

# Metáfora y creación léxica en el discurso de la joyería: Un análisis aplicado a la traducción (francés-español)

## Metaphor and word formation in the discourse of jewellery: An analysis applied to translation (French-Spanish)

### Autoría

FRANCISCO LUQUE JANODET  
Universidad de Córdoba, España  
francisco.luque@uco.es  
<https://orcid.org/0000-0001-5694-3233>

#### Para citar este artículo:

Luque Janodet, F. (2024). Metáfora y creación léxica en el discurso de la joyería: Un análisis aplicado a la traducción (francés-español), *ELUA*, 42, 233-252. <https://doi.org/10.14198/ELUA.26935>

Recibido: 31/01/24

Aceptado: 08/04/24

© 2024 Francisco Luque Janodet

#### Financiación:

El presente artículo se inscribe en el marco del proyecto I+D+i "BIJOULEX: creación de una herramienta terminológica multilingüe (español, francés, inglés, italiano y árabe) y multimodal para el sector de la joyería, la orfebrería y su internacionalización" (Ref.: 1381382-F), financiado por la Convocatoria de Ayudas a Proyectos de I+D+i en el marco del programa operativo FEDER Andalucía 2014-2020 de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía.



Licencia: Este trabajo se comparte bajo la licencia de Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional de Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0): <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

### Resumen

El discurso de la joyería ha sido escasamente estudiado desde los postulados de la lingüística, la terminología y la traductología. En el presente artículo tenemos por objetivo analizar los principales procedimientos de formación de palabras en esta lengua de especialidad y, en particular, abordar el papel de la metáfora como recurso de conceptualización y denominación, todo ello en el par de lenguas francés-español. De esta manera, en primer lugar, realizaremos una aproximación histórica a la joyería y presentaremos la situación actual de este sector en España. A continuación, abordaremos la naturaleza de la metáfora conceptual, la relación existente entre la cultura y la metáfora, y su papel en la creación del léxico. Esta fundamentación teórica permitirá la consecución de los objetivos de este estudio. Para ello, se compilará un corpus textual *ad hoc* mediante el cual extraeremos términos de origen metafórico, lo que nos permitirá considerar los distintos dominios origen mediante los que se conceptualizan distintas partes de las joyas o las gemas. Esta investigación da cuenta de numerosos recursos de formación de palabras, como la composición y derivación, así como de una abundante sinonimia y polisemia. Asimismo, el análisis del corpus ha permitido encontrar diversos dominios origen, como el ser humano y los animales, así como los alimentos y los edificios. De la productividad de las metáforas antropomórficas dan cuenta aquellos términos que hacen referencia principalmente a diversas partes del cuerpo, a la personalidad y al aspecto. Del análisis bilingüe efectuado se puede extraer que las metáforas conceptuales subyacentes coinciden en francés y español, así como muchas de las expresiones metafóricas documentadas; no obstante, pueden existir diferencias entre ambos idiomas e, incluso, falsos amigos, por lo que de cara a su traducción será preciso una importante labor documental y la consulta de obras lexicográficas especializadas para evitar problemas de índole comunicativa. Este artículo concluye con una serie de consideraciones aplicadas a la traducción de este discurso.

### Palabras clave:

Creación léxica; joyería; metáfora; metáfora técnica; terminología; traducción.

## Abstract

The discourse of jewellery has been little studied from the standpoints of Linguistics, Terminology and Translatology. The aim of this paper is to analyse the main word-formation procedures in this specialised language and, in particular, to address the role of metaphor as a resource for conceptualisation and denomination in the French-Spanish language pair. In this way, it will make a historical approach to jewellery and its relationship with different human cultures. The current situation of this sector in Spain will be also analysed. Following this, the nature of conceptual metaphor, the relationship between culture and metaphor, and its role in the creation of the lexicon will be addressed. This theoretical foundation will allow us to achieve the main objectives of this study. To this end, an ad hoc textual corpus will be compiled. From this corpus the terms of metaphorical origin will be extracted, allowing us to consider the different source domains through which different parts of jewels or gems are conceptualised. This research reveals numerous word-formation resources, such as composition and derivation, as well as abundant synonymy and polysemy. The analysis of the corpus has also made possible to find various source domains, such as human beings and animals, as well as food and buildings. The productivity of anthropomorphic metaphors can be seen in specialised terms that refer mainly to various parts of the body, personality, and appearance. The bilingual analysis carried out shows that the underlying conceptual metaphors coincide in French and Spanish, as well as many of the documented metaphorical expressions. Nevertheless, there may be differences between the two languages and even false friends. For this reason, an important documentary work and the consultation of specialised lexicographical works will be necessary to avoid problems of a communicative nature when translating them. This paper concludes with a series of considerations regarding the translation of this discourse.

## Keywords:

Lexical creation; jewellery; metaphor; technical metaphor; terminology; translation.

## 1. INTRODUCCIÓN

El sector de la joyería posee una indudable relevancia social, cultural, histórica y económica en multitud de culturas del mundo. Nos encontramos ante una serie de productos que, agrupados bajo el hiperónimo *joya*, no solo nos permiten adornar nuestra apariencia o completar un estilismo, sino también demostrar poder económico, prestigio o rango social. Del mismo modo, no debemos olvidar que, a lo largo de milenios, a la joyería y a las gemas se les han atribuido otras funciones, como propiedades curativas. Así pues, el sector joyero destaca por su adaptación a las nuevas tendencias, costumbres, usos y materiales, y por conjugar técnicas tradicionales con otras novedosas, habitualmente procedentes de otras culturas y regiones.

Este desarrollo histórico de la joyería ha dado lugar a un importante número de investigaciones enmarcadas en distintas áreas, como la arqueología, la historia o la historia del arte. Sin embargo, el discurso de la joyería, en tanto que lengua de especialidad, apenas ha sido abordado desde la terminología y la lingüística, quedando relegado a un segundo

plano hasta hace poco tiempo. Podemos destacar algunas contribuciones como las de Loffer-Laurian (2005), centrada en las designaciones de minerales y de gemas; de Zollo (2016), sobre el préstamo lingüístico en el léxico de la joyería en África del norte, o de Altmanova (2013). Esta situación se manifiesta también en la escasez de obras lexicográficas existentes, tanto monolingües como bilingües. Sin embargo, la joyería, presente en nuestro día a día, ha dado lugar a paremias, unidades fraseológicas y un léxico altamente especializado, constituido a lo largo del tiempo mediante diversos procedimientos de creación léxica, como la prefijación y sufijación, trasvases terminológicos, préstamos lingüísticos y metáforas. En esta contribución pretendemos dar cuenta de los principales procesos de creación léxica en este discurso de especialidad y analizar aquellos términos surgidos mediante la metáfora.

## 2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo principal de esta investigación es abordar los principales procedimientos de creación léxica en el discurso de la joyería y,

en especial, analizar la productividad de la metáfora para generar términos especializados. Para ello, abordaremos este discurso desde una perspectiva amplia, abarcando desde el conjunto de joyas hasta los materiales y las técnicas. Tras un vaciado terminológico, analizaremos estos procedimientos y los dominios origen detectados, lo que nos permitirá dar cuenta de las posibles diferencias lingüísticas, conceptuales y culturales existentes entre este vocabulario en español y sus equivalentes en francés.

Para tal fin, compilaremos un corpus textual *ad hoc* escrito y comparable, formado por diccionarios, herramientas multilingües en línea, guías especializadas y una selección de páginas webs. De este modo, este corpus estará constituido tanto por textos en línea, como por obras lexicográficas en papel, por lo que no será posible su tratamiento mediante gestores de corpus. La extracción de la terminología se realizará manualmente y, siempre que nos sea posible, indicaremos entre paréntesis la traducción del término, ya sea en francés o en español, aun cuando este no sea metafórico. De cara al análisis de los términos seleccionados, nos serviremos de distintas obras lexicográficas y etimológicas, como el *Diccionario de la lengua española* en línea (2023) (en adelante, DLE), el *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana* (1987) de Corominas y el *Dictionnaire historique de la langue française* (2019) (en adelante, DHLF), dirigido por Alain Rey.

La documentación que constituye el corpus se encuentra referenciada en el Anexo I de este artículo.

### 3. EL SECTOR DE LA JOYERÍA EN ESPAÑA: APROXIMACIÓN HISTÓRICA Y SITUACIÓN ACTUAL

Tal y como hemos indicado en la introducción, el sector de la joyería posee una enorme relevancia histórica, económica y cultural en las distintas civilizaciones del mundo. De la primera faceta, la histórica, dan cuenta multitud de estudios arqueológicos, artísticos, antropológicos e historiográficos. No debemos olvidar que la joyería ha cumplido

con diversos papeles a lo largo de su (y de nuestra) historia y su presencia ha quedado patente en el arte, la literatura y, por supuesto, los yacimientos arqueológicos. Por ejemplo, Jiménez Priego (2017b, p. 106) destaca la joyería etrusca como una de las mejores del mundo antiguo en Occidente, mientras que, en Asia, resalta (2017b, p. 339) la joyería india —que ahonda sus raíces hasta el 6000 a. C.—, y la japonesa, que presenta vestigios de joyas datadas desde el 5000 al 2500 a. C., con materiales extraídos del propio archipiélago, como el oro y la plata (2017b, pp. 375-377). En la península ibérica, fueron numerosos los pueblos que dejaron su impronta y técnicas, como los íberos, los romanos, los visigodos y los árabes, quienes recurrieron a las diversas minas que se distribuían a lo largo del territorio. Entre otros estudios, mencionaremos aquel de García Romero (2002) sobre el papel de la minería y metalurgia en la Córdoba romana y la extracción de oro en esta provincia. Además, como ha destacado Gómez Cabello (2018, p. 19), la tradición joyera de esta región se vio enriquecida por el desarrollo de las diversas técnicas durante la época visigoda y musulmana, donde convergieron la tradición de la orfebrería hispano-visigoda y aquella del Mediterráneo oriental.

En lo que respecta a los minerales preciosos, como el oro, López Fernández (2018, p. 25) indica que este lleva siendo utilizado desde, al menos, el Neolítico, pero podría haberse empleado antes incluso. Además, este autor (2018, p. 26) recuerda que las primeras manifestaciones del oro se relacionaron con el poder y la riqueza, pues:

Era tan apreciado que hacia el 3100 a.C. ya se le reconoce en coronas, tronos, cofres, vasijas, armas, etc. Cabe mencionar, por ejemplo, una concha de oro de un bivalvo de la familia *Pectinidae* que data del reinado de Sekhmkhet de la Tercera Dinastía del Imperio Antiguo de Egipto (2800-2300 a.C.). Precisamente una valva del Género *Pecten* ha sido utilizada miles de años después por la cristiandad, es la Concha de Santiago, que a menudo también se emplea, incluso fabricada con metales nobles, en el sacramento del bautismo (López Fernández, 2018, p. 26).



Pero esta función ornamental se ha visto completada por otros usos que, en la época actual, hemos atribuido al oro por las ventajas que ofrece en el desarrollo de nuevas tecnologías. López Fernández (2018, p. 40) pone de manifiesto, entre otros, el uso del oro en equipos informáticos, por su capacidad de conducción de la electricidad, y también en cascos de bomberos, por reflejar la radiación infrarroja.

Otros minerales, como los diamantes, también cuentan con una amplia historia. Señala López Fernández (2018, p. 44) que las primeras referencias escritas sobre este mineral datan de la época romana y habrían sido, probablemente, traídos de la India, el único productor de estas gemas hasta el siglo XVII, pues en 1726 se descubrieron en Brasil y en 1866, en Sudáfrica. Hoy en día, la principal región productora es África del Sur y, en menor cantidad, se encuentran en Tanzania, Ghana y Sierra Leona (López Fernández, 2018, pp. 44-45).

Pese a esta trayectoria histórica, la formación de los joyeros ha variado de un país a otro. Señala Jiménez Priego (2017b, p. 51) que las escuelas de joyería, en tanto que centros de formación del joyero en todas sus especialidades (técnicas, industriales, tecnológicas, etc.) no surgieron hasta mediados del siglo XIX, con una expansión relativamente lenta. Esta autora (2017b, pp. 51-52) destaca la Escuela de Artes Decorativas de Ginebra (fundada en 1876, pero cuyos orígenes se remontan al siglo XVIII), la Escuela Técnica Privada de Bisutería, Joyería y Orfebrería de París y, en España, la Llotja, fundada en 1775; la Massana (1929) y la Oficial Escuela de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos Número 3. Destacaremos, asimismo, la Escuela de Joyería de Córdoba, fundada en 1993, y donde se integra el Centro de Referencia Nacional de Joyería y Orfebrería, ambos situados en el Parque Joyero de la ciudad, uno de los mayores parques empresariales de Europa, con 140 000 m<sup>2</sup> de extensión (Parque Joyero de Córdoba, s.f.).

En el plano económico, la joyería destaca, sobre todo, por su adaptación no solo a los materiales de la zona<sup>1</sup> y a la capacidad

<sup>1</sup> Ya hemos mencionado la explotación de minas en la provincia de Córdoba, pero también hemos de

económica de una región para adquirir piedras y minerales preciosos foráneos, sino que también se amolda a los gustos de cada cultura y a las necesidades y al valor que le ha sido atribuido —como la joyería nupcial, las joyas de coronación, o aquellas gemas a las que se les atribuyen determinadas propiedades curativas—. También destaca su capacidad para recordar a una persona (como los colgantes portafotos o el guardapelo) o un acontecimiento<sup>2</sup>, y su vinculación con las creencias religiosas (como la orfebrería litúrgica y sacra).

Por supuesto, todo lo anterior se relaciona también con el plano económico, sobre el que incidiremos a continuación. España cuenta con auténticas zonas productoras, como la ciudad de Córdoba, donde se han documentado piezas arqueológicas de joyería desde el siglo II a. C. (Baena Alcántara, 2018, p. 53). A pesar de ello, el número de empresas dedicadas a la fabricación de joyas, bisutería y similares se ha ido reduciendo a lo largo de los años en nuestro país. Según los datos de Orús (2023), publicados en *Statista*, de las 2893 empresas existentes en 2008, se registraron únicamente 2319 de 2020. Los datos del Instituto Nacional de Estadística y del Directorio Central de Empresas (DIRCE) (2023) indican que existen en España 2191 empresas activas dedicadas a la fabricación de artículos de joyería, bisutería y similares en 2023, una bajada de 161 empresas con respecto al 2022, donde se registraron 2352. De las 2191 empresas activas en España, 523 se localizaban en Andalucía; 495, en Cataluña, y 300, en Madrid (INE, 2023b).

En Andalucía, el *Estudio de internacionalización de la joyería andaluza* (2019, pp. 11-12) recoge que, en enero de 2018, había 1017 empresas dedicadas a la joyería y a artículos similares y que el 56 % de las mismas se encontraba en la provincia de Córdoba, seguida por Málaga (15 %). De acuerdo con este estudio (2019, p. 13), el 66 % de empresas están constituidas por autónomos sin asalariados

nombrar Las Médulas en Castilla y León, actualmente Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

<sup>2</sup> En este caso, en la obra lexicográfica de Jiménez Priego (2017b, p. 472) encontramos el denominado “anillo Lisboa”, creado en recuerdo del naufragio de la Armada Invencible en las costas boloñesas en 1588.



y, el 18 %, por empresas con entre 1 y 2 asalariados. Asimismo, el valor exportado en 2018 en España representaba 384,71 millones de euros, con un total de 762 empresas, mientras en, en el mismo año en Andalucía, el valor exportado era de 65,51 millones de euros y 139 empresas exportadoras, el 51 % de las cuales se encontraba en Córdoba (2019, p. 14). El perfil que arroja este informe (2019, p. 16) de las empresas exportadoras de joyería de oro y plata en Andalucía indica que existe una concentración geográfica de las mismas en Córdoba. Así pues, Córdoba destaca en el panorama autonómico y nacional como importante centro de fabricación de artículos de joyería. Cardenete Flores y Campoy Muñoz (2017, p. 15) cifran el gasto del sector joyero cordobés en 138,3 millones de euros, lo que se tradujo en un incremento del 1,29 % del PIB provincial en 2016. De hecho, de acuerdo con estos autores, cada euro asociado al sector joyero genera unos beneficios de 2,3 euros para la economía cordobesa (2017, p. 17).

De este modo, podemos observar que nos encontramos ante un sector de gran arraigo e importancia socioeconómica en España y, especialmente, en Andalucía, Madrid y Cataluña; un sector, además, estrechamente relacionado con otros como la platería y la orfebrería, y que, como veremos más adelante, cuenta con un discurso altamente especializado.

#### 4. CONSIDERACIONES EN TORNO A UN OBJETO POLIÉDRICO: LA METÁFORA

La literatura científica desarrollada hasta la actualidad en torno a la metáfora es particularmente extensa, con una reflexión teórica que se remonta a la Antigüedad clásica y, en particular, a Aristóteles y Platón (Samaniego Fernández, 1997; Llamas Saíz, 2007; Masid Blanco, 2019). De acuerdo con el DHLF (2019b, pp. 2189-2190), el origen de la palabra metáfora se encuentra en el griego *metaphora*, formado por *meta-*, de origen incierto y con diversos sentidos, como ‘entre’ o ‘con’, y *-phora*, relacionado con el verbo con *pherein* (‘llevar’, ‘soportar’, ‘trasladar’). Ya vemos en esta etimología una noción de traslación que se manifestará en estudios

posteriores y en muchas de las propuestas de definición que se han realizado de este concepto. En las obras lexicográficas generales, como el DLE (2023), se define esta figura como “Traslación del sentido recto de una voz a otro figurado, en virtud de una comparación tácita, como en *las perlas del rocío, la primavera de la vida o refrenar las pasiones*”, mientras que, para Moliner (2012, p. 661), la relación entre el sentido metafórico y no metafórico de una palabra guarda “una relación de semejanza descubierta por la imaginación”. Ambas obras coinciden además en clasificarla dentro de la retórica. Sin embargo, consideramos que la metáfora supera las lindes de la retórica y abarca otros planos de nuestra comunicación, por lo que coincidimos con Masid Blanco (2019, p. 25) cuando afirma que la metáfora es “un fenómeno lingüístico, léxico y semántico que se articula en el acto de habla, en su dimensión pragmática”. Kövecses (2008, p. 53) también señala que: “Metaphor is linguistic, conceptual, neural, bodily, and social all at the same time”, por lo que abarca otros planos distintos a los vistos en las definiciones anteriores, incluyendo factores sociales, experienciales, culturales, pragmáticos y lingüísticos.

En este sentido, numerosos estudios han dado cuenta del empleo de la metáfora más allá de la literatura y la retórica. Ya lo señalaron Lakoff y Johnson (1986, p. 35) en *Metáforas de la vida cotidiana*: “Nosotros hemos llegado a la conclusión de que la metáfora (...) impregna la vida cotidiana, no solo el lenguaje, sino también el pensamiento y la acción” y, dadas estas características, “nuestro sistema conceptual ordinario, en términos del cual pensamos y actuamos, es fundamentalmente de naturaleza metafórica” (*ibid.*). Esta perspectiva más amplia de un objeto poliédrico como es la metáfora ha permitido sin duda su estudio desde otros enfoques y campos, como la ciencia (Ureña Gómez-Moreno, 2012), el derecho y la administración (Kozar, 2015), el discurso político (Luque Janodet, 2020), el discurso periodístico (Álvarez Jurado, 2019), el discurso económico (Urquidi Díaz, 2018; Gallego-Iniesta, 2022), de la promoción turística (Planelles Iváñez, 2014) o el discurso museístico (Luque Colmenero, 2019), lo que no



hace sino confirmar las palabras de Salvador (1994, p. 26):

La metàfora ultrapassa, doncs, el camp del discurs prototípicament literari per manifestar-se com un fenomen dispers pertot arreu de la tipologia textual: els textos polítics, els col·loquials o els científics no prescindeixen habitualment d'aquest recurs retòric.

A este respecto, Kövecses (2008, pp. 60-61) señala que una metáfora se constituye a partir de una serie de elementos que interactúan entre sí, como la base experiencial, el dominio fuente, el dominio meta, la relación entre ambos, las expresiones lingüísticas metafóricas, la proyección (*mappings*), la implicación (*entailments*), los modelos culturales y las realizaciones no lingüísticas. Además, como recoge Fernández Jaén (2019, pp. 37-38), para poder crear una metáfora cognitiva, los hablantes deben efectuar una correspondencia ontológica entre el dominio meta y fuente, y, tras esto, podrán establecer correspondencias epistémicas mediante las cuales el dominio origen encuentra un equivalente en el dominio destino.

Llegados a este punto, debemos detenernos en la Teoría de la Metáfora Conceptual de Lakoff y Johnson (1986, pp. 36-38), para quienes la mayor parte del sistema conceptual humano se estructura y se define de manera metafórica. Estos autores (1986) distinguieron tres tipos de metáforas según el dominio fuente: estructurales, ontológicas y orientacionales. Las metáforas estructurales se definen (1986, p. 46) como aquellas en las que un concepto se estructura metafóricamente en términos de otro y permiten “utilizar un concepto muy estructurado y claramente delineado para estructurar otro” (*ibid.*, p. 96). Las metáforas ontológicas, por su parte, se basan en nuestras experiencias con objetos físicos y son necesarias para enfrentarnos, entre otros, a nuestras experiencias de manera racional (1986, pp. 58-66). Finalmente, las metáforas orientacionales organizan el sistema global de conceptos con relación a otro y están relacionadas con la orientación espacial: arriba-abajo, dentro-fuera o central-periférico, etc., y surgen por el hecho

de que el ser humano posee un cuerpo que funciona como nuestro medio físico (1986, p. 46). Además, señalan estos autores (1986, p. 51) que estas metáforas surgen de la experiencia física y cultural y no son asignadas arbitrariamente. Así pues, para Lakoff y Johnson (1986, p. 74) la metáfora y la metonimia, lejos de ser arbitrarias, constituyen sistemas coherentes mediante los cuales se conceptualizan nuestras experiencias y, por ende:

[...] nuestro sistema conceptual se basa en nuestras experiencias en el mundo. Tanto los conceptos que emergen directamente [...] como las metáforas [...] se basan en nuestra constante interacción con nuestros ambientes físicos y culturales. [...]. Nuestro sistema conceptual es un producto del tipo de seres que somos y la manera en que interaccionamos con nuestros ambientes físico y cultural (1986, p. 152).

De acuerdo con estos autores (1986, p. 174), la metáfora destaca y suprime una serie de características específicas de los conceptos a los que se refiere, y, además, su significado estará determinado por una serie de condicionantes:

[...] el significado que una metáfora tiene para mí está determinado por una parte culturalmente y parcialmente ligado a mis experiencias pasadas. Las diferencias culturales pueden ser enormes porque cada uno de los conceptos en la metáfora bajo discusión —ARTE, OBRA, COLABORACIÓN Y AMOR— pueden variar ampliamente de una cultura a otra (1986, p. 175).

Nos encontramos aquí ante dos cuestiones, el surgimiento de una metáfora conceptual y las variaciones culturales, largamente debatidas en el marco de la lingüística. Por ejemplo, los estudios de Alverson (1994, *apud* Kövecses 2015, p. 4) apuntan a la existencia de la metáfora conceptual compartida TIME IS SPACE en lenguas como el inglés, chino mandarín, hindi y sesotho. Lo mismo ocurre con las metáforas conceptuales centradas en el concepto de felicidad. Kövecses (2018) da cuenta, en concreto, de la metáfora orientacional FELIZ ES ARRIBA en chino, húngaro

e inglés, es decir, en lenguas pertenecientes a distintas familias lingüísticas.

De acuerdo con Kövecses (2005, pp. 63-64), ciertas metáforas conceptuales pueden ser potencialmente universales o casi universales, especialmente en el caso de las metáforas primarias o de las metáforas complejas que se fundamentan en experiencias humanas universales. Para explicar la variación metafórica, Kövecses (2008, pp. 63-68) apunta a varias razones: 1) la diferencia experiencial, constituida a través de divergencias en el contexto y en la historia personal o social, y 2) las preferencias cognitivas. En estudios posteriores, Kövecses (2015, pp. 53-59) señala, entre los factores contextuales que pueden afectar al uso y selección de la metáfora, los siguientes:

- 1) El conocimiento sobre cualquier elemento de un discurso (el hablante, el tema y el destinatario u oyente).
- 2) El contexto lingüístico circundante.
- 3) Los discursos previos sobre el mismo tema. Según este académico (2015, p. 54) “Such metaphors [...] often lead to new or modified source domains in the continuation of the debate involving the topic by, for example, offering a new or modified source domain relative to one of the former ones”.
- 4) Ciertas metáforas se dan en formas dominantes de discurso, pues “it is common practice that a particular metaphor in one dominant form of discourse is recycled in other discourses” (2015, p. 55).
- 5) La ideología que subyace bajo un discurso.
- 6) El entorno físico o el lugar donde tiene lugar la comunicación.
- 7) La situación social, que comprende, entre otras, las diferencias entre hombres y mujeres y las relaciones de poder dentro del grupo.
- 8) La situación cultural, que incluye los valores dominantes en la sociedad, las características de los miembros, los distintos subgrupos que conforman el grupo, etc.
- 9) La historia, entendida en este caso como “the memory of events and objects in members of a group. Such memories can be used to create highly conventional metaphors [...] or they can be used to understand situations in novel ways” (2015, p. 59).
- 10) Los intereses y preocupaciones de los individuos y grupos.

En efecto, Kövecses (2015, 2018) ha puesto de manifiesto en diversas publicaciones la relevancia del contexto en la recurrencia a una metáfora conceptual u otra y en el uso de las expresiones metafóricas, ya que:

Which metaphor is used in a particular situation does not only depend on which (potentially) universal metaphor is available in connection with the given target domain for the expression of a given meaning but also on the setting and topic of the situation in which the metaphorical conceptualization takes place (Kövecses, 2018).

De hecho, este autor (2010) señala que existen varios tipos de variaciones de índole cultural. En primer lugar, destaca (2010, p. 207-210) la variación intercultural, debido a las diferentes metáforas conceptuales que existen y son empleadas en cada lengua y cultura. Kövecses (2010, p. 209) considera también la existencia de una variación intracultural, debido a que las lenguas presentan variedades (dialectos) que dan cuenta de las divergencias en las experiencias humanas. De esta manera, la variación intracultural puede producirse en varias dimensiones (Kövecses, 2010, pp. 209-210):

- 1) La dimensión social incluye las diferencias en la sociedad entre hombres y mujeres, jóvenes y ancianos, clase media y trabajadora, etc.
- 2) La dimensión regional abarca las nuevas metáforas que se crean en una lengua cuando uno de sus hablantes la exporta a una parte del mundo distinta a donde se originó.
- 3) La dimensión estilística viene determinada por numerosos factores



como la audiencia, el tema y el entorno.

- 4) La dimensión subcultural incluye aquellas metáforas empleadas en cada subcultura y que ayudan a definir el grupo.
- 5) La dimensión individual da cuenta de aquellas metáforas idiosincráticas de cada individuo, que pueden ser novedosas o versiones de metáforas conceptuales ya existentes.

Finalmente, para este autor (2018), las causas de la variación metafórica pueden agruparse en dos categorías: 1) debido a las diferencias en las experiencias que vivimos como seres humanos, y 2) debido a las preferencias cognitivas diferenciales, es decir, “our metaphors vary because the cognitive processes we put to use for the creation of abstract thought may also vary” (Kövecses, 2018). De hecho, tales son las diferencias en lo que respecta a las variaciones metafóricas que este académico (2018) propone el desarrollo futuro de una teoría cognitivo-cultural de la metáfora, que complementa el enfoque experiencialista actual que ha ignorado la variación cultural.

De esta manera, nos encontramos ante un objeto de estudio de gran complejidad que está detrás de nuestra forma de comprender y expresar conceptos abstractos y que, como veremos a continuación, se constituye como un inestimable recurso de denominación. No obstante, como se observará, factores como la historia de la comunidad lingüística y la cultura afectarán a los nuevos términos de origen metafórico que emergerán para nutrir la lengua.

#### 4.1. El papel de la metáfora en los procesos de creación léxica

Como hemos visto, la metáfora, lejos de ser un elemento ornamental, se ha mostrado como un recurso de gran utilidad para la comprensión de conceptos abstractos y/o complejos, y, sobre todo, ha dado cuenta de su productividad en la creación de vocablos y de términos tanto en la lengua general como en los discursos de especialidad. No obstante, el origen metafórico de un término por parte de los usuarios de la

lengua dependerá en gran medida de su grado de asimilación y fosilización. De hecho, a este respecto, coincidimos con Masid Blanco (2019, p. 29) cuando señala que:

El sentido de las palabras puede evolucionar espontáneamente, y, como toda palabra es un complejo de asociaciones, basta con que una de ellas evolucione para que se produzca un cambio de sentido y una palabra se sitúe con un nuevo significado. Cuando una palabra se integra en el léxico como una nueva acepción, lo que originariamente era un sentido posible subjetivo, pasa a ser un significado común en la lengua. El hablante no identifica ya su origen como sentido inicial, sino como significado léxico lingüístico. [...] Este desplazamiento metafórico se entrecruza con otros fenómenos semánticos y en las diversas relaciones entre palabras. No es posible comprender el lugar que ocupa la metáfora entre ellos si no consideramos tales fenómenos y relaciones semánticas.

Con esto en mente, si Lakoff y Johnson (1986) planteaban tres tipos de metáforas conceptuales, a lo largo de las décadas han surgido diversas clasificaciones que han abordado, entre otros aspectos, los estadios por los que puede pasar una expresión metafórica en la lengua, desde ser una *metáfora novedosa* hasta convertirse en una *metáfora muerta*. Entre otras clasificaciones de la metáfora, encontramos la propuesta de Chamizo Domínguez (1998, pp. 47-66), quien considera tres estadios en función de su nivel de novedad: 1) metáfora muerta o lexicalizada, la cual fue capaz de sustituir el significado literal por el significado metafórico, pero que ya no es percibida como novedosa por los hablantes; 2) metáfora semilexicalizada, que permite “generar todo un complejo sistema de conexiones conceptuales usando metáforas subsidiarias y congruentes con la metáfora básica central” (1998, p. 53), y 3) metáfora creativa. Por su parte, Newmark (1992, pp. 150-159) considera seis tipos de metáforas distintas: 1) metáforas muertas, donde el hablante no percibe la imagen que las originó y se relacionan, generalmente, con términos



de espacio y tiempo; 2) metáforas tópicas, usadas como sustitutas de una idea clara, pero sin relación con la realidad de los hechos; 3) metáforas estereotipadas, empleadas en un contexto informal y usadas para dar razón de una situación mental y/o física, referencial y pragmáticamente; 4) metáforas adaptadas; 5) metáforas recientes o neologismos metafóricos, habitualmente acuñados de manera anónima, y 6) metáforas originales, creadas por un escritor en la lengua origen.

De esta manera, muchas de las metáforas que se emplean en la lengua general y, especialmente, aquellas usadas en las lenguas de especialidad, fueron novedosas o creativas en su origen y surgieron por diversas razones, como suplir las posibles lagunas terminológicas de dicho discurso; no obstante, hoy en día, estas pasan desapercibidas, pues han quedado fosilizadas y el sentido metafórico es el único percibido. De hecho, la cuestión del cambio de sentido producido por la metáfora ha sido objeto de debate en el seno de la lingüística. A este respecto coincidimos con Masid Blanco (2019, pp. 34-35) cuando apunta que:

Cuando se produce un cambio semántico, es necesario que haya alguna asociación, alguna conexión entre el significado viejo y el nuevo. La asociación puede ser tan fuerte como para cambiar el significado por sí misma o puede proporcionar un vehículo para un cambio que venga determinado por otros motivos, pero la asociación siempre es subyacente al proceso de cambio semántico.

En este punto, debemos señalar los estudios de Ullmann (1976, pp. 222-237), quien recoge varias causas del cambio semántico, entre ellas, la metáfora: 1) causas lingüísticas; 2) causas históricas; 3) causas sociales; 4) causas psicológicas; 5) influencia extranjera y 6) la exigencia de un nuevo nombre. Ullman (1976, pp. 239-240) reconoce el papel de la metáfora como una fuerza creadora en el lenguaje y, en concreto, como un factor de motivación, como una fuente de polisemia y de sinonimia y como un medio de eliminar lagunas de vocabulario. Otros tipos de cambio semántico propuestos por este autor (1976) serían la

metonimia, la cual “asocia dos entidades conceptualmente contiguas pertenecientes al mismo dominio” (Cuenca y Hilferty, 1999, p. 111), y la etimología popular, ya que “puede cambiar tanto la forma como el significado de una palabra conectándola erróneamente con otro término al que es similar en cuanto al sonido” (Ullmann, 1976, p. 249). Finalmente, Ullmann (1976, p. 251) destaca la elipsis, pues “las palabras que se encuentran a menudo juntas suelen tener una influencia semántica unas sobre otras” y, de esta manera, “en una frase hecha constituida por dos palabras, una de ellas es omitida y su significado se transfiere a su compañera” (*ibid.*).

De este modo, como apuntan autores como Ullmann (1976) y Llamas Saíz (2005), la metáfora posibilita la polisemia, ya que “el nuevo significado de un término puede convivir con el significado originario de ese término en cuestión” (Llamas Saíz, 2005, p. 45). Esta última (2005, p. 46) señala además que:

La semántica estructural distingue entre la designación metafórica —los *usos metafóricos*—, producto de la libertad del hablante en un momento concreto, y el significado creado a partir de la metáfora que ha quedado fijado en la norma de una lengua, es decir, el uso metafórico de un término que ha alcanzado el consenso de una comunidad hablante, si bien no todos los autores reconocen la posibilidad de esta distinción.

Y, a este respecto, Masid Blanco (2019, p. 31) afirma que:

En las metáforas lingüísticas está muy presente la sinonimia, ya que en muchas ocasiones sirven para transmitir lo inefable; pero en muchas otras simplemente son un modo diferente de denominar algo para lo que ya existía una palabra. A veces la metáfora es simplemente otro modo de nombrar una realidad para la que ya existía otro término exactamente del mismo modo que la palabra existente, pero otras veces se convierte en una forma coloquial, vulgar o jocosa de nombrarla. La palabra existente y la metáfora, cuando se



lexicaliza, pasan a ser sinónimos en esa acepción. Esto ocurre especialmente en el léxico de uso frecuente. La sinonimia se produce entre dos significantes distintos que cuentan con idéntico significado y que, por tanto, podrán intercambiarse en un mismo contexto.

El papel de creación léxica de la metáfora ha sido ampliamente abordado en diferentes estudios. Ullmann (1973, pp. 241-246) recoge cuatro grupos principales: 1) metáforas antropomórficas; 2) metáforas animales; 3) de lo concreto a lo abstracto, es decir, la transferencia de experiencias abstractas en términos concretos, y 4) metáforas sinestésicas, basadas en la transposición de un sentido a otro. Ahora bien, en los discursos especializados estas metáforas pueden variar. Por ejemplo, Coutier (2007, pp. 473-474) ha hallado las siguientes metáforas en el discurso de la cata de vino en francés: 1) metáforas antropomórficas (ser físico [cuerpo y salud], etapas de la vida, palabra, erotismo, vestimenta, vida social, alimentación), 2) metáforas zoomórficas, 3) metáforas intersensoriales, 4) metáforas de las propiedades de la materia, 5) metáforas temporales, 6) metáforas espaciales, 7) metáforas de movimiento, 8) metáforas de cantidad, 9) metáforas del ámbito de la construcción y arquitectura, 10) metáforas textiles, y 11) metáforas del ámbito de la estética y las artes. Por su parte, en el discurso del análisis organoléptico del aceite de oliva, Luque Janodet (2021, pp. 138-140) halló los siguientes dominios origen: SERES HUMANOS (edad, apariencia y personalidad), ANIMALES Y OBJETOS (OBJETO TRIDIMENSIONAL, VESTIMENTA, ALIMENTO, PLANTA, OBJETO VALIOSO). No obstante, el empleo de tales metáforas se puede explicar por varias razones. Una de ellas es el carácter histórico de muchos de estos discursos especializados (medicina, vino, aceite de oliva, farmacia, etc.), que han ido nutriéndose de palabras de la lengua general y de vocablos de otros idiomas, a medida que la ciencia y la técnica se perfeccionaban con el trascurso de los siglos<sup>3</sup>. En muchas ocasiones, la metáfora, ya fuera por razones de

semejanza u otras, tenía por propósito cubrir las lagunas terminológicas que existían en una determinada lengua de especialidad. Este es el caso de la cata de vino, como señalaba Coutier (1994, p. 664): “Les nombreuses recherches menées actuellement sur le goût par des spécialistes de disciplines diverses [...] mettent l’accent sur l’obstacle représenté par les lacunes du vocabulaire gustatif”; pero también se produce en otros campos como la informática (*ratón, virus, torre, disco duro, software*, etc.) o la inteligencia artificial (*entrenamiento, aprendizaje, IA débil, red neuronal*, etc.). Esto tampoco ha de extrañarnos, no solo por el poder de denominación de la metáfora, sino también porque, en el caso de las lenguas de especialidad, los trasvases entre la lengua general y una lengua especializada (y viceversa) han sido bien documentados (véase Cabré, 1993), lo que deriva, en ocasiones, en una terminologización de una palabra común que pudiera tener un origen metafórico. Sin embargo, en muchas ocasiones, estos términos de origen metafórico surgen en el marco de la propia comunicación especializada y se encuentran tan asentados y, por tanto, fosilizados o lexicalizados, que pasan desapercibidos por los usuarios, aunque, en ocasiones, y en función del grado de conocimiento del discurso especializado y de la temática, un usuario lego podría detectar el origen metafórico del mismo. En este sentido, Agost Canós (1994, p. 273) señala que, en el discurso científico y técnico, uno de los principales fenómenos que se producen en el trasvase de términos de origen metafórico de una lengua a otra es el calco, lo que permite que la metáfora original se conserve más o menos bien. A ello le suma (*ibid.*) otra cuestión: “la creativitat metafòrica en el discurs científic i tècnic està supeditada al grau d’investigació i industrialització de cada comunitat [...]” (*ibid.*) y, por tanto:

La dependència científica, i sobretot tecnològica, provoca una reculada de les llengües pròpies. Actualment, l’anglès és la llengua gairebé exclusiva en què es produeix l’intercanvi científic i tècnic especialitzat, i malgrat la reafirmació lingüística de les llengües pròpies, s’imposa la tendència a establir un estàndard en cada llengüatge d’especialitat que

3 Los estudios de Ibáñez Rodríguez (2017, p. 22) dan cuenta, por ejemplo, de la evolución del léxico del vino español, con términos como *hervir* y *cocer* para referirse a la fermentación.

assegure una comunicació formal entre els especialistes, utilitzant-se com a model l'anglosaxó: la «literalitat», el calc, la fixació i la lexicalització de les metàfores en són una conseqüència (Agost, 1994, p. 274).

Esto nos lleva a la cuestión de la traducción de la metáfora y a la relación entre las lenguas francas de la ciencia y la tecnología, especialmente, el inglés o, como lo fueron en otra época, el francés y el latín. En este sentido, Chaume Varela (1994, p. 266) señala que:

Al traductor, a diferència del parlant o lector, se li demana que descobrisca quina és la motivació que porta a una manera de conceptualitzar diferent tant en la llengua origen com en la meta, ja que serà aquesta manera de conceptualitzar la que li imposarà les restriccions. Se li demana, doncs, que conega perfectament els mecanismes de conceptualització de la cultura original, a fi de traduir aquests mecanismes amb els instruments propis de la cultura meta, sempre respectant la funció que tal metáfora tinguera en el text original. El traductor no haurà de buscar el sentit literal de la metáfora i després traduir, sinó que s'ha de comprendre la realitat de la manera que la presente la metáfora, per després buscar-ne l'equivalent a la cultura meta.

Por tanto, podemos observar que la traducción de la terminología de origen metafórico presenta dificultades de distinta índole. Por un lado, como hemos visto, dada la preeminencia del inglés como *lingua franca* actual, muchos de estos términos conservan la metáfora original debido al calco o al préstamo lingüístico. No obstante, en otros casos, podrá haber diferencias de conceptualización de una misma realidad en dos lenguas y culturas distintas, lo que puede implicar el cambio de los dominios origen y, por tanto, del referente.

## 5. CREACIÓN LÉXICA Y METÁFORA EN EL DISCURSO DE LA JOYERÍA

El discurso joyero es, sin duda, una lengua de especialidad de gran tradición histórica en

las diferentes culturas del mundo. Su caudal léxico se ha formado a lo largo de los siglos mediante el surgimiento de nuevas técnicas o el refinamiento de las existentes, la creación de nuevas herramientas o la llegada de tendencias y objetos (y, por tanto, términos) de otras regiones o países. No obstante, el discurso de la joyería, pese a su arraigo y alto grado de especialización, no ha sido apenas objeto de estandarización ni estudiado de forma sistemática. En este sentido, debemos destacar estudios como los de Jiménez Priego (2017), un importante trabajo lexicográfico en español enfocado en el discurso de la joyería, reuniendo términos históricos y actuales, y el proyecto BIJOULEX. Liderado por las doctoras Ruiz Mezcua y Álvarez Jurado, "BIJOULEX: creación de una herramienta terminológica multilingüe (español, francés, inglés, italiano y árabe) y multimodal para el sector de la joyería, la orfebrería y su internacionalización" (Ref.: 1381382-F), ha sido desarrollado en el año 2022 y financiado por la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía. Entre los resultados de este proyecto se encuentra una herramienta multimodal y plurilingüe (español, inglés, francés, italiano y árabe) que servirá de recurso terminológico para la traducción, interpretación y comunicación interlingüística de los usuarios de este discurso.

Entre los escasos estudios desarrollados desde una perspectiva lingüística, terminológica o traductológica en torno al discurso de la joyería, destacaremos la contribución de Rotbi y Brigui (2014), sobre la terminología de la joyería tradicional y moderna marroquí, y aquella de Vivanco Cervero (2017), quien ha analizado la metáfora técnica a partir de una selección de términos de los campos de la joyería, la costura y los peinados, como, por ejemplo, *anillo*, *collar*, *engaste* y *perla*. Por su parte, Álvarez Jurado y Policastro Ponce (2023, pp. 19-21) han propuesto una categorización en torno a la cual estructurar este discurso, junto con una serie de subcategorías que recogemos entre paréntesis: 1) Materiales (propiedades, clasificación de materiales); 2) Fabricación (técnicas de fabricación, técnicas de acabado, productos acabados, fornituras), y 3) Profesionales (tipos de profesionales).





En lo que respecta al léxico de la joyería, Alvar Ezquerro (2002, p. 15) señala, entre otros mecanismos de formación de palabras en español, la creación onomatopéyica. En el corpus estudiado encontramos *cliqué*, del francés *cliquet*, por el sonido del broche al cerrarse (Jiménez Priego, 2017a, p. 473). Otro caso sería *gargantilla* (*ras-de-cou*, *tour-de-cou*). Como señala el DLE (2023), *gargantilla* deriva de *garganta* y, según Jiménez Priego (2017b, p. 185), provendría de la raíz *garg*, que imita el sonido del gargajeo y otros que se hacen con la garganta. También encontramos el caso de *pompón*, del francés *pompon*, término de origen incierto, pero probablemente proveniente de una onomatopeya, de acuerdo con el DHLF (2019b, p. 2828): “Selon Wartburg, il serait issu du radical onomatopéique *pomp-*, exprimant l'idée de « rondeur », variante de *pimp-* [...]: on peut évoquer aussi la forme nasalisée de *p-p* exprimant la succion, la bouche ronde”.

Debemos señalar, además, que el caso de *pompón*, al que define Jiménez Priego (2017c, p. 90) como un ornamento mencionado entre los siglos XVI al XVIII, da cuenta de la productividad del discurso de la joyería y, en concreto, de su capacidad para generar neologismos y arcaísmos. Esto mismo ocurre con *parangón* (*parangon*), un término empleado en el siglo XVI en Europa para describir un diamante de al menos doce quilates (Jiménez Priego, 2017c, p. 16).

También debemos destacar la formación de términos mediante prefijos y sufijos en el ámbito de la joyería. La sufijación, como indica Alvar Ezquerro (2002, p. 53), ha contado y cuenta con gran vitalidad en la lengua. Este procedimiento ha dado lugar a palabras como *almendrillas*, un tipo de perlas, o la pulsera *semanario*. En el caso del francés, destacamos *rondelle* (de *rond*), la cual ha dado lugar al español *arandela*, posiblemente por influjo del español *aro* (Corominas, 1985, p. 59). Cabe señalar, asimismo, la presencia de palabras parasintéticas, como *abocardado* y *abrazadera*, que dan cuenta de una conceptualización metáfora antropomórfica, o *acanalado*. Mediante la prefijación, destacamos palabras como *bigornia* o *bizcocho*<sup>4</sup>, *electroformación*

(*électroformation*) o *electromoldeo*, *microfusión*, *microsoldadura*, *monograma* (*monogramme*) o *polícromo* (*polychrome*).

La composición también se manifiesta en este discurso. Mediante sinapsia encontramos términos como *blanco de España* (*carbonate de calcium*) o *collar de noche*. A través de la composición por disyunción encontramos términos como *collar largo matinal* (*collier matinée*) o *collar largo ópera* (*collier opéra*). Este es también el caso de *agua fuerte* (*eau-forte*) y *agua regia* (*eau régale*). No obstante, mediante yuxtaposición se ha desarrollado el término *aguafuerte*, una lámina obtenida mediante el grabado al agua fuerte (Jiménez 2017a, p. 54).

Por otro lado, cabe señalar que la sinonimia es una realidad frecuente en este discurso, posiblemente debido a numerosos motivos, como razones históricas, las diferencias dialectales existentes, la falta de estandarización y por el papel de la metáfora en la conceptualización y denominación. Destacaremos del corpus los términos sinónimos *brazalete* y *brazal*; *cierre de corchete* o *cola de ratón* (*fermoir à crochet*); *engaste abierto*, *à jour*, *americano* o *Tiffany* (*serti à jour*); *engaste invisible*, *de ilusión* o *misterioso* (*monture illusion*); *engaste de uñas*, *garras* o *patillas* (*serti à griffes*) y *talla obús*, *proyectil* o *bomba*. Como se puede observar, varios de estos términos poseen un carácter metafórico y conviven con sus sinónimos, pudiendo ser empleados indistintamente. Ya hemos visto que, para Kövecses (2010), en una misma cultura pueden existir variaciones intraculturales de la metáfora, lo que puede explicar los distintos dominios origen tomados en la formación del término. Además, como se ha señalado previamente, Masid Blanco (2019, p. 31) daba cuenta de que la metáfora se constituye como una nueva manera de denominar algo que ya posee un nombre o para referirse a una realidad de manera vulgar, jocosa o coloquial.

Por otro lado, en este discurso hemos observado la presencia de palabras polisémicas. Este es el caso de *quilate* (*carat*), que, como señala el *Diccionario de la lengua española*

4 En este discurso posee el sentido de “horneado

preliminar para endurecer la pieza antes del esmaltado” (Jiménez Priego, 2017a, p. 275).



(2023), puede referirse a 1) una unidad de masa para las piedras preciosas y las perlas, equivalente a 200 mg y cuyo símbolo es ct, y 2) a una unidad de ley de una aleación de oro, cuyos símbolos son kt o C. Otros casos documentados en la obra de Jiménez Priego (2017a) son *alma*, *bailarina* o *bebedero*, que cuentan, además, con un origen metafórico.

En este discurso debemos señalar, asimismo, la incorporación de palabras de otras lenguas mediante préstamos y calcos. Encontramos en el ámbito de la joyería numerosos ejemplos de préstamos como *écharpe*, un tipo de collar que “se ponían sobre un hombro con un broche y se cruzaban el pecho para abrocharse en el otro extremo de la pechera” (Jiménez Priego, 2017b, p. 7). Otros préstamos que hallamos en la obra lexicográfica de Jiménez Priego (2017b, 2017c) son *égrissage*, *emboutissage*, *paillon*, *négligé*, *mise en croix* o *sautoir*. La adaptación de estos términos puede conllevar, de igual modo, cambios en su significado. Este es el caso de *pabellón*, que, aunque de origen francés, en español se refiere a la parte superior de un diamante tallado, mientras que *pavillon* denomina la parte inferior de la gema (Jiménez Priego, 2017c, p. 7).

Finalmente, señalaremos la existencia de variedades dialectales en este discurso especializado. Es el caso del término *esposa*, el cual, en Argentina, Chile, Ecuador y Honduras se refiere a un anillo episcopal (Jiménez Priego, 2017b, p. 83), y de *vincos*, término usado en la región española de León y referido un tipo de pendientes (Jiménez Priego, 2017c, p. 524).

### 5.1. La metáfora como mecanismo de creación léxica en el discurso de la joyería y su traducción

Tras haber realizado esta aproximación al discurso de la joyería y a los principales mecanismos de formación de palabras, procedemos a analizar aquellos términos metafóricos localizados en el corpus. Hemos podido comprobar que los dominios origen más frecuentemente usados son el SER HUMANO, ALIMENTO, ANIMAL Y EDIFICIO.

Comenzaremos nuestro análisis centrándonos en el primer dominio origen y,

sin duda, el más productivo: EL SER HUMANO. Como hemos visto previamente, Lakoff y Johnson (1986) consideraban que determinadas metáforas surgen por el hecho de poseer un cuerpo que conocemos bien y que funciona e interacciona con nuestro entorno. Este hecho permite la denominación de ciertos elementos mediante partes del cuerpo humano. Este es el caso de los anillos, que poseen una *cabeza* (*tête*), un *cuerpo* (*corps*), un *brazo* (*tige*) y *hombros* (*épaules*). Lo mismo ocurre con el instrumento denominado *abrazadera* (*baguette de serrage*) —que se conceptualiza mediante el *brazo* humano—, y de la *hembra*, definida por Jiménez Priego (2017b, p. 278) como una “anilla o tubo en el cual entra y se fija el cierre”.

Por su parte, las gemas poseen también términos de origen metafórico. Por ejemplo, las superficies planas que se obtienen de la talla de una gema son denominadas *faceta* (*facette*), de *faz*; pero también poseen un *cullet* o, en francés, *collet*, es decir, la “faceta diminuta situada en la base de la culata, paralela a la tabla” (Jiménez Priego, 2017a, p. 572). En este caso, *collet* provendría de *col*, derivado de *collum* (‘cuello’), forma que convive con *cou*, aunque, como señala el DHLF (2019a, p. 793):

Les deux formes *collet* *couse* sont employées indifféremment jusqu’au XVII<sup>e</sup> s. : *col* a désigné la partie du corps de l’homme qui unit la tête au tronc et (1174-1177) cette même partie chez l’animal, deux sens qu’il ne réalise plus que par archaïsme ou pour des raisons d’euphonie. Depuis, *col* s’est confiné dans des contextes évoquant l’habillement et s’est spécialisé dans quelques sens analogues.

Como hemos indicado anteriormente, en ocasiones los términos son incorporados de otras lenguas, donde se ha conceptualizado a partir de una metáfora. Este es el caso de la *culata* de una gema tallada, es decir, la parte inferior al filetín (Jiménez 2017a, p. 572). El término español proviene del italiano *culatta* y este, a su vez, de *culo* (‘culo’) (DLE, 2023), mientras que el equivalente francés, *culasse*, procede de *cul*. Este concepto de *culo* o *cul* también ha dado lugar a otros términos como *cul-de-lampe* en francés.



En lo que respecta a las joyas, estas pueden poseer partes móviles, lo que les vale la denominación de *joyas articuladas* (*bijou articulé*). En el caso de los relojes, estos poseen agujas o *manecillas* para indicar las horas, minutos y segundos. Como indica el DLE (2023), *manecilla* proviene del diminutivo de *mano*, mientras que en francés no se da esta metáfora antropomórfica (*aiguille*). Lo mismo ocurre con el *labio* o borde (*bord*) de una joya.

En otros casos, la zona del cuerpo donde se coloca la joya es la que le otorga el nombre, como *gargantilla* (*ras-de-cou*, *tour-de-cou*) o *collar* (*collier*) —de *collum* (‘cuello’) (DLE, 2023)—. Encontramos este mismo fenómeno en *brazalete* (*bracelet*), de “brazo”, y “bras”; *pulsera* (*gourmette*)—que deriva, según Jiménez Priego (2017c, p. 104) de *pulsus*—; *pectoral* (*pectoral*), de *pectoralis* (‘relativo al pecho’) (DHLF, 2019b, p. 2614) y de *empuñadura*, de *puño*, aunque el francés *manche* proviene de *manicus* (...) y este de *manus* (‘mano’) (DHLF, 2019b, p. 2088).

Si todos estos elementos se conceptualizan en términos del cuerpo humano, no es de extrañar que puedan haberse creado denominaciones que evoquen las diferentes relaciones (padres e hijos, por ejemplo) que se establecen entre los seres humanos. Este es el caso del *peridoto*, el cual era confundido por su color con la esmeralda, lo que le ganó la denominación en español de *esmeralda bastarda* (Jiménez Priego, 2017b, p. 75), mientras que en francés no hemos documentado este adjetivo, sino *émeraude des croisés* (Or du Monde, s.f.). En esta categoría encontramos los términos *madreperla* en español (*nacre* en francés) o *matriz* (*matrice*), entendida esta última como la “roca natural o madre de la que se extrae un mineral” (Jiménez Priego, 2017c, pp. 489-490).

Cabe señalar la presencia de otras expresiones metafóricas antropomórficas relacionadas con aspectos propios de los seres humanos, como la apariencia o la personalidad. En cuanto a la apariencia, destacaremos en español la *cadena barbada*, cuyo equivalente en francés sería *chaîne gourmette*. Podemos apreciar en este último caso cómo en francés sigue materializándose una metáfora antropomórfica, pero, en este caso, relacionada con la personalidad. Con

respecto a aquellas metáforas antropomórficas relacionadas con la personalidad, encontramos el *anillo solitario* (*bague solitaire*), en el que hay montada una sola piedra; el *solitario* (*solitaire*), referido al diamante montado solo en una joya (Jiménez Priego, 2017b, p. 238) y los llamados *metales nobles* (*métal noble*), como son el oro y la plata. Otras construcciones basadas en personificaciones se encuentran en el anillo *tú y yo* (*bague toi-et-moi*).

Existen, asimismo, joyas que hacen referencia directa a determinadas personas, como el *anillo bailarina* o de la pulsera tipo *esclava*, cuya traducción suele ser *gourmette*, pero nunca *esclave*. No obstante, sí hemos documentado el término *esclavage*, con la misma raíz, pero referido en este caso a un collar. Otro término de origen metafórico que ya, por su evolución lingüística, pasa desapercibido es *arracada* (*pendentif*), del árabe *arraqqáda*, ‘dormilona’, porque descansaba en los hombros por su tamaño (Corriente, 1999, p. 226). Aunque diferentes en su forma, en español y francés existen también unos pendientes denominados *domilona* y *dormeuse*. Es también el caso de *amatista* (*améthyste*), que según Corominas (1985, p. 47) proviene del latín *amethystus* y del griego *améthystos*, ‘sobrio, que no está borracho’, pues se creía que esta piedra preservaba de la embriaguez. El DHLF (2019a, p. 106) señala que esta palabra está relacionada con *metano* y da cuenta de este origen que hemos visto en Corominas (1985): “l’étymologie du mot grec témoigne du pouvoir physiologique prêté aux pierres de l’antiquité (...). La Pierre passait en effet pour préserver les buveurs de l’ivresse ; on a pensé que la couleur violette évoquait un vin étendu d’eau, et n’enivrait pas le buveur”. Lo mismo ocurre con la *talla nativa*, que Jiménez Priego (2017c, p. 350) define como una “Gema tallada, facetada y pulida por los mineros de la zona donde se halló, que por lo tanto, no es simétrica ni sus facetas son uniformes [...]”. En lo que respecta a su posible traducción al francés, Clarke (2009) señala los equivalentes *taille native* y, de preferencia, *taille indigène*.

La formación de palabras mediante sufijos permite, asimismo, el establecimiento de términos que expresan acciones que solo los seres vivos (humanos o animales) pueden

efectuar, como es el collar *sautoir* (de *sauter*, ‘saltar’), que pende sobre el pecho (Jiménez Priego, 2017c, p. 211). Este no es un recurso lingüístico precisamente reciente, pues Jiménez (2017a) da cuenta de los términos *ahogador* (o *ahogadera*), para referirse a un collar similar a la gargantilla, y del *brinco* y los *brinquillos*, una joya que las mujeres portaban colgando de las tocas y que, al ir en el aire, parecía saltar (2017a, p. 301).

En lo referente al dominio meta ANIMAL, encontramos términos metafóricos zoomórficos como *boquilla de garras*, *boquilla con patas*, *engaste de garras (serti à griffes)* y *garras (griffes)*, es decir, las patas que sujetan las piedras de un anillo (Jiménez, 2017b, p. 185). Lo mismo ocurre con el término *ala*, referido al “Borde o montura de refuerzo que se pone dentro de un engaste que actúa como soporte de una gema” (Jiménez, 2017a, p. 61), y *pluma (plume)*, entendida como un tipo de fisura interna de una piedra (Jiménez, 2017c, p. 82).

Por motivos de semejanza, algunos animales han dado nombre a ciertas joyas o instrumentos, como es el caso de la *pulsera tipo cangrejo (bracelet à fermoir mousqueton)*, pues esta se caracteriza por poseer unos brazos con dos mitades rígidas y caladas en forma de pinzas (SURGENIA, 2009, p. 17), el cierre de corchete o *cola de ratón (fermoir à crochet)* y el *galápago*, un tipo de fuelle.

Jiménez Priego (2017c) en su diccionario recoge un buen número de términos compuestos relacionados con los animales como *ojo de gato (œil-de-chat)*, *ojo de halcón (œil-de-faucon)* y *ojo de tigre (œil-de-tigre)*.

LOS ALIMENTOS son también una fuente de términos de origen metafórico. En este sentido, encontramos en la obra de Jiménez Priego (2017a), términos arcaizantes como *aguacate*, la forma de denominar en el siglo XVIII los pendeloques de esmeraldas en forma de calabaza o pera; las *alcaparras*, también pendientes, y las *almendrillas*, un tipo de diamantes. En el caso de los juegos de joyas, estos se denominan en castellano *aderezo (parure)* y suelen comprender una joya de *coiffure*, un collar, pendiente, brazalete, anillos y broches (Jiménez, 2017c, p. 17).

Hemos hallado asimismo términos como *perillas (perle en poire)*, un tipo de perla y el *engaste de racimo (serti en grappe)*. Cabe señalar que, en este discurso, un metal es *cocado (cuire)* y puede quedar inmaleable o *agrio (aigre)* y, para recuperar su maleabilidad, puede ser *recocado (recuit)*. Por último, señalaremos el término *bizcochado*, un tipo de horneado para endurecer la pieza antes de ser esmaltada (Jiménez Priego, 2017a, p. 275).

Hemos hallado, además, del dominio origen EDIFICIO para denominar ciertas partes de una joya. Este es el caso del *engaste catedral (serti cathédrale)*, del *punte (pont)* de un anillo o la *ventana* de una gema, es decir, la faceta que permite penetrar la luz y observar su interior (Jiménez Priego, 2017c, p. 498).

## 5.2. La traducción del léxico de la joyería: algunas consideraciones

El análisis realizado en las páginas anteriores ha puesto de manifiesto los retos y dificultades que entraña el léxico del discurso de la joyería, tanto de cara a su comprensión como a su traducción. El primero de ellos es sin duda la gran especialización de este, que, en el caso del traductor, requiere de una importante fase de documentación. En este sentido, no son muchas las obras que, en forma de manuales o tratados, puedan ser utilizadas por el traductor que deba acometer una traducción de esta temática. Tampoco son demasiados los recursos documentales disponibles en la red para ello, al mismo tiempo que las obras monolingües de corte lexicográfico son limitadas, y aquellas de tipo bilingüe o multilingüe son aún más escasas.

En lo que respecta a la traducción del léxico de la joyería, podemos comprobar, en primer lugar, que las metáforas conceptuales subyacentes son compartidas en español y francés. Sin embargo, las expresiones metafóricas de las mismas difieren en ambas lenguas en ciertos casos. De ahí que, tanto en un idioma como en otro, un término pueda ser metafórico mientras su equivalente, no. Este es el caso de *cola de ratón* y *fermoir à crochet*; de *brazo* y *tige*, en el caso de los anillos; de *labios* y *bords*, en el de las gemas, o de *madreperla* y



*nacre*. Asimismo, algunos pares de términos extraídos poseen carácter metafórico, pero el referente tomado es diferente, como *manecilla* y *aiguilles* en el caso de los relojes, o *empuñadura* y *manche*. Esto mismo ocurre con ciertas palabras que, en francés, pueden ser compuestas (*ras-de-cou*, *tour-de-cou*), mientras que en español, no (*gargantilla*). El análisis de estas metáforas conceptuales nos puede arrojar luz sobre cómo se concibe una joya u objeto en la cultura origen y meta — lo cual aporta información de índole cultural y lingüística— y de cara a la propuesta de equivalentes, especialmente si se trata de calcos léxicos; pero, sin duda, el traductor deberá ser cauto en este último punto.

Así pues, nos encontramos con términos de traducción dificultosa por diversas razones: 1) por la presencia de parónimos que pueden provocar confusiones, como *ras-de-cou* y *ras-du-cou* en francés; 2) por poseer un componente de índole cultural, como referencias a un país, región o suceso, como *blanco de España*, una denominación para el carbonato de calcio (*carbonate de calcium*) y que, según su composición, recibe en francés varios equivalentes (*blanc d'Espagne*, *blanc de Meudon*, etc.); 3) por existir falsos amigos o heterosemánticos, como *pabellón* y *pavillon* en el caso de los diamantes, o de *pulsera esclava* y *chaîne gourmette*; 4) por la existencia de palabras polisémicas, como *quilate* en español; 5) por la importante presencia de sinónimos y de variaciones dialectales, como *vincos* o *esposas*; 6) por las diferencias en los referentes tomados en la formación del término, como se aprecia en *esmeralda bastarda* y *émeraude des croisés*.

De esta manera, podemos observar que nos encontramos ante un ámbito de gran complejidad, lo cual dificulta en gran medida la comunicación interlingüística y, en el caso de la traducción, implica en determinados casos una importante labor documental para verificar que el equivalente escogido sea apropiado.

## 6. CONCLUSIONES

En el presente artículo, hemos analizado algunos de los principales procedimientos de creación léxica en el ámbito de la joyería

y hemos incidido en el papel de la metáfora como recurso de denominación. Hemos comprobado que el discurso de la joyería es una lengua de especialidad con un marcado carácter histórico y, además, dinámica, gracias a su capacidad de generar neologismos. Este discurso cuenta con un léxico procedente de la propia tradición joyera, como las técnicas, las herramientas y los productos finales, pero también se nutre a través de la formación de palabras mediante derivación y composición, de préstamos y de calcos. Asimismo, hemos podido comprobar la existencia de términos polisémicos y sinónimos, así como la presencia de variedades dialectales.

Con respecto al papel de la metáfora, esta figura, entendida como un elemento de conceptualización, comprensión y comunicación, ha permitido el surgimiento de numerosos términos —y sinónimos— que hemos podido clasificar en distintos dominios origen, como SERES HUMANOS (LAS JOYAS SON SERES HUMANOS, LAS GEMAS SON SERES HUMANOS), LOS ALIMENTOS, LOS ANIMALES y, por último, LOS EDIFICIOS. No obstante, las metáforas antropomórficas han sido sin duda las más numerosas de nuestro corpus, con multitud de términos que toman el cuerpo humano como dominio origen.

En este sentido, y de cara a la traducción de este discurso, no podemos sino subrayar las diferencias que se aprecian en las dos lenguas estudiadas. Como hemos mencionado, si bien los dominios origen parecer ser compartidos, la manifestación de la metáfora conceptual subyacente puede variar de un idioma a otro. Un traductor deberá no solo documentarse de cara a la traducción de esta terminología, sino analizar la naturaleza del término en la lengua y cultura origen y su equivalente, lo cual, sin duda, aporta información relevante de cara al trasvase interlingüístico. En este sentido, debemos destacar la escasez de recursos monolingües, bilingües o multilingües existentes para abordar este léxico, por lo que las propuestas como el diccionario de Jiménez Priego (2017) o BIJOULEX son sin duda de enorme utilidad para el traductor y para los agentes del sector en el marco de una comunicación interlingüística e intercultural.

Finalmente, cabe señalar que, al encontrarnos ante una línea de investigación



novedosa y poco abordada desde las ciencias del lenguaje, este estudio puede ampliarse mediante la adaptación de los criterios de compilación del corpus. En nuestro caso, nos hemos limitado a la consulta de obras lexicográficas especializadas, de la herramienta BIJOULEX y de un número restringido de páginas web. Sin embargo, las webs pueden dar cuenta de otros mecanismos de formación de palabras y de términos metafóricos que no hemos podido recoger en esta contribución. Asimismo, el análisis de una mayor variedad de documentos permitiría observar variaciones no solo en el uso de metáforas, sino también en la selección léxica realizada, así como diversos mecanismos para facilitar la comprensión del contenido, como explicaciones o descripciones. Nos referimos a géneros textuales como las ya mencionadas webs, las guías, los manuales prácticos o los manuales de aprendizaje para estudiantes, donde se podría apreciar una gradación de la especialización de este discurso en función de los conocimientos de los interlocutores. Esta es, en definitiva, una temática que requiere de estudios complementarios de carácter multidisciplinar.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agost Canós, R. M. (1994). La traducció de la metàfora en el discurs científic i tècnic. En L. Meseguer (ed.). *Metàfora i creativitat* (pp. 267-275). Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Altmanova, J. (2013). Décrire un bijou : analyse des didascalies des boucles d'oreilles. En C. Diglio y J. Altmanova (eds.). *L'art de l'orfèvrerie : parcours linguistiques et culturels* (pp. 35-51). Éditions Hermann.
- Alvar Ezquerro, M. (2002). *La formación de palabras en español*. Arco/Libros.
- Álvarez Jurado, M. (2019). La metáfora bélica en el discurso sobre la plaga de la filoxera en los viñedos franceses: la revista «La vigne française» (1879-1901). En I. Cobos López (ed.). *Estudios sobre traducción e interpretación: especialización, didáctica y nuevas líneas de investigación*. Tirant Humanidades.
- Álvarez Jurado, M. y Policastro Ponce, G. (2023). Proyecto BIJOULEX: una herramienta lexicográfica multimodal al servicio de la traducción y el sector de la joyería y la orfebrería. *Pragmalingüística*, (31), 11-34. <https://doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2023.i31.01>
- Alverson, H. (1994). *Semantics and Experience: Universal Metaphors of time in English, Mandarin, Hindi, and Sesotho*. Johns Hopkins University Press.
- Baena Alcántara, M. D. (2018). Joyas e historia en el Museo Arqueológico de Córdoba. En A. López Fernández (ed.). *Córdoba y su joyería* (pp. 53-66). Instituto de Academias de Andalucía.
- Cabré i Castellví, M. T. (1993). *La terminología. Teoría metodología, aplicaciones*. Editorial Antártida/Empúries.
- Cardenete Flores, M. A. y Campoy Muñoz, M. P. (2017). *Impacto económico del sector joyero cordobés en la economía provincial*. Loyola Economic Research. <http://hdl.handle.net/20.500.12412/2177> (10-10-2023).
- Centro Tecnológico Andaluz del Diseño (SURGENIA) (2009). *Guía para diseñadores y prescriptores de joyería*. SURGENIA.
- Chamizo Domínguez, P. J. (1998). *Metáfora y conocimiento*. Analecta Malacitana.
- Chaume Varela, F. (1994). Metàfora i traducció: Estat de la qüestió. En L. Meseguer (ed.). *Metàfora i creativitat* (pp. 261-266). Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Clarke, G. (2009). *Pierres précieuses taillés natives*. <https://www.gemselect.com/french/other-info/native-cut-gems.php> (20-12-2023).
- Corominas, J. (1987). *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*. Gredos.
- Corriente, F. (1999). *Diccionario de arabismos y voces afines en iberorromance*. Gredos.
- Coutier, M. (1994). Tropes et termes : le vocabulaire de la dégustation du vin. *Meta*, (39, 4), 662-675. <https://doi.org/10.7202/002423ar>
- Coutier, M. (2007). *Dictionnaire de la langue du vin*. CNRS Éditions.



- Cuenca, M. J. y Hilferty, J. (1999). *Introducción a la lingüística cognitiva*. Ariel.
- Fernández Jaén, J. (2019). *El abecé de la lingüística cognitiva*. Arco/Libros.
- Gallego-Iniesta, C. M. (2022). *Metáfora, terminología y traducción: Informes institucionales sobre la crisis económica en inglés, español y alemán*. Frank & Timme.
- García Romero, J. (2002). *El papel de la minería y la metalurgia en la Córdoba romana*. Córdoba [Tesis doctoral, Universidad de Córdoba]. <https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/244/13078938.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (20-12-2023).
- Gómez Cabello, M. (2018): Córdoba ciudad de joyeros. En A. López Fernández, (coord.): *Córdoba y su joyería*. Córdoba: Instituto de Academias de Andalucía, pp. 19-22.
- Ibáñez Rodríguez, M. (2017). *La traducción vitivinícola. Un caso particular de traducción especializada*. Comares.
- Instituto Nacional de Estadística (2023). *Empresas activas. Resultados nacionales. Empresas por condición jurídica, actividad principal (grupos CNAE 2009) y estrato de asalariados*. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=39371#!tabs-tabla> (20-01-2024).
- Instituto Nacional de Estadística (2023b). *Empresas activas. Resultados por comunidades autónomas. Empresas por CCAA, actividad principal (grupos CNAE 2009) y estrato de asalariados*. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=39372> (20-01-2024).
- Jiménez Priego, M.T. (2017a). *Diccionario Ilustrado de la Joyería*. Vol. 1. A-D. ACCI Ediciones.
- Jiménez Priego, M. T. (2017b). *Diccionario Ilustrado de la Joyería*. Vol. 2. E-O. ACCI Ediciones.
- Jiménez Priego, M. T. (2017c). *Diccionario Ilustrado de la Joyería*. Vol. 2. P-Z. ACCI Ediciones.
- Kövecses, Z. (2005). *Metaphor in Culture. Universality and Variation*. Cambridge University Press.
- Kövecses, Z. (2008). Universality and Variation in the Use of Metaphor. En N. L. Johannesson y D. C. Minugh (eds.). *Selected Papers from the 2006 and 2007 Stockholm Metaphor Festivals* (pp. 51-74). Department of English, Stockholm University.
- Kövecses, Z. (2010). Metaphor and Culture. *Acta Universitatis Sapientiae Philologica*, (2, 2), 197-220.
- Kövecses, Z. (2015): *Where Metaphors come from. Reconsidering Context in Metaphor*. Oxford University Press.
- Kövecses, Z. (2018): Metaphor, Cognition, Culture. En M. J. Gelfand; C. Y. Chiu y Y. H. Hong (eds.). *Handbook of Advances in Culture and Psychology*, vol. 7 (pp. 61-106). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190879228.003.0002>
- Kozar, L. (2015). Les métaphores dans les lexiques français et polonais du régime supplémentaire de retraite. *Romanica Cracoviensia*, (15), 19-29. 10.4467/20843917RC.15.002.3999
- Lakoff, G., Johnson, M. (1986/2017). *Metáforas de la vida cotidiana*. Cátedra.
- Llamas Saiz, C. (2005): *Metáfora y creación léxica*. EUNSA. Ediciones de la Universidad de Navarra, S. A.
- Loffer-Laurian, A. M. (2005). Les désignations de minéraux et de gemmes: de la terminologie au vocabulaire courant. *Quaderns de Filologia. Estudis Lingüístics*, vol. X, 151-171. <https://revistas.uv.es/index.php/qfilologia/article/view/5086/4880> (27-12-2023).
- López Fernández, A. (2018). “El oro y la joyería cordobesa”. En A. López Fernández (coord.). *Córdoba y su joyería* (pp. 25-49). Instituto de Academias de Andalucía.
- Luque Colmenero, O. (2019). *La metáfora como herramienta de acceso al conocimiento en las guías audiodescritivas de museos de arte contemporáneo* [Tesis doctoral, Universidad de Granada]. <http://hdl.handle.net/10481/55493>
- Luque Janodet, F. (2020). La metáfora conceptual en el discurso político euroescéptico (francés-español). *Logos: Revista De Lingüística, Filosofía y Literatura*, 30(2), 349-364. <https://doi.org/10.15443/RL3026>

- Luque Janodet, F. (2021). La métaphore conceptuelle dans les langues de spécialité : enjeux terminologiques et linguistiques de son emploi dans l'analyse organoleptique de l'huile d'olive (français-espagnol). *Synergies Europe*, 16, 129-143. [https://gerflint.fr/Base/Europe16/luque\\_janodet.pdf](https://gerflint.fr/Base/Europe16/luque_janodet.pdf) (03-01-2024).
- Masid Blanco, O. (2019). *La metáfora*. Arco/Libros.
- Moliner, M. (2012): *Diccionario de uso del español*. Gredos.
- Newmark, P. (1992). *Manual de traducción*. Cátedra.
- Opera Global Business (2019). *Estudio de internacionalización de la joyería andaluza*. <https://www.andaluciatrade.es/wp-content/uploads/2020/07/Estudio-Internacionalizaci%C3%B3n-Joyer%C3%ADa-Andaluc%C3%ADa.pdf> (20-10-2023).
- Or du Monde (s.f.). *Péridot*. <https://www.ordumonde.com/gemmologie/peridot> (10-01-2024).
- Orús, A. (25 de mayo de 2023). *Número de empresas dedicadas a la fabricación de artículos de joyería, bisutería y similares en España de 2008 a 2020*. <https://es.statista.com/estadisticas/477314/numero-de-empresas-fabricacion-de-articulos-de-joyeria-y-bisuteria-en-espana/> (20-10-2023).
- Parque Joyero de Córdoba (s.f.). *¿Qué es el Parque Joyero?* <https://www.parquejoyero.es/> (15-10-2023).
- Planelles Iváñez, M. (2014). La metáfora como fuente de creación léxica en el lenguaje publicitario del turismo en francés y en español. *Çédille, Revista de estudios franceses*, (10), 305-318. <https://www.ull.es/revistas/index.php/cedille/article/view/1483/976> (19-11-2023).
- Real Academia Española (2023). *Diccionario de la lengua española* [versión 23.7 en línea]. <https://dle.rae.es/> (15-01-2024).
- Rothi, N. y Brigui, F. (2014). Terminologie de la bijouterie traditionnelle et moderne marocaine (Cas de la ville de Fès). En L. Messaoudi y P. Lerat (coords.). *Les technolectes/Langues spécialisées en contexte plurilingue* (pp. 315-338). Publications du laboratoire Langage et Société.
- Salvador, V. (1994). Noves perspectives sobre la metàfora. En L. Messeguer (ed.). *Metàfora i creativitat* (pp. 25-34). Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Samaniego Fernández, E. (1997). *La traducción de la metáfora*. Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial de la Universidad de Valladolid.
- Ureña Gómez-Moreno, J. M. (2012). Conceptual types of terminological metaphors in marine biology. An English-Spanish contrastive analysis from an experientialist perspective. En F. MacArthur; J. Oncins, A. Piquer y M. Sánchez (eds.). *Metaphor in Use: Context, Culture, and Communication* (pp. 239-260). John Benjamins.
- Urquidi Díaz, A. (2018). *De la mente al diccionario: Metáforas creativas y cambio semántico en el discurso económico mediático*. University of Bamberg Press.
- Ullmann, S. (1976): *Semántica. Introducción a la ciencia del significado*. Aguilar.
- VV.AA. (2019). *Dictionnaire historique de la langue française. Tome 1. A-Fo*. Dictionnaires Le Robert.
- VV.AA. (2019). *Dictionnaire historique de la langue française. Tome 2. Fo-Pr*. Dictionnaires Le Robert.
- VV.AA. (2019). *Dictionnaire historique de la langue française. Tome 3. Pr-Z*. Dictionnaires Le Robert.
- Vivanco Cervero, V. (2017). Expresiones de forma y función en las metáforas técnicas. *RILCE. Revista de Filología Hispánica*, (33.2), 748-768. 10.15581/008.33.2.748-68
- Zollo, S. D. (2016). Traitement et assimilation de l'emprunt dans le lexique de la bijouterie de l'Afrique du Nord. En G. Benelli y C. Saggiomo (eds.). *Un coup de dés. Quaderni di cultura francese, francofona e magrebina del Dipartimento di Scienze Politiche "Jean Monnet"* (pp. 285-295). Edizioni Scientifiche Italiane. <https://hdl.handle.net/11562/989064>

## ANEXO I

### Recursos en español

- Baunat (8 de octubre de 2020). *Engastes de diamantes explicados: engaste catedral*. <https://www.baunat.com/es/engaste-catedral> (15-01-2024).
- Jiménez Priego, M.T. (2017a)<sup>5</sup>. *Diccionario Ilustrado de la Joyería*. Vol. 1. A-D. ACCI Ediciones.
- Jiménez Priego, M. T. (2017b). *Diccionario Ilustrado de la Joyería*. Vol. 2. E-O. ACCI Ediciones.
- Jiménez Priego, M. T. (2017c). *Diccionario Ilustrado de la Joyería*. Vol. 2. P-Z. ACCI Ediciones.
- Centro Tecnológico Andaluz del Diseño (SURGENIA) (2009). *Guía para diseñadores y prescriptores de joyería*. SURGENIA.
- Joyerías Bizarro (s.f.). *Imagen sin título*. [https://www.joyeriasbizarro.com/media/wysiwyg/MicrosoftTeams-image\\_4\\_.png](https://www.joyeriasbizarro.com/media/wysiwyg/MicrosoftTeams-image_4_.png) (10-12-2023).

### Recursos en francés

- 77 Diamonds (s.f.). *Les 7CS*. <https://www.77diamonds.com/fr/diamant-education.html>
- Académie française (s.f.). *Dictionnaire de l'Académie française*. <https://www.dictionnaire-academie.fr/> (25-01-2024).
- Apprendre La Bijouterie (s. f.). *Le vocabulaire du bijoutier*. <https://www.apprendre-la-bijouterie.com/glossaire/> (12-12-2023).
- Baume (s.f.). *Glossaire du Bijou : Découvrez le vocabulaire dédié aux bijoux expliqué*. <https://www.bijouxbaume.com/glossaire-du-bijou-m60360.html> (12-12-2023).
- Beldiamond (s.f.). *Les différents types de sertissages d'une bague de fiançailles*. <https://www.beldiamond.com/fr/blogs/guidance/the-different-types-of-engagement-ring-settings> (10-12-2023).

Centre national de ressources textuelles et lexicales (s.f.). *Lexicographie*. <https://cnrtl.fr/definition/> (30-12-2023).

Clarke, G. (2009). *Pierres précieuses taillées natives*. <https://www.gemselect.com/french/other-info/native-cut-gems.php> (20-12-2023).

DiamondsFactory (2 de febrero de 2021). *L'anatomie d'un anneau : pièces et dessins*. <https://www.diamondsfactory.fr/blog/anatomie-dun-anneau-pieces-et-dessins> (20-12-2023).

Gemmantia (s.f.). *Glossaire des pierres précieuses*. <https://gemmantia.com/fr/encyclopedie-des-pierres-precieuses/glossaire-pierres-precieuses/c/page-1-15> (22-12-2023).

Juwelo (s.f.). *Tout sur la fabrication des bijoux et le sertissage avec Juwelo*. <https://www.juwelo.fr/guide-des-pierres/fabrication-sertissage-des-bijoux/> (24-01-2024).

MiaProvence (s.f.). *À chacune son type de collier et sa longueur de collier*. <https://www.miaprovence.com/type-de-collier-et-sa-longueur-de-collier/> (16-01-2024).

Trésors d'avant (s.f.). *Glossaire*. <https://tresorsdavant.com/glossaire/> (20-12-2023).

Office québécois de la langue française (s.f.). *Grand dictionnaire terminologique*. <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca> (15-01-2024).

Or du Monde (s.f.). *Péridot*. <https://www.ordumonde.com/gemmologie/peridot> (10-01-2024).

Osprey Paris (s. f.). *Glossaire*. <https://www.osprey.fr/glossaire/#Feu> (20-12-2023).

### Recursos multilingües

Universidad de Córdoba. *BIJOULEX*. Disponible en: <https://bijoulex.web.app/search> (20-10-2023).

<sup>5</sup> Debemos señalar que la obra de Jiménez Priego presenta, en ocasiones, equivalentes en inglés y francés de los términos en español y que han sido empleados en este estudio.