

Los refranes ayer y hoy

Olga Tarnovska

1. La familia.

Hoy me gustaría hablar sobre uno de los representantes más destacados del folclore español, el refrán. Creo que una forma adecuada de comenzar esta conferencia sería, por tanto, haciendo una referencia a su historial “familiar”, es decir, hablar de sus progenitores y sus parientes más cercanos.

Dentro del contexto étnico español, el término más usado ha sido hasta ahora el de *refrán*, género más conocido popularmente. Sin embargo, en el ámbito científico cada vez más se usa *paremia*, término universal de procedencia griega *παροιμία*, (*proverbio), que engloba todos los subgéneros tradicionalmente estudiados dentro de los marcos de la paremiología. Normalmente *paremia* se define como “forma de hablar típica y conversacional con una función didáctica y no asociada a alguna fuente particular, es decir, anónima.”¹

A pesar de contar con las definiciones de J.M.Sbarbi, J.Casares, H.Pérez Martínez, S.L.Arora y otros, de momento no se han podido identificar de manera definitiva los rasgos distintivos de los representantes de la fauna paremiológica española. Sin embargo me parece apropiado aplicar, en líneas generales, el sistema de clasificación de paremias españolas elaborado por Julia Sevilla²- *refranes, frases proverbiales, proverbios, locuciones proverbiales, dichos, adagios, máximas, apotemas, sentencias, dialogismos, wellerismos*, etc.

Cabe señalar que la confusión de géneros paremiológicos sigue existiendo no solamente porque los límites de distinción entre ellos son difusos, sino también porque con el paso del tiempo algunas paremias de uso culto, los proverbios o las máximas, pasan a formar parte del acervo de refranes y la gente, sin conocer su origen, los percibe de la misma manera que las creaciones populares anónimas. Y también porque algunos refranes acaban perdiendo su forma fija y funcionan como unidades fraseológicas, conservando sólo en parte su *sentenciosidad*.

Resumiendo todas las propuestas clasificatorias, procedo a definir a nuestro paciente principal, el refrán: *dicho de carácter anónimo, generalmente con una estructura bimembre y autónoma (aquí incluyo también las paremias unimembres como El hábito no hace al monje, Las apariencias engañan, La avaricia rompe el saco, etc.) Se caracteriza por la idiomatidad, tradición y autoridad; se sirve de elementos mnemotécnicos: la rima, el ritmo, la aliteración y posee entonación propia; tiene valor sentencioso y de verdad general; a excepción de algunos refranes meteorológicos, temporales, laborales y supersticiosos, normalmente profesa un carácter popular, festivo y jocoso, reflejando la realidad española en un momento de su historia.*

2. Los orígenes.

¹ Véanse J. SEVILLA MUÑOZ, 1993; y G. CORPAS PASTOR, 1997, 1998.

² SEVILLA MUÑOZ, J., 1993, p. 15.

Las paremias han sido objeto de atención por parte de los intelectuales a lo largo de la historia humana. Podemos sostener que casi todos los pueblos han creado y utilizado paremias (ateniéndose, por supuesto, cada uno a su variante étnica del género): los asirios y los egipcios, los indios y los chinos y los encontramos también en los tratados filosóficos de los griegos.

La aparición de las paremias y su fijación en la lengua se debe a la necesidad de conservar las experiencias de la vida humana acerca de las relaciones familiares y laborales y de paso reflejan el desarrollo del pensamiento y arte. La visión del mundo del hombre primitivo origina las primeras paremias, que se plasman en forma de augurios y maldiciones; luego les siguen las referentes a las observaciones meteorológicas, a los hábitos laborales, a las creencias y supersticiones; después aparecen las evocaciones, los embrujos, los cuentos y fábulas, y, por supuesto, los proverbios.

En el siglo XVI los Humanistas y Erasmistas no dudaron en considerar los refranes como “evangelios breves”³, cuyas enseñanzas debían ser igual de respetables que las de los Evangelios canónicos de la Iglesia católica. Para los Humanistas, se trataba de contestar así la influencia de la Iglesia, oponiendo a su doctrina la “sabiduría popular”. La entrada masiva de los proverbios en la literatura europea se produce sobre todo en los siglos XVI y XVII y luego, aunque no de manera tan cuantiosa, en el siglo XIX y principios del XX cuando vuelve a despertar el interés por lo folclórico.

3. Los proverbios europeos: lo común y lo específico

La sabiduría de los proverbios ha sobrepasado las fronteras y océanos y se ha hecho internacional. Por tanto es a veces muy difícil atribuirles una nacionalidad determinada, con lo cual un proverbio puede ser tanto prestado como prestable, lo que a su vez enriquece el patrimonio no sólo de una comunidad lingüística sino de varias.

Si comparamos los diccionarios de proverbios de algunas lenguas europeas, enseguida se hace evidente el hecho de que existen dos tipos de paremias: por un lado, aquello que significan lo mismo, pero que tienen estructuras y metáforas diferentes, por ejemplo, lo que en el español es *En casa de herrero, cuchillo de palo*, mientras que los rusos dirían *Сапожник без сапог* (*Zapatero sin zapatos*). En inglés tenemos varias opciones: *The tailor's wife is the worst clad* (*La mujer del sastre es la peor vestida*). *The shoemaker's son always goes barefoot*. (*El hijo del zapatero va descalzo*).

Y, por otro lado, hay muchas unidades que son casi idénticas no solamente en lenguas del mismo tronco, sino en todas las familias europeas: germánicas, romances y eslavas.

Se pueden definir cuatro fuentes de distribución de proverbios europeos (y también internacionales: en primer lugar, está la antigüedad grecorromana,⁴ cuya sabiduría nos llega a través del latín. Así, el proverbio clásico *No hay humo sin fuego* encuentra correspondencias en 54 lenguas. Lo mismo pasa con *Perro ladrador poco mordedor* (51), *Una golondrina no hace verano* (49), *Una mano lava a la otra* (46), *El pez grande se come al chico* (36) y otros. Todos estos textos expresan sabiduría e intuición humanas en general, sin ninguna carga nacional o étnica específica.

Siendo el latín la lengua universal de la Iglesia católica, muchos proverbios seguían usándose en latín hasta hace bastante poco, acompañados a veces por su correspondencia en la lengua nacional. Así, la Biblia nos ofrece las aportaciones siguientes:

³ Véase L. Combet.

⁴ Véase también J. Sevilla Muñoz y J. Cantera Ortiz de Urbina, *Pocas palabras bastan*, 2002, pp. 45-62

Quien siembra vientos, recoge tempestades (Óseas 8,7);
Ver la paja en el ojo ajeno y no la viga en el propio (San Mateo 7, 3);
Ojo por ojo, diente por diente (Éxodo 21, 24);
Quien a hierro mata, a hierro muere (San Mateo 26, 52), etc.

La tercera fuente de proverbios europeos comunes es el latín medieval como *lingua franca* que genera nuevas paremias populares. El estudio y compilación de los primeros refraneros occidentales se asocia con la obra de Erasmo de Róterdam, que es considerado como el primer paremiólogo moderno en el ámbito europeo. En su famoso tratado *Adagiorum Collectaneo* tradujo muchos proverbios griegos y romanos difundidos luego por toda Europa y naturalizados en distintos países. Así el latín medieval nos ofrece: *Amor con amor se paga*, *Quien bien te quiere te hará llorar*, *Más vale tarde que nunca*. Mediante la traducción del latín los proverbios populares cobran vida en las lenguas nacionales.⁵ De manera que en distintos países de Europa se pueden rastrear los proverbios siguientes: *Cuatro ojos ven más que dos* (48), *Bate el hierro mientras está caliente*(48), *Nueva escoba barre bien* (47), *No todo es oro lo que reluce* (47), *De noche todos los gatos son pardos* (38). También se demuestra la aparición de variantes nacionales creadas, por ejemplo, a base del proverbio latino medieval: *Mille vie ducunt hominem per secula Romam* (*Todos caminos conducen a Roma*) cuando el nombre de ésta ciudad se reemplaza por otros, en un proverbio estonio la ciudad es *San Petersburgo*; en ruso se cita *Moscú*, en ucraniano *Kiev*, en turco se nombra *La Meca*, etc.

Lo que varía de una lengua a otra es la frecuencia del uso, es decir, los refranes que expresan las mismas ideas pueden ser muy corrientes en un idioma y casi desconocidas en otro. También puede darse el caso de que en una cultura se emplee frecuentemente un refrán y en otra el pueblo prefiere su antónimo. Sin ir más lejos, podemos observar que este fenómeno puede darse también dentro de la misma lengua, por ejemplo, el famoso refrán *Quien madruga, Dios le ayuda* tiene su contrapartida en *No por mucho madrugar amanece más temprano*, siendo los dos usados, frecuentes y conocidos.

Y tan solo una parte relativamente pequeña representa lo que podríamos denominar lo específico e irrepetible del refranero de una lengua. Me refiero a los proverbios que existen en un solo idioma:⁶ existen, por ejemplo, las unidades que pueden contener elementos léxicos únicos (nombres propios *Tanto monta, monta tanto Isabel como Fernando*, formas morfológicas no estándar *Ande yo caliente ríase la gente*, palabras *realia*, etc.) que a pesar de expresar ideas comunes suelen considerarse como específicos;⁷ el ejemplo español podría ser: *Santa Rita, Rita, Rita, lo que se da no se quita o ¿Dónde va Vicente? Donde va la gente*

4. Problemas del refrán hoy en día

La historia de las paremias tradicionalmente se ve emparentada con el habla: el género paremiológico surge de la tradición oral. No obstante, en nuestros tiempos este aspecto de su carácter ha cambiado sustancialmente: el refrán sigue usándose todavía en el proceso de comunicación humana, aunque su circulación cada vez se orienta más a

⁵ Mieder, W., "Historia y futuro de los refranes comunes en Europa", 2000, p 19

⁶ Vease Kokare, E.Ya.

⁷ Vease Dobrovolskiï, D.

las fuentes escritas como la literatura, los medios de comunicación e Internet. Es decir, el medioambiente del refrán ha cambiado.

Otro fenómeno claramente percibido es cómo el incremento de una población urbana y la disminución del analfabetismo extinguen la vida de dichos antiquísimos y dan origen a otros que responden mejor al tiempo en que vivimos hoy, lo cual los hace más efímeros. Efectivamente, se da el fenómeno ampliamente percibido del desconocimiento cada vez mayor, por parte de los jóvenes, de todo aquello que ya no forma parte de su vida cotidiana: canciones populares, supersticiones, augurios, embrujos y, por supuesto, refranes. En cualquier ambiente urbano, modernizado y cosmopolita, se observa el fenómeno de la ruptura de las tradiciones de transmisión de experiencias adquiridas por las generaciones anteriores: en muchas familias se había roto el vínculo con los abuelos, los principales transmisores de los refranes, pues los nietos los veían muy pocos días al año.

Consiguientemente podemos observar una serie de fenómenos que perjudican el uso y la difusión de las paremias:

- a) el cambio del registro (oral-escrito);
- b) la ruptura de la transmisión tradicional (pérdida de contacto entre los abuelos y nietos);
- c) ya no se generan refranes nuevos tal y como han sido concebidos anteriormente;
- d) la información acumulada en muchos refranes hoy en día se hace innecesaria (la razón principal de la reducción del uso del género).

Dicho esto, vemos porqué los refranes gozan cada vez de menos popularidad y circulación. Así que a primera vista, el estado de salud de los refranes es bastante desalentador. No obstante, la globalización también tiene un efecto positivo sobre los refranes que hoy en día cobran una vida nueva, virtual, en el Internet.. Por ejemplo, el refrán *Hoy por ti y mañana por mí* aparece hoy con 32.500.000 citas en el Internet. Nada más y nada menos. También hay otros campeones del uso como *No es oro todo lo que reluce* mencionado 9.210.000 veces y *Ojos que no ven, corazón que no quiebra/siente* con 5.730.000 citas. Con eso no nos atreveríamos a presagiar la muerte refranes, al menos en lo que se refiere a las unidades conocidas y populares.

5. La noción del mínimo paremiológico.

Es notorio que el refranero español es uno de los más ricos del mundo y contiene centenares de miles de unidades, pero ¿realmente necesitamos saber tantos refranes para dominar la lengua bien?

Mi investigación principal paremiológica se centró en así llamado *mínimo paremiológico español*. Es decir una cantidad de refranes mínima necesaria para una buena comprensión de la lengua de hoy.

Cabe señalar que se han elaborado ya estos mínimos para el ruso, el finés, el checo, y contamos con varias propuestas para el inglés y hay algunos estudios muy valiosos en el campo de la competencia paremiológica, como los de Sevilla Muñoz y Díaz Pérez, Corpas Pastor, Campo Martínez y Arora .

Entonces ¿Cuántas paremias habrá que saber, como mínimo, para un buen dominio de la lengua española? Después de realizar un estudio muy extenso sobre numerosos aspectos de varios centenares de refranes realmente populares y conocidos en España que necesariamente forman parte de la competencia lingüística pasiva y activa del hablante nativo, podemos destacar, como mínimo, 250 unidades muy populares y

generalmente conocidas y usadas por los hablantes españoles que gozan de una salud casi perfecta, incluso, en nuestros días.

Observamos que algunos refranes tradicionales se conocen cada vez menos; no obstante, el *mínimo paremiológico* está menos sometido a las influencias temporales pasajeras y accidentales que el refranero general empleado y está más arraigado en los hablantes de una determinada lengua.

6. Los refranes hoy

Obviamente, gracias a gran influencia de los medios de comunicación, se produce una estandarización de la lengua y se empobrece el modo paremiológico de hablar propio de la gente del pueblo. La desaparición de refranes, incluso, puede parecer un hecho bastante natural, porque ya no necesitan representar las situaciones a las que solían corresponder. Por las razones expuestas, los primeros en caer en desuso son los refranes agrícolas y meteorológicos.

Frente al desconocimiento cada vez mayor de una parte del acervo popular, podemos constatar al mismo tiempo los refranes más conocidos de tanto uso *se convencionalizan* lingüísticamente y *se exprimen* más que hace siglos. A parte de ser insertados en un texto o discurso oral, obtienen muchas otras funciones - desde dar nombre a las páginas *web* que contienen refranes hasta servir de título para artículos o secciones en numerosos periódicos e, incluso, se pueden encontrar como nombres de muchos proyectos, conferencias, eventos sociales, canciones, películas, juegos, concursos, etc. Dando emoción y aportando humor e ironía aparecen refranes en las telenovelas, como *Médico de familia*, por ejemplo. La industria cinematográfica emplea refranes, tanto originales como modificados para conceptuar títulos de las películas: *Cría cuervos* (1975), *Martes y trece, ni te cases ni te embarques* (1982), *Nunca es tarde* * (1977), *Sé infiel y no mires a quién* (1985), etc.

No es raro que los refranes formen parte de las canciones:

Agua que no bebas déjala que corra,
que un viento de sueño la lleve hacia el mar.

Agua que no bebas déjala que corra,
déjala que corra, puede naufragar.

(canción de Díaz Bavio, J. y Oliva J. E, titulada *Déjala que corra*, Huayno, en www.grupoacha.com.ar)

Y, por otra parte, con el desarrollo de la civilización va emparentada así llamada “colonización cultural” que crea un cosmopolitismo cada vez mayor, debido a causas tanto políticas como económicas, que elimina lo nacional e introduce lo internacional, lo común. Sin embargo, los dos fenómenos, aparentemente negativos, también son causa del proceso contrario, a saber, de la producción de nuevas formas de hablar. Por ejemplo, no podemos dejar de mencionar las numerosas apariciones humorísticas de los refranes tradicionales cuando se conserva la primera parte y la segunda sufre deformaciones con fin lúdico:

Quien siembra, vientos... está mal de estómago

* El refrán dio nombre a un programa de televisión muy popular en España hace varios años.

Hazlo bien y no mires con quien, etc
Dime con quien andas y lo sabrá tu marido
Dime con quién sueñas y te diré con quién te acuestas
No por mucho madrugar se ven las vacas en camión
Ladrón que roba al ladrón es cien veces más cabrón
Agua que no has de beber guárdala en la heladera
Más vale tarde... porque de mañana duermo
A caballo regalado...!Muchas gracias!
La ociosidad es la madre de todos los vicios, y como a toda madre hay que respetarla
Del dicho al lecho hay mucha lucha
Por si éramos pocos... van a clonar a la abuela
Amor de lejos, felices los cuatro
Al que madruga...Dios le arruga
Cuando el río suena, es porque no estamos sordos

Sucede como con los neologismos: se utiliza la capacidad del propio sistema para incorporar nuevos vocablos que, por lo mismo, se atienen a las reglas vigentes en el sistema lingüístico.

7. Los refranes de hoy

Los tiempos modernos nos ofrecen un nuevo tipo de subgéneros, las *paremias publicitarias o propagandísticas*, a las cuales pertenece, en primer lugar, el *eslogan*, que tiene cierto parentesco con los gritos de guerra, pero es trasladado al campo comercial (también aparece intercalado en los anuncios) y sirve para intentar persuadir a la gente a comprar cosas y, en términos ideológicos, convencer al pueblo sobre determinada ideología política o social. Los medios de comunicación adquieren una importancia considerable en la rápida y eficaz difusión de los textos publicitarios que a menudo se estructuran como los componentes tradicionales de un proverbio.

También lo hacen creando unidades nuevas (*seudo-refranes*) o transformaciones de las *paremias* existentes, basándose en las reglas de composición propias a este género y de esa manera captan las virtudes del género proverbial:

Lo mas complicado es ser simple. (FIAT)

Si cada cosa tiene su tiempo, GLENFIDDICH tiene su momento.
(GLENFIDDICH. Pure Malt. Scotch Whisky)

Gran diseñador de moda española, Adolfo Domínguez, es asociado, entre otras cosas, con su lema de los años 1980 *La arruga es bella* que con tiempo abandonó el campo de la moda para trasladarse a nivel de las expresiones comúnmente empleadas para designar la belleza de la gente mayor. Actualmente, también son famosos otros lemas salidos de la casa Adolfo Domínguez como *No somos dueños de la Tierra, sino sus Hijos* o *Aunque tú puedas pagarlo, la Naturaleza no puede* que refuerzan su mensaje ecológico.

Los jóvenes expresan su ideología en forma de *graffiti*, profesando su punto de vista, normalmente no conformista, y escribiendo o dibujándolo en las paredes de las ciudades, así el eslogan de los años 60 - *Hagamos el amor, no la guerra*- se ha convertido en un refrán moderno, repetido por todos. Aquí citamos otras reivindicaciones de los jóvenes, no tan bien conocidas:

Basta de matar focas para vestir zorras. (En contra de la ropa hecha de piel natural)

No pienso, luego existo. (Una transformación del apotegma antiguo)

¡Las putas al poder! Total, sus hijos ya están ahí... (Un eslogan para expresar que el poder está en manos de gente poco honrada)

No obstante, y de acuerdo con el dicho inglés *Easy come, easy go*, las paremias actuales tienen una vida muy corta. Hemos hecho un estudio de los eslóganes que han tenido cierta circulación durante algunos años, como, por ejemplo, *España es diferente*, un eslogan de la propaganda franquista:

*En términos absolutos, un intelectual español no se diferencia de un intelectual europeo. La fórmula **España es diferente**, fórmula que tanto se ha extendido y sobre la que tanto habría que decir, en este caso no tiene valor.*

(1966-1974, Enrique Tierno Galván, España y el socialismo)

U otro dicho, más reciente todavía, atribuido a uno de los ex- presidentes del gobierno español, José María Aznar: *España va bien*:

*Otra señora le preguntó (a Aznar): ¿Cómo va eso?. A lo que no respondió con su eslogan **España va bien**, sino que dijo: Va bien la cosa.*

(El País Digital, 29/07/1997, *El PSOE critica al Gobierno...*)

*Ramón Aguirre, del PP., no comentó las propuestas de Homs y se ciñó al típico discurso de **España va bien** para vaticinar un futuro de abundancia y prosperidad.*

(El País Digital, 04/07/1997, *CiU exige más atención a infraestructuras...*)

También tenemos algunos eslóganes que han surgido gracias a los medios de comunicación- *La noche es joven*:

*- Pero no os apalanquéis, troncos, que hay que pillar todavía mucha marcha, que no son más que las dos y **la noche es joven** (...)*

(1994, José Ángel Mañas, *Historias del Kronen*)

Y, por último, también mencionamos la publicidad educativa de hace 20 años que incitaba a usar preservativos con tal de prevenir el SIDA- *Póntelo, pónselo* - que tuvo un gran impacto en la sociedad española y hasta ahora no ha perdido su actualidad y vigencia:

*¿Qué opina de la campaña **Póntelo, pónselo**?*

- La campaña de prevención a través de los preservativos me parece perfecta, y no creo que sea tan escandalizante para que se haya levantado la polémica que se ha armado.

(Tiempo, 31/12/1990, *Disco: El ídolo de los pequeños se pasa a la canción*)

Y para terminar este capítulo, cabe decir que en algunos momentos de la tensión social, el pueblo demuestra una gran capacidad de creación de las paremias nuevas, expresando inquietudes y preocupaciones sociales del momento. Así podemos citar algunos de los mejores mensajes exhibidos en pancartas y carteles en la Plaza Mayor madrileña durante la huelga de los indignados del 15 de mayo del año pasado:

Esta democracia es mi desgracia.

Apaga la tele, enciende la mente.

Violencia es cobrar 600 euros.

No nos falta dinero, nos sobran ladrones.

Si no nos dejas soñar, no te dejaremos dormir.

Me sobra demasiado mes al final del sueldo.

Conclusiones

Al igual que es propio de los paremiólogos el mirar hacia atrás en sus estudios de colecciones antiguas, hay que observar las tendencias nuevas e innovadoras de la actualidad. La recreación y reinvención paremiológica, basada en la conmutación y el truncamiento, hacen que el repertorio de los refranes represente un recurso léxico ilimitado, adaptable a cualquier situación comunicativa. Por tanto, cabe señalar que el género va cambiando sus cánones de uso, olvidando unidades anticuadas, incorporando nuevos representantes, eso sí, más fugaces, provenientes de la publicidad, el cine, la propaganda, etc.

Así que, a pesar de los tristes presagios sobre su muerte, los refranes de momento siguen en la boca y en la pluma (aunque sea en forma de teclado) de la gente y su posible desaparición no tendrá lugar en los próximos años, al menos en lo que concierne el mundo hispanohablante. Ya que el refranero español no solamente pertenece a España, sino que también vive su vida en el continente americano: es una vida un poco distinta, porque cada país lo modifica según su fondo dialectal y sus circunstancias histórico-geográficas.

En vez de lamentar la desaparición de los proverbios, podríamos buscar las huellas de su existencia continuada, posiblemente en nuevas formas y usos, dado que los refranes siguen vigentes y siguen usándose todavía, aunque las costumbres de su empleo van cambiando.

Bibliografía

- ARORA, S.L., "El refranero español de Los Ángeles", *Paremia*, 6, Madrid: ACI, 1997, pp. 67-76.
- CAMPO MARTÍNEZ, M^a. A., "Los refranes en la enseñanza de español como lengua extranjera", *Revista de Estudios de Adquisición de la Lengua Española*, 12, Alcalá de Henares, 1999, pp. 9-29.
- CAMPOS, J.; BARELLA, A., *Diccionario de refranes*, Madrid: Espasa- Calpe, 1993.
- CASARES, J., *Introducción a la lexicografía moderna*, Madrid: CSIC, 1993.
- CORPAS PASTOR, G., *Manual de fraseología española*, Madrid: Gredos, 1997.
- CORPAS PASTOR, G., "El uso de las paremias en un corpus del español peninsular actual" en (ed.) G. Wotjak: *Estudios de fraseología y fraseografía del español actual*, Madrid : Iberoamericana, 1998, pp. 366- 391.
- IÑESTA MENA, E.M., PAMIES BERTÁN, A., *Fraseología y metáfora: aspectos tipológicos y cognitivos*, Granada: Granada Lingvistica, 2002.

- MARTÍNEZ KLEISER, L., *Refranero general ideológico español*, 3ª ed., Madrid: Hernando, 1989.
- PÉREZ MARTÍNEZ, H., *El hablar lapidario*, Zamora: Colegio de Michoacán, 1995.
- PERMIKOV G.L. “On the Question of a Russian Paremiological Minimum”, *Proverbium*, 6, 1982=1989, pp. 91-102.
- SBARBI y OSUNA, J. M., *Refranero general español*, 10 vols., Madrid: Atlas, 1891=1980.
- SEVILLA MUÑOZ, J., “Las paremias españolas: clasificación, definición y correspondencia francesa”, *Paremia*, 2, 1993, pp. 15-20.
- SEVILLA MUÑOZ, J; DÍAZ PÉREZ, J.C., “La competencia paremiológica: los refranes”, *Proverbium* 14, 1997, pp. 367-381.
- TARNOVSKA, O. (2000): “Acerca de los refranes machistas ucranianos y españoles: enfoque contrastivo” en Pamies, A., Luque J. de D. (eds.): *Trabajos de lexicografía y fraseología contrastivas*, Granada: Método, 181-192.
- TARNOVSKA, O. (2002): “Correspondencias entre el "mínimum" paremiológico español y ruso”, en Sabio, J. A., Guatelli, J., Guillén, G., Saúco, M. (eds.): *Traductología y Lingüística Aplicada. VI Jornadas Hispano-Rusas sobre Traducción e Interpretación*, Granada: Método, 263-271.
- TARNOVSKA, O. (2002): Reseña del libro “Pocas palabras bastan” de J. Sevilla y J. Cantera, en Luque J. de D., Pamies, A., Manjón F.J. (eds.): *Language Design* 4, Granada: Método, 151-152.
- TARNOVSKA, O. (2004): “Consideraciones acerca del mínimo paremiológico español”, en *Letras de Hoje, Estudos em torno da fraseologia* 135 (39), Porto Alegre (Brasil) : EDIPUCRS, 2004.