

Las metáforas del alcohol: contraste translingüístico e intercultural

Antonio Pamies
Wenceslao C. Lozano
Beatriz Cortina
Universidad de Granada

Resumen

El consumo de alcohol dio lugar a un importante caudal léxico en las lenguas europeas, especialmente en las abundantes metáforas que designan su exceso. En trabajos anteriores, hemos investigado la fraseología etílica dentro del marco analítico cognitivo de los modelos icónicos y archimetáforas, mostrando que las distintas comunidades lingüísticas comparten rasgos que son posibles manifestaciones de universales semánticos de origen psicológico. Este artículo se centra en el componente cultural, por definición más propenso a lo etno-específico, estudiando casos concretos en varias lenguas dentro del mismo campo semántico.

Abstract

The consumption of alcoholic drinks has generated a huge lexical field in European languages, particularly abundant are those metaphors related to excesses. In previous papers, we have looked into the ethylic phraseology from the cognitive analytical perspective of iconic models and archi-metaphors, showing how different linguistic communities share features which may be manifestations of psychologically motivated semantic universals. This article, however, is dedicated to the cultural component, which is more likely to be ethno-specific, focusing particular cases in different languages within the same semantic field.

Palabras clave: fraseología, metáfora, embriaguez, interculturalidad.

Key-words: phraseology, metaphor, drunkenness, interculturality.

1. ¿Universales semánticos o universales etílicos?

Incluso un evento tan respetable como el simposio que aquí nos reúne debe su nombre a una expresión griega que significaba "los que beben juntos" (<συν: "juntos" + πω(ι): "beber"). El consumo de alcohol ha dejado una poderosa huella en el léxico de todas las lenguas europeas, especialmente en la rica y variada colección de metáforas, tanto monolexicales como fraseológicas que designan este hábito. Al mismo tiempo, cada comunidad lingüística manifiesta sus peculiaridades

etnolingüísticas al respecto, de modo que este campo semántico alberga tanto elementos específicos como aspectos comunes.

En trabajos anteriores, hemos investigado la fraseología ética dentro del marco analítico de los modelos icónicos y archimetáforas (Iñesta & Pamies 2002; Pamies 2002), aplicándolo a varias lenguas¹. Estos trabajos han logrado poner de manifiesto la relevancia de unos mecanismos creativos comunes con gran productividad interlingüística, de modo que unos pocos dominios fuentes, y siempre los mismos (los modelos icónicos), engendran a su vez unas pocas proyecciones interconceptuales con estructura proposicional (las archimetáforas), capaces de generar multitud de expresiones concretas con el mismo "molde" semántico (las metáforas particulares).

Pese a su abundancia, las expresiones recogidas en estas lenguas para el campo léxico de la borrachera encajan también en dichos "moldes". Tan sólo 5 modelos icónicos (todos ellos correspondientes a primitivos semánticos universales²: animal, movimiento, cuerpo, agresión, planta) engendran sólo 13 archimetáforas que se pueden representar de esta manera:

Tabla 1. Modelos icónicos de la embriaguez

archimetáforas	metáforas particulares
BORRACHERA = ANIMAL	esp. pillar la mona, fr. abreuver son cochon (*abrevar su marrano), ing. to have snakes in one's boots (*tener serpientes en las botas), rs. под мухой (*bajo [la] mosca), it. prendersi una scimmia (*agarrarse una mona), alm. einen Affen haben (*un mono tener), grn. tuichaite lembu reve (*está con muy grande escarabajo);
BORRACHO = ANIMAL	esp. ponerse como un cerdo, fr. soûl comme un âne (*borracho como un burro), ing. drunk as a skunk (*bebido como una mofeta), rs. напиться как свинья (*emborracharse como un cerdo), it. ubriaco come una lumaca di vigna (*borracho como un caracol de viña), alm. bis an die Kiemen sein, (*hasta las branquias estar), grn. huguy jaguarete (*tiene sangre de jaguar);
BORRACHERA = MOVIMIENTO LATERAL/ ROTATORIO	esp. estar peonza, fr. rond comme une bille (*redondo como una canica), ing. to make Ms and Ts (*hacer emes y tes), rs. выписывать кренделя ногами (*hacer ochos con las piernas) ³ , it. zizzagare (*andar en zig-zag), alm. nicht mehr geradeaus laufen können (*no más rectamente andar poder), grn. ipo'i chupe tape (*le es angosto el camino);

¹ Pamies, Lozano & Aguilera 2004; Tarnovska 2002; Cortina 2005; Pamies & Cortina 2006; Pamies & Tarnovska 2006.

² Por estar como tales en la lista Wierzbicka (1996) o en hipónimos sin hiperónimo universal.

³ Los *krendelia* son galletas en forma de ocho.

BORRACHERA = MOVIMIENTO ASCENDENTE	esp. empujar el codo, fr. ne plus toucher terre (*ya no tocar tierra), ing. high as a kite (*alto como un cometa), rs. напиться по самые глаза (*emborracharse hasta los ojos), it. alzare il gomito (*alzar el codo), alm. total hinüber sein (*totalmente allá+arriba estar), grn. ojupí hese la rúvia (*se le subió la rubia);
BORRACHERA = MOVIMIENTO DESCENDENTE	esp. ir cayéndose de la jumera, fr. rouler sous la table (*rodar bajo la mesa), ing. to be about to cave in (*estar a punto de excavar), rs. пьяный в стельку (*bebido hasta las suelas), it. avere la testa pesante (*tener la cabeza pesada), alm. nicht mehr sattelfest sein (*no más montado [a caballo] estar), grn. oñesupéhë ohóvo (*va poniéndose de rodillas);
BORRACHERA = MOVIMIENTO ENTRANTE	esp. ponerse hasta el culo, fr. se bourrer la gueule (*rellenarse el morro), ing. to be primed to the muzzle (*estar cebado hasta el hocico), rs. закладывать за галстук (*echarse tras la corbata), it. fare il pieno (*llenar el depósito), alm. granatenvoll sein (*lleno como una granada estar), grn. votélla guata ideho (*botella caminante es su mote);
BORRACHERA = MOVIMIENTO SALIENTE	esp. soplar vidrio, fr. se torcher le nez (*sonarse la nariz), ing. to be piss-drunk (*estar meado-bebido), rs. напиться в зюзьку (*emborracharse hasta mojarse), it. sconnettare (*desconectarse); alm. den Kanal voll haben (*tener el canal lleno), grn. ikümbopa oúvo (*viene con toda la lengua saltada para fuera);
BORRACHERA = AUSENCIA DE MOVIMIENTO	esp. ir abrazando farolas fr. ramasser une malle (*recoger un baúl), ing. to be petrified (*estar petrificado), rs. на автопилоте (*[en] piloto automático), it. essere stordito (*estar aturdido); alm. stramm sein (*tieso estar), grn. oñalmidona (*está almidonado);
BORRACHERA = PARTE DEL CUERPO	esp. tener la cabeza caliente, fr. avoir un coup dans le nez (*tener un golpe en la nariz), ing. fried to the eyebrows (*frito hasta las cejas), rs. налить глаза (*inundar los ojos), it. bagnarsi l'ugola (*bañarse la campanilla), alm. einen in der Krone haben (*uno en la corona tener), grn. hesa kuadrádo (*tiene los ojos cuadrados);
BORRACHERA = AGRESOR	esp. ponerse morado a latigazos, fr. s'arracher la gueule (*arrancarse el morro) ing. to be hammered to the eyeballs (*estar martilleado hasta los globos oculares), rs. мертвецки пьяный (*mortalmente borracho), grn. ojataru ipy'áre (*prendió fuego en su estómago); it. cotto come un embrice (*cocido como una teja); alm. breit/voll wie 'ne Haubitze sein (*ancho/lleno como un obús estar);
BORRACHO = AGRESOR	esp. pegarle a la botella, fr. étrangler la négresse (*estrangular a la negra), ing. to kill the dog (*matar al perro), rs. ломать бутылку (*aplantar la botella), it. attaccarsi al fiasco (*atacar el frasco), alm. knüppelblau sein (*[como] porra azul estar), grn. tuichaite mboka juru reve (*está con muy grande boca de revólver);

BORRACHERA = VEGETAL	esp. pillar una castaña, fr. avoir sa prune (*tener su ciruela), ing. to be high up to pick cotton (*estar arriba para recoger algodón), rs. лыка не вязать *no atar mimbre, grn. okatuára joka (*está rompiendo tacuara);
BORRACHO = VEGETAL	esp. estar madurito, fr. raide comme un coing (*tieso como un membrillo), ing. to be vegetable (*estar hortaliza), rs. пьяный как колода *borracho como un tronco, it. ubriaco marcio (*borracho marchito), alm. blau wie ein Veilchen sein (*azul como una violeta estar) ⁴ , grn. tuichaite trónko reve (*está con muy grande tronco).

Casi todos los abundantes fraseologismos del alcohol recogidos para estas lenguas tienen cabida en estos modelos⁵ que, a su vez, son básicamente los mismos que engendran las archimetáforas de otros campos léxicos: enfermedad y dolor (Pamies & Rodríguez Simón 2005), injusticia, ira, miedo, distancia, velocidad, pobreza... (Pamies & Iñesta 1999; Iñesta & Pamies 2001; 2002). Esta metodología se inserta dentro de la corriente cognitivista aplicada al estudio translingüístico de la fraseología (Lakoff, Johnson, Gibbs, Kövecses, Langlotz, etc.), que no vamos a describir aquí⁶.

Sin embargo, por su propia orientación universalista y cognitiva, los modelos icónicos y archimetáforas privilegian los puntos comunes entre las lenguas, en la medida en que se centran sólo una vertiente de la comparación interlingüística. El que varias metáforas compartan unos mecanismos cognitivos no anula la relevancia de otros rasgos. P.ej., la metáfora del borracho como animal es ampliamente compartida, pero si intentamos comprender por qué este animal y no otro, las divergencias vuelven al primer plano.

Otro aspecto no menos importante son las referencias culturales: alusiones (más o menos explícitas) a la religión, historia, literatura, topónimos, gentilicios, nombres propios, etc., que remiten a valores simbólicos previos, infravalorados por la semántica cognitiva Lakoffiana como ya señalaron Dobrovól'skiĭ (1998), Dobrovól'skiĭ & Piirainen (2005a; 2005b) y Piirainen (2005, 2006), así como los "realia fraseológicos", cuyos referentes sólo existen para una cultura determinada.

2. Variedad interna de las archimetáforas

Las archimetáforas zoomórficas son probablemente un universal fraseológico de base cognitiva-experiencial⁷, pero la presencia de un

⁴ Agradecemos a J.M. Pazos Breña y J.P. Larreta Zulategui (comunicación personal) los ejemplos alemanes.

⁵ En la tabla, por obvias razones de espacio, sólo hemos puesto una expresión por cada lengua. Para datos más completos, véase Pamies, Lozano & Aguilera 2004 [español, guaraní], Pamies & Cortina 2006 [español, francés, inglés], Pamies & Tarnovska 2006 [ruso & ucraniano].

⁶ Un excelente panorama de este tipo de estudios puede verse en F. Mena Martínez 2006.

⁷ A propósito de la fraseología zoonímica, véase Velasco 2005, Mehdi 2005, Martínez

animal y no de otro, a menudo tiene una motivación cultural, y ambas cosas no se excluyen (incluso pueden compartir una misma visión antropocéntrica). En el caso de la embriaguez, no hay ninguna conexión "experiencial" directa entre el alcohol y la fauna, por lo que resulta aún más llamativa la abundancia y variedad de los zoomorfismos etílicos. Algunos son internacionales (el cerdo o el camello)⁸, otros aparecen a menudo (el simio, el perro el caballo, el burro), y otros parecen más específicos de una lengua (en español la merluza, el jurel, el mosquito, la sanguijuela, el topo; en guaraní el escarabajo; en italiano el caracol, en portugués la cabra, la mofeta, el pavo, el ganso, la gata, la lagartija; en inglés el tejón, el murciélago, el tritón; en francés la vaca, el pato, la carpa, el conejo, la garrapata). Es sabido que el *delirium tremens* produce visiones de animales, pero ¿porqué han de ser ratones blancos en alemán y ruso pero elefantes rosados en francés e inglés⁹? Para dar cuenta de la "elección" de cada animal por cada lengua sería necesario conocer con seguridad la etimología de cada expresión, los posibles préstamos, etc., criterio diacrónico¹⁰ poco compatible con la propia teoría de las archimetáforas, cuyo poder explicativo no incluye realmente el componente cultural¹¹.

3. Referencias culturales

3.1 Estereotipos regionales y nacionales

La fraseología del alcohol contiene a menudo gentilicios que asocian a los habitantes de alguna región o de algún país extranjero el papel de borrachos por antonomasia, estereotipos que a menudo reposan sobre una percepción muy subjetiva, cuando no chauvinista. Así el español menciona a los cosacos el (esp. *beber como un cosaco*), aunque antiguamente se decía más *beber como un tudesco*, o *más borracho que diez indios en día de paga*. También cabe mencionar *pillar una turca* y *estar con la curda*. El gentilicio asignado a la embriaguez fraseológica cambia bastante según las lenguas: ing. *drunk as a Pole* (*bebido como un polaco), *drunk as an Irish sailor* (*bebido como un marinero irlandés); fr. *ivrogne comme un allemand* (*alcohólico como un alemán), *soûl comme un polonais* (*borracho como un polaco), *soûl comme la Pologne reconstituée* (*borracho como Polonia reconstituida¹²), *soûl comme un danois* (*borracho como un danés), *soûl comme un Anglais* (*borracho como un inglés), it. *bere come un tedesco* (*beber

2006.

⁸ El cerdo ilustra la borrachera en español, francés, inglés, alemán, italiano, ruso, ucraniano, polaco, eslovaco, checo, esloveno, serbocroata, macedonio y búlgaro.

⁹ Alm. *weiße Mäuse sehen können*; rs. *напиться до белых мышей*; ing. *to see pink elephants*; fr. *voir des éléphants roses*.

¹⁰ Acerca de la diferencia entre etimología y motivación, véase Dobrovol'skii & Piirainen 2005 (cap.4).

¹¹ Distinción insuficientemente marcada en Iñesta & Pamies (2002) y Pamies (2002) y que requeriría una metodología propia para tratar el componente cultural, como -p.ej.- la que proponen Dobrovol'skii & Piirainen (2005a, 2005b).

¹² Hoy en desuso. Expresión que añade un matiz hiperbólico por el incremento de población y los festejos resultantes de la unificación al terminar la partición de Polonia (entre Rusia, Austria y Prusia) tras la Primera Guerra Mundial.

como un alemán), it. *ubriaco come un marinaio inglese* (*borracho como un marinero inglés), prt. *mais bêbado do que um marinheiro inglês em terra* (*más bebido que un marinero inglés en tierra), alm. *blau sowie eine Russisch* (*azul como un ruso), *voll wie tausend Russen* (*lleno como mil rusos), prt. *beber como um sérvio* (*beber como un serbio), pl. *pijany jak Szwed* (*borracho como sueco), *pijany jak Irlandczyk* (*borracho como irlandés)¹³, srb-cr. *piti kao Rus* (*bebido como un ruso); slc. *napity ako rus* (*bebido como ruso)¹⁴; blg. *пиян като казак* (*borracho como un cosaco); chc. *pít jak rus* (*beber como ruso), *pít jak Dán* (*beber como danés), *zpitej jak Dán* (*borracho como danés), *pít jak německoj zájezd* (*beber como una excusión alemana)¹⁵.

Los gentilicios regionales también pueden servir de modelo para el resto del país: esp. *agarrarse un embudo sevillano*, *ser de la familia Chupitegui*, fr. *chanter la marseillaise en breton* (*cantar la marsellesa en bretón); *faire le trou normand* (*hacer el agujero normando)¹⁶, ing. *drunk as a Scottish dad* (*bebido como un abueleto escocés), *drunk as a Welsh poet* (*bebido como un poeta galés).

¹³ Sztuba (en prensa).

¹⁴ Agradecemos los ejemplos eslovacos a Ludmila Meškova (comunicación personal).

¹⁵ Skorepova (en prensa).

¹⁶ "Tomar aguardiente entre plato y plato para tener más hambre".

3.2 Los colores

Las metáforas cromáticas pueden estar motivadas de manera "directa" por su referente o haber heredado una simbología extralingüística, como p.ej. la que procede de creencias precientíficas como la teoría hipocrática de los humores (cf. Pamies & Rodríguez Simón 2005; Dobrovolskii & Piirainen 2005b). Es interesante observar que las lenguas difieren en el color que asocian a la embriaguez. El morado aparece en español (esp. *ponerse morado*, *ponerse morado a latigazos*, *estar morado como un lirio*, *ponerse más morado que la túnica del Nazareno*). El azul aparece en ruso (rs. синий *azul; синяк *azulón, по синьке *de azul; синячить *azulear) y también en portugués (*estar azul*) y alemán (*blau sein*: *azul estar, *sternbagelblau sein* *azul como un aguacero de estrellas, *blau wie ein Veilchen* *azul como una violeta). Según Suárez Blanco (1989:54), el azul también aparece en el español de Chile y Perú. Ambos colores podrían -tal vez- estar relacionados con lo que la medicina llama hipercadnia (dificultad para eliminar el CO₂) que se manifiesta en el color azulado del rostro (lo que la medicina llama cianosis, <del gr. κυανος "azul oscuro"). El rojo aparece en francés, fr. *avoir la crête rouge* (*tener la cresta roja), *coucher dans la couverture rouge* (*tumbarse bajo la manta roja) y en español: *estar barbirojete/ pinto/ pillar una pintonera* (Venez.). Este color quizá podría estar relacionado con la vasodilatación: el alcohol en la sangre hace que ésta llegue con mayor abundancia al rostro y a la nariz. El mero cambio de color aparece en francés, tal vez relacionado con este mismo fenómeno, fr. *se ramasser une peinture* (*recogerse una pintura), *avoir le nez enluminé* (*tener la nariz iluminada [coloreada]), *avoir le nez en couleurs* (*tener la nariz de colores).

El negro simboliza la borrachera en francés: fr. *se noircir* (*ennegrecerse), *être noir* (*estar negro). El gris también, *être gris* (*estar gris), *se griser* (*agrisarse), *être gris comme un cordelier* (*estar gris como un franciscano). Estos colores no aparecen con ese valor en español, salvo en Méjico (*estar negro*, *estar gris*), cosa que Suárez Blanco (ibid.) atribuye a la influencia francesa durante la invasión de Maximiliano¹⁷. Otra explicación no demostrada, aunque más verosímil, es que el color negro estuviera relacionado metonímicamente con la oscuridad y la consiguiente mala visibilidad (cf. esp. *ponerse ciego*), ya que es demasiada casualidad que el gris sea su atenuación, designando borracheras incipientes o de menor intensidad (*se griser* = *achisparse*, *se noircir* = *ponerse ciego*).

También puede ocurrir que, por analogía, una metáfora recurra a un color a partir de otra metáfora previa. Así, fr. *être chocolat* (*estar chocolate) no es una metáfora vegetal alusiva al cacao, sino una derivación metafórica secundaria a partir de "estar negro", y lo mismo se puede decir de *se poisser* (*cubrirse de pez), *être dans le cirage* (*estar en el betún), *être dans l'encre* (*estar en la tinta), *se bitumer* (*asfaltarse), *être canaque* (*estar canaca), *être sénégalais* (*estar senegalés). En cambio, en

¹⁷ Esteban Montoro del Arco observa en cambio que "estar negro" existe también con este significado en la provincia de Jaén (comunicación personal, 2006).

étrangler la négresse (*estrangular a la negra) el color se refiere al de la botella de vino tinto, y la estrangulación deriva de un somatismo metafórico previo: el "cuello" de la botella. Una derivación añadida, *étouffer la négresse* (*asfixiar a la negra) resulta aún más opaca porque el rasgo [cuello] no es explícito.

La posibilidad de crear metáforas en cadena a partir de otras anteriores es posiblemente uno de los factores más favorables a la divergencia interlingüística tanto por su efecto multiplicador en las variantes como por la red de bifurcaciones semánticas que acaba creando. Así, *Senegal* aparece también en ruso para mencionar la embriaguez (Синегал *Sinegal), y también es debido a un color, pero no es el negro sino el azul, por juego de palabras fónico a partir de otra metáfora cromática previa (син: "azul") (Pamies & Tarnovska 2006).

Otro buen ejemplo es la imagen de la cerilla y el poste en francés. El verbo *s'allumer* ("encenderse") significa "emborracharse" por una alusión al fuego común a muchas lenguas (cf. esp. *estar alumbrado/ abumado/ cocido*; alm. *die Lampen an haben* *las lámparas encendidas tener; *alle Lampen am Brennen haben* *todas las lámparas ardiendo tener), pero el francés permite una conexión entre el verbo encender (*allumer*) y la "cerilla" (*allumette*), derivación morfológica que se suma a este vínculo metonímico. Por eso encontramos fr. *prendre son allumette* *pillar su cerilla, "estar borracho", que genera expansiones como *avoir son allumette de marchand de vin* (*tener su cerilla de vendedor de vino), *prendre son allumette de campagne* (*pillar su cerilla campestre), y nuevas derivaciones secundarias donde la cerilla es reemplazada por un hipérbolico poste de telégrafos (*avoir son poteau télégraphique*) o por un mojón (*avoir son poteau kilométrique*), ambos designando una borrachera de gran calibre frente al grado más leve representado por la cerilla. No es sorprendente que otras lenguas sin la primera metáfora de la cadena (*allumer/ allumette*) no tengan esas metáforas. En español y en inglés la ceguera se relaciona con la embriaguez (**esp.** *ponerse ciego*, **ing.** *to be blind-drunk*), pero a su vez la ceguera está asociada simbólicamente al topo en español (*ver menos que un topo*) y al murciélago en inglés (*blind as a bat*), esto explica la divergencia zoonímica entre *pillar un topo* y *drunk as a bat* *borracho como un murciélago (Pamies & Cortina 2006). Por lo tanto no sólo tenemos metáforas de base "culturales" que se diferencian de las "cognitivo-experienciales", sino también metáforas de base "metalingüística", que parten de otra metáfora anterior.

Los tres modelos pueden entremezclarse en la realidad. Por ejemplo, Eissmann¹⁸ observa que la expresión de apariencia opaca, мcd. *пiян како мајка* (*borracho como madre), podría proceder de la abreviación de otra (*borracho como la madre tierra), que se habría perdido en macedonio pero que se conservó en otras lenguas eslavas meridionales¹⁹. Hay una base cultural -el mito pagano eslavo de la madre-tierra- pero esta metáfora también se puede asignar a un esquema

¹⁸ Comunicación personal (2006).

¹⁹ P.ej., el diccionario fraseológico paneslavo de Fink et al. (2006) registra dos entradas: srb-cr. *napiti se kao majka zemlja* & blg. *напiя се како мајката земја* (*emborracharse como madre tierra).

cognitivo *corporeizado* (el borracho se empapa de alcohol como la tierra de agua²⁰, variante de la archimetáfora del movimiento hacia dentro), finalmente también es de base metalingüística ya que *п'янн како мајка* sólo se explica como derivación de otra metáfora previa.

Las creaciones analógicas y la derivación metafórica en cadena hacen por tanto que el acervo fraseológico previo de cada lengua sea otro factor nada despreciable de producción y restricción en la creación de nuevos fraseologismos.

3.3. Mitología y religión

La mitología y la religión son temas recurrente en las metáforas de la embriaguez, aludiendo a elementos heredados de un fondo común grecorromano y judeocristiano. Encontramos ejemplos tanto en el ámbito luterano como ortodoxo, a veces anticlericales, como blg. *напня се като поп задушница* (*emborracharse como un pope el día de los difuntos)²¹.

ing. *to wet the baby's head* (*mojar la cabeza del bebé); *to be among the Philistines* (*estar entre los filisteos), *be too free with the creature* (*ser demasiado liberal con sus criaturas) (Cortina 2005);

rs. *принять на душу* (*recibir para el alma), *напиться до чертиков* (*emborracharse hasta los demonios); *напиться до положения риз* *beber hasta la posición de la casulla (Tarnovska 2002).

Donde se aprecia mayor variedad y productividad es en las expresiones procedentes del ámbito cultural católico, a menudo irreverentes, y hasta blasfemas, como prt. *mais bêbado que Deus* (*más borracho que Dios).

esp. *pillar una sandunga de padre y muy señor mío, pillar una borrachera de mil diablos, beber como un sochantre, hacer las estaciones, hacer penitencia, cantarle a la virgen, ponerse más morado que la túnica del Nazareno, tener una sacramenta, pillar un Belén, ponerse más alegre que unas Pascuas, comulgar, visitar sagrarios, hacer el viacrucis, subirse al campanario, estar en la gloria, echar los kairies, estar más borracho que Noé junto a la parrá,*

fr. *communier* (*comulgar), *être gris comme un cordelier* (*estar gris como un franciscano), *être gris comme un templier* (*estar gris como un templario), *boire comme un chantre* (*beber como un chantre), *boire comme un sonneur* (*beber como un sacristán), *en boire autant qu'un curé pourrait en bénir* (*beber todo lo que un cura es capaz de bendecir), *être dans les vignes*

²⁰ Como parecen confirmar las expresiones ucranianas *п'яний як земля* (*borracho como la tierra) & *напитися як сльота* (*emborracharse como el barro) [Fink et al. 2006].

²¹ Ejemplo que agradecemos a Iovka Bojilova (2006).

du seigneur (*estar en las viñas del señor), *avoir le mal Saint Martin* (*tener el mal de San Martín)²², *boire aux anges* (*beber por los ángeles)²³;

it. *prendersi una sbronzza solenne* (*pillarse una cogorza solemne), *prendere una sbornia come Dio comanda* (*pillarse una cogorza como Dios manda), *essere in gloria* (*estar en la gloria), *fare il giro delle sette chiese* (dar la vuelta a las siete iglesias), *vess devot' de Santa Bibiana* (ser devoto de Santa Bibiana)²⁴;

slc. *opitému i Kristus Pán z cesty vystúpil* (incluso el Señor Jesucristo le despejaba el camino a un borracho), *prepil by i plášť z Krista Pána* (se bebería hasta el manto del Señor Jesucristo), *prepil by i plášť z Panny Márie* (*se bebería hasta el manto de la Virgen María), *i ocot Krista Pána by vypil* (*se bebería hasta el vinagre del Señor Jesucristo), *napitý pod obraz boží* (*borracho bajo la imagen de Dios).

La mitología clásica se refleja en expresiones como fr. *être dans la gloire de Bacchus* (*estar en la gloria de Baco), *être un suppôt de Bacchus* (*ser un esbirro de Baco), it. *sacrificare a Bacco* (*hacerle sacrificios a Baco), *essere devoto di Bacco* (*ser devoto de Baco), *se doucher chez Bacchus* (* ducharse en casa de Baco); aunque no se limita a la herencia grecolatina, también puede incluir cuentos populares. P.ej. en polaco *pijany jak smok* *borracho como un dragón, es una imagen zoomórfica que evoca a la vez el mal aliento y la agresividad, pero que -además- parte de una referencia cultural, aludiendo a la leyenda del monstruo que amenazaba la recién fundada Cracovia y que hoy es símbolo de dicha ciudad, como recuerda su gran estatua al pie del castillo de Wawel.

Algunas variantes discursivas recientes indican que, hoy, el cine, la publicidad y la televisión pueden convertirse en referente cultural ocupando el lugar de la antigua literatura oral (Morant & Westall 2005). En internet encontramos hoy creaciones -probablemente efímeras- de inspiración televisiva: esp. *más borracho que Sue Ellen*, *más borracho que el arquitecto de Fraguael Rocké*, slc. *napitý ako rintintini* (*borracho como Rintintín²⁵).

3.4. Trabajo y tecnología

La organización social y el trabajo inspiran metáforas para los ámbitos más diversos. En el caso del alcoholismo, algunas profesiones adquieren este valor antonomásico como los ya mencionados frailes franceses, marineros ingleses o los poetas galeses. Los guardas forestales, y bomberos aparecen en francés(fr. *soûl comme un garde-champêtre*, *soûl comme un pompier*), los estudiantes en portugués (prt. *bebe mais que um*

²² La fecha de la festividad de San Martín coincide en Francia con el periodo en que se estrena el vino joven y se hace la matanza.

²³ Alusión al gesto de quien ya no sabe con quién ni por qué brindar.

²⁴ Dialecto milanés, probablemente favorecido por la paronomasia entre *Bibiana* y *bere*.

²⁵ En este caso también se solapa con la archimetáfora del animal cf.. *napitý ako dogá*.

estudiante de Coimbra), los zapateros en inglés, ucraniano y ruso (ing. *drunk as a cobbler*, pl. *pijany jak szewc*, ucr. *напитися як швець*, rs. *напитися как сапожник*). Los músicos aparecen en francés, inglés y español (fr. *sauûl comme un musicien*, ing. *drunk as a fiddler*, esp. *más borracho que un músico*)²⁶. Tampoco se salva la clase dirigente, tanto la aristocracia (ing. *drunk as a lord* *bebido como un lord) como la "nomenclatura" (pl. *pijany jak polityk* *borracho como un político).

La tecnología, religión de nuestra época, también ofrece modelos culturales para el exceso ético, especialmente los medios de transporte, comparando el vino con la grasa que lubrica la mecánica, el combustible que alimenta los motores, el viento que empuja las velas: fr. *se graisser les roues* (*engrasarse las ruedas), *se graisser le toboggan* (*engrasarse el tobogán), *carburer sec* (*carburar a tope), *carburer au rouge* (*carburar con tinto), *faire le plein* (*llenar el depósito), *faire la vidange* (*cambiar el aceite), y *aller au carburant national* (*funcionar con carburante nacional); ing. *four sheets to the wind* (*cuatro velas al viento); rs. *на автопилоте* (*con el piloto automático); *вырубиться* (*desconectarse); prt. *beber mais que um carro* (*beber más que un coche)²⁷; esp²⁸. *pillar un camión*, *pillar un globo*, *pillar un coche*, *andar a medio palo*, *andar a media vela*, *a media caña*. Estas metáforas tecnológicas del transporte quedan retóricamente reforzadas al solaparse con la archimetáfora del movimiento.

4. Realia

La acción de beber -como tal- puede tener aspectos comunes y divergentes según el país. El nivel de precisión en este campo léxico lo demuestra (cf. it. *sbichierare* "beber alegremente y en compañía", *sbenazzare* o *bere a crepappelle* "beber con ansia y desmesura", *bere a squacquiabudella* "beber en ayunas", *farsi un bicchierino* "beber un poco de vez en cuando"), *bere un taglio* "beber una copa de vino". Al igual que varían las bebidas (cuyos nombres a menudo ni se traducen: *whisky*, *grappa*, *vodka*, *schnapps*, *cachaça*, *tequila*, *chartreuse*), y la fraseología que éstas inspiran (esp. *ahogar las penas en vino*, rs. *заливать горе водкой* *inundar la pena con vodka). Varían igualmente los borrachos célebres (slc. *napity ako Dzingischan* *borracho como Gengis Khan; ucr. *п'яний як цар Микола* *borracho como el zar Nicolás; prt.br. *mais bêbado que Zéca Pagodinho*).

La función socializadora del alcohol es uno de los aspectos más finamente desarrollados. Así, p.ej., esp. *beber por calabaza* es algo propio del bebedor solitario y vergonzante que no comparte su placer con los amigos, personaje mal visto al que el español dedica epítetos sarcásticos como *tarimero* o *capillero*. En francés está la locución *boire en suisse* (*beber a lo suizo), y, en inglés australiano la palabra *wanker*, que también designa

²⁶ Suárez Blanco observa que la palabra *músico* designa por sí sola al borracho (1989:86), pero que tal vez no sea por la profesión sino porque la embriaguez incita a catar, imagen de la que vendrían igualmente *pillar una melopea*, *pillar una milonga*, y derivados monolexicales como *milonguero*, *trompetero*, *turuta*, *silbador*.

²⁷ Se pueden encontrar variantes más o menos ocasionales como *beber mais do que um Dogge Darth*, *beber mais do que um Ferrari*...

²⁸ Suárez Blanco (1989:67).

al onanista, condenando así ambas costumbres, no sabemos en qué orden.

Los españoles gustan de *ir de copas, ir de cañas, andando de taberna en taberna* (*hacer las estaciones; hacer el via crucis, ir de reventón en reventón* [Méx.]), los ingleses, quizá debido al horario restrictivo sufrido durante tantos decenios, suelen elegir un *pub* del que no se mueven, aprovechando su apertura al máximo: *drink the three outs* (*beber los tres "fuera"): la mente fuera de la cabeza, el dinero fuera de los bolsillos, y la cerveza fuera del vaso (*out of wit, money and alcohol*). El español llama despectivamente *chupalamparillas* y *escurrevinajeras* al borracho que se demora la taberna hasta que ésta cierre, cosa que no tendría mucho sentido en Inglaterra donde era algo muy normal. En Rusia, donde el sistema soviético eliminó las tabernas como tales, y mantuvo las cartillas de racionamiento durante decenios en las tiendas, surgió la costumbre de compartir una botella de vodka entre tres desconocidos de una misma cola, de ahí la locución especializada *сообразить на троих* (*considerar entre tres), y la correspondiente fórmula *третьим будешь?* (*¿quieres ser el tercero?) (Tarnovska 2002); un "tercero" al que, para mayor seguridad, uno buscaba antes de haber encontrado siquiera al segundo.

Los brindis son un elemento común que también se presta a particularidades culturales. Son fórmulas fijadas, a veces transparentes, como los votos de buena salud (esp. *¡salud! ¡salud y pesetas y tiempo para gastarlas!, ¡salud y pesetas, que lo demás son puñetas!*, fr. *à ta santé!, à la tiennel*, slc. *na zdравje! cat. ¡salut i força al canut!*), otras veces más opacas (ing. *down the hatch!, bottoms up!*). El motivo de celebración puede variar de un país a otro (prt.br. *mais bebado que um divorciado no Carnaval* *más bebido que un divorciado en el Carnaval), aunque su frecuencia también depende de las aficiones individuales: de ahí el verbo prt.br. *bebemorar*, por haplología de *beber* y *comemorar*²⁹.

Una antigua costumbre quería que se brindase antes de emprender un viaje -normalmente a caballo, de ella proceden expresiones que designan hoy "la última copa": esp. *tomarse la espuela, tomarse el espuelaço, tomarse la del estribo*, fr. *le coup de l'étrier* (*el golpe del estribo); ing. *one for the road* (*uno para el camino); it. *il bichiere della staffa* (*el vaso del estribo). En cambio, el ruso se distingue por el hecho de que la costumbre incluye más copas, cada una con su fórmula de brindis de la que deriva la correspondiente locución verbal. Hoy los rusos se despiden por etapas, bebiendo primero *на дорожку* (*por el camino), luego *на посошок* (*por el bastón) y otra *на коня* (*por el caballo).

5. Conclusiones

Aunque los criterios cognitivos, como los propuestos en la teoría de los modelos icónicos e archimetáforas permiten analizar y describir posibles universales fraseológicos, otra importante faceta de la comparación fraseológica interlingüística queda fuera del alcance de los

²⁹ Aurélio Buarque de Holanda: *Novo dicionário da língua portuguesa* (1975, 3ª ed.rev. CD-Rom, Editora Positiva & Regis Ltda 2004).

mismos: la herencia cultural. Confirmando las tesis de Dobrovolskiĭ & Piirainen (2005a; 2005b)³⁰, los fraseologismos étlicos basados en un acervo cultural históricamente acumulado y difundido presentan muchas más divergencias de una lengua a otra, porque ya no dependen tanto de determinaciones de tipo biológico ni psicosensoresial. Aún así, se puede observar cierta recurrencia incluso entre los esquemas "culturales" en la medida en que su variación se mueve dentro de los límites de ciertos dominios muy recurrentes: la religión, la historia, los prejuicios étnicos, los colores. Donde la variación es mayor y más impredecible es en las derivaciones metafóricas en cadena, donde el punto de partida no es realmente un concepto sino un elemento lingüístico previo (metáforas a partir de otras metáforas). Algunas metáforas pueden solapar modelos cognitivos y modelos culturales, ya que la distinción entre ambos polos es esencialmente metalingüística. Aun así, el análisis tipológico de la fraseología debe buscar los posibles universales a la vez que delimita su espacio de variación, por lo que debe estudiar paralelamente ambas facetas, opuestas y complementarias, de su objeto de estudio, así como sus posibles interacciones. Para ello puede que sea efectivamente necesaria una metodología específica.

6. Bibliografía

- CHATELAIN-COURTOIS, M. (2001): *Les mots du vin et de l'ivresse*. Paris: Belin.
- CORTINA, B. (2005): "Estudio fraseológico sobre la embriaguez: hacia una borrachera universal", *Language Design*, 7, pp. 137-150.
- DOBROVOL'SKIĬ, D.O. (1998): "On Cultural Component in the Semantic Structure of Idioms", in P. Ďurčo, (ed.): *Phraseology and Paremiology*, (Europhras 97), Bratislava: Akadémia, pp. 55-61.
- DOBROVOL'SKIĬ, D. & PIIRAINEN, E. (2005a): *Figurative Language: Cross-cultural and Cross-linguistic Perspectives*. Amsterdam: Elsevier.
- DOBROVOL'SKIĬ, D. & PIIRAINEN, E. (2005b): "Cognitive theory of metaphor and idiom analysis", *Jezykoslovije*, VI/1-2 (Osijek);7-35.
- FINK, Ž. et al. (2006): *Hrvatsko-Slavenski Rejčnik poredbenich frazema*. Zagreb: Knjigra.
- GIRAUD, R. (1998) : *L'argot du bistrot*. Paris: Marval 1998.
- IÑESTA, E.M. & PAMIES, A. (2001): "La conceptualización de la ira a través de las unidades fraseológicas", in Wotjak, G. (ed.) *IV Internationale Arbeitstagung zum romanisch-deutschen und interromanischen Sprachvergleich* (Leipzig 7-9 okt. 1999), Berlin: Peter Lang, pp. 123-143.
- IÑESTA, E.M. & PAMIES, A. (2002): *Fraseología y metáfora: aspectos tipológicos y cognitivos*. Granada: Método/ Granada Lingvistica.
- LUQUE, J.de.D. & PAMIES, A. (eds.) (2005): *La creatividad en el lenguaje: colocaciones idiomáticas y fraseología*. Granada: Método.
- LUQUE, J.deD.; PAMIES,A. & MANJÓN, F. (1998): *El Arte del Insulto*. Barcelona: Península.

³⁰ Véase igualmente Piirainen (2005; 2006).

- MARTÍNEZ MARTÍNEZ, I. (2006): "Valores simbólicos del cerdo en la fraseología y paremiología del español". Comunicación presentada por escrito a este mismo congreso.
- MEHDI, Reyadh (2005): "El dromedario como símbolo en la paremiología iraquí", *Language Design*, 7 (167-184).
- MENA MARTÍNEZ, F. "Cognitive tools in phraseological research", in Häcki-Buhofer, A. & Burger, H. (eds.), *Phraseology in Motion*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag. Vol 1, pp. 397-410.
- MORANT, R. & WESTALL, D. (2005): "*Lo que el cine nos dejó: la herencia fraseológica*", in J.d.D. Luque & A. Pamies (eds.) *La creatividad en el lenguaje: colocaciones idiomáticas y fraseología*. Granada: Método, pp. 283-302.
- PAMIES, A & IÑESTA, E. (1999): "Some considerations about multilingual phraseology: the concept of injustice". *Acta Linguistica*, 3, Univerzita Mateja Bela, Banska Bystrica, pp. 23-32.
- PAMIES, A & LUQUE, J.deD. (eds.) (2000): *Trabajos de lexicología y fraseología contrastivas*. Granada: Método.
- PAMIES, A. (2002): "Modelos icónicos y archimetáforas: algunos problemas metalingüísticos en el ámbito de la fraseología", *Language Design*, 4, pp. 9-20.
- PAMIES, A. & CORTINA, B. (2006): "Idioms on drunkenness and drunkenness on idioms", comunicación presentada en *Europhras 2006*, Veszprem, 9-11 junio 2006 [en prensa].
- PAMIES, A.; LOZANO, W: & AGUILERA, D. (2004): "Fraseología de la borrachera en guaraní y en español". *Paremia* 13, pp. 51-64.
- PAMIES, A. & RODRÍGUEZ SIMÓN, F. (2005): *El Lenguaje de los enfermos: metáfora y fraseología en el habla espontánea de los pacientes*. Frankfurt: Peter Lang.
- PAMIES, A. & TARNOVSKA, O. (2006): "Фразеологія, культура и универсальна метафора в лексиці пов'язаній з п'янством", *Мова і культура*. Київ: Вид. ДІМ ДМ. Бурого, [en prensa].
- PIIRAINEN, E. (en prensa) "Phraseology and Culture", comunicación al congreso *Phraseology: an Interdisciplinary Perspective*. Louvain-la-Neuve; 13-15 de octubre 2005. Amsterdam: John Benjamins.
- PIIRAINEN, E. (2006) "Cultural foundations of phraseology: a comparison of standard languages and dialect", Kürschner W. & Rapp, R. (Hrsg.) *Linguistik International: Festschrift für Heinrich Weber*. Berlin [etc.]: Pabst Science Publishers; pp. 321-336.
- SKOREPOVA, A. (en prensa): "*Reflejo de la visión del mundo de los checos en refranes y fraseologismos*", comunicación al *II Congreso Internacional sobre Lenguas y Culturas del Mundo*. Granada 8-10 nov. 2006.
- SUÁREZ BLANCO, G. (1989): *Léxico de la borrachera*. Cádiz: Universidad.
- SZTUBA, A. (2006): "Los autorretratos y retratos lingüísticos en el refranero polaco", comunicación presentada en este mismo congreso.
- VELASCO MENÉNDEZ, J. (2005): "El papel de los componentes zoonímicos en la semántica de las unidades fraseológicas deanimalísticas", in M. Sánchez Puig (ed.), *Homenaje de los rusistas*

españoles al profesor y académico Yuriï N. Karaïlov. Madrid: Ediciones Hispano Eslavas; pp.: 139-147.

TARNOVSKA, O. (2002): "El léxico de la borrachera en ruso y ucraniano", in Luque, J.d.D., Pamies, A. & Manjón, F.J. (eds.): *Nuevas tendencias en la investigación lingüística*. Granada: Método; pp. 227-240.

WIERZBICKA, A (1996): *Semantics: Primes and Universals*. New York: Oxford University Press.

Contacto y agradecimientos:

Autores: antonio.pamies@gmail.com, wclozano@gmail.com, bcortina@ugr.es. Este trabajo se realizó en el marco del Grupo de Investigación HUM-422 y del *Proyecto de desarrollo de repertorio léxico multicultural y multilingüe*, financiados por la Junta de Andalucía.