

APROXIMACIÓN AL PROCESO DE DESAUTOMATIZACIÓN EN LA FRASEOLOGÍA ESPAÑOLA Y POLACA

AGNIESZKA SZYNDLER

Universidad de Silesia en Katowice

agnieszka.szyndler@us.edu.pl

Resumen

Tradicionalmente, las unidades fraseológicas han sido concebidas como estructuras prefabricadas, estables, no- composicionales que manifiestan un alto grado de institucionalización o reproducción. Al ser combinaciones del lexicón mental y al estar almacenadas en la memoria, parecen estar exentas de creatividad. Sin embargo, en el presente trabajo queremos ofrecer una visión general del proceso de desautomatización fraseológica, es decir, explicar su naturaleza y objetivos. Asimismo, tomando como punto de partida las investigaciones de Corpas Pastor (1996), Corpas Pastor y Mena Martínez (2003) o Timofeeva (2009), diferenciaremos los dos principales tipos de la mencionada desautomatización (la formal y la semántica) y los ilustraremos con ejemplos reales, obtenidos de textos periodísticos, publicitarios y humorísticos españoles y polacos. Nuestro objetivo es demostrar que las unidades fraseológicas son sensibles al contexto, es decir, según el entorno lingüístico en que aparezcan pueden sufrir manipulaciones creativas y voluntarias que pueden dar lugar a resultados muy variados. Por ello, no deberían concebirse como estructuras lingüísticas estancadas, sino como entidades de gran potencial comunicativo.

PALABRAS CLAVE: desautomatización formal, desautomatización semántica, fijación y modificación fraseológicas, discurso.

Abstract

Traditionally phraseological units have been considered as pre-established, stable, non-compositional structures that exhibit a high degree of institutionalization and reproduction. Being units of mental lexicon, stored in the memory, they seem to be deprived from creativity. This paper aims to provide an overview of phraseological manipulation process, i.e. it explains its nature and objectives. Taking as a starting point the investigations of Corpas Pastor (1996), Corpas Pastor y Mena Martínez (2003) and Timofeeva (2009), we distinguish two main types of this phenomenon, formal and semantic phraseological manipulation, and we illustrate them with real-life examples, taken from Spanish and Polish journalistic, advertising and humorous texts. The paper seeks to show that phraseological units are susceptible to contextual effects, that is, they may undergo different kinds of creative, conscious and voluntary manipulations depending on the contextual circumstances in which they are involved. That is why it is important to analyze their varied communicative functions.

KEY WORDS: formal phraseological manipulation, semantic phraseological manipulation, phraseological modification and fixation, discourse.

1. Introducción

Si bien resulta evidente que el universo fraseológico es, en sí mismo, muy complejo, variado y heterogéneo, no es menos obvio que tanto la concepción de la fraseología como la clasificación y la delimitación de las unidades objeto de estudio sigue siendo una cuestión polémica¹. Dada la notable cantidad de estudios centrados en distintos aspectos fraseológicos, puede constatar que la fraseología, en los últimos años, se ha convertido en una disciplina muy prolífica, no solo en el ámbito puramente lingüístico, sino también en el mundo virtual, en los portales o redes sociales, que cada día gozan de más popularidad.

Puesto que la fraseología «es más apreciable si el análisis lingüístico incorpora una consideración de parámetros contextuales y/o pragmáticos asociados a ámbitos discursivos concretos» (Fernández Toledo y Mena Martínez, 2007: 182), en el presente artículo nos centraremos en la investigación de las unidades fraseológicas (en adelante UF) no en su vertiente canónica, sino en una modificada. Recurriendo a unas locuciones o paremias españolas y polacas, intentaremos ilustrar lo señalado por Timofeeva (2009: 249) sobre cómo que el significado fraseológico, «supuestamente fosilizado de pronto se convierte en la materia prima para nuevas creaciones lingüísticas». Asimismo, conviene mencionar que ambas esferas fraseológicas, esto es, locuciones y paremias, no han sido elegidas al azar, dado que parecen ser las más propensas a presentar este proceso creativo y manipulador (cfr. Corpas Pastor, 1996: 234; Quepons Ramírez, 2009: 496-497).

Cabe recalcar también que la vertiente creativa de la fraseología, denominada de forma distinta por diversos lingüistas —*desautomatización* (Zuluaga Ospina, 2001; Timofeeva, 2009; Ruiz Gurillo, 1997b; Mena Martínez, 2003, etc.), *deslexicalización* (García-Page Sánchez, 1989), *conversión ilícita* (Mendivil Giró, 1999), *manipulación creativa* (Corpas Pastor, 1996; Corpas Pastor y Mena Martínez, 2003), *neologismo fraseológico* (González Calvo, 2007), *innowacja frazeologiczna*² (innovación fraseológica; Bąba, 1989)— ya constituye un elemento clave o componente esencial e inherente a varios géneros discursivos, entre ellos, textos periodísticos, publicitarios o humorísticos.

En las líneas que siguen nos adentraremos en distintas manifestaciones del fenómeno de la desautomatización fraseológica, tan comúnmente usado en nuestra vida diaria. Es decir, ofreceremos tanto una perspectiva general del mismo como presentaremos algunas particularidades de su funcionamiento. Puesto que el proceso en cuestión parece estar estrechamente vinculado con el rasgo de fijación y variabilidad fraseológicas, esto es, forma parte de un fenómeno más amplio, de hecho, en el apartado

¹ Como señala Castillo Carballo (1997-1998: 68), existe una multitud de discrepancias en cuanto a la denominación genérica del objeto de estudio de la fraseología, es decir, se puede notar una gran variedad terminológica, referida tanto al vocablo general que debe abarcar estos hechos lingüísticos, como a las denominaciones de cada uno de los fenómenos individuales: *unidad fraseológica*, *expresión pluriverbal*, *unidad pluriverbal lexicalizada y habitualizada*, *unidad léxica pluriverbal*, *expresión fija o fraseologismo*.

² En el presente trabajo emplearemos indistintamente los términos *desautomatización* o *manipulación*, los cuales serán explicados con más detalle en los apartados siguientes.

segundo abordaremos con más detalle la cuestión de la correspondencia mutua entre estas nociones; es decir, compartimos la opinión de Mena Martínez (2003) de que, al investigar la desautomatización fraseológica, en primer lugar conviene situarla en el área a la que pertenece, esto es, en el de la variabilidad. El bloque tercero tiene por objetivo acercar al lector al concepto propiamente dicho, porque con mucha frecuencia se le ha venido confundiendo con otros hechos fraseológicos como variantes, modificaciones o desviaciones lingüísticas. Por ello, intentaremos explicar la naturaleza del mismo, así como sus objetivos y los efectos especiales que produce en el proceso de la comunicación. A raíz de lo expuesto, en el apartado siguiente presentaremos diferentes tipos de este procedimiento discursivo y los ilustraremos con ejemplos españoles y polacos, obtenidos, o bien de textos periodísticos y publicitarios, o bien de diversos portales sociales. Pasando de la teoría a la práctica, podremos investigar la gran influencia comunicativa del fenómeno en cuestión, esto es, analizaremos las diferentes funciones que desempeñan las unidades fraseológicas modificadas (en adelante UFM) en este tipo de textos.

En definitiva, dados los límites del presente trabajo, nuestro objetivo no es realizar un estudio exhaustivo de la desautomatización fraseológica desde una perspectiva comparada, sino el de presentar, recurriendo a ejemplos de ambas lenguas, distintas facetas del mismo. O sea, aludiendo a las diversas maneras en las que se puede desarrollar la manipulación formal y semántica, intentaremos profundizar en este procedimiento complejo y «más olvidado en los estudios fraseológicos» (Mena Martínez, 2003).

2. La fijación fraseológica: ¿una característica absoluta o variable?

A la hora de investigar el fenómeno de la desautomatización fraseológica, a nuestro parecer, en primer lugar conviene mencionar dos de las características principales de las UF, íntimamente relacionadas y, a la vez, complejas que pueden acoger distintas manifestaciones y actuar en varios niveles: la fijación y la variabilidad. No obstante, teniendo en cuenta el objetivo del presente artículo, hemos decidido descartar diversas clasificaciones y tipologías de las mismas³ y centrarnos solamente en las consecuencias que estas propiedades producen.

Tradicionalmente, como señalan Corpas Pastor y Mena Martínez (2003: 181), la fraseología se ha considerado como una parcela eminentemente estable de las lenguas, hasta el punto de merecer adjetivos como *fosilizado*, *congelado*, *prefabricado*, etc. Zuluaga Ospina (2001: 71), por su parte, subraya que las UF se incluyen en el saber lingüístico de la comunidad, están institucionalizadas y estandarizadas. Son expresiones fijadas arbitrariamente por el uso repetido en una comunidad lingüística determinada, esto es, son reproducidas en el hablar como construcciones previamente hechas, puesto que han sido almacenadas con anterioridad en la memoria.

³ Para profundizar en estos aspectos véanse: Thun (1978), Zuluaga Ospina (1975, 1980), Ruiz Gurillo (1997a), Montoro del Arco (2005), entre otros.

Tal y como subrayan Corpas Pastor (1996: 21), Corpas Pastor y Mena Martínez (2003: 182), la estabilidad formal de una UF, esto es, la invariabilidad y la imposibilidad de conmutación de sus componentes, así como su repetición en el discurso, pueden desembocar en su convencionalización o institucionalización, una cualidad denominada *reproducibilidad* por Zuluaga Ospina (1980: 16). Baránov y Dobrovol'skij (1998: 28-29), por su parte, corroboran que el aspecto de la institucionalización, que atañe al uso de la UF dentro de un grupo social, al contrario que el aspecto estructural, es obligatorio: «si falta la institucionalización, entonces no tiene sentido hablar de fijación desde el punto de vista de la estructura, ni desde cualquier otro» (Baránov y Dobrovol'skij, 1998: 29). Según Timofeeva (2008: 283, 295), la fijación uso-social es una característica básica que actúa como indicador para el hablante de que la expresión forma parte, en mayor o menor grado, del inventario fraseológico de una lengua, la fijación formal aparece más bien como consecuencia de la fijación uso-social.

Asimismo, cabe mencionar que la fijación fraseológica puede presentarse desde dos perspectivas diferentes pero no por ello irreconciliables: la ya mencionada estabilidad formal o inmodificabilidad y la defectividad gramatical⁴, aunque se pueden apreciar UF, sobre todo las que pertenecen a la tercera esfera fraseológica⁵, que toleran ciertas inflexiones estructurales y modificaciones (cfr. García Yelo, 2012: 113). Según Corpas Pastor y Mena Martínez (2003: 182), la estabilidad formal también parece ser un ingrediente esencial de la variabilidad fraseológica:

[...] la fijación supone para la combinación de palabras una menor capacidad de variación que el resto de expresiones libres de la lengua, lo que implica la posibilidad de predecir los componentes de la unidad lingüística, aspecto imprescindible y necesario para la generación de una de las manifestaciones de la variabilidad: la modificación.

No obstante, por otra parte, las autoras corroboran que el concepto de fijación fraseológica entendido desde el punto de vista tradicional, esto es, como una propiedad estable, no propensa a alteraciones léxicas, semánticas o morfosintácticas, queda en entredicho. Tomando en consideración la existencia de cambios reales y potenciales de las UF, las investigadoras postulan, siguiendo a otros lingüistas como Fleisher (1982), Gläser (1986) o Wotjak (1992), hablar de la fijación fraseológica, no como una característica absoluta, sino como una propiedad relativa y variable: «la variabilidad se hace posible justamente porque las UF tienen una forma estable y unas marcas bien definidas» (Corpas Pastor y Mena Martínez, 2003: 183). La misma opinión la comparte Dobrovol'skij (1988: 159), quien concibe la variación fraseológica como un universal lingüístico que permite medir el grado de regularidad de un sistema fraseológico dado:

⁴ La estabilidad formal se refiere a una estructura estable, acabada, definitiva, impermeable al cambio, mientras que la defectividad muestra una secuencia gramaticalmente atípica, no generada según las reglas de la gramática común y, por lo tanto, defectiva porque carece de las propiedades de las series de combinación libre de palabras (García-Page Sánchez, 2008: 213).

⁵ Sobre la clasificación de las UF en tres esferas fraseológicas, véase Corpas Pastor (1996: 50-52).

cuantas más variaciones, transformaciones o modificaciones presenten las UF de una lengua, más regular es su sistema fraseológico.

En resumen, puede constatarse que la llamada estabilidad fraseológica es el rasgo definitorio de las UF, una propiedad esencial de la fraseología; sin embargo, no todas presentan los mismos tipos de fijación, es un fenómeno gradual que «va desde la UF cuya forma citativa no varía prácticamente nunca —salvo las variaciones típicas del componente verbal conjugado— hasta las coexistencias de varias formas citativas con marcas diatópicas, diastráticas o diafásicas distintas [...]» (Wotjak, 2006: 172). Así pues, la fijación y la variación fraseológicas no se consideran rasgos excluyentes, sino complementarios del hecho fraseológico (cfr. Burger *et alii*, 1982: 67).

Cabe recalcar que los distintos tipos de fijación⁶ se ven implicados en el fenómeno de *manipulación* o *desautomatización* (cfr. el apartado 3), puesto que, como resalta Ruiz Gurillo (1997a: 74-81, 2001: 16-20), la defectividad es una parte integrante de la fijación e, incluso, su simple consecuencia. La modificación no está reñida con la estabilidad, tanto semántica como formal, sino que, en cierto sentido, depende de ésta y del conocimiento previo de las unidades originales que les sirven de base (Corpas Pastor, 1996: 233). Zuluaga Ospina (2001: 71) señala, además, que las alteraciones o modificaciones de las UF, tanto en su estructura interna como en su combinación con otros elementos del discurso, ocasionan una serie de efectos especiales —lo que se denomina *desautomatización*—, considerados como la prueba fehaciente de la fijación fraseológica. Así pues, se trata de la manipulación creativa y voluntaria de una UF en un contexto con lo que se persigue un efecto pragmático (expresivo, humorístico, etc.).

En definitiva, opinamos que ambas características fraseológicas presentadas —la fijación y la variabilidad— deberían ser tratadas como partes de un mismo proceso, presentan una relación de dependencia y acogen diferentes manifestaciones, entre ellas, la de modificación o desautomatización, conceptos que exponemos a continuación.

3. La modificación y la desautomatización fraseológicas: ¿conceptos sinónimos o dos caras de la misma moneda?

Tal y como hemos mencionado en el apartado anterior, la variabilidad fraseológica no es una categoría homogénea y uniforme, sino que es un fenómeno que «da cabida a múltiples manifestaciones que resultan de diferentes motivaciones e intencionalidades así como de diversos mecanismos lingüísticos» (Corpas Pastor y Mena Martínez, 2003: 184). Por ejemplo, dentro del concepto de variabilidad se incluían tradicionalmente dos grandes grupos: *variantes sistemáticas* o *institucionalizadas* (junto con las *variaciones*)⁷ y *modificaciones ocasionales* de las UF, que surgen en el discurso y están empleadas conscientemente por los hablantes de una comunidad lingüística dada, de ahí que

⁶ Por ejemplo, la *fijación interna* y la *fijación externa* propuestas por Thun (1978), la *fijación formal* y la *fijación pragmática* distinguidas por Montoro del Arco (2005) o la *fijación formal* y la *fijación uso-social* señaladas por Timofeeva (2008) y Baránov y Dobrovol'skij (1998).

⁷ Para profundizar en la diferencia entre variantes y variaciones véase Zuluaga Ospina (1975, 1980) o Corpas Pastor (1996).

persigan una finalidad determinada y no sean expresiones usuales, sino novedosas, poco estables. Así pues «las modificaciones y las variantes emplean los mismos procedimientos en su generación pero difieren en las cuestiones pragmáticas, estilísticas y sociolingüísticas derivadas de la motivación del hablante, de los efectos ocasionados y de la institucionalización» (Corpas Pastor y Mena Martínez, 2003:184-185).

Por lo que se refiere a la modificación, una vertiente potente del universo fraseológico, cabe recalcar que muy a menudo se habla incluso de *producción en la reproducción*, esto es, se distinguen unas UFM, unidades en parte producidas y en parte reproducidas por el hablante, que surgen de un acto creativo y voluntario dentro de los límites de un lenguaje relativamente fijo y establecido (Corpas Pastor y Mena Martínez, 2003: 188). Además, el grado de modificación parece directamente proporcional al grado de fijación de las mismas: «cuanto mayor es su fijación, y por ende su institucionalización, más posibilidades hay de que sufran modificación en el discurso, y de que tal modificación y su efecto sean reconocidos por los hablantes» (Corpas Pastor, 1996: 29).

Dado que la desautomatización, como señala Mena Martínez (2003), se encuadra también dentro de la parcela de la variabilidad fraseológica, surge la pregunta: Ambos conceptos, esto es, la modificación y la desautomatización, ¿son sinónimos y deberían meterse en el mismo saco o más bien son *dos caras de la misma moneda*? Es decir, ¿forman parte del mismo fenómeno o no son iguales, sino que presentan discrepancias y solapamientos?

Para resolver esta duda previamente parece imprescindible plantearnos dos cuestiones fundamentales: ¿qué entendemos por desautomatización?, ¿en qué consiste este fenómeno?

Ya hemos mencionado que existe una gran confusión terminológica acerca de las diversas manifestaciones de la variabilidad fraseológica, puesto que muchos investigadores, bien tratan indistintamente los conceptos en cuestión, bien los denominan de manera diferente e, incluso, emplean otros términos, como el de *deslexicalización* o *manipulación creativa* (cfr. el apartado 1). Como admite Mena Martínez (2003), cuya opinión compartimos, «en ocasiones los términos modificación y desautomatización han sido utilizados para nombrar la misma cosa. Es cierto que en determinados contextos las palabras modificación y desautomatización pueden utilizarse como sinónimas pero en otros contextos no». Asimismo, la lingüista señala que algunos investigadores aluden al concepto *desautomatización* para referirse a un determinado tipo de modificación⁸.

⁸ Es decir, existen diferentes clasificaciones de los procedimientos de modificación. Por ejemplo, Koller (1977) distinguió entre modificaciones internas y externas; Burger (1998), opinando que la clasificación de Koller es poco práctica y clara, propuso su propia taxonomía: 1) modificaciones que afectan a la forma exterior y 2) modificaciones que solo se refieren al significado; Corpas Pastor y Mena Martínez (2003: 192-193), por su parte, ampliaron ambas taxonomías y dividieron las modificaciones en dos grupos: 1) modificaciones formales, esto es, cambios no estandarizados que se producen en el interior de la estructura formal de la UF; 2) modificaciones semántico-contextuales y

Según la autora, podemos hablar de desautomatización fraseológica siempre y cuando estemos ante «*el proceso* que se desencadena en algunas UF cuando se les ha aplicado *de forma intencionada* cualquier procedimiento de manipulación o modificación creativa. Las modificaciones son los cambios ocasionales o manipulaciones creativas que los hablantes han llevado a cabo en la UF persiguiendo *cierta finalidad*⁹» (Mena Martínez, 2003).

Corpas Pastor y Mena Martínez (2003: 193), a la hora de presentar su propia clasificación general de las alteraciones creativas de las UF (cfr. la nota 8), también pretenden separar los cambios ocasionales de los efectos semánticos que estos producen: «Todas y cada una de estas alteraciones pueden tener consecuencias semánticas, pero dichas consecuencias no constituyen en sí mismas modificaciones sino que forman parte de los efectos que éstas ocasionan y del proceso creativo que se desencadena conocido como desautomatización» (Corpas Pastor y Mena Martínez (2003: 193).

De ahí que dicho proceso tenga su origen en la intención del hablante (H) que realiza una serie de operaciones creativas impulsado por una determinada finalidad, por ejemplo, la de captar la atención del oyente; y que culmine en el momento en el que la nueva UF despliega toda una serie de efectos especiales y llamativos. Dicha unidad, entonces, puede considerarse desautomatizada y una «sencilla manifestación de ingenio» (Guerra Salas, 1997: 303). Así que uno de los objetivos de este proceso voluntario y de ruptura de la denominada institucionalización es la manifestación de los efectos de índole semántica, estilística y pragmática que pueden ser percibidos y disfrutados por la(s) persona(s) a la(s) que alcance la UF desautomatizada (Mena Martínez, 2003). El proceso de desautomatización siempre produce una serie de efectos propios en el discurso y según Zuluaga Ospina (2001: 76), parte de la doctrina de los formalistas rusos quienes «hablan del arte como procedimiento o artificio que libere al lenguaje, y a los medios de expresión en general, de sus automatismos, de su cotidianidad monótona, y refuerce la percepción».

Fernández Toledo y Mena Martínez (2007: 192), por su parte, señalan tres efectos comunicativos de la desautomatización:

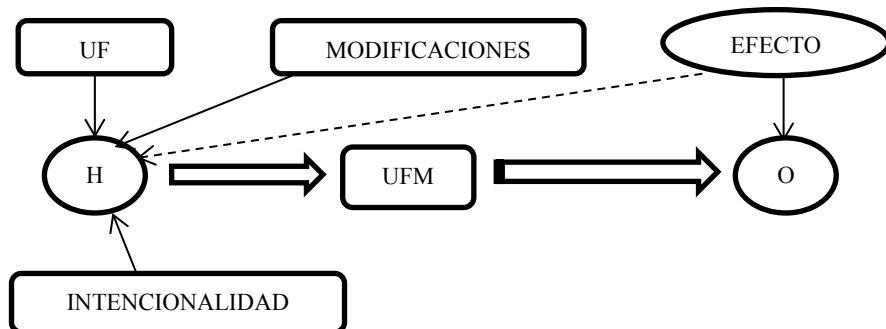
- 1) Crear incertidumbre y provocar interés;
- 2) establecer inferencias;
- 3) presentar innovación; romper con los tópicos.

Según Guerra Salas (1997: 303), la ruptura de la UF original (en adelante UFO) provoca «una intención de originalidad, una complicidad con el lector, un juego compartido que se trastoca y que produce en el lector cierta fruición intelectual». Timofeeva (2009: 250), por su parte, subraya que esas nuevas creaciones voluntarias, esto es, las manipulaciones de la forma y de las características de significación de la UF, pueden tener diversos objetivos —persuasivos, lúdicos, aclaratorios— y ejercer una

pragmáticas, es decir, cambios que ocurren en relación con otros aspectos que conectan la unidad con su entorno.

⁹ El subrayado es nuestro.

atracción especial sobre el destinatario. Además, pone de manifiesto que el uso de la UF siempre es un hecho marcado, de ahí que cualquier modificación en la UF original rompa doblemente la Máxima de Manera (cfr. Levinson, 2004[2000]). Por tanto, «es de esperar que el oyente convierta su desconcierto inicial en una firmeza sobre la importancia de los efectos comunicativos que le quiera transmitir el hablante» (Timofeeva, 2009: 262). Así pues, el proceso de desautomatización tiene mucho en común con el propio acto comunicativo, con la codificación y la decodificación de un mensaje (Mena Martínez, 2003) y puede ilustrarse de la manera siguiente:



Cuadro 1. El proceso de desautomatización adaptado de Mena Martínez (2003)

Dicho de otra manera, las UF son, en cierto sentido, materia prima y las modificaciones parecen las herramientas a las que puede recurrir el hablante para producir en el oyente (O) un efecto determinado¹⁰. Dada la existencia de muchos tipos de las UF¹¹, no es de extrañar que se puedan apreciar también diversos tipos de modificaciones, tanto formales como no formales (cfr. la nota 8). Por ello, según el tipo de UF con la que el hablante se encuentre, utilizará una modificación u otra dependiendo también de los resultados que espere obtener (cfr. Mena Martínez, 2003).

Tomando en consideración todo lo mencionado, conviene subrayar que la desautomatización no puede confundirse con el fenómeno de la modificación, esto es, ambos conceptos no deben tratarse indistintamente, puesto que el primero se refiere a todo el proceso, mientras que el segundo solo es una parte de él. Las modificaciones son mecanismos transgresores que pueden conllevar un proceso de desautomatización (cfr. Quepons Ramírez, 2009: 494). Como pone de manifiesto Mena Martínez (2003):

Si el proceso no se completa, no llega al final, tendremos modificación pero no desautomatización. Por tanto, la desautomatización es *el resultado de algunas modificaciones*¹², lo cual también implica que pueden darse modificaciones creativas

¹⁰ Dicho efecto también es percibido por el hablante, lo que está representado en el esquema mediante la línea discontinua.

¹¹ Para profundizar en este tema véanse las clasificaciones de las UF de Casares Sánchez (1992 [1950]), Zuluaga Ospina (1980), Tristán Pérez (1985), Corpas Pastor (1996), Ruiz Gurillo (1997a), Montoro del Arco (2005), Wotjak (2006), entre otros.

¹² El subrayado es nuestro.

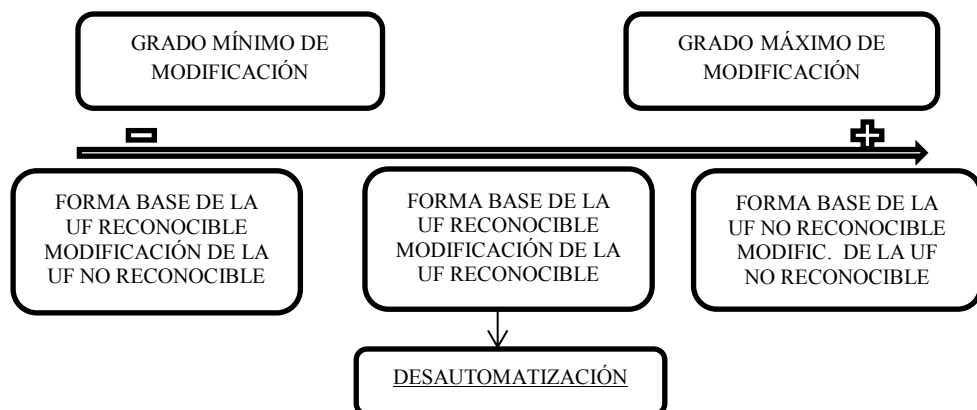
en una determinada UF sin que ésta llegue a alcanzar el estatus de forma desautomatizada. Dicho con otras palabras: puede haber modificación sin desautomatización pero no desautomatización sin modificación.

Así pues, tal y como subraya la autora, la modificación no siempre desencadena la desautomatización, esto es, aunque sea consciente y voluntaria pero no se aparte lo suficiente de la forma base, será solamente una simple modificación y no conllevará un efecto comunicativo perceptible¹³.

Mena Martínez (2003) presenta también tres requisitos que debe cumplir la UF para poder considerarse como desautomatizada:

- 1) La modificación debe ser una verdadera modificación, es decir, debe representar un cambio ocasional, voluntario e intencionado del hablante;
- 2) la modificación debe desviarse lo suficiente de la forma originaria para que el cambio pueda ser percibido;
- 3) la forma base, la unidad originaria, debe ser reconocible y recuperable con ayuda de los elementos conservados e inalterados, o mediante el contexto.

Así pues, si de los tres solamente se cumple el primer requisito, hablaremos de modificaciones que pueden o no producir la desautomatización. La última únicamente aparecerá a condición de que se cumplan todos los requisitos mencionados, que forman una especie de *continuum*, lo que demuestra el esquema siguiente:



Cuadro 2. La diferencia entre la modificación y la desautomatización, adaptado de Mena Martínez (2003)

Nos parece oportuno mencionar que compartimos la opinión de Timofeeva (2009: 254) según la cual el último requisito parece ser el más importante del fenómeno de la desautomatización, puesto que si la forma base no se reconoce, cualquier manipulación

¹³ Otros investigadores, por ejemplo García Yelo (2012: 116), no comparten esta opinión, dado que señalan que «la desautomatización es previa a la variación, pues cualquier modificación en la forma canónica supone una desautomatización».

resulta inefectiva y pierde todo sentido: «la esencia de la desautomatización fraseológica radica justamente en la recuperación de la unidad original, para que el cambio sea valorado y juzgado en función de los efectos inferenciales que desencadena».

Para ilustrarlo mejor, recurrimos a dos ejemplos de las UFM: *No hay bar que por bien no venga* y *Jak się człowiek śpieszy to się Caps Lock cieszy* (español: *Cuando el hombre tiene prisa, Caps Lock se alegra*)¹⁴. En ambos casos, la forma base y la modificación son reconocibles y perceptibles: *No hay mal que por bien no venga* y *Jak się człowiek śpieszy to się diabeł cieszy*¹⁵, respectivamente. Resulta evidente que dichas unidades forman parte del centro del esquema, puesto que ejemplifican el fenómeno de la desautomatización, un proceso consciente, producido por la modificación de las UF originales involucradas. Mientras que ocurre la situación contraria con la frase *Sólo si se me juntan los cables* en la que la forma base de la UFO es reconocible (*cruzársele a alguien los cables*), pero la modificación apenas es perceptible, el oyente no capta la desviación (Mena Martínez, 2003).

Cabe recalcar que la desautomatización, aunque se produzca a partir de las modificaciones creativas en la forma canónica de la UF, no siempre implica un cambio formal. Tampoco puede confundirse con las desviaciones o contaminaciones (por ejemplo *dorar las orejas* en vez de *regalar las orejas*; o *sudar la tinta gorda* en vez de *sudar la gota gorda*), ni con las variantes léxicas institucionalizadas (*ser uña y mugre*, *ser uña y diente*, variantes latinoamericanas de la UF *ser uña y carne*¹⁶), dado que es un fenómeno totalmente consciente y voluntario, aunque, por otra parte, también no estandarizado y no inventariado, de ahí que parezca guardar cierto paralelo con las desviaciones. Así, tanto el contexto como el cotexto que rodean a la unidad son imprescindibles para distinguir entre una desviación o una desautomatización (Mena Martínez, 2003). La misma opinión la comparte García-Page Sánchez (2008: 261), quien afirma que las formas desautomatizadas, al contrario que los simples *lapsus linguae*, son fruto de manipulaciones conscientes y calculadas, diseñadas en función de los propósitos persuasivos del hablante.

No obstante, tampoco puede negarse que ciertas modificaciones que desencadenan la desautomatización, así como ciertas desviaciones, pueden convertirse en unidades fraseológicas institucionalizadas y convencionalizadas, en variantes (cfr. Mena Martínez, 2003). García-Page Sánchez (2008: 261) pone de relieve, incluso, que existen creaciones novedosas o recreaciones fraseológicas que no caen en el olvido y consiguen adherirse al léxico mental de los hablantes, no obstante nunca reemplazarán la fórmula canónica, ambas conviven temporalmente.

Una vez analizados y concretados los límites de ambos fenómenos, esto es, el de la desautomatización y el de la modificación fraseológicas, para lo que nos hemos basado

¹⁴ Dicha UFM fue extraída del portal polaco *demotywy.pl* (<http://demotywy.pl/1022384/Jak-sie-czlowiek-spieszy>; fecha de consulta: 26-03-2013).

¹⁵ La traducción literal es *Cuando el hombre tiene prisa, el diablo se alegra*, lo que equivale en español a *Vísteme despacio, que tengo prisa*.

¹⁶ Ejemplos de Mena Martínez (2003).

en la clasificación propuesta por Timofeeva (2009: 256-259), a continuación presentaremos la tipología de los casos de desautomatización.

4. Clasificación de la desautomatización fraseológica

Tal y como hemos mencionado, no podemos hablar de la desautomatización sin referirnos a algún tipo de modificación de los componentes de una UF determinada, lo que conlleva la actualización de su significado, total o parcial, que pierde su carácter convencionalizado. No obstante, según Timofeeva (2009: 255), «a menudo lo único que se actualiza en una UF desautomatizada no es su significado, sino su fraseologicidad, esto es, el hecho de ser fraseológico el significado original».

Asimismo, no es de extrañar que los refranes o las paremias constituyan una categoría de desautomatización por excelencia debido a dos razones fundamentales (García Yelo, 2012: 114):

- a) la estructura métrica del refrán, la presencia de rima interna y su brevedad formal han favorecido su conservación en la lengua durante siglos, anclándose en el acervo colectivo como estructuras proverbiales por lo que pertenecen al saber común de una comunidad lingüística determinada que es capaz de reproducirlas y reconocerlas, a pesar de que en ocasiones algunas desautomatizaciones provocan que resulte un tanto complicado encontrar la UFO a la que hace referencia.
- b) la función comunicativa y pragmática propias de los refranes, que condensan en unas pocas palabras un gran contenido, inducen en numerosas ocasiones, la adhesión del interlocutor al argumento del locutor que enuncia el refrán, lo cual, sin duda, favorece el intercambio lingüístico.

Según Barta (2005: 140), un refrán desautomatizado (*proverbe détourné*) es en realidad una parodia del refrán en su forma canónica o más reconocida, una imitación paremiológica con efecto cómico o lúdico detrás de la cual podemos reconocer una paremia concreta o un esquema proverbial. García Yelo (2012: 115), por su parte, añade que un refrán desautomatizado no tiene por qué ser siempre la expresión de una parodia, dado que a menudo su alta frecuencia de uso y el hecho de ser compartido por una comunidad lingüística determinada, permite que pueda ser citado en forma desautomatizada sin que por ese motivo el interlocutor quede desconcertado, pierda el sentido del discurso o no localice el referente al que se alude.

4.1. Desautomatización formal

Este primer tipo de desautomatización hace referencia a los cambios que aparecen en la estructura formal, interna de la UF: cambios morfológicos, adiciones, supresiones, reducciones, sustituciones de los elementos constitutivos. Se trata de las manipulaciones tanto sintácticas como léxicas, las últimas, como señala Timofeeva (2009: 256), son más frecuentes en español. A veces, incluso, varios mecanismos transgresores (por ejemplo la sustitución y adición) pueden producirse simultáneamente, de ahí que estemos ante

la combinación o fusión de las manipulaciones fraseológicas creativas (cfr. Corpas Pastor, 1996: 248-251, García-Page Sánchez, 2008: 277-278).

Veamos los ejemplos que confirman los aspectos teóricos mencionados:

- (1) *Dime qué zapatos calzas y te diré cómo eres* (<http://www.muyinteresante.es/salud/articulo/dime-que-zapatos-calzas-y-te-dire-como-eres>; fecha de consulta: 15-04-2013).
- (2) *Dime qué sistema operativo usas y te diré cuánto pagas por las 'apps'* (<http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2013/03/07/dime-que-sistema-operativo-usas-y-te-dire-cuanto-pagas-por-las-apps-4410/>; fecha de consulta: 15-04-2013).
- (3) *Dime cuál es tu escuela y te diré quiénes son tus padres* (<http://politikon.es/2013/04/04/dime-cual-es-tu-escuela-y-te-dire-quienes-son-tus-padres/>; fecha de consulta: 15-04-2013).
- (4) *Dime qué navegador usas y te diré cómo de inteligente eres* (<http://www.muyinteresante.es/tecnologia/articulo/dime-que-navegador-usas-y-te-dire-como-de-inteligente-eres>; fecha de consulta: 15-04-2013).

Resulta evidente que en la red se podrían encontrar otros muchos ejemplos similares, algunos, incluso, todavía más hilarantes que los expuestos, por ejemplo, *Dime qué película ven y te diré cuánto tiempo le queda a tu noviazgo*; *Dime qué personaje de «Mad Men» prefieres y te diré qué cóctel debes beber*; *Dime qué sueñas y te diré qué número jugar en la Lotería*¹⁷. No obstante, a nuestro juicio, queda suficientemente claro que todos modifican la paremia *Dime con quién andas y te diré quién eres* «En sentido recto, advierte de la decisiva influencia que ejercen las buenas o malas compañías sobre el comportamiento de las personas; y en sentido más general, dice que de los lugares y amistades que frecuenta una persona es posible deducir sus gustos y aficiones» (DFDP).

Asimismo, puesto que dicha paremia pertenece al acervo paremiológico hispano y presenta una alta frecuencia de uso, el oyente percibe al instante la modificación realizada, así como puede reconstruir la forma base de la unidad en cuestión, lo que genera complicidad y favorece la función comunicativa: la de llamar la atención, divertir, o simplemente informar al oyente. Además, en todos los ejemplos presentados, la manipulación creativa de la UFO se basa en un empleo simultáneo de varios procedimientos manipuladores: la sustitución léxica de los componentes de la secuencia, la modificación gramatical del número del pronombre relativo (quién→quiénes) o su sustitución por otro (con quién→qué/cuál; qué→cuál; quién→cómo/cuánto/cómo de), la adición de elementos, por ejemplo, en (1) *zapatos calzas*, en (2) *sistema operativo usas y pagas por las 'apps'*, en (3) *tu escuela y tus padres*.

¹⁷ Estos ejemplos han sido extraídos de las páginas siguientes: <http://www.lapatilla.com/site/2013/04/07/dime-que-pelicula-ven-y-te-dire-cuanto-tiempo-le-queda-a-tu-noviazgo/>; <http://www.hoycinema.com/actualidad/noticias/dime-que-personaje-mad-men-20130412-599842.html>; <http://www.laloterianavidad.com/noticia/dime-suenas-dire-numero-jugar-loteria-412.html>; fecha de las consultas: 15-04-2013.

Una situación parecida ocurre con la paremia polaca *Kto rano wstaje, temu Pan Bóg daje* [español: *A quien madruga, Dios le ayuda*] que aparece con una forma modificada en los ejemplos siguientes:

- (5) *Kto rano wstaje, temu Bóg daje podkrążone oczy* (español: **A quien madruga, Dios le da ojeras*) (<http://demotywatory.pl/3640307/Kto-rano-wstaje-temu-Bog-daje>; fecha de consulta: 15-04-2013).
- (6) *Kto rano wstaje, temu Pan Bóg daje, nie powiedziano, że nauczkę* (español: **A quien madruga, Dios le da, no se ha dicho, que una lección*) (<http://demotywatory.pl/2038057/Kto-rano-wstaje-temu-pan-Bog-daje>; fecha de consulta: 15-04-2013).
- (7) *Kto rano wstaje, innym spać nie daje* (español: **Quien madruga, no deja dormir a los demás*) (<http://grypsuj.pl/kto-rano-wstaje/>; fecha de consulta: 15-04-2013).
- (8) *Kto rano wstaje, ten nienawidzi wszystkich, którzy nie muszą* (español: **Quien madruga, odia a todos los que no tienen que hacerlo*) (<http://www.demoty.pl/kto-rano-wstaje-44033>; fecha de consulta: 15-04-2013).
- (9) *Kto rano wstaje, tego jeszcze nie zwolnili* (español: **Quien madruga, todavía no ha sido despedido*) (<http://www.demoty.pl/kto-rano-wstaje-17236>; fecha de consulta: 15-04-2013).
- (10) *Kto rano wstaje, ten wiosny nie czyni* (español: **Quien madruga, no hace primavera*) (<http://memytutaj.pl/meme/j0v3el>; fecha de consulta: 15-04-2013).

Como se puede observar en los ejemplos (5) y (6), estamos ante la manipulación de la UFO por adición de elementos: *podkrążone oczy* (español: *ojeras*) y *nie powiedziano, że nauczkę* (español: *no se ha dicho que buena lección*) respectivamente, mientras que en los tres ejemplos siguientes (7), (8) y (9) la desautomatización formal no afecta simplemente a componentes aislados, sino que consiste en la sustitución léxica de toda la segunda parte de la paremia por una paráfrasis parcialmente sinónima (la primera parte permanece sin cambios). De tal manera, se obtiene el efecto jocoso y chistoso, esto es, la función comunicativa de la UFM es provocar la risa en el oyente, divertirlo.

Resulta bastante peculiar el último de los ejemplos (10) en el que aparecen unidas, aunque solo parcialmente, dos UF polacas diferentes, *Kto rano wstaje temu Pan Bóg daje* (español: *A quien madruga, Dios le ayuda*) y *Jedna jaskółka wiosny nie czyni* respectivamente (español: *Una golondrina no hace verano*) para formar una única UF (*Kto rano wstaje, ten wiosny nie czyni*, **Quien madruga, no hace primavera*). No obstante, cabe recalcar que, en este caso, no estaríamos ante una fusión o contaminación fraseológica propiamente dicha; se trataría más bien de una conjunción lineal e inmediata de dos paremias distintas modificadas, respectivamente, en su segunda y primera parte. Así pues, en dicho ejemplo la formación consiste en conservar la primera parte del primer refrán (*Quien madruga*) y la segunda parte del segundo (no hace primavera), sin que tengan en común ningún lexema, es lo que García-Page Sánchez (2008: 276) denomina *acronimia fraseológica*.

Además, conviene mencionar que la paremia en cuestión en su forma modificada es muy productiva en los textos publicitarios, cuyo objetivo principal es convencer,

persuadir al lector para que compre un producto, y los cuales con frecuencia vienen acompañados de una ilustración gráfica. Dicho de otro modo, se recurre al contexto extraverbal que sirve «para afianzar la imagen de un determinado producto en la mente de los consumidores» (Corpas Pastor, 1996: 251):

- (11) *Kto rano wstaje... ten oszczędza 50%*

Przypominamy o promocji, z której warto skorzystać. Można oszczędzić naprawdę sporo! Wystarczy, że umówicie Państwo wizytę telefonicznie na dzień powszedni do godz. 12, a oszczędzicie aż 50% na usługach, które oferujemy. Zapraszamy serdecznie!

(español: *Quien madruga...ahorra un 50%

Les recordamos que pueden aprovechar nuestra promoción. ¡Se pueden ahorrar mucho dinero! Solo tienen que llamarnos y pedir cita previa de lunes a viernes hasta las 12 de la mañana y podrán ahorrarse un 50% en los servicios que les ofrecemos. ¡Sean bienvenidos!

(<http://www.klinika-weterynaryjna.com.pl/kto-rano-wstaje-ten-oszczedza-50-2/>; fecha de consulta: 17-04-2013).

- (12) *Kto rano wstaje, ten gratisy dostaje* (español: *Quien madruga, recibe regalos):



Ilustración 3. Anuncio de la escuela de esquí STOK (http://sphotos-b.xx.fbcdn.net/hphotos-ash3/p480x480/537481_454766041258843_975699447_n.jpg; fecha de consulta: 17-04-2013)

Todas las UFM analizadas nos demuestran claramente lo señalado por Corpas Pastor y Mena Martínez (2003: 193-194), que los procedimientos de manipulación formal se basan frecuentemente tanto en las relaciones semánticas y paronímicas entre componentes fraseológicos como en una relación contextual que se establece entre el nuevo lexema y el contexto en el que se produce la modificación.

Así pues, de todo lo que hemos observado, podemos concluir que la adición de elementos, la sustitución de algunos de los componentes por otros —o de toda una parte de la UF perteneciente a cualquier esfera fraseológica (no solamente a los enunciados fraseológicos)— y la reducción léxica son procedimientos de índole formal

muy frecuentes. Esto último parece confirmarse también por los ejemplos que veremos más abajo, en los cuales tanto la forma base como los cambios ocasionales llevados a cabo son totalmente perceptibles, manteniéndose la estructura de la UFO. Es decir, se establece una conexión semántica entre la secuencia fosilizada y el texto en el que aparece:

- (13) *Temeridad, a falta de tablas, buenas son las botellas*
(<http://www.cuantarazon.com/806124/temeridad>; fecha de consulta: 17-04-2013).
- (14) *Ser padre, no siempre tan difícil como lo pintan*
(<http://www.cuantarazon.com/806759/ser-padre>; fecha de consulta: 17-04-2013).

Ambos ejemplos, acompañados también de imagen¹⁸, presentan el mecanismo de ruptura basado en la sustitución léxica de los componentes de dos refranes españoles: *A falta de pan buenas son tortas*: «Conformarse con lo que se tiene, si no se ha conseguido algo mejor» y *No es tan fiero/bravo el león como lo pintan*: «Se dice cuando se comprueba que una persona no es tan temible o desagradable como se creía en un principio. También se puede aplicar a un negocio que se tenía por más difícil de lo que ha sido en realidad» (Refranero multilingüe de CVC, en línea), respectivamente. Mediante dicha manipulación formal ambas UFM cumplen unos fines comunicativos concretos, es decir, adquieren cierto valor lúdico y humorístico, lo que no debería extrañar, puesto que, como subraya García-Page Sánchez (2008: 264), «la formación de una locución desautomatizada no es nunca gratuita ni nace caprichosamente, como algo aislado, para ser propuesta como una unidad más del inventario fraseológico»¹⁹.

- (15) a. *En abril, vuelos mil*: eslogan publicitario de la compañía aérea chilena Pewen cuya finalidad es informar a sus clientes sobre diversas alternativas a la hora de realizar vuelos hacia destinos remotos de Chile, según las fechas y horarios que este necesite.
- b. *En abril, lecturas mil*: eslogan de la Red de Bibliotecas Públicas Municipales del Ayuntamiento de Málaga.

¹⁸ En el primer caso, se trata de la imagen de una pareja que se encuentra encima de una *barca* hecha solamente de botellas de plástico; en el segundo, la ilustración presenta a un padre con sus dos hijos, los tres están jugando con videojuegos.

¹⁹ García-Page Sánchez (2008: 8, 21) pone de manifiesto que el concepto de unidad fraseológica, aunque sea el término más ampliamente aceptado en la actualidad, es un hiperónimo muy extendido, un archilexema que abarca estructuras de diversa índole: refranes, modismos, locuciones, fórmulas, etc. En su opinión, el verdadero núcleo de la Fraseología son las locuciones, dentro de las cuales distingue una categoría nueva —la locución oracional— un concepto heterogéneo que incluye las tradicionales locuciones con función sintáctica de elemento oracional (nominal, verbal, adjetival, adverbial, preposicional, conjuntiva), las fórmulas pragmáticas (asimiladas a las clásicas locuciones interjectivas), así como dos clases de paremias destacadas por Corpas Pastor (1996): *enunciados de valor específico* y *lugares comunes* (García-Page Sánchez, 2008: 21-22, 158).

- (16) *El dinero no lo cura todo. Apoyo médico. En AXA sabemos que cada accidente es diferente y por eso tratamos tu caso como único, seleccionando el mejor centro para cada tratamiento incluso fuera de España, hasta la total recuperación (Muy Interesante, N.º 343/2009, pág.4).*

Resulta evidente que los tres ejemplos mencionados presentan una conmutación de índole léxica, esto es, el mecanismo de ruptura se basa en la sustitución de uno de los elementos de los refranes *En abril, aguas mil* (aguas→vuelos, lecturas), *El tiempo lo cura todo* (tiempo→dinero), respectivamente. Además, en el último ejemplo podemos observar la manipulación por adición que consiste en la incorporación del signo de negación (*no*) para conseguir la forma antónima.

- (17) *El amor no es como lo pintan, ni como lo cantan, ni como lo escriben. El amor es como lo sienten*²⁰: la manipulación del refrán *No es tan fiero/bravo el león como lo pintan* (cfr. el ejemplo 14) mediante la sustitución y adición de los componentes (http://www.desmotivar.com/desmotivaciones/135424_el-amor-no-es-como-lo-pintan; fecha de consulta: 17-04-2013).
- (18) *¿Qué culpas?: las de haber fabricado un Estatut aberrante, disfrazado bajo la falaz ambigüedad de un presunto federalismo asimétrico que solo pretendía dar gato confederal por liebre federal*: la manipulación de la UFO *Dar gato por liebre* «Engañar en la calidad de algo por medio de otra cosa inferior que se le asemeja» (DRAE) por adición basada en la complementación de adjetivos: confederal y federal, respectivamente (*El País*, N.º 12075/2010, «Victimismo» E. Gil Calvo, pág. 14).
- (19) a. *En boca cerrada... Decidido a remover todo lo removible, se le volvió a prometer que en compensación a su silencio le darían un premio Nobel (Muy Interesante, N.º 379/2012, M. A. Sabadell «Cara y cruz de los Nobel», pág. 40).*
 b. *Xabi Alonso no da nada por hecho. En boca cerrada* (http://www.eldiario.net/noticias/2013/2013_04/nt130404/deportes.php?n=117&-en-boca-cerrada; fecha de consulta: 17-04-2013).
- (20) *A rey muerto...El Pedro III (1728-1762) fue vuelto a coronar 35 años después de ser destronado y asesinado por súbditos de su esposa Catalina II. Para ello tuvo que ser sacado de su ataúd (Muy Interesante, N.º. 379/2012, pág. 62).*

Los dos últimos ejemplos (19) y (20) ilustran la manipulación por acortamiento de la secuencia, esto es, con solo mencionar una parte del refrán, el núcleo residencial, se evoca la unidad entera: *En boca cerrada, no entran moscas*, «Se dice en alabanza de la discreción y de lo importante que es, a veces, saber callar» (DRDP) y *A rey muerto, rey puesto*, «Se dice para afirmar la continuidad regular de lo que está bien asentado en la

²⁰ En este caso, la desautomatización formal desencadena también la desautomatización semántica (cfr. el apartado 4.2.), puesto que el procedimiento de sustitución y de adición de elementos produce la actualización del plano literal de la segunda parte de la paremia (*como lo pintan*), esto es, estamos ante la reliteralización, el fenómeno que tiene lugar cuando el receptor encuentra en el contexto el motivo para aprovechar el sentido literal de la expresión fosilizada (cfr. Vigara Tauste, 1998: 117).

costumbre, como ocurre con el encadenamiento dinástico. También se utiliza con frecuencia para poner de manifiesto que nadie es imprescindible» (DRDP), respectivamente²¹.

Veamos ejemplos de las UF polacas:

- (21) *Głosu nie mają, zdrowia dodają* (español: *No tienen voz, pero añaden salud).

Es el eslogan de una campaña social mediante la cual se intentaba promover el consumo de pescado entre la sociedad polaca. La manipulación consiste en la reducción por alusión a la locución original *Dzieci i ryby głosu nie mają* (español: *Los niños y los peces no tienen voz) (<http://www.zdrowaryba.pl/>; fecha de consulta: 17-04-2013).

- (22) *Bierz życie za rogi* (español: *Agarra la vida por los cuernos).

En este eslogan publicitario del coche Dodge Caliber SRT4 puede observarse la manipulación por sustitución léxica: *życie* (español: *vida*) en vez de *byk* (español: *toro*). La UFM presenta una función apelativa, esto es, tiene por objetivo alabar las posibilidades técnicas de la nueva versión del Dodge Caliber y convencer al lector para que lo compre (<http://www.auto-motor-i-sport.pl/wiadomosci/Dodge-Caliber-SRT4,1401,1>; fecha de consulta: 17-04-2013).

- (23) *Komu w drogę, temu Neste* (español: *Quien va de camino, que tome Neste)

En este caso, estamos ante la sustitución de un miembro de la segunda parte del refrán *Komu w drogę, temu czas* (español: *Ya es hora de irse); el lexema sustituido es la marca del producto anunciado: *Neste*. La función comunicativa de la UFM es informar al lector sobre la construcción de la nueva gasolinera de la refinería petrolera finlandesa *Neste* a las afueras de Varsovia.

- (24) *Perfekcja tkwi w szczegółach* en vez de *Diabeł tkwi w szczegółach* (español: *El diablo está en los detalles*).

La sustitución de un elemento original *Diabeł* (español: *diablo*), marcado peyorativamente, por otro *Perfekcja* (español: *perfección*) con connotación positiva, provoca que el eslogan publicitario de la marca *Suzuki* adquiera un matiz altamente laudatorio.

A la hora de presentar el fenómeno de la desautomatización formal, tampoco puede prescindirse de otro mecanismo transgresor muy frecuente en los textos publicitarios, todavía no mencionado, esto es, de la manipulación basada, bien en el juego creativo de palabras o en el intercambio de vocablos fonéticamente emparentados, bien en las alternancias morfológicas (el cambio del orden —la transposición— o del tamaño de las letras dentro de un componente fraseológico dado) o bien en la inclusión en una unidad

²¹ El procedimiento de la supresión del fragmento de la UF dada, que a pesar de su forma acortada conserva su fuerza sentenciosa, denominado también *truncamiento*, consiste no solo en la omisión de la segunda parte del refrán, sino también, en la pérdida de material fónico, lo que en ciertos casos, «puede afectar circunstancialmente a los dos miembros de la unidad paremiológica» (Fasla, 1999: 162).

fosilizada con el nombre de la marca o del producto ofertado para reforzar, de esta manera, el efecto de extrañamiento y conseguir un valor humorístico a la vez que excepcional:

(25) *Masz to jak w baku* (español: *Lo tienes como en el tanque).

(26) *Ciała przyjemność po mojej stronie* (español: *El gusto del cuerpo es mío).

El primer ejemplo es el eslogan de la campaña publicitaria de la refinería polaca *PKN Orlen* en la que la sustitución léxica de uno de los elementos clave de la UFO *mieć coś jak w banku* «tener algo garantizado, cierto» (*SFPWN*), o mejor dicho, la sustracción de una de las letras del mismo, también constituye la base de la manipulación formal. Es decir, las palabras *bak* (español: *tanque*) y *bank* (español: *banco*) son parónimas. Así que la sustitución léxica se basa en el cambio de un sonido. La función comunicativa de dicho eslogan es persuadir a los posibles clientes para que reposten en las gasolineras de la marca en cuestión, dado que por cada 100 złotys gastados durante los fines de semana, pueden obtener de regalo un disco con los mejores éxitos de la música polaca.

Por lo que se refiere al ejemplo siguiente, el eslogan publicitario del fabricante de golosinas *Wawel*, el efecto chistoso también se obtiene gracias al juego de palabras basado en similitud entre *cała* (español: *toda*)— que aparece en la UFO— y *ciała* (español: *cuerpo*). El objetivo de dicha campaña es resaltar el exquisito sabor de los productos de la empresa polaca, así como sus efectos beneficiosos sobre el cuerpo humano.

(27) *Hedrin - i po WSZYstkim* (español: **Hedrin— y todo se acabó*)

En este eslogan publicitario del preparado comercial contra los piojos el juego de palabras entre *Wszy* (español: *piojos*) y *Wszystko* (español: *todo*) queda al descubierto por la utilización de las grafías mayúsculas (<http://www.hedrin.pl/hedrin-roztwor.html>; fecha de consulta: 17-04-2013).

(28) *DOSIEGO roku!*

Es la felicitación del Año Nuevo usada en el anuncio publicitario del detergente polaco *Dosia* en el que se recurre, a propósito, a un curioso error ortográfico: *do siego roku* (español: *hasta el año siguiente*), escrito por separado y en minúsculas.

(29) *Nie daj się zrobić w konika, 68 grosików poza sieciunią to najniższa staweczka na ryneczku, startuj po starterek* (español: *No dejes que te tomen el pelo, 68 centimillos fuera de la redilla es la tarificación más baja en el mercadillo. Vete por la tarjetilla).

En este caso, el efecto humorístico de la publicidad de la compañía de Telefonía Móvil *HEYAH* se obtiene mediante cambios morfológicos. Es decir, casi todos los elementos constitutivos del eslogan en cuestión —también los de la UFO polaca *zrobić kogoś w konia* (literalmente, *hacer el caballo de alguien*) «Tratar a alguien de manera poco seria, inhonesta, burlarse de él» (*SFPWN*)—, aparecen en forma diminutiva. Así pues, los sufijos diminutivos emotivos que se utilizan en dichos anuncios, presentan un valor de intensificación y carácter afectivo.

(30) *Trzymaj rękę na Plusie* (español: *Mantén la mano en el Plus)

(31) *Zmieniamy świat na PLUS* (español: *Cambiamos el mundo por el PLUS)

Ambas UFM son eslóganes publicitarios de la compañía de Telefonía Móvil *PLUS GSM*. En el primero se pueden notar dos procedimientos de manipulación formal íntimamente relacionados: 1) la transposición o la permutación de las letras del último componente respecto a la UFO: *trzymać rękę na plusie* en vez de *na pulsie* «Orientarse muy bien en la situación actual, seguir el transcurso de algo, vigilar algo» (*SFPWN*)= español: *estar al corriente/al tanto*, lo que conlleva 2) la inclusión del nombre de la empresa en cuestión en la UFM. En lo que concierne al segundo ejemplo, uno de los lexemas de la UFO coincide con el nombre del operador de telecomunicaciones en cuestión e, incluso, viene resaltado por el cambio en el tamaño de las letras.

Una situación parecida ocurre en el ejemplo siguiente propuesto por García-Page Sánchez (2008: 267, 310).

(32) *Quedarse sin Blanca.*

Es el anuncio publicitario de la marca de vinos *Blanca de Navarra* (*Levante*, 6-6-95) acompañado de una ilustración en la que aparece una botella de vino de dicha marca destapada y boca abajo, desde el interior caen un par de gotitas. De este modo, se obtiene la reliteralización del significado unitario (cfr. el apartado 4.2.) de la UFO: *quedarse sin blanca* (sin Blanca)= *quedarse vacía*.

El último ejemplo que queremos analizar en esta parte de nuestro trabajo proviene del anuncio de una compañía tabacalera presente tanto en España como en Polonia:

(33) *Zawsze miej Camelą pod ręką y Ten siempre un Camel a mano...para después.*



Ilustración 4. Anuncios de la marca de cigarrillos *Camel*

La manipulación de este eslogan publicitario, tanto en su versión polaca como en la española, consiste en la inserción del nombre propio de la marca de tabaco con sabor turco *Camel*, conocida mundialmente, dentro de las UFO *mieć coś/kogoś pod ręką* «algo/alguien está muy cerca, al alcance, a disposición» (*SFPWN*) y *a mano* «cerca, a muy poca distancia» (la tercera acepción del *DRAE*), respectivamente. Nos parece oportuno subrayar que la UF española presenta también un procedimiento formal más: la adición léxica (*para después*).

Además, en los dos casos podemos observar la combinación del contexto verbal con el extraverbal (representación gráfica), puesto que el juego con la imagen sirve de base a las unidades: en ambas campañas publicitarias aparece la figura de dromedario (inglés: *camel*), el emblema de dicho fabricante estadounidense, que adorna sus cajetillas

Así pues, el objetivo de dichos mecanismos transgresores es asociar las UF en cuestión a una marca determinada y también a un producto ofertado en la mente del futuro consumidor.

4.2. Desautomatización semántica

Este tipo de desautomatización atañe a las modificaciones que tienen que ver con la composición léxica de una UF dada, esto es, las que parten del potencial semántico de sus componentes. La desautomatización semántica se puede fundamentar no solo en la existencia de un homófono o cuasi-homófono de alguno de los lexemas o de la combinación de los mismos de la UFO, sino también en las posibilidades polisémicas de los componentes de un fraseologismo determinado. Asimismo, la recuperación, tanto total como parcial, del significado primario, esto es, literal, de la UF es una de las fuentes más frecuentes de este tipo de desautomatización (Timofeeva, 2009: 258).

Corpas Pastor (1996: 236), por su parte, señala que las UF que constituyen secuencias de palabras altamente polisémicas en contexto son precisamente las únicas que «presentan varias lecturas potenciales —de carácter compositivo y unitario— [...] que permiten la reliteralización o remotivación de sus elementos integrantes».

Conviene señalar también que entre los dos tipos de desautomatización arriba mencionados, esto es, la desautomatización formal y semántica, se establece una relación unidireccional, puesto que un cambio en la estructura formal siempre conlleva modificaciones en el plano semántico de la UF; mientras que la alteración del significado no necesariamente presupone modificaciones formales (Timofeeva, 2009: 258).

Asimismo, podemos corroborar que uno de los procedimientos semánticos más frecuentemente empleado, tanto en el discurso periodístico como en el publicitario, es el que lleva implícita una polisemantización, que consiste en una comprensión paralela de los sentidos literal y figurado (actualización de ambos planos), lo que implica una ruptura o choque entre el significado que a lo largo del tiempo se ha atribuido a esa expresión idiomática o semi-idiomática, y el significado literal que el contexto recobra (cfr. Fernández Toledo y Mena Martínez, 2007: 187).

Los investigadores polacos Ignatowicz-Skowrońska (1997), Lewicki (1996), Szyszko (2000), por su parte, también admiten que la transformación de las UF en los textos publicitarios no solo incumbe al cambio de la estructura formal, sino también a su deslexicalización contextual intencional, total o parcial. Este proceso, denominado por Lusińska (2007: 32) *desfraseologización*, consiste, o bien en la interpretación literal de uno (o algunos) de los componentes de una determinada UF que, dentro de dicha unidad, incorporan un significado traslaticio, o bien en el empleo literal de la UF entera en que la suma de los significados de sus elementos constitutivos presenta un significado metafórico.

Todo lo mencionado lo ilustran claramente los ejemplos siguientes:

- (34) *Jeśli ktoś nieoczekiwanie **zmiesza cię z błotem**, nie zalamuj się. Czasem wystarczy bardzo dobry proszek* (español: *Si alguien te mete inesperadamente en el barro, no te desanimas. A veces basta usar un buen detergente): eslogan publicitario del detergente polaco *Dosia*.
- (35) *Ból gardła **odbiera ci głos**? Weź „Strepsil”* (español: ¿El dolor de garganta te deja sin voz? Toma «Strepsil»): eslogan publicitario de las pastillas Strepsils contra el dolor de garganta.
- (36) *¡Van de cráneo! Un fotógrafo ha retratado desde distintos ángulos la inquietante colección de esqueletos reunida por el taxidermista Alan Dudley* (*Muy Interesante*, N.º 381/2013, págs. 4, 34-38).
- (37) *La cosa está que arde. La erupción de un supervolcán es cien veces más potente y destructiva que la que tuvo lugar en el volcán Santa Helen (Washington, EE.UU) en 1980* (*Muy Interesante*, N.º 379/2012, L.M. Ariza «Así será el fin del mundo», pág. 34).
- (38) *Como caído al cielo. Entre los aficionados, Travis Pastrana está considerado un galáctico del motocross en la modalidad de freestyle; nadie es capaz de lanzarse por los aires a lomos de su máquina como este norteamericano de 26 años. Aquí está poniendo en práctica la especialidad que le dio más fama: el doble backflip o salto mortal hacia atrás. Para aumentar la espectacularidad, Travis vuela cabeza abajo por encima de un coche de rally que también desafía la ley de la gravedad* (*Muy Interesante*, N.º 343/2009, «Visión. La otra forma de ver el mundo», págs. 20-21).

Como podemos observar en todos los ejemplos presentados, la desautomatización semántica no afecta a la estructura interna y formal, lo único que se ve alterado es el contenido semántico, esto es, estamos ante una manipulación por la prominencia del significado compositivo de las UF en cuestión (cfr. Corpas Pastor, 1996: 239). Dicho de otro modo, la desautomatización semántica consiste en la actualización del significado literal de dichas secuencias, es decir, sus elementos constitutivos funcionan como combinaciones libres con un significado totalmente transparente.

Así que en los ejemplos (34) y (35) las UF polacas *zmieszać kogoś z błotem* (literalmente, *meter a alguien en el barro*) «Denigrar, desprestigiar a alguien» (*MSJPPWN*) y *odbierać głos komuś* (literalmente, *dejar a alguien sin voz*) «No dejar hablar o pronunciar un discurso a alguien» (*SFPWN*) pierden su significado unitario y global. Además, como aparecen en los eslóganes publicitarios, bien de una marca de detergentes, bien de un analgésico para la garganta, no es de extrañar que actualicen su significado en función del contexto en el que aparezcan, esto es, se usen literalmente para enfatizar el mal estado o suciedad de alguien o la dificultad e, incluso, la imposibilidad para hablar debido a una enfermedad gutural, respectivamente.

Una situación pareja a la que acabamos de comentar ocurre en los dos ejemplos que siguen a los anteriores. Es decir, tanto en el (36) como en el (37) y en el (38) el significado de las UF españolas se basa en la lectura literal de sus componentes: *ir de*

cráneo «Hallarse en una situación muy comprometida, de difícil solución (DRAE); *estar que arde*» 1. Estar una persona muy enfadada o indignada; 2. Estar un lugar o una reunión muy agitadas por la excitación de las personas presentes» (LEMA); *como caído del cielo* «Oportuno, inesperado, obtenido sin esfuerzo» (LEMA). En el primer caso, la UF en cuestión se usa para resaltar una espectacular colección de esqueletos de diversos animales recogida por Alan Dudley; en el segundo se hace referencia a la gigantesca nube ardiente de una potente erupción volcánica; mientras que el tercer ejemplo alude a un piloto de motocross que se dedica a la acrobacia suprema, es decir, se lanza en su motor desde el cielo.

Asimismo, no en pocos casos el fenómeno de la manipulación creativa es todavía más visible y «exitosa» si el contexto verbal aparece combinado con el extraverbal [cfr. el ejemplo (11) y (12)], esto es, viene acompañado de una representación gráfica que orienta la interpretación hacia el sentido literal, no hacia el unitario de una determinada UF:

(39) *Un buen deportista debería perder la cabeza por el deporte.*



Ilustración 5. Extraído de: <http://desmotivate.com/desmot/un-buen-deportista/26788>; fecha de consulta: 17-04-2013.

(40) *Nada como un camel para romper el hielo.*



Ilustración 6. Publicidad de la marca de cigarrillos Camel.

- (41) ¡Hombre, mi profesor de matemáticas del instituto! Veo que sigue siendo un hueso duro de roer.



Ilustración 7. Viñeta de Clara, N.º239, pág. 140, una de las 10 propuestas humorísticas ganadoras en el concurso inventada por el lector.

Todos los ejemplos presentados confirman el hecho de que, con frecuencia, la imagen implica la actualización inmediata del significado compositivo de las UF. Es decir, en este caso precede a la lectura literal del componente *cabeza*, *hielo* y *hueso de roer*, respectivamente, al igual que produce la alusión al significado traslaticio, potencialmente polisémico de dichas secuencias y que debe abandonarse, puesto que resulta erróneo e incongruente con la intención final del anuncio, lo que es subsanado por el contexto: *perder la cabeza* «Faltar u ofuscarse la razón o el juicio por algún accidente» (DRAE), *romper el hielo* «En el trato personal o en una reunión, quebrantar la reserva, el embarazo o el recelo que por cualquier motivo exista» (DRAE), *ser un hueso duro de roer* «Ser una persona dura y exigente» (LEMA). Así que el significado convencional y fijo de las UF originales pasa a ser completamente ocasional y contextual.

El ejemplo que presentamos a continuación nos demuestra que la desautomatización formal que a veces recurre al empleo de varios procedimientos, en este caso, a la modificación gramatical (el uso del imperativo en vez del presente de indicativo, el cambio de pronombres personales *le*→*te* y de las formas verbales *cobija*→*cobijo*), a la adición léxica (los vocablos *nena* y *verás*), así como a la sustracción de un elemento clave, un árbol —que sí aparece en la imagen que sustenta dicha UFM— conlleva la desautomatización semántica [cfr. el ejemplo (16)]. Dicho de otro modo, otra vez la manipulación creativa implica la interpretación literal de la paremia *Quien a buen árbol se arrima, buena sombra le cobija* «Resulta muy ventajoso tener un protector poderoso» (Refranero multilingüe de CVC)²² que, en este caso, incluso adquiere cierto matiz sensual:

²² El refrán en cuestión presenta una gran variabilidad fraseológica, puesto que se admiten otras formas: *El que a buen árbol se arrima, buena sombra le cobija*, *Al que a buen árbol se arrima, buena*

(42) *Arrímate a mí, nena. Verás qué buena sombra te cobijo.*



Ilustración 8. Extraído de: <http://www.cuantarazon.com/810150/arrimate-a-mi-nena>; fecha de consulta: 02-05-2013.

No obstante, conviene mencionar que a pesar de que todas las UFM analizadas adquieren claramente un significado nuevo y libre, esto es, no traslaticio, la relación con las UF originales no se destruye por completo. Como subraya Timofeeva (2009: 265), «los dos significados, el fijo y el libre, aparecen en una especie de juego ecoico, gracias al cual se consiguen interesantes efectos discursivos que persiguen atraer la atención del lector». García-Page Sánchez (2008: 279), por su parte, añade que «el hecho de que se reactive el sentido literal no supone necesariamente la anulación del sentido idiomático; por lo general, se superponen los dos significados e, incluso, interactúan».

Asimismo, cabe resaltar que a menudo los potentes efectos discursivos se consiguen mediante la violación de una (o algunas) de las restricciones semánticas —o condiciones de selección (cfr. Corpas Pastor y Mena Martínez, 2003)— de una UF dada:

(43) *Poczuj miętę do nauki! Szkoły policealne TEB* (español: **Siente menta hacia la enseñanza! Las escuelas postsecundarias TEB*)

(44) *Poczuj miętę do trzech pokoi z kuchnią!* (español: **Siente menta hacia tres habitaciones con cocina*)

La UFO polaca *czuć miętę do kogoś* (literalmente, *sentir menta hacia alguien*) «sentir simpatía por alguien, estar encantando con alguien» (SFPWN) selecciona habitualmente sintagmas nominales como argumentos (un argumento externo y dos internos), los cuales se realizan como sujeto agente (una persona), objeto directo o sujeto paciente (el afecto) y objeto indirecto o receptor (hacia/por alguien). Si bien es cierto que los argumentos exigidos por el predicado aparecen semánticamente subcategorizados con los rasgos de '+animado' (el primero y el tercero) y de '-animado'

sombra le cobija, A quien buen árbol se arrima, buena sombra le cobija (Refranero multilingüe de CVC, en línea, fecha de consulta: 17-04-2013).

(el segundo), no es menos obvio que el último, proyectado como objeto indirecto, pertenece a la categoría de 'persona'. No obstante, como puede observarse en los ejemplos (43) y (44) se ha violado el proceso de selección de argumentos, esto es, en ambos casos la manipulación semántica consiste en que el último argumento no se predica de una 'persona' (como en la UFO), sino de una 'cosa': de la enseñanza (es el eslogan de las escuelas postsecundarias *TEB Edukacja*) y de las tres habitaciones con cocina (es el nombre de una de las cafeterías de Poznań), respectivamente.

Para finalizar, queremos presentar tres fragmentos en los cuales se puede apreciar la prominencia del significado traslaticio, esto es, «la interpretación unitaria y global de una determinada UF, acompañada de la activación simultánea del significado compositivo, y por tanto independiente, de uno (o algunos) de sus componentes individuales o de la unidad entera por efecto de algún elemento del contexto» (Corpas Pastor, 1996: 236). Es decir, en los siguientes casos la manipulación semántica implica la actualización simultánea de ambos planos, el literal y el traslaticio y, además, alude a la imagen que sirve de base a una UF dada:

(45) *Diversión de bigotes.*



Ilustración 9. Viñeta de la revista *Muy Interesante*, N°. 379/2012, «Métetelos en el bolsillo», pág. 110)

(46) *Z Kasią Ci się upieczy. Kasia.*



Ilustración 10. Extraído de: http://www.blackcraft.pl/demot/0_0_0_1327365122_middle.jpg,
fecha de consulta: 02-05-2013.

Así pues, en el primer ejemplo extraído de un artículo breve sobre uno de los videojuegos por excelencia: *Super Mario Bros*, se hace referencia a la interpretación unitaria de la UFO española *de bigotes* «Muy grande, excepcional» (la segunda acepción del *DRAE*) y, al mismo tiempo, se provoca una alusión al significado compositivo de dicha secuencia (el personaje principal de dicho videojuego, un fontanero con bigote negro, uno de sus elementos distintivos que le ha convertido en un icono de Nintendo y uno de los personajes más reconocidos del mundo virtual).

Por lo que se refiere al ejemplo (46), que hace referencia al eslogan publicitario de una marca de margarina *Kasia*, la desautomatización semántica también se basa en el juego entre ambos niveles de significado de la UFO *upiekło się komuś* «Evitar el castigo» (*MSJPPWN*). Dicho de otro modo, mediante la ilustración, que juega un papel crucial en el proceso de desautomatización, se hace referencia al carácter polisémico de la UF en cuestión. Es decir, se alude tanto al significado global (*Con Kasia harás buenos platos/Con Kasia cocerás*) y traslaticio de la secuencia (*Con Kasia evitarás el castigo*), como al significado compositivo basado en la lectura literal: con la margarina *Kasia* serás capaz de cocinar de todo y, además, disfrutarás del buen sabor y calidad que aporta a tus hornadas. Conviene señalar que dicha ilustración, extraída de uno de los desmotivadores de la web, también aparece en forma modificada, esto es, la imagen de la torta del anuncio «original» ha sido sustituida por la de la cara de una mujer polaca, Katarzyna W.²³ acusada de matar a su hija de seis meses y que todavía no ha sido condenada a pena de prisión. De esta manera, el procedimiento de la desautomatización se hace mucho más potente y efectivo.

Algo similar ocurre en una serie de anuncios en los que se publicita una cadena polaca de supermercados, *Biedronka*, en la cual la manipulación se basa en las posibilidades polisémicas y/o homonímicas de los componentes de una UF determinada que se actualizan en un contexto dado y que tienen por objetivo atraer al lector y animarle a tomar parte en este juego semántico. Sin embargo, por las limitaciones de espacio que se nos han impuesto, comentaremos un único mensaje publicitario que ilustra a la perfección cómo, mediante la personificación de los productos que oferta la cadena en cuestión, se consigue un efecto humorístico. Los ingeniosos diálogos en los que intervienen los tomates, la col o/y la carne picada nos dan la posibilidad de captar el significado polisémico de las respectivas partes del texto.

- (47) La escena nos muestra a dos tomates que están hablando de una nueva pareja: la col y la carne picada, ingredientes de un plato tradicional polaco llamado *gołąbki*²⁴:

«- Ty, a mówiła jeszcze wczoraj, że ja mięso nie interesuje, że jest... tym... wegetarianką!

²³ En polaco, *Kasia* es la forma diminutiva del nombre de pila *Katarzyna*.

²⁴ Es un plato sabroso que se hace con hojas de col ligeramente hervidas que envuelven un guiso de carne picada que puede ser de vacuno o de cerdo, arroz y cebolla. Estos rollitos se cocinan lentamente en salsa de tomate.

- *A ja słyszałem, jak nazwała go pulpetem*²⁵.

- *A on ją nazwał **pustą głową**. A dziś, popatrz: **gruchają sobie jak dwa gołąbki!***
».

Español: (*«- Oye, justamente ayer dijo que a ella no le interesaba la carne y que era..., ¡vegeteriana!

- *Yo he oído cómo lo ha llamado albóndiga.*

- *Y él la ha llamado **cabeza vacía**. Y hoy, mira, **¡están como dos tórtolos!**».*

Y, al final del anuncio, aparece el plato *gołąbki* presentado en una fuente.

Resulta evidente que en dicha publicidad se hace alusión, directa e indirectamente, al significado de cuatro UF polacas: 1) *mieć pusto w głowie* (literalmente, *tener vacío en la cabeza*) «Ser poco serio, irresponsable, pensar en las tonterías, tener ideas raras» (SFPWN); 2) *pusta głowa/kapuściany łeb* (literalmente, *cabeza vacía/testa de col*) «Sobre una persona incapacitada o mentalmente limitada, irresponsable, insensata, torpe» (SFPWN); 3) *głąb kapuściany* (literalmente, *troncho de col*) metaf. «Una persona tonta, torpe y zoquete» (SFJP); 4) *gruchać jak dwa gołąbki* (literalmente, *arrullar como dos palomas*) «Hablar con cariño, mostrar simpatía y afecto, engatusar, abrazar a alguien» (SFPWN).

Así pues, en el anuncio en cuestión la desautomatización semántica se fundamenta en el excelente juego entre el significado literal y fraseológico de toda la serie de las unidades convencionalizadas: la locución *pusta głowa* (**cabeza vacía*) de carácter altamente peyorativo y despectivo alude metafóricamente a la col y ya parece culturalmente consolidada en el acervo fraseológico polaco gracias, entre otros, al poema de Jan Brzechwa *Na straganie* que incluye la comparación estereotipada *kapusta-głowa pusta* (**col-cabeza vacía*). Asimismo, entre la locución en cuestión y las UF siguientes (*kapuściana głowa/łeb*, *głąb kapuściany*) se establece una relación sinónímica, puesto que todas hacen referencia a una persona torpe e insensata.

Cabe resaltar también que la tercera UF mencionada a pesar de que no aparece de forma directa en la publicidad, emerge *ipso facto* en la mente del lector, dado que evoca asociaciones inmediatas con la col y el *gołąbki* (la semejanza fonética entre *głąb* y *gołąb*). Por lo que se refiere a la última UF (*gruchać jak dwa gołąbki*), podemos observar que en función del contexto en que aparece, implica la actualización de ambos planos semánticos a la vez, esto es, se mantiene tanto el significado traslaticio de esta secuencia como la alusión que se hace literalmente al típico plato polaco *gołąbki* que aparece al final del anuncio. Por si fuera poco, incluso se resalta la complejidad semántica de la UF en cuestión de forma más bien técnica, es decir, mediante el acercamiento de la cámara (*close-up*) al producto anunciado.

5. Conclusiones

²⁵ *Pulpet* en polaco es un vocablo polisémico que desarrolla, por lo menos, dos acepciones: una literal (español: *albóndiga*) y otra figurativa de carácter despectivo (español: *una persona rolliza*). Ambos significados se actualizan en la publicidad en cuestión.

En el presente artículo hemos ofrecido una perspectiva global y general de la desautomatización fraseológica, un fenómeno complejo, pero bastante recurrente en textos periodísticos, publicitarios y humorísticos. No solo hemos explicado el concepto en sí, sino que también hemos indagado en su interrelación con dos rasgos distintivos de la UF: la fijación y la variabilidad. Con el objetivo de presentar diversos mecanismos de modificación, tanto formales como semánticos, que conllevan la desautomatización, hemos recurrido a una serie de ejemplos españoles y polacos extraídos de los géneros textuales arriba mencionados. De lo que hemos observado se deduce que la función primaria de las manipulaciones creativas de las UF que surgen en función del contexto es, o bien la lúdica, o bien la persuasiva. Dicho de otro modo, las UFM tienen por objetivo atraer al lector, captar su atención, influirlo o afectarlo emocionalmente y, en cierto sentido, establecer una relación de complicidad comunicativa. Así pues, puede constatar que la desautomatización fraseológica es un procedimiento transgresor muy efectivo, de un gran potencial creativo que puede producir «una serie de efectos propios en el discurso» (Zuluaga Ospina, 2001: 67).

Asimismo, cabe recalcar que el proceso de desautomatización no es un fenómeno carente de asiduidad, sino que, aun por sorprendente que pudiera parecer, las modificaciones ocasionales en la forma canónica de las UF no constituyen casos aislados e incorrectos, por el contrario, son muy habituales y típicos (cfr. Corpas Pastor, 1996: 233; Corpas Pastor, Mena Martínez, 2003: 189; Wotjak, 1992: 133). Dicho de otro modo, «la variabilidad, incluso la más creativa y transgresora, no solo se encuentra en la lengua corriente, en la prensa diaria o en los usos eminentemente literarios, sino que se trata de una cualidad de la fraseología que se observa, incluso, dentro del discurso científico especializado» (Corpas Pastor, Mena Martínez, 2003: 190).

Así que no es de extrañar que este proceso manipulador y voluntario que afecta a las UF sea producto de la creatividad lingüística de los hablantes, quienes de forma consciente introducen cambios, tanto en el plano formal de las UF como en el semántico, para alcanzar fines específicos, por ejemplo, convertirlas en unidades novedosas e innovadoras que desencadenen efectos discursivos potentes. No es menos cierto que las UF se consideran unidades léxicas que refuerzan la plasticidad y la expresividad del texto, lo enriquecen y refrescan, hacen que sea más influyente y comunicativo. Como resalta García-Page Sánchez (2008: 262), la locución manipulada es, informativamente, más rica en estímulos, porque interactúan las explicaturas del significado idiomático y del significado literal reactivado y las implicaturas intrínsecas respecto al hecho cultural perteneciente a la memoria colectiva.

No obstante, para que la modificación sea eficaz y dé resultado, esto es, produzca la desautomatización, habrá de considerarse el nivel de familiaridad que tenga el receptor con la forma canónica del fraseologismo (cfr. Quepons Ramírez, 2009: 497). Así que, cuando la modificación y la forma base no sean perceptibles y recuperables para el hablante, estamos ante un mecanismo fallido, inefectivo.

En resumen, el proceso de desautomatización rompe lo típico, lo normativo, conlleva innovación y establece distintas inferencias, esto es, puede desarrollar una buena suerte de implicaturas de diverso tipo (cfr. Fernández Toledo, Mena Martínez, 2007: 192; Timofeeva, 2009: 263). Dicho de otro modo, «a partir de una estructura com-

pacta y de una modificación mínima se pueden generar multitud de informaciones implícitas, efectos discursivos de enorme riqueza, a los que el oyente suele llegar con relativa sencillez por la recuperación de la UF de base» (Timofeeva, 2009: 262).

Recibido: 29.10.2013

Aceptado: 23.05.2014

Referencias bibliográficas

- Baránov, A.N. y D.O. Dobvol'skij (1998): «Idiomaticidad e idiomatismos». En Luque Durán, J.d.D y A. Pamies Bertrán, (eds.): *Léxico y fraseología*. Granada, Método, págs. 19-41.
- Barta, P. (2005): «Au pays des proverbes, les détournements sont rois. Contribution à l'étude des proverbes détournés du français (I)», *Paremia*, 14, págs. 139-152.
- Bąba, S. (1989): *Innowacje frazeologiczne współczesnej polszczyzny*. Poznań, Wydawnictwo UAM.
- Burger, H., Buhofer, A. y A. Sialm (1982): *Handbuch der Phraseologie*. Berlin y New York, De Gruyter.
- Burger, H. (1998): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin, Wrich SchmidtVerlag.
- Casares Sánchez, J. (1992[1950]): *Introducción a la lexicografía moderna*. Madrid, C.S.I.C.
- Castillo Carballo, M.A. (1997-1998): «El concepto de unidad fraseológica», *Revista de Lexicografía*, IV, págs. 67-79.
- Corpas Pastor, G. (1996): *Manual de Fraseología Española*. Madrid, Gredos.
- Corpas Pastor, G. y F. Mena Martínez (2003): «Aproximación a la variabilidad fraseológica de las lenguas alemana, inglesa y española», *ELUA*, 17, págs. 181-201.
- Diccionario de la lengua española *Lema* (2001). Barcelona, Spes Editorial (LEMA)
- Dobvol'skij, D.O. (1988): *Phraseologie als Objekt der Universalienlinguistik*. Leipzig, Bibliographisches Institut.
- Fasla, D. (1999): «Conmutación léxica, relaciones semánticas y truncamiento paremiológico», *Paremia*, 8, págs. 161-164.
- Fernández Toledo, P. y F. Mena Martínez (2007): «El papel de la fraseología en el discurso publicitario: sugerencias para un análisis multidisciplinar», *Pensar la publicidad*. Vol.1. Nº. 1, págs. 181-198.
- Fleischer, W. (1982): *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Leipzig, VEB Bibliographisches Institut Leipzig.
- García-Page Sánchez, M. (1989): «Sobre los procesos de deslexicalización en las expresiones fijas», *Español Actual*, 52, págs. 59-79.
- García-Page Sánchez, M. (2008): *Introducción a la fraseología española*. Barcelona, Anthropos.
- García Yelo, M. (2012): «El proceso de desautomatización de paremias españolas en las redes sociales». En González Rey, M.I. (ed.): *Unidades fraseológicas y TIC*. Biblioteca

- fraseológica y paremiológica. Serie «Monografías». N.º 2, págs. 111-124: http://cvc.cervantes.es/lengua/biblioteca_fraseologica/n2_gonzalez/unidades_fraseologicas_y_tic.pdf (8-04-2013).
- García Yelo, M. (2012): «El proceso de desautomatización de paremias españolas en las redes sociales». En González Rey, M.I. (ed.): *Unidades fraseológicas y TIC*. Biblioteca fraseológica y paremiológica. Serie «Monografías». N.º 2, págs. 111-124: http://cvc.cervantes.es/lengua/biblioteca_fraseologica/n2_gonzalez/unidades_fraseologicas_y_tic.pdf (8-04-2013).
- Gläser, R. (1986): *Phraseologie der englischen Sprache*. Tübingen, Max Niemeyer.
- González Calvo, J. M. (2007): «Unidades fraseológicas y creatividad: propuesta de neología fraseológica». En Cuartero Otal, J. y M. Emsel (eds.): *Vernetzungen. Bedeutung in Word, Satz und Text. Festschrift für Gerd Wotjak zum 65. Geburtstag*. Vol. 1, Frankfurt, Berlín, Peter Lang, págs. 199-208.
- Guerra Salas, L. (1997): «La ruptura de la frase hecha en el lenguaje periodístico y publicitario», *Paremia*, 6, págs. 301-306.
- Ignatowicz-Skowrońska, J. (1997): «Język współczesnej reklamy prasowej. Analiza słownictwa», *Spółeczne zróżnicowanie współczesnej polszczyzny*, págs. 41-51.
- Junceda, L. (2005): *Diccionario de Refranes, Dichos y Proverbios*. Madrid, Espasa Calpe (DRDP)
- Levinson, S. (2004[2000]): *Significados presumibles: la teoría de la implicatura conversacional generalizada*. Madrid, Gredos.
- Lewicki, A.M. (1996) «Wszystko na sprzedaż. Frazeologizmy jako tworzywo sloganów reklamowych». *Problemy frazeologii europejskiej*, T. I., Lublin, Wydawnictwo UMCS, págs. 69-79.
- Lusińska, A. (2007): *Reklama a frazeologia. Teksty reklamowe jako źródło nowych frazeologizmów*. Toruń, Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Kłosińska, A. (2005): *Słownik frazeologiczny*. Warszawa, PWN (SFPWN)
- Koller, W. (1977): *Redensarten. Linguistische Aspekte, Vorkommensanalysen Sprachspiel*. (Reihe Germanistische Linguistik 5) Tübingen, Niemeyer.
- Mena Martínez, F. (2003): «En torno al concepto de desautomatización fraseológica: aspectos básicos», *Tonos digital: Revista electrónica de estudios filológicos*. N.º 5: <http://www.um.es/tonosdigital/znum5/estudios/H-Edesautomatizacion.htm>(8-04-2013).
- Mendivil Giró, J.L. (1999): *Las palabras disgregadas. Sintaxis de las expresiones idiomáticas y los predicados complejos*. Zaragoza, Prensas Universidad de Zaragoza.
- Montoro del Arco, E.T. (2005): *Aproximación a la historia del pensamiento fraseológico español: las locuciones con valor gramatical en la norma culta*. Granada, Universidad de Granada.
- Multimedialny słownik języka polskiego PWN*. Warszawa: Wydawnictwo PWN (MSJPPWN)
- Quepons Ramírez, C. (2009): «El proceso de desautomatización en la fraseología española: un acercamiento», *Memorias del V Foro de Estudios en Lenguas Internacional* (FEL 2009), págs. 492-506.
- Real Academia Española (1992): *Diccionario de la lengua española*. Madrid, R.A.E. (DRAE)

- Refranero multilingüe de CVC: <http://cvc.cervantes.es/lengua/refranero/ficha.aspx?Par=59342&Lng=0> (02-05-2013).
- Ruiz Gurillo, L. (1997a): *Aspectos de fraseología teórica española*. Valencia, Universitat.
- Ruiz Gurillo, L. (1997b): «Relevancia y fraseología: la desautomatización en la conversación coloquial», *Español Actual: Revista de Español Vivo*, N.º 68, págs. 21-30.
- Ruiz Gurillo, L. (2001): *Las locuciones en español actual*. Madrid, Arco Libros.
- Skorupka, S. (1987): *Słownik frazeologiczny języka polskiego*, t. I-II. Warszawa: Wiedza Powszechna (SFJP)
- Szysko, U. (2000): «Gry językowe w sloganach reklamowych», *Język Polski*, L. XXX, N.º 3-4, págs. 228-232.
- Thun, H. (1978): *Probleme der Phraseologie. Untersuchungen zur wiederholten Rede mit Beispielen aus den Französischen, Italienischen, Spanischen und Rumänischen*, Beihefte zur Zeitschrift für Romanische Philologie 168, Tübingen, Max Niemeyer Verlag.
- Timofeeva, L. (2008): *Acerca de los aspectos traductológicos de la fraseología española*. Tesis doctoral: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/7707/1/tesis_doctoral_larissa_timofeeva.pdf (24-05-2011)
- Timofeeva, L. (2009): «La desautomatización fraseológica: un recurso para crear y divertir», *Investigaciones Lingüísticas en el siglo XXI*, págs. 249-271.
- Tristá Pérez, A.M. (1985): «Fuentes de las unidades fraseológicas. Sus modos de formación». En Carneado Moré, Z.V. y A.M. Tristá Pérez (eds.): *Estudios de fraseología*. La Habana, Academia de Ciencias de Cuba, Instituto L/L, págs. 67-90.
- Vigara Tauste, A.M. (1998): «Aspectos pragmático-discursivos del uso de expresiones fosilizadas en el español hablado». En Wotjak, G. (ed.): *Estudios de fraseología y fraseografía del español actual*. Madrid, Iberoamericana, págs. 97-128.
- Wotjak, B. (1992): *Verbale Phraseolexeme in System und Text*. Tübingen, Max Niemeyer.
- Wotjak, G. (2006): *Las lenguas, ventanas que dan al mundo: el léxico como encrucijada entre morfosintaxis y cognición, aspectos semánticos y pragmáticos en perspectiva intra- e interlingüística*. Salamanca, Universidad de Salamanca.
- Zuluaga Ospina, A. (1975): «La fijación fraseológica», *Thesaurus*, XXX, págs. 225-248.
- Zuluaga Ospina, A. (1980): *Introducción al estudio de las expresiones fijas*. Frankfurt am Main, Peter Lang.
- Zuluaga Ospina, A. (2001): «Análisis y traducción de unidades fraseológicas desautomatizadas», *PhiN* 16/2001, págs. 67-83: <http://web.fu-berlin.de/phin/phin16/p16t5.htm> (8-04-2013).