 73), que muestra la irresistible atracción de la riqueza. Este dicho sugiere que el dinero puede compensar defectos, como el caso de una persona necia que puede obtener lo que desea si es rica. Del mismo modo, aquel que posee riquezas puede obtener la mayoría de las cosas, incluso a pesar de sus limitaciones personales: «Un asno cargado de oro sube ligero una montaña» (Sbarbi 1876: 204). Además, el dinero puede conquistar corazones, especialmente los femeninos, como lo ilustra el refrán: «A balazos de plata y bombas de oro, rindió la plaza el moro» (Sbarbi 1922).

Todas estas expresiones demuestran el poder absoluto del dinero para alcanzar objetivos, implicando que aquellos que son ricos tienen un mayor control sobre su

entorno, mientras que aquellos que carecen de riquezas pueden encontrarse en desventaja. En el caso del chino, no hemos encontrado refranes que asocien directamente la omnipotencia con el oro, pero existe un equivalente que relaciona el dinero con el diablo: 有钱能使鬼推磨 (*Yǒu qián néng shǐ guǐ tuī mò*) (Lit. «Con dinero, puedes hacer que el diablo gire la piedra de molino»). Figurativamente, implica que el dinero lo puede todo, ya que tiene el poder de influir en las personas y hacer cambios o cedan (AA.VV. 2005: 489).

4.2.2.2. Las creencias sobre la alimentación

En español, existen refranes que emplean la metáfora del oro de manera positiva para transmitir creencias y prejuicios vinculados a la alimentación, como sucede con la aceituna, la naranja y el melón, entre otros alimentos. Por ejemplo, respecto al consumo de la naranja, se dice «La naranja por la mañana es oro, a mediodía plata y en la noche lata» (Cannobbio 1901: 80) o «Por la mañana es oro, por la tarde, plata y por la noche, mata» (Sevilla – Zurdo 2009). De hecho, existe una variante empleada en Extremadura para referirse al momento más adecuado para comer el melón: «El melón, por la mañana, oro, al mediodía, plata, por la noche mata» (*ibid.*). Estos refranes ilustran la gradación de los efectos que producen frutas como la naranja y el melón dependiendo del momento del día en que se consume. De manera similar, hay otro refrán sobre la aceituna con un esquema paremiológico similar: «Aceituna, una es oro; dos, plata, y la tercera, mata» (*ibid.*). Literalmente, este proverbio aconseja la moderación en el consumo de aceitunas. La aceituna fue alimento modesto y popular en otros tiempos. Sin embargo, no estaban bien consideradas por los médicos en la creencia de que causaban melancolía (Sevilla – Zurdo 2009), y su excesivo consumo podía resultar indigesto y perjudicial. Por extensión, este dicho se utiliza para recomendar prudencia y mesura en el disfrute de cualquier manjar exquisito (Etxabe 2012: 22-23). En un sentido más amplio, se aconseja ser moderados en todo, incluso en lo que es bueno; deben disfrutarse con prudencia y moderación.

5. Conclusiones

Tras el análisis contrastivo, hemos identificado tanto las coincidencias como las diferencias en la motivación cultural de los refranes relacionados con el oro en español y chino, los cuales son ampliamente utilizados en diversas situaciones. Basándonos en los datos recopilados, hemos observado que el concepto de oro está profundamente arraigado en ambas culturas. La interpretación correcta de estos refranes a menudo requiere información cultural subyacente, que a veces es particular a una de ellas. Se han reflejado diversas tradiciones, creencias, prejuicios, etc., algunas compartidas y otras no, lo que respalda la universalidad de procesos cognitivos humanos, al tiempo que muestra la diversidad cultural.

En vista de los datos de nuestro corpus, los refranes que hacen referencia al oro pueden coincidir o diferir en sus dominios meta en ambas lenguas. Sin embargo, aunque algunos de sus refranes tienen connotaciones negativas, todos los simbolismos asociados a este metal son positivos, como el valor (véase 4.1.1. & 4.1.2.),

la excelencia (véase 4.1.3.), la virtud (véase 4.1.4.), la calidad (véase 4.1.5. & 4.1.7.), así como la riqueza (véase 4.2.1.1.) y el poder (véase 4.2.2.1.).

El análisis realizado en este trabajo ofrece una visión reveladora de la sabiduría inherente a ambos pueblos. En este sentido, se alcanzan las siguientes conclusiones sobre las posibles causas de coincidencia y discrepancia entre la sabiduría popular de ambas sociedades.

A pesar de que el español y el chino son dos lenguas muy alejadas en términos de espacio y tipología lingüística, hemos comprobado una gran semejanza en sus refranes, lo cual podría deberse a que este campo semántico se basa en un proceso cognitivo ampliamente extendido y considerado por algunos como universal. Muchos refranes provienen de las experiencias del mundo y tienen fundamentos similares tanto físicos como mentales. Asimismo, se ha observado que ambas lenguas recurren a la imagen metafórica del oro para expresar el aprecio del valor del tiempo, la discreción, la tolerancia, la importancia del entorno social, la calidad demostrable, el castigo y las apariencias. Cabe señalar que, aunque los contenidos coinciden en tema y significado, difieren en cierta medida en la perspectiva cognitiva, las formas de expresión y, evidentemente, en las características morfológicas y sintácticas.

Por otro lado, se concluye que existen diferencias en la percepción y el uso de refranes, en este contexto en relación con la imagen del oro en ambos idiomas, debido a las divergencias geográficas, históricas, culturales e idiomáticas. Concretamente, en chino, el «oro» se utiliza para expresar temas relacionados con la formación académica y la dignidad del hombre, mientras que, en español, destacan la omnipotencia del oro y las creencias sobre la alimentación.

Desde el punto de vista lingüístico, la palabra «oro» se relaciona con diferentes elementos en cada idioma, lo cual se refleja en su aparición simultánea. En los refranes españoles, la imagen del oro puede estar contrapuesta a la del lodo, representando una dualidad entre lo positivo y lo negativo (véase 4.1.2. & 4.1.4.). Además, la plata también suele asociarse al oro para representar dos puntos de una misma escala (véase 4.1.2. & 4.2.2.2.). A diferencia del español, en chino el oro y el jade suelen aparecer juntos como sinónimos, representando ambos algo altamente positivo y valioso (véase 4.1.3.; 4.1.4. & 4.2.1.1.).

Agradecimientos

Agradezco mucho a Antonio Pamies, Belén Cuadra y Bachir Mahyub sus valiosos comentarios, sugerencias y correcciones en la preparación de este artículo.

Referencias bibliográficas

- AA. VV. (2006), *Xinhua yanyu cidian [Diccionario Xinhua de proverbios]*, Beijing: Shangwu Yinshuguan [Editorial Comercial].
- ALONSO, Carolina (1991), *Los dioses y los caníbales*, Madrid: Caja de Toledo.
- BRAHM, Laurence (2002), *Elementos de China: agua, madera, fuego, tierra, oro*, Beijing: Prensa Intercontinental de China.
- CAMPOS, Juana – BARELLA, Ana (1992), *Diccionario de refranes*, Madrid: Espasa-Calpe.
- CANNOBBIO, Agustín (1901), *Refranes chilenos*, Madrid: Mandrágora Ediciones.

- CAO, Xianzhao – SU, Peicheng (1999), *Hanzi xingyi fenxi zidian [Diccionario de análisis morfológico y semántico de caracteres chinos]*, Beijing: Beijing Daxue Chubanshe [Editorial de Universidad de Beijing].
- CEJADOR Y FRAUCA, Julio (1928), *Refranero castellano*, Madrid: Librería y Casa Editorial Hernando.
- CHANG, Xiaofan (1984), *Shiyong chengyu cidian [Diccionario de Chengyu prácticos]*, Beijing: Zhishi Chubanshe [Editorial del Conocimiento].
- CIRLOT, Juan Eduardo (2018), *Diccionario de símbolos*, Madrid: Siruela.
- CORPAS, Gloria (1996), *Manual de fraseología española*, Madrid: Gredos.
- ETXABE, Regino (2012), *Diccionario de refranes comentado*, Madrid: Ediciones de la Torre.
- FERNÁNDEZ, M. (1987), *Refranero español*, Madrid: Editorial Burdeos.
- GARCÍA PAGE, Mario (2008), *Introducción a la fraseología española: Estudios de las locuciones*, Barcelona: Anthropos.
- HAN, Fang (2021), *Fraseología histórica contrastiva. Unidades fraseológicas con mención de color en español y en chino*, Valencia: Tirant lo Blanch.
- HE, Mu (dir.) (2004), *Zhonghua Yanyu Cidian [Diccionario de proverbios chinos]*, Shanghai: Shanghai Renmin Chubanshe [Editorial de Pueblo de Shanghai].
- LEI, Chunyi (2015), «El pez en el léxico figurado y la fraseología del chino y del español», *Colindancia* 6, 239-262.
- LEI, Chunyi (2017), *Estudio contrastivo linguo-cultural del lenguaje figurado en español y en chino: Nombres y fraseologismos zoonímicos y fitonímicos*. Tesis doctoral, Granada: Universidad de Granada.
- LEI, Chunyi (2022), «El culturema jade en la fraseología y la cultura chinas», *Revista de filología* 45, 37-57.
- LIU, Zhenduo (dir.) (2002), *Yanyu cidian [Diccionario de refraneros]*, Changchun: Beifang Funü Ertong Chubanshe [Editorial del Norte de Mujeres y Niños].
- MA, Zijiao (2017), *Estudio comparativo de los refranes chinos y españoles, desde la perspectiva de la competencia cultural*. Trabajo Fin de Máster, Universidad de Valladolid.
- MARTÍNEZ, Luis (1989), *Refranero general ideológico español*, Madrid: Editorial Hernando.
- MIRANDA, Gonzalo (2013), *Estudio comparativo de las unidades fraseológicas (UFS) de las lenguas china y española. Problemas lingüísticos y culturales en la traducción de las UFS de una a otra lengua*. Tesis doctoral, Universidad de Granada.
- MUNTEANU, Dan (2007), «El papel de los refranes en la comprensión y producción del texto», *Revista de filología* 25, 467-475.
- PAMIES, Antonio (2017), «The concept of cultureme from a lexicographical point of view», *Open Linguistics* 3 (1), 100-114.
- PAMIES, Antonio (2019), «La fraseología a través de su terminología», en MARTÍN RÍO, J. (ed.), *Estudios lingüísticos y culturales sobre China*, Granada: Comares, 105-135.
- PENAS, María Azucena – XIAO, Yanhong (2019), «Naturaleza corpórea de las emociones miedo, ira y alegría. Su representación fraseológica en Occidente y Oriente», *Pare-mia* 28, 79-92.
- SBARBI, José María (1876), *El refranero general español: parte recopilado, y parte compuesto*, Madrid: Imprenta de A. Gómez Fuentenebro.
- SBARBI, José María (1922), *Diccionario de refranes, adagios, proverbios, modismos, locuciones y frases proverbiales de la lengua española*, London: Forgotten Books.

- SBARBI, José María (1943), *Gran diccionario de refranes de la lengua española*, Buenos Aires: J. Gil.
- SCARBOROUGH, William (2019), *A Collection of Chinese Proverbs*, Norderstedt: Hansebooks.
- SEVILLA, Julia – CRIDA, Carlos (2017), «Taxonomía de las paremias en lengua española», *PHRASIS | Rivista di studi fraseologici e paremiologici* 1, 117-129.
- SEVILLA, Julia – ZURDO, Teresa (dir.) (2009), *Refranero multilingüe*, Madrid: Centro Virtual Cervantes [Disponible en <<http://cvc.cervantes.es/lengua/refranero/>>, 02/02/2024].
- SEVILLA, Julia (1993), «Las paremias españolas: clasificación, definición y correspondencia francesa», *Paremia* 2, 15-20.
- SONG, Benheng (2019), *Hanxi yanyu yuyan tedian duibi yanjiu* [Estudio comparativo de las características lingüísticas de los refranes chinos y españoles]. Tesis doctoral, Nanchang Daxue [Universidad de Nanchang].
- SUN, Weizhang (1989), *Hanyu shuyu xue* [La fraseología china], Changchun: Jilin jiaoyu chubanshe [Editorial Educativa de Jilin].
- URIBE, Luz Amparo (2007), «La lingüística cognitiva: principios fundamentales», *Cuadernos de lingüística hispánica* 9, 63-82.
- WEN, Duanzheng (2011), *Zhongguo yanyu da cidian* [Gran diccionario de refranes en China], Shanghai: Editorial de Diccionarios de Shanghai.
- WU, Fan (2010), «Estudio fraseológico contrastivo del cerdo en chino y español», *Paremia* 19, 171-178.
- WU, Fan (2014), *La fraseología en chino y en español: caracterización y clasificación de las unidades fraseológicas y simbología de los zoónimos un estudio contrastivo*. Tesis doctoral, Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- XU, Zongcai – YING, Junling (1994), *Suyu cidian* [Diccionario de dichos populares], Beijing: Shangwu yinshuguan [Editorial comercial].
- YU, Fan (2023), *Estudio contrastivo sobre la fraseología del chino y del español*. Tesis doctoral, Universidad de Sevilla.
- YUN, Luan (2018), *Fundamentos teórico-prácticos de un diccionario cultural bilingüe (español-chino)*, Almería: Editorial Círculo rojo.
- ZHANG, Zifu (2019), *Lunyu zhi mei* [El encanto de las Analectas de Confucio], Qingdao: Qingdao chubanshe [Editorial de Qingdao].
- ZHENG, Xunlie (1989), *Proverbios chinos*, Shanghai: Editorial Shanghai de Literatura y Arte.
- ZOU, Jian (2021), *Estudio contrastivo del refrán español y chino: correspondencia y traducción desde una perspectiva semántica*. Tesis doctoral, Universidad de Almería.

