

Andjelka Pejović  
Universidad de Kragujevac  
Serbia

# La expresión fraseológica de los valores éticos y estéticos\*

Recibido 10 de marzo de 2013 / Aceptado 21 de mayo de 2013

**Resumen:** En el presente trabajo se analizan los valores éticos y estéticos que se constituyen a través de las unidades fraseológicas en español y en serbio. Partimos de una concepción amplia de la fraseología y tratamos paremias y locuciones. El análisis demuestra que los cambios que se producen en la sociedad influyen en la formación de los valores y en nuestros principios éticos y estéticos, y revela muchas similitudes entre las lenguas y culturas en cuestión respecto a los valores tratados.

**Palabras clave:** ética, estética, fraseología, relativismo, valor.

**Abstract:** In this paper we analyse the ethical and aesthetical values constructed through phraseological units in Spanish and Serbian. We have based our investigation on the broad conception of phraseology and we deal with proverbial phrases and idioms. The analysis shows that social changes have a strong influence on the formation of values and our ethical and aesthetical principles. It also reveals many similarities between the two languages and cultures concerning the treated values.

**Key words:** aesthetics, ethics, phraseology, relativism, value.

“Mira dos veces para ver lo justo.  
No mires más que una vez para ver lo bello”.  
(Henri Frédéric Amiel)

## 1. Introducción

Si los valores humanos han sido objeto de reflexión desde hace siglos, aún más lo son ahora, en el siglo XXI, cuando el mundo ha cambiado y está cambiando día a día; para mejor o/y para peor, es una cuestión en la que no vamos a profundizar.

Diversos valores humanos han sido interpretados y entendidos de formas diferentes a lo largo de la historia humana. En filosofía, se distinguen cuatro puntos de vista diferentes: el naturalista, el objetivista, el subjetivista y el sociologista (Fabelo Corzo 2007: 20). Según Demócrito, el mayor representante de la *concepción naturalista*, todo lo bueno, útil y bello se corresponde con la naturaleza, mientras que lo malo, lo perjudicial y lo horrible es antinatural. Por tanto, “los valores son el resultado de las leyes naturales. [...] El

\* Este trabajo se enmarca en el proyecto de investigación 178014 *Dinamika struktura srpskog jezika* (“Dinámica de las estructuras de la lengua serbia”), financiado por el Ministerio de Educación, Ciencia y Desarrollo Tecnológico de la República de Serbia.

valor coincide con la naturaleza y es alcanzable a través del conocimiento de esta última” (Fabelo Corzo 2007: 20-21). La *concepción objetivista* se fundó en los postulados del filósofo alemán Immanuel Kant, quien veía al ser humano entre dos mundos: el mundo del ser y el mundo del deber. Para los neokantianos:

el reino de los valores lógicos, éticos y estéticos es trascendente, eterno, de significación universal y diferente del cambiante mundo empírico que es donde se ubican el sujeto y el objeto. Es ese mundo supraempírico el que guía la historia humana, el que señala “lo que debe ser” y le da una dirección al progreso. La norma, en tanto debe ser fundada en un valor, puede no tener realización en los hechos, pero es la única que puede dar verdad, bondad y belleza a las cosas juzgables (Fabelo Corzo 2007: 22).

La *corriente subjetivista* defiende que los valores se encuentran en el sujeto mismo, en sus emociones, gustos, aspiraciones, intereses (Fabelo Corzo 2007: 23). Por último, según la *concepción sociologista*:

es valioso lo que la sociedad aprueba como tal. Los valores son el resultado de ciertas convenciones sociales que presuponen el apoyo de la mayoría y se promueven y reproducen a través de la cultura y las tradiciones (Fabelo Corzo 2007: 25).

De ahí que los valores se hereden de una generación a otra, como algo preestablecido, prescrito. Según Fabelo Corzo (2007), aunque cada una de estas vertientes contiene elementos dignos de alabar, ninguna de ellas contempla los valores en sí, independientemente de la cultura y de los sentimientos personales. El autor señala que:

el sistema objetivo de valores [...] es dinámico, cambiante, atenido a las condiciones histórico-concretas. Es posible que lo que hoy o aquí es valioso, mañana o allá no lo sea, debido a que puede haber cambiado la relación funcional del objeto en cuestión con lo genéricamente humano (Fabelo Corzo 2007: 48).

Debido a que la sociedad es una entidad cambiante, estos cambios se reflejan también en el campo de los valores éticos y estéticos, y estos están, a su vez, sujetos a multiplicación porque están condicionados por razones sociales, étnicas y de género. De ahí las diferencias entre una generación y otra, entre hombres y mujeres, entre diferentes clases sociales, y estas disparidades se reflejan aún más en diferentes culturas y sociedades (patriarcales y modernas, democráticas o monárquicas, totalitarias o fundamentalmente religiosas, etc.). Se muestran asimismo a nivel lingüístico y, más concretamente, a nivel fraseológico, lo cual vamos a ver a lo largo del trabajo.

## 2. Ética, estética y fraseología

La ética se considera una rama de filosofía cuyo objeto de estudio es la moral; más precisamente, la ética se centra en la índole, la función y el valor de juicios morales, a través de los que valoramos el comportamiento y la actuación social de otras personas y de

nosotros mismos (Blackburn 2006: 17). Petrović (2006: 14) determina la estética como *filosofía del arte*. Según el autor, la estética trata de contestar a las preguntas ¿qué es lo bello?, ¿existen otros valores estéticos: “sublime”, “trágico”, “cómico”, “dulce?”, ¿qué es lo artístico en el arte?, ¿cómo se crea el arte?, etc. Desde la antigüedad, la idea de lo bello / bonito / hermoso casi siempre va junto con la idea de lo bueno (Zurovac 2005). Podemos decir que esta tendencia está presente hoy en día también: decimos de un acto “¡qué bonito!” cuando, en realidad, queremos decir que lo hecho es bueno, está bien. No obstante, no ocurre al revés, y lo bueno no necesariamente implica lo bello (Ranković 2005: 27). Así dice un refrán serbio: *Ako čovek ne može biti lijep i bogat kao što bi čeo, može biti dobar i pošten* (‘si uno no puede ser guapo y rico tanto como le gustaría, puede ser bueno y honrado’). Es decir, no podemos elegir la belleza, influir en ella, pero sí que podemos influir en nuestra manera de vivir. Sin embargo, en la era en que vivimos, cuando la tecnología y la medicina han avanzado tanto, se puede decir que hasta podemos elegir el aspecto físico que queremos tener y “ser guapos”, gracias a la cirugía estética. Si no todos, al menos algunos.

En la fraseología y, más estrechamente, en la paremiología española y serbia, igual que, probablemente, en la paremiología y la fraseología de otras lenguas, las unidades más frecuentes son aquellas que de una manera metafórica hablan del comportamiento y el hacer humano, por lo cual pueden considerarse antropocéntricas (Jovanović 2006b: 19). Además, las unidades fraseológicas en general y las paremias en particular también están estrechamente relacionadas con las creencias, la sabiduría y los mitos populares, por lo cual también pueden caracterizarse como mitocéntricas.

### 3. Valores éticos en las unidades fraseológicas

En el corpus fraseológico (paremiológico, más concretamente) del español y el serbio, se observan los siguientes valores éticos: honradez y honestidad, solidaridad y misericordia, respeto, justicia, verdad, diligencia, modestia). Todos son interdependientes, recíprocos e inseparables, porque un hombre honrado es, a la vez, honesto, bueno, solidario, justo, trabajador, modesto, moderado, hasta tímido (Pejović 2013).

**Honor y honra**, como acabamos de decir, suponen que un hombre obre bien y cumpla su palabra: *Haz bien y no mires a quién; Mejor almohada es la conciencia sana; (El) Hombre honrado, antes muerto que injuriado; Čovek sve dava za obraz, a obraz ni za što* (‘un hombre da todo por la honra, pero la honra no la da por nada’); *Ako čovek ne može biti lijep i bogat kao što bi čeo, može biti dobar i pošten* (‘si uno no puede ser hermoso y rico tal y como le gustaría, puede ser bueno y honesto’); *Bolje je nepravo trpljeti nego nepravo činiti* (‘es mejor sufrir mal que obrar mal’); *Bolje je pošteno umrijeti nego sramotno živjeti* (‘es mejor morir honestamente que vivir deshonestamente’). La vida honrada y la imagen buena y positiva del hombre son eternas (*Murió el conde, mas no su nombre*), aún más cuando son conseguidas por sus propios méritos (*Quien por sí noble se hace, de sí mismo es abuelo y padre*). No se puede vivir de la honra y la imagen de los antepasados (*Quien con sus abuelos se honra, consigo trae la deshonra*), pero hay que procurar parecerseles (*Quien a los suyos se parece, honra merece*). Finalmente, *honra y provecho, no caben en un techo*.

Es decir, la vida honrada ocupa un lugar muy alto en la escala de los valores éticos. Sin embargo, en ambas lenguas (y culturas) se detectan paremias que demuestran que el dinero muchas veces es más privilegiado que la honra: *Entre el honor y el dinero, lo segundo es*

lo primero, *Ako smo mi braća, nijesu kese sestre* ('si nosotros somos hermanos, las bolsas no son hermanas'). Aun así, lo que vale más que el dinero y el poder, lo que no se puede conseguir mediante ningún otro medio es la salud: *Entre salud y dinero, salud quiero; Bez zdravlja nema bogatstva* ('sin salud no hay riqueza'); *Ništa se sa zdravljem pomiješalo nije* ('Nada se ha confundido con la salud').

**Solidaridad y misericordia** están estrechamente vinculadas con la honra. El que hace bien y ama a su prójimo lo ha de hacer de corazón, con su alma, en silencio: *Caridad con trompeta, no me peta*. Pero, según las paremias en serbio, no hay que ser solidario y misericordioso con todos, porque *Ko kriva žali, pravom griješi* ('el que lo siente por el culpable, peca con el inocente'); *Ko zlima oprasta, dobrima škodi* ('el que perdona a los malos, perjudica a los buenos'). De ahí que, en el tratamiento de los que se consideran moralmente correctos se pide un alto nivel de moralidad, mientras que se aconseja moderación de la ética hacia la imbecilidad moral (Jovanović 2006a: 263).

El **respeto** hacia los demás supone la ausencia de la humillación del otro: *Ciegos y mancos, todos somos santos; Respetos guardan respetos; Cada cabello hace su sombra en el suelo; Biber je zrno maleno, ali pred gospodu izlazi* ('la pimienta es un grano pequeño, pero sale ante la señorita'), *Dje se straiji ne čuju, tu Bog ne pomaže* ('donde los viejos no se oyen, Dios no ayuda'), *Ko ne čuva tuđe, neće imati ni svoje* ('quien no cuida lo ajeno, no tendrá lo suyo').

La **justicia**, uno de los principios éticos más significativos, es respaldada por Dios mismo: *Što je pravo i Bogu je drago* ('lo justo, a Dios también le gusta'), *Ja pravo, ja nikako* ('o justamente o de ningún modo'); *Alabar lo bueno y vituperar lo malo, justicia es lo que hago*. Por eso no importa de parte de quién llega la demostración de la justicia –su actante puede ser el diablo mismo– pero esta merece atención y respeto (Jovanović 2006a: 275): *I đjavo kad govori pravo, valja mu dati razlog* ('hasta diablo cuando habla justamente, hay que darle la razón'). La justicia supone la manera honrada de vivir, por lo cual algunas paremias parecen avisos: *Ko drugoga vara i njega će drugi* ('el que engaña a otro, será engañado por otro'); *Ko drugome jamu kopa sam će u nju upasti* ('quien cava el hoyo para otro, caerá él mismo'). Sin embargo, hay paremias a través de las que se concluye que la justicia no necesariamente trae consigo lo bueno (*Justicia sin benignidad no es justicia, sino crueldad*); hasta se niega su existencia y de ahí todo lo ético que supone: *Pravda je davno poginula* ('la justicia falleció hace mucho tiempo').

La **verdad** es uno de los principios éticos más propagados en la paremiología española y serbia. El que no dice la verdad, o sea, el que miente, no es una persona honrada. Hay proverbios que nos avisan que: *U laži su kratke noge* ('en la mentira, las piernas son cortas'), *Ko jedan put slaže, drugi put mu se ne vjeruje ako i istinu kaže* ('el que miente una vez, no se le cree aunque diga la verdad'), etc., porque la verdad no se puede ocultar: *Aunque malicia oscurezca verdad, no la puede apagar; La verdad, como el aceite, queda encima siempre; La verdad adelgaza, pero no quiebra*. Sin embargo, en las dos lenguas y culturas se advierte que decir la verdad no siempre es bueno: *Boca de verdades, cien enemistades; Ko istinu gudi, guda lom ga po prstima biju* ('el que la verdad toca, con el arco le dan en la boca').

Un hombre honrado también se caracteriza por su **diligencia**, por ser trabajador, por lo cual Dios mismo lo apoya y lo cuida: *Guarda qué comer y no guardes qué hacer; A quien madruga, Dios le ayuda; A Dios rogando y con el mazo dando; Radi, ali ne ukradi* ('trabaja pero no robes'); *Radi, pa ću ti i ja pomoći, veli Gospodin Bog* ('trabaja y yo también te ayudaré, dice

el Señor Dios’). Trabajando se consigue mucho en la vida: *Bien cena quien bien trabaja; Koro urani, lako zeca ulovi* (‘el que madruga, caza el conejo fácilmente’).

La **modestia** supone la gratitud, el ahorro y la ausencia de envidia. Aunque trabajando bien uno puede conseguir mucho, no debe convertirse en una persona orgullosa y egoísta, sino debe ser modesto, agradecido: *(El) Agradecido, no olvida el bien recibido; Al agradecido, más de lo pedido, Bajando se sube al cielo; Dockan je onda štedjeti kad nestane* (‘es demasiado tarde ahorrar cuando no se tiene’); *Bolja je štednja nego i dobra radnja* (‘ahorrar hasta es mejor que bien obrar’).

#### 4. Valores estéticos en las unidades fraseológicas

Lo bello / lo bonito, igual que lo bueno, se valora y se aprecia altamente: *Ako nije lijepo, nije ni skupo* (‘si no es bonito, tampoco es caro’); *Ako ne znaš šta je dobro, znaš šta je skupo* (‘si no sabes lo que es bueno, sabes lo que es caro’); *Lijepo je svakomu milo* (‘lo bello les gusta a todos’). Todo agrada cuando tiene un aspecto bonito: *I panj je lijep obučen i nakićen* (‘hasta un tronco es bonito vestido y adornado’); *Vistan un palo, y parecerá algo*. Lo que llama la atención especialmente son las paremias referentes a la hermosura de la mujer, que son bastantes, tanto en español como en serbio. Con todas ellas, aunque se elogia la hermosura de la mujer, se avisa sobre el peligro que esa cualidad conlleva: *Al que tiene mujer hermosa, o castillo en frontera, o viña en carrera, nunca le falta guerra; La mujer, cuanto más se mira a la cara, tanto más destruye la casa; Dile que es hermosa, y tornarse ha loca; Con hermosura sola no se pone la olla; Koja se često ogleda, slabo kuću nadgleda* (‘la que se mira a menudo, no atiende bien la casa’), *Ko ima lijepu kuću i lijepu ženu, nije gospodar od nje* (‘el que tiene una casa bonita y una mujer bonita, no es dueño de ella’). Es decir, demasiada hermosura no siempre es buena y preferible, porque consigo puede traer problemas; de ahí que *Bolje je malo slijepa, no premnogo lijepa* (‘mejor algo ciega que demasiado bella’); *Ni hermosa que todos alaben, ni fea que a todos espante*. Aunque, según la fraseología (paremiología) serbia la belleza supone la buena suerte también (‘a la chica guapa la dicha no le falta’ – *Lijepoj djevojci sreća ne manjka*), es todo lo contrario según la española: *La suerte de la fea la bonita la desea*.

Que lo bello se asocie con lo bueno, positivo, y lo feo (o al menos inusual) con lo malo, negativo, lo comprobamos también en las observaciones de Camacho Villalba (1996). Este autor señala que entre los refranes españoles hay un número elevado de aquellos crítico-sarcásticos. A modo de ilustrarlo, aduce ejemplos de los refranes “que zahieren a los calvos, los barbudos, los rubios, los altos, etc. a los que se atribuyen maldades y costumbres perniciosas. Los citamos: *Calvo, y no de aña; Tuerto, y no de nube, so la piel gran mal encubre; Barba de tres colores, no la traen sino traidores; Zurdos, calvos y rubios no habían de estar en el mundo [...]*” (Camacho Villalba 1996: 210).

Lo que llama nuestra atención en cuanto a la belleza, es que desde una belleza no solo física sino también interior, espiritual, se ha llegado, con el tiempo, hasta una belleza principalmente de carácter físico. Mientras antiguamente una mujer (o un hombre) tenía una belleza *angelical*, una belleza propia de las *hadás* (al menos en la fraseología serbia – *lepa kao anđeo / anđeoska lepota, lepa kao vila*), una belleza de las *diosas* / los *dioses*, hoy en día la belleza, sobre todo la belleza femenina se compara más bien con objetos (*como para parar un tren; kao avión* (‘como un avión’)), lo cual, consideramos, confirma que es la belleza

superficial, exterior, corporal, lo que hoy en día importa o al menos atrae<sup>1</sup>. Consideramos que lo demuestra también el hecho de que los dos sistemas fraseológicos, del español y del serbio, presentan las mismas conceptualizaciones metafóricas. Una persona bella es comestible, es COMIDA: de ahí una persona *está para comérsela* y *nos comemos a alguien con los ojos*, cuando disfrutamos mucho mirándolo, cuando una persona nos gusta y nos agrada mirarla. En serbio, también nos convertimos en unos golosos cuando vemos a una persona ‘dulce como el azúcar / la miel / un caramelo’ (*slatka kao šećer / med / bombona*), es decir, atractiva, y la ‘tragamos con los ojos’ (*gutati očima*, ‘disfrutar mirando a alguien, mirarlo de hito en hito’) o la ‘devoramos con la mirada’ (*proždirati pogledom*) (Pejović 2012: 167).

## 5. El relativismo de los valores éticos y estéticos

Blackburn (2006: 58) considera que la moralidad, en realidad, es relativa. El autor funda su tesis en cuatro principios: (1) la moral no tiene una base real; (2) cada persona tiene su moral; (3) no se pueden juzgar los demás porque la moral no tiene fundamento; (4) el juicio moral no es más que el reflejo de la cultura en que vivimos. Según destaca, no hay moral aceptada por todos, por lo que los valores morales / éticos son relativos y se diferencian de una cultura a otra, de una época a otra. Parecido a Blackburn, Hartman (2004: 59) considera que lo bello es una categoría cambiante y arbitraria, condicionada por factores que están fuera de lo estético, relaciones sociales, tendencias actuales, utilidad práctica, etc. Tal y como señala Fabelo Corzo (2007: 50), “en cualquier ámbito social [...] es posible encontrar, además del sistema objetivo de valores, una diversidad de sistemas subjetivos y un sistema socialmente instituido”. Sin duda alguna, la cultura en que vivimos determina nuestro punto de vista y crea una red de valores a través de los que la constituimos. Nuestra manera de vivir, nuestro modo de ver, reflexionar y, de ahí, nuestro modo de valorar hace una parte inseparable de nuestra personalidad, que atestigua, a la vez, cuál es el tipo de la sociedad en que vivimos. Estas actitudes forman nuestra identidad social y cultural y la reconocemos a menudo a través de la parte inconsciente de nuestra voluntad: la elección de amigos, la manera de gastar el tiempo y el dinero, la manera de vivir en general. Las unidades fraseológicas, y las paremias en particular, también descubren este fenómeno, este relativismo. El relativismo de los valores éticos y estéticos se observa en muchas expresiones contradictorias, como por ejemplo: *Haz bien y no mires a quién* # *Hasta en el bien es prudente un ten con ten*; *Lijepo je svakomu milo* (‘a todos les gusta lo bonito’) # *Koja se često ogleda, slabo kuću nadgleda* (‘la que se mira a menudo, no atiende bien la casa’); *Djevojku lice udaje* (‘la chica se casa por la cara’) # *Zaludu je lijepa brada, kad je slaba glava* (‘en vano la cara bonita si la cabeza está débil’). A veces, la contradicción es interna: *Por las verdades se pierden amigos, y por no decirlas se hacen desamigos*. Es decir, se observan ciertas variaciones del sentido, lo cual hace cuestionar las normas valorativas del ser humano.

Amando de Miguel (*apud* Junceda 2003) considera que los refranes y proverbios ayudan a entender el mundo, la naturaleza, pero también la índole humana, el ser humano. Como la realidad misma es muy variada y contiene fenómenos contrarios, esas oposiciones también se reflejan en la lengua y de ahí en la fraseología y la paremiología. Tal y como destaca Torrente Ballester, en el prólogo al diccionario de refranes de Junceda (2003), “la

---

<sup>1</sup> “La belleza que atrae rara vez coincide con la belleza que enamora” (Ortega y Gasset).

experiencia de la vida no es uniforme ni coherente; a veces, sus conclusiones son contradictorias, y los resúmenes en que se expresan, los refranes, llevan el mismo color, a veces blanco, a veces negro, de tal manera que para la misma situación o el mismo suceso podemos encontrar el sí y el no, según convenga”. Prodanović (1938, *apud* Jovanović 2006a: 264-265) subraya que en algunos pueblos hubo diferentes épocas en su desarrollo social, lo cual llevó a que algunos períodos se caracterizaran por una mayor solidaridad y justicia social. Después hubo épocas de gran egoísmo e injusticia. Todas se reflejan, entre otras, en la literatura oral de ese pueblo. De ahí, en la paremiología y la fraseología en general también. Es decir, los seres humanos se adaptan a una situación dada, a las condiciones en las que están destinados a vivir y sufrirlas, sean positivas o negativas, favorables o no: *Donde veas a todos cojear, debes, al menos, renquear*. Torrente Ballester (*apud* Junceda 2003: X) recuerda que “los refranes pierden eficacia cada vez que las cosas de este mundo cambian y adquieren para quienes las viven un sentido distinto u otra orientación”. Es decir, las premias tienen “fecha de caducidad”.

Hoy en día también es común decir que los refranes ya “no están de moda”, que dejan de utilizarse. Sí que se pueden encontrar casos de refranes modificados: *Al que madruga, le ha de gustar la siesta; El que ríe último, no entendió el chiste*. Es evidente su carácter humorístico, pero, en el fondo, no se puede decir que no expresen verdades generales también. Volviendo a las palabras del académico español Torrente Ballester y a los cambios en el mundo, debemos decir que en la época moderna se observa la presencia de aforismos (y sentencias), como, por ejemplo: *No robes, los políticos odian la competencia; El dinero no hace la felicidad... ¡la compra hecha!; Hay un mundo mejor, pero es carísimo; No hay mujer fea, solo belleza rara; U današnje vreme ne moraš da budeš pametan, dovoljno je da imaš Smartphone* (‘hoy en día no hace falta que seas inteligente, es suficiente con que tengas un *smartphone*’), *I poštenog čoveka možete pošteno potkupiti, samo morate pošteno i platiti* (‘hasta un hombre honesto / bueno se puede comprar, tan solo hace falta pagar honestamente / bien’). Es obvio que se trata de construcciones irónicas, y la ironía significa “el enfrentamiento del espíritu humano a la tendencia humana de mostrar la dominación de su personalidad sobre lo que le rodea, lo que le agobia y lo que amenaza destrozarse sus energías vitales interiores” (Jovanović 2006a: 274). Consideramos, por tanto, que las premias de segundo orden (aforismos, “refranes de los intelectuales”), precisamente por la manera concisa, sucinta y pensativa con la que se caracterizan, corresponden más al carácter de la sociedad contemporánea.

## 6. A modo de conclusión

Las culturas española y serbia comparten la mayor parte de los valores éticos y estéticos, aquellos que podrían considerarse universales y comunes a todos, aunque los mecanismos fraseológicos empleados, las metáforas y los elementos de comparación no siempre sean los mismos. En las dos culturas, también, los cambios que se producen en la sociedad influyen en la formación de los valores y en nuestros principios éticos y estéticos, y estos se reflejan a nivel lingüístico, entre otros. Debido a ello, llegamos a cuestionar fenómenos que anteriormente no habían sido objeto de nuestra reflexión, lo cual hace que se produzcan también algunas contradicciones. El hecho de olvidar unas expresiones y crear

otras, habla de nosotros y de los valores que queremos promover, mantener y transmitir a otras generaciones.

## Bibliografía

### Fuentes

- CALLES VALES, José, *Refranes, proverbios y sentencias*, Madrid, Libsa, 2005.
- CANELLADA, M.<sup>a</sup> Josefá; PALLARES, Berta, *Refranero español. Refranes, clasificación, significación y uso*, Madrid, Castalia, 2001.
- CASADO CONDE, María-Leonisa et als., *Proverbios españoles traducidos al inglés, francés, alemán e italiano con explotación pedagógica*, Madrid, SGEL, 1998.
- JUNCEDA, Luis, *Diccionario de refranes* (prólogo de Gonzalo Torrente Ballester), Madrid, Espasa, 2003.
- Refranero multilingüe* en <http://cvc.cervantes.es/lengua/refranero/listado.aspx> [14/02/2013]
- STEFANOVIĆ KARADŽIĆ, Vuk, *Srpske narodne poslovice i druge različne kao one u običaj uzete riječi*, Beograd, Nolit, 1977[1836].

### Referencias bibliográficas

- BLACKBURN, Pierre, *La ética. Fundamentos y problemáticas contemporáneas* (traducción de Juan José Utrilla Trejo), México, Fondo de Cultura Económica, 2006.
- CAMACHO VILLALBA, Manuel Ángel, “Otros discriminados: *El hombre y el oso, cuanto más feo más hermoso*”, en *Paremia*, 5, 1996: 207-213.
- CORPAS PASTOR, Gloria, *Manual de fraseología española*, Madrid, Gredos, 1996.
- DE LA FUENTE GONZÁLEZ, Miguel Ángel, “Valoración y aprendizaje de los refranes”, en *Tabanque*, 18, 2004: 169-188.
- FABELO CORZO, José Ramón, *Los valores y los desafíos actuales*, LibrosEnRed, 2004 [fecha de consulta: 07/02/2013]
- HARTMAN, Nikolaj, *Estetika* (preveo dr Milan Damnjanović), Beograd, Dereta, 2004.
- HORTAL ALONSO, Augusto, *Los cambios de la ética y la ética del cambio*, Bilbao, Sal Terrae, 1990.
- JOVANOVIĆ, Jelena, *Knjiga srpskih narodnih poslovice II*, Beograd, Naučno društvo za negovanje i proučavanje srpskog jezika, 2006b.
- JOVANOVIĆ, Jelena, *Knjiga srpskih narodnih poslovice I*, Beograd, Naučno društvo za negovanje i proučavanje srpskog jezika, 2006a.
- MRŠEVIĆ-RADOVIĆ, Dragana, “O lepom”, en *Srpski jezik*, 1-2, 1996: 102-113.
- PEJOVIĆ, Andjelka, “Locuciones con el componente gastronómico en español y en serbio”, en PEJOVIĆ, Andjelka, SEKULIĆ, Mirjana, KARANOVIĆ, Vladimir (eds.), *Comida y bebida en la lengua española, cultura y literaturas hispánicas*, Kragujevac, FILUM, 2012: 157-173.
- PEJOVIĆ, Andjelka, “Konstituisanje etičkih vrednosti kroz paremije na primeru srpskog i španskog jezika”, en MIŠIĆ-ILIĆ, Biljana, LOPIČIĆ, Vesna (eds.), *Jezik, književnost, vrednosti: jezička istraživanja* (zbornik radova), Niš, Filozofski fakultet, 2013, 113-124.
- PETROVIĆ, Sreten, *Estetika*, Beograd, Narodna knjiga, 2006.
- POPOVIĆ, Tanja, *Rečnik književnih termina*, Beograd, Logos Art, 2007.

A. Pejović

- RANKOVIĆ, Milan, “Lepo, ružno, estetsko”, en ZUROVAC, Mirko, GRUBOR, Nebojša (eds.), *Položaj lepog u estetici*, Beograd / Pančevo, Estetičko društvo Srbije / Mali Nemo, 2005: 27-37.
- TELEBAKOVIĆ, Boško, “Problem lepote”, en ZUROVAC, Mirko, GRUBOR, Nebojša (eds.), *Položaj lepog u estetici*, Beograd / Pančevo, Estetičko društvo Srbije / Mali Nemo, 2005: 107-124.
- VIDAKOVIĆ, Mihailo, *Estetičke teme*, Beograd / Pančevo, Estetičko društvo Srbije / Mali Nemo, 2006.
- VIDENOVIĆ, Radomir, “Biti i/ili izgledati lepo?”, en ZUROVAC, Mirko, GRUBOR, Nebojša (eds.), *Položaj lepog u estetici*, Beograd / Pančevo, Estetičko društvo Srbije / Mali Nemo, 2005: 77-81.
- ZULUAGA, Alberto, “Fraseología y conciencia social en América Latina”, en *Euskera*, XLVI, 2001: 51-72.
- ZUROVAC, Mirko, Nebojša GRUBOR (eds.), *Položaj lepog u estetici*, Beograd / Pančevo, Estetičko društvo Srbije / Mali Nemo, 2005.
- ZUROVAC, Mirko, “Tri lica lepote”, en ZUROVAC, Mirko, GRUBOR, Nebojša (eds.), *Položaj lepog u estetici*, Beograd / Pančevo, Estetičko društvo Srbije / Mali Nemo, 2005: 7-26.