

Reseña del libro:**Mellado Blanco, Carmen (ed.) (2008):*****Beiträge zur Phraseologie aus textueller Sicht.***

Hamburgo: Dr. Kovac.

Autora de la reseña: Aina Torrent-Lenzen (Colonia / Viena)

El libro que comentamos representa una selección temática de los trabajos expuestos en el Congreso Internacional de Fraseología y Paremiología, celebrado en Santiago de Compostela del 18 al 22 de septiembre de 2006, e incluye trabajos en parte muy dispares y en parte coincidentes en cuanto al tema y al enfoque, cuyo común denominador es el análisis de las unidades fraseológicas desde el punto de vista de la lingüística de texto.

El libro está encabezado por un prólogo en alemán (pp. 7-19) y en castellano (pp. 21-31) de Carmen Mellado Blanco (Universidad de Santiago de Compostela), editora de la obra, en el que se resumen los principales aspectos tratados en los artículos, entre los que destacan: las relaciones entre la tipología textual y las modificaciones de las unidades fraseológicas, la estructura y la semántica de las unidades fraseológicas que se prestan de modo especial a las modificaciones y su relación con un tipo de texto determinado, las funciones pragmáticas de las modificaciones, los tipos de modificaciones más efectivos a la hora de captar la atención del receptor, los límites en la creatividad del emisor a la hora de modificar fraseologismos y la traducción de los fraseologismos modificados.

Rocío ANGUIANO PÉREZ contribuye con un estudio titulado: “La desautomatización de unidades fraseológicas a través de la imagen: un reto para el traductor de mensajes publicitarios” (pp. 33-52). La autora afirma que la publicidad ha entendido la eficacia que tienen las unidades fraseológicas para atraer la atención del público (p. 34) y que también su modificación ofrece especial interés publicitario, dado el “efecto sorpresa que los cambios producen en el receptor del mensaje para obligarle a detenerse en el texto y descodificarlo” (p. 35), con lo cual se intenta vencer la indiferencia –o incluso el rechazo, añadimos nosotros– por parte del receptor. Las modificaciones creativas de las unidades fraseológicas se apoyan a menudo en imágenes visuales, estableciéndose estrechos vínculos entre la unidad fraseológica y la imagen visual sobre la base de

elementos verbales y extraverbales, lo cual comporta dificultades a la hora de efectuar una traducción. Anguiano Pérez analiza las modificaciones de las unidades fraseológicas en la publicidad. Por regla general, la imagen actualiza el significado compositivo, esto es, literal o no traslaticio (p. 37). La autora recalca que se trata de un procedimiento con gran fuerza expresiva, ya que se dice mucho de forma muy compacta (p. 40). Este tipo de recurso también tiene funciones argumentativas. Sobre todo despierta el interés del destinatario: sorprende e intriga, y lo incita a descifrar el nuevo enunciado (p. 40). A menudo está presente un efecto humorístico. En relación con el proceso de traducción, la autora trata el problema de la identificación de las unidades fraseológicas (p. 42); el problema de las connotaciones, que aumentan con una modificación (p. 42), así como de su equivalencia; y trata igualmente el problema de las funciones textuales (citemos la icónica y la lúdico-poética), lo cual requiere un equivalente fraseológico en la lengua meta (pp. 42-43). Anguiano Pérez menciona como estrategias de traducción: *a*) la equivalencia plena (“en la que se mantiene no solo el significado sino también la forma de la expresión” (p. 43)); *b*) la equivalencia parcial (“con la restitución del significado pero con cambios en la forma” (p. 43)); *c*) la modulación (“en la que se conserva únicamente el significado” (p. 43)); *d*) la adaptación (por ejemplo, de elementos culturales que solo existen en la cultura de la lengua de partida, por lo que hay que adaptarlos a la lengua de llegada¹). A veces, escribe la autora, es imposible trasladar la carga cultural y contextual del mensaje, dada la realidad histórico-cultural de la unidad fraseológica y del mensaje; en tales casos la solución es “la creación de un nuevo mensaje publicitario, tarea que escapa completamente de la competencia del traductor” (p. 47). Anguiano Pérez presenta ejemplos procedentes de la publicidad francesa para mostrar las posibilidades enumeradas. El artículo es, en general, muy interesante. No obstante, queremos manifestar nuestro desacuerdo con el uso que hace la autora del término *equivalencia parcial*, que es, por cierto, el uso que suele hacerse de este concepto en la investigación fraseológica. No coincidimos con la autora cuando afirma que el binomio *faire marche arrière* y *dar marcha atrás* constituyen equivalentes parciales (p. 45): en nuestra opinión, nos encontramos ante una equivalencia plena, y pensamos que apreciaciones como las de Anguiano Pérez mezclan, de manera poco clara, aspectos de tipo contrastivo y aspectos de tipo

¹ La autora pone el ejemplo de un anuncio francés con una cebrá como símbolo de rapidez; pero en español, es la gacela el animal que se identifica con esta cualidad (p. 48).

traductológico-pragmático. En esta reseña no vamos a profundizar este punto, pero sí queremos remitir a la lectora o al lector interesados a las publicaciones de Torrent-Lenzen (en prensa) y Torrent-Lenzen (en preparación).

En “Es liegt in der Natur der Sache ... Korpuslinguistische Untersuchungen zu Kollokationen in Argumentationsfiguren” (pp. 53-72), Noah BUBENHOFER estudia fraseologismos que funcionan como indicadores de estructuras argumentativas. El autor trabaja con un corpus, y ello tiene lugar en dos sentidos: la investigación se lleva a cabo con métodos deductivos² y también con métodos inductivos³ (pp. 55-56). En relación con la tesis defendida por el autor, vamos a comentar la unidad *ein Dorn im Auge*, la cual es vista por Bubenhofer como un fraseologismo metafórico que puede ser contextualizado en contextos argumentativos (p. 61) como el siguiente (presentamos un esquema resumido): a *A* le molesta el hecho *x*, mientras que *B*, quien utiliza el fraseologismo, observa *x* como algo más bien positivo (p. 62). Bubenhofer compara las conclusiones a que llega su investigación con la información que aparece en el Duden de locuciones (Drosdowski / Scholze-Stubenrecht 1998), donde simplemente se indica “jmdm. ein Ärgernis, unerträglich sein”. El autor intenta justificar la definición del diccionario Duden pensando que acaso sus propias conclusiones estén ligadas a un tipo de texto muy específico. Nosotros pensamos, por el contrario –permítasenos un pequeño excursus–, que la definición del Duden peca ciertamente por defecto, y que quizás ello explique el que otros diccionarios bilingües alemán-español hayan traducido la unidad alemana en cuestión con verbos del tipo *cabrear*, *molestar*, etc.: *jemandem ist etwas ein Dorn im Auge*: “algo cabrea a alguien”, o *das ist mir ein Dorn im Auge*: “es algo que me molesta mucho” (Fernández López 2007), traducciones que consideramos insuficientes, al menos sin tener un contexto que las justifique. Por otra parte, nuestra experiencia fraseográfica nos hace dudar de que sea viable explicar estructuras argumentativas tan complejas en la definición. Pensamos que el usuario de un diccionario, a menos que se quiera reducir el público de la obra a unos pocos expertos, necesita precisión pero también claridad y simplicidad. Según nuestro parecer, aquí serían más productivos otros enfoques de tipo pragmático (citemos, por ejemplo, los estudios de Kühn (1985) y

² El estudio es *corpus-based*; esto es, se basa en un corpus que utiliza a modo de obra de consulta partiendo de categorías lingüísticas preestablecidas.

³ El estudio también es *corpus-driven*: en este caso, es el discurso el que proporciona las categorías a establecer *a posteriori*.

Gréciano (1987)) o incluso cognitivista, y, desde este punto de vista, lo que en nuestra opinión falta decir en la definición del Duden es que la persona a quien le molesta *x* haría todo lo posible por eliminarlo (que es como reaccionaríamos si tuviéramos verdaderamente algo en el ojo)⁴; en general, puede decirse que se trata de una molestia constante que a menudo incluso ofende⁵; por lo demás, se deduce que en los contextos en los que se emplea *ein Dorn im Auge*, eliminar *x* no es tan simple: si no, *A* ya lo habría hecho. En general, el artículo de Bubenhofer nos ha parecido muy interesante y novedoso.

En su artículo “Analyse von Phraseologismen im Text: Ein übersetzungsdidaktisch orientierter Ansatz” (pp. 73-87), Patricia BUJÁN OTERO se propone analizar métodos de análisis de los fraseologismos en el discurso, así como la aplicación de estos métodos en la didáctica de la traducción del par de lenguas alemán-gallego. Estudia los mencionados aspectos en relación con textos periodísticos, publicitarios y literarios, todo ello desde el punto de vista de las interrelaciones entre lexicografía, fraseografía y traducción (p. 73). La autora se propone también en su artículo analizar la interesante cuestión de si la equivalencia lexicográfica da cuenta de los significados que puede asumir una unidad fraseológica según el contexto (p. 73). Vale decir que, en nuestra opinión, algunos de estos objetivos quedan algo cortos en el artículo.

Como unidades fraseológicas objeto de estudio Buján Otero escoge comparaciones, y como ayuda para la traducción se sirve del banco de datos sobre comparaciones fraseológicas creado dentro del marco del proyecto sobre fraseología contrastiva que dirige Carmen Mellado Blanco en la Universidad de Santiago de Compostela.

⁴ Es posible que nos moleste un esparadrapo, por poner un ejemplo, pero si ayuda a que no se nos infecte una herida no nos lo quitamos. Así pues, verbos del tipo *molestar* son insuficientes para mostrar la complejidad semántico-pragmática (situacional, connotativa, etc.) de la locución en cuestión.

⁵ En el noticiero televisivo del 13 de febrero de 2009 de una emisora alemana se utilizó la locución *ein Dorn im Auge* en el siguiente contexto: un joven alemán de origen afgano había matado a su hermana de 16 años por cuestión de honor familiar, por haber adoptado la adolescente un modo de vida occidental que chocaba con las costumbres de su país de origen. Fue el 13 de febrero de 2009 cuando se anunció la sentencia (cadena perpetua). El comentarista televisivo dijo, entre otras cosas, que el estilo de vida de la hermana había representado para el asesino *ein Dorn im Auge*; esto es, el joven vivía en una situación de constante desagrado ante el comportamiento de otra persona y ante el estado de las cosas, y esto lo afectaba y era para él como una ofensa.

Analiza los textos originales teniendo en cuenta los siguientes aspectos: la situación comunicativa, el tipo de texto y sus funciones, la localización de las comparaciones fraseológicas y propuestas de traducción al gallego. Para el análisis de las funciones de los textos, la autora sigue el modelo de Nord (2003) expuesto en la obra *Kommunikativ handeln auf spanisch und deutsch. Ein übersetzungsorientierter funktionaler Sprach- und Stilvergleich*, Wilhelmsfeld, Egert Verlag, y determina las funciones fáctica (persuasiva, imperativa, etc.), referencial (informativa, didáctica, etc.), expresiva y apelativa. De acuerdo con Zuluaga (2001: “Análisis y traducción de unidades fraseológicas desautomatizadas”, *PhiN* 16, pp. 67-83 [www.phin.de]), Buján Otero asigna a las unidades fraseológicas las siguientes funciones textuales: icónica, connotativa y fraseológica⁶.

La autora llega a la conclusión de que los estudiantes deben aprender a reconocer la complejidad semántica y estructural de las unidades fraseológicas en el discurso y a analizar la relevancia que puedan tener las distintas funciones del texto según el modelo de Nord.

En “Das idiomatische Bild und seine Modifikationen durch materielle Bilder – theoretische und empirische Aspekte” (pp. 90-113), Harad BURGER analiza, tal como indica el título del artículo, la modificación de imágenes idiomáticas a partir de imágenes materiales. Imágenes materiales son aquellas que podemos captar físicamente (“*Physisch* wahrnehmbare Bilder pflegt man als *materielle* Bilder zu bezeichnen” (p. 92)), mientras que hay imágenes inmateriales que solo existen en el lenguaje o en la cognición. Según Burger, para que se pueda hablar de una imagen idiomática (p. 93) deben darse las siguientes condiciones: *a)* el fraseologismo debe tener una lectura recta o literal y esta debe corresponder a una imagen que uno pueda imaginarse concretamente; *b)* la relación entre significado recto y significado fraseológico debe ser relativamente clara para el hablante nativo; *c)* la relación entre significado recto y significado fraseológico debe ser convencional; *d)* la relación entre significado recto y significado fraseológico debe estar lexicalizada, esto es, la una debe ser la motivación de la otra. El autor recalca las imágenes que encierran los somatismos, y escribe igualmente que la expresión de emociones mediante fraseologismos es fuente de numerosas imágenes idiomáticas (p. 95). Defiende la idea, por lo demás, de que la

⁶ Esta función hace referencia a la densidad y simplicidad de la información transmitida.

imagen sobre la que se basan muchos fraseologismos no siempre es actualizada por un igual en el acto de habla y de que el carácter icónico de las unidades fraseológicas es más bien potencial (p. 95). Burger estudia, a continuación, los procedimientos de modificación más usuales, que pueden ser entre otros (no los mencionamos todos): *a*) modificación interna, sobre todo a base de sustituir una palabra por otra; *b*) combinación con una imagen que influye en el contenido semántico del fraseologismo. Después de analizar y comentar numerosos ejemplos, Burger llega a la conclusión de que en muchas modificaciones a través de la imagen se da una relación bastante arbitraria entre la imagen fraseológica y la imagen material (p. 110), si bien las modificaciones más asequibles para el receptor son aquellas que no se alejan excesivamente de la imagen idiomática. El artículo es altamente interesante y en él abundan ideas nuevas bien fundamentadas.

En “Phraseologismen in J.D. Salingers Roman *Der Fänger im Roggen*. Eine übersetzungswissenschaftliche Studie” (pp. 115-133), Sabine FIEDLER compara pasajes de las dos traducciones al alemán de la novela *The Catcher in the Rye* de Salinger (traducción de Heinrich Böll (1954/1962) y traducción de Eike Schönfelds (2003)), en los que intervienen fraseologismos. El uso de unidades fraseológicas caracteriza en gran modo esta novela, de lenguaje marcadamente vital y juvenil. La autora introduce al lector en los problemas teóricos de la traducción de fraseologismos y recalca el semantismo complejo (connotaciones, valor emocional y expresivo, etc.) de los fraseologismos, así como su especial importancia en textos con una función estética esencial. En general, Fiedler distingue cuatro fases en la traducción de unidades fraseológicas (p. 119): *a*) reconocer la unidad fraseológica como tal; *b*) averiguar o analizar su contenido semántico; *c*) encontrar una paráfrasis equivalente en la lengua terminal; *d*) encontrar un fraseologismo equivalente en la lengua terminal (en caso de que exista, por supuesto)⁷. A partir de la comparación de pasajes entre el original y las traducciones, la autora determina cuatro métodos posibles a la hora de traducir fraseologismos: *a*) aprovechar las numerosas similitudes que se dan sobre todo entre lenguas europeas; *b*) traducir mediante una solución no fraseológica; *c*) traducir mediante un fraseologismo que reproduzca otra imagen; *d*) la omisión. Igualmente, recalca la dificultad que representa la traducción de unidades modificadas (p. 126). En

⁷ Dudamos que sea necesario y productivo distinguir entre las fases c y d tal como Fiedler las caracteriza.

general, Fiedler considera que la traducción de Schönfeld es la mejor, la que más respeta el lenguaje del original y la que crea un lenguaje más vital. Se trata de un artículo muy interesante y muy bien redactado, a pesar de que, en nuestra opinión, en los estudios en los que se comparan traducciones y modos de traducir fraseologismos los autores suelen llegar siempre a las mismas conclusiones teóricas (con pequeñas variaciones) y pocas veces aportan algo verdaderamente nuevo.

En su contribución “Phrasen stehen auf zwei Beinen (Karl Kraus). Sprachkritik als Gesellschaftskritik” (pp. 135-152), Georg GIMPL escribe sobre la obra de dos escritores austríacos, Johann Nestroy (1801-1862) y Karl Kraus (1878-1936), quienes criticaron a la sociedad de su época a partir del uso de la lengua. Ambos influyeron considerablemente en la literatura austríaca. Johann Nestroy, por ejemplo, utilizó fórmulas rutinarias como marcadores en el cambio de papeles. Nestroy creó papeles sociales –esto es, no tanto caracteres individuales–, papeles que se caracterizan por el uso que hacen de la lengua las figuras que los representan. Los fraseologismos son el espejo de grupos sociales y de una época, si bien bajo *fraseologismo* Gimpl entiende aquí una concepción muy lata, según él mismo recalca (p. 142). Karl Kraus, por su parte, descubrió nuevos “continentes lingüísticos” (p. 144). Siguió la misma estrategia que Nestroy, pero la sociedad había cambiado. El tono devino crudo y agudo, y al público se le pasaron –por decirlo así– las ganas de reír ante tal impulso agresivo. Kraus recogió textos que había leído u oído y con ellos creó sus obras, con el lenguaje real y verdadero. En general, criticó duramente a la sociedad de entreguerras. Da placer leer este artículo, escrito con un estilo muy inteligente y esmerado y con algunos pasajes procedentes de obras de los mencionados autores.

Marek LASKOWSKI colabora en este libro con el artículo “Phraseologische Wortverbindungen in der Textsorte Witz als didaktische und psycholinguistische Herausforderung” (pp. 153-173). En él, la autora analiza la tipología del chiste. Primero dilucida a qué nos referimos con tipología textual. Un tipo de texto se caracteriza por los tipos de actos de habla complejos con una función comunicativa y estructural determinada (p. 155). A continuación, Laskowski analiza la tipología del chiste: se trata de un texto corto con un problema lógico que debe adivinar o resolver el receptor y que es cómico. La autora determina tres partes o fases en la estructura del chiste: *a)* el receptor es introducido en la situación; *b)* la situación toma un desarrollo absurdo; *c)* el

receptor entiende el trasfondo que da una lógica a la relación entre las fases a y b. Muchos chistes se basan en juegos lingüísticos. La autora analiza el tipo de saber que necesita el estudiante para entender tales chistes basados en unidades fraseológicas, para lo cual, escribe, es necesario entender el sentido recto y el traslaticio. Estudia los tipos de chistes, los tipos de chistes que contienen unidades fraseológicas y los tipos de fraseologismos que aparecen en los chistes. Analiza, igualmente, unos cuantos chistes de un corpus de 150 en total, 43 de los cuales contienen fraseologismos. A continuación presenta las distintas concepciones en lo que se refiere a la fraseodidáctica: hay quien está a favor de presentar las unidades fraseológicas en clase sin contexto; otros en el cotexto y el contexto. Los pasos para el aprendizaje de las unidades fraseológicas serían: reconocerlas, entenderlas y usarlas.

Es un artículo que resume teorías muy diversas en poco espacio (teorías sobre la tipología textual en general, sobre la tipología del chiste, sobre la fraseodidáctica). En general, no nos acaba de convencer la idea de que sea recomendable la aplicación frecuente de tales chistes en clase, al menos no con el fin de que los estudiantes aprendan las unidades fraseológicas en cuestión. Por lo demás, la autora repite muchos clichés; esto es, presenta ideas bastante repetitivas sobre lo que tienen que hacer y dejar de hacer los profesores (hay que ser creativo, hay que motivar el interés de los alumnos, etc.), sobre los problemas del alumnado, etc.

El artículo “Phraseologismen im Kroatischen und deutschen Modejargon” (pp. 175-192) de Anita PAVIC PINTARIC trata del uso de unidades fraseológicas en las revistas de moda femenina en las lenguas alemana y croata. Pavic Pintaric se pregunta qué tipos de unidades fraseológicas aparecen, en qué lugar del texto y quiénes son los emisores y los receptores de estos tipos de texto. La autora comprueba el uso de locuciones, la mayoría de las cuales adquiere en los textos una función intensificadora, de construcciones comparativas, también con función intensificadora, de fórmulas con palabras gemelas, de construcciones sintácticas estereotipadas, refranes, tópicos, citas famosas, etc. Muchas de estas unidades aparecen modificadas, lo cual comporta, en las revistas analizadas, un cambio de significado. En general, la autora descubre muchas similitudes entre las lenguas y las culturas comparadas. Una de las diferencias es que en las revistas alemanas se recurre más al anglicismo, mientras que en las croatas se da una tendencia al calco.

En general es un estudio interesante, bien estructurado y con numerosas citas que cimientan la parte teórica (la autora introduce una definición de las estructuras analizadas, por ejemplo). A veces, no obstante, pensamos que la autora casi abusa de la citación directa, y que las citas directas escogidas no siempre quedan bien encajadas en el contexto, de modo que habría sido mejor integrarlas y adaptarlas a modo de citas indirectas. Por lo demás, la autora recalca varias veces cuán importantes son las revistas de moda para las mujeres. Permítasenos ponerlo en duda, aunque sea por una mera actitud de protesta ante todo intento de manipulación del gusto personal. Aunque la autora intenta incluso respaldar esta afirmación con una fuente en la que figuran los resultados de una “pequeña encuesta” (p. 178, nota 1), es evidente que hay, por un lado e indiscutiblemente, intereses comerciales; por otro lado, está claro que todo investigador pretende mostrar el objeto de su investigación como de suma importancia. Nosotros, repetimos, ponemos en duda la influencia que verdaderamente puedan tener estas revistas en la manera de vestirse de las mujeres de hoy.

En “Manipulación fraseológica en la obra de Shakespeare” (pp. 192-205), Manuel SÁNCHEZ GARCÍA intenta cubrir un déficit en los estudios shakespearianos: se trata del estudio de la manipulación y desautomatización de unidades de sintaxis más o menos fija como recurso shakespeariano. El artículo se encuadra en una concepción ancha de la fraseología. Casi todos los estudios existentes sobre el autor isabelino estudian la palabra individual (p. 194), pero Shakespeare juega con estructuras sintagmáticas fijas. Quiere conseguir la hilaridad o la sorpresa del público, y para ello altera intencionadamente numerosas unidades fraseológicas. Ello tiene lugar de dos modos distintos: *a*) el primero es la “metedura de pata”; se trata de un error involuntario, de modo que no hay intención alguna por parte del personaje que lo produce; *b*) el segundo tipo, mucho más frecuente, es más elaborado, pues el personaje sí tiene aquí una intención modificadora; por regla general, un personaje manipula las palabras de otro. Todos estos juegos sirven a menudo para orientar el desarrollo del diálogo. Sánchez García se centra en el análisis de la obra *The Taming of the Shrew* del famoso dramaturgo.

El artículo “Instantial usage of phraseological units and compound in English and Russian” (pp. 207-224) de Elena SEMUSHINA investiga la modificación de unidades fraseológicas y de compuestos en inglés y en ruso. La autora centra su atención en las

construcciones creativas y momentáneas. En su opinión, tanto las unidades fraseológicas como los compuestos pueden ser modificados mediante la sustitución de los componentes (por un sinónimo o por un antónimo), la metáfora expandida (en el cotexto es retomado uno de los componentes, que ahora sirve para crear una nueva unidad fraseológica) y la resemantización de alguno de los componentes (pp. 208 y 223).

En “Metonymic Replacements in Idioms” (pp. 225-235), Grzegorz SZPILA analiza fraseologismos modificados en las novelas de Salman Rushdie. Normalmente, escribe el autor, es sustituido un componente por otro lexema (p. 225). En algunos casos, la relación entre el componente sustituido y el lexema que lo sustituye es metonímica. Por ejemplo, en relación con el fraseologismo *a cloud on the horizon*, Rushdie sustituye *horizon* por *sky*. Con ello Rushdie insinúa, escribe Szpila (p. 229), que los problemas y dificultades ya están presentes (esto es, no solo se intuyen como una amenaza lejana en el horizonte). Después de analizar numerosos ejemplos, el autor se pregunta qué nos dice este tipo de sustitución sobre la naturaleza del fraseologismo (p. 234). Según Szpila, las posibilidades de sustitución que se dan en los fraseologismos no son sino un exponente de su composicionalidad. El autor también concluye que dichos procedimientos muestran la importante contribución de cada componente al significado global.

El tema del lenguaje publicitario aparece de nuevo en el estudio de Raúl URBINA FONTURBEL, “La creatividad fraseológica en el lenguaje publicitario” (pp. 237-257). En opinión del autor, los publicistas trabajan con muchas unidades fraseológicas. El autor resalta la importancia de la retórica, que él considera revitalizada por la lingüística y la teoría de la literatura, así como por otras disciplinas y ramas científicas. Opina que la retórica es muy importante a la hora de estudiar las formas de persuasión en los medios de comunicación de masas. El autor dedica unas páginas a la *inventio*, que se ocupa de “establecer los contenidos del discurso y seleccionar el material” (p. 239) y de determinar los medios de que dispone el productor del discurso para convencer. Urbina Fonturbel habla de la creatividad humana en general y publicitaria en particular. Analiza las herramientas del proceso creativo (observación, imaginación, abstracción, empatía, etc.). Para ser creativo, escribe el autor, es necesario conocer el campo en el que se trabaja. Recalca la importancia de la inspiración, del trabajo, de la reflexión y de la

memoria. Según su parecer, el lenguaje de la publicidad ha establecido su fraseología propia: el eslogan (p. 244). Menciona diversas teorías que apoyan sus dilucidaciones, tales como la teoría de la relevancia de Sperber / Wilson. Urbina Fonturbel analiza fraseologismos que, en su opinión, se utilizan de manera (relativamente) literal (p. 247), aunque no siempre estamos de acuerdo; por ejemplo, en el siguiente texto: “A dos velas... se quedará todo aquel que, después de comer y con el café, no tome una o dos copas del incomparable Brandy Soberano” (González Byass, 1948) no vemos la literalidad por ninguna parte; o “Un libro al año no hace daño” (Osborne, 1976) como anuncio de una bebida alcohólica, que, en nuestra opinión es una unidad fraseológica modificada, de modo que aparece en el falso apartado. Urbina Fonturbel analiza también unidades fraseológicas modificadas (“A mal tiempo, buena sopa” (Starlux)), así como eslóganes.

Aunque el artículo de Urbina Fonturbel contiene ideas valiosas, en nuestra opinión no está muy bien estructurado. También hay otros detalles poco convincentes: por ejemplo, la alusión a la teoría de la relevancia nos parece demasiado vaga, puesto que el autor no indica página alguna de la obra que cita, si bien recurre a Sperber / Wilson para demostrar un aspecto muy concreto. Opinamos, igualmente, que en este artículo falta una verdadera definición de lo que es un eslogan, puesto que las indicaciones que figuran en la p. 246 no ayudan a diferenciar el eslogan de otros tipos de fraseologismos.

María Isabel VEIGA LEVRAY trata en su artículo “Les expressions figées chez Brassens” (pp. 259-272) los fraseologismos que aparecen en las canciones del cantautor francés Georges Brassens, en las que abundan los juegos con unidades fraseológicas, normalmente con la intención de causar impacto en el oyente (p. 260) y de manifestar afectos diversos (pp. 261-262). Por regla general, las modificaciones tienen lugar sobre la base de procesos de desemantización, de permutaciones léxicas, de cambios en la estructura de las unidades fraseológicas, etc. (p. 262). La autora menciona igualmente aspectos traductológicos.

La estructura de este artículo no nos ha convencido, puesto que, por poner un ejemplo, los aspectos tratados en el apartado dedicado a la traducibilidad o no traducibilidad de las unidades fraseológicas no tienen nada que ver con las modificaciones que caracterizan a las canciones de Brassens y que la misma autora expone en su artículo (p. 262). Los numerosos investigadores que han tratado tanto el

tema de la traducción de fraseologismos como el de la traducción de fraseologismos modificados brillan por su ausencia. Por lo demás, el corpus que llena varias páginas sobre qué unidades emplea cuántas veces Brassens en sus canciones tiene un interés muy relativo y tampoco le sirve a la autora para llegar a conclusiones verdaderamente sólidas o interesantes.

En el artículo titulado “Russian Phraseological Units and Proverbs as Headlines of Newspaper” (pp. 273-286), Alsu ZALYALEEVA analiza, tal como indica el título, el uso de unidades fraseológicas y proverbios rusos en los titulares de los medios de comunicación de masas, así como su potencial pragmático. Zalyaleeva recalca la importancia del título de cara a captar la atención del lector, a despertar su interés, etc. Destacan las modificaciones mediante la sustitución de componentes y la conversión de la polaridad (de negativa a afirmativa), así como la combinación de dos unidades fraseológicas modificadas. Zalyaleeva opina sabiamente que, si bien el uso de fraseologismos es muy apropiado para títulos y titulares, no lo es tanto para el cuerpo de los textos de tipo informativo encabezados por dichos títulos.

Siguiendo la misma línea temática, en “La unidad fraseológica como título” (pp. 287-312) Alberto ZULUAGA OSPINA analiza las funciones de los títulos y de las relaciones semánticas entre el título y su texto correspondiente, así como los efectos de las unidades fraseológicas empleadas como títulos. El autor toma en consideración locuciones, pero también refranes y proverbios. La perspectiva que guía su investigación es la lingüística de texto entendida como hermenéutica del sentido (según Coseriu), y el punto de partida es el modelo de Bühler sobre las funciones del lenguaje. El autor se propone mostrar tendencias y preferencias en el campo delimitado. En su opinión, los rasgos del título cambian sustancialmente según si el texto es informativo, expresivo o apelativo. Luego pasa al análisis de las funciones textuales inherentes de las unidades fraseológicas: la “función fraseológica inherente básica” es que “estas unidades, en general, facilitan y simplifican al máximo al emisor, hablante o autor, la formulación del mensaje, y al receptor, oyente o lector, la recepción y comprensión” (p. 293). Las unidades fraseológicas hacen posible la expresión breve y condensada de ideas (p. 293). El autor pone como ejemplo el título *Matar la gallina de los huevos de oro* (artículo en *El País* sobre las consecuencias de la fiebre de construcción de edificios para turistas). Otra función inherente es la “función básica apelativa”, puesto que estas

unidades “dan por sí mismas relieve al mensaje, texto o segmento de texto en el que se emplean” (p. 294). Zuluaga Ospina analiza lo que es un título, así como las relaciones entre título y texto. Resumiendo sus ideas, podemos decir que el título no es un texto autónomo y que las relaciones entre título y texto son recíprocas, esto es, bidireccionales. El autor se centra a continuación en el análisis de dos títulos fraseológicos (forma gramatical, semántica, variaciones y variantes, relación semántica con el subtítulo y con el texto, juegos fónicos, repetición del título en el texto, empleos desautomatizados mediante la sustitución de componentes). Algunas de las conclusiones a que llega Zuluaga son las siguientes: las unidades fraseológicas utilizadas como títulos con más frecuencia son las nominales; se da una tendencia a recortar las unidades fraseológicas en los títulos; los títulos contribuyen a la creación de variaciones y de verdaderas variantes. En cuanto a la primera conclusión, nos atrevemos a afirmar que las locuciones adverbiales son al menos tanto o más productivas que las nominales a la hora de adoptar la función de título (de páginas web, de libros, de películas, de poemas, etc.). Al menos, así lo confirman nuestras pesquisas en la red.

En general, el libro que hemos comentado representa una considerable aportación a la investigación fraseológica desde el punto de vista de la pragmática y de la lingüística de texto. Algunos de los artículos son indudablemente innovadores y audaces y están redactados con rigor científico. En otros aparecen ideas más bien repetitivas. En relación con la teoría de la traducción de fraseologismos e independientemente de la obra que comentamos, somos del parecer de que se ha llegado a un punto muerto y que los investigadores del tema no hacen sino repetir, con pocas modificaciones, lo que ya han dicho otros autores, aspecto que ya mencionamos en Torrent-Lenzen (2008). Teniendo en cuenta que la pragmática quiere ser una subdisciplina básica en esta obra (p. 31) nos ha llamado la atención que los diversos autores no trabajaran más con las publicaciones de la lingüista Gertrud Gréciano (1987), autora que en esta obra solo es citada por Burger, si bien su aportación al estudio pragmático de los fraseologismos y a los procesos inferenciales que su uso activa es indudablemente esencial.

Bibliografía

- Drosdowski, G. / Scholze-Stubenrecht, W. (1998): *Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Idiomatisches Wörterbuch der deutschen Sprache*. Mannheim et al.: Dudenverlag.
- Fernández López, J. (2007): *Diccionario fraseológico Alemán-Español, Español-Alemán* [en línea]. Innsbruck: Institut für Romanistik, Universität Innsbruck. <<http://culturitalia.uibk.ac.at/hispanoteca>>.
- Gréciano, G. (1987): “Les inférences de l’idiome”, en: Riegel, M. (ed.): *L’implication dans les langues naturelles et dans les langages artificiels*. Strasbourg: TRALILI, Paris: Klincksieck, pp. 139-153.
- Kühn, P. (1985): “Phraseologismen und ihr semantischer Mehrwert”, en: *Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht*, 56, pp. 37-46.
- Torrent-Lenzen, A. (2008): (Reseña de la obra de) van Lawick, Heike (2006): *Metàfora, fraseologia i traducció. Aplicació als somatismes en una obra de Bertolt Brecht*. Aachen: Shaker, en: *Llengua i Literatura*, 19, pp. 518-521.
- Torrent-Lenzen, A. (en prensa): “Hacia una teoría de la traducción de fraseologismos (tomando como ejemplo el par de lenguas español-alemán)”, en: *Actes du XXVe Congrès International de Linguistique et Philologie Romanes, Innsbruck 2007*. Tübingen: Niemeyer.
- Torrent-Lenzen, A. (en preparación): “Los conceptos relativos a la equivalencia traductora en el campo de la fraseología: revisión crítica y propuestas”.

Aina Torrent-Lenzen (Colonia / Viena); febrero de 2009

aina.torrent_lenzen@fh-koeln.de

aina.torrentalamany-lenzen@univie.ac.at
