La ruptura de la frase hecha en el lenguaje periodístico y publicitario

LUIS GUERRA SALAS
Universidad Europea de Madrid-CEES

1. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO

Es habitual, y no pasa inadvertido, el empleo de frases hechas más o menos modificadas en las páginas de los diarios: ya insertas en los mensajes publicitarios, ya titulando una noticia, estas frases hechas captan en seguida nuestra atención, producen la agradable sensación de lo reconocido y nos divierten o sorprenden por la originalidad de la modificación.

En un trabajo ya clásico, Carlos Bousoño (1976[6]: 547-572) analizaba los efectos que ocasiona en un poema el quebranto en algún punto de un sintagma complejo, que nos llega como un bloque tópico, ya constituido. Señalaba además distintas variantes del procedimiento, según la frase hecha alterada procediera del lenguaje coloquial, del literario, o de una frase hecha por el propio poeta en la misma composición. Aunque Bousoño se refiere sólo a la expresión poética, incorporaremos parte de sus ideas a nuestro análisis.

Al igual que otros procedimientos retóricos propios de la *elocutio*, este recurso ha sido aprovechado por el lenguaje publicitario, y veremos ejemplos de ello; pero es en el lenguaje periodístico donde ha cobrado una inusitada fuerza y vigor, hasta constituir un mecanismo frecuente para acuñar titulares de noticias y reportajes. A esta presencia en el periodismo escrito es a la que vamos a prestar más atención en las páginas que siguen.

1.1. Tipología

En los textos estudiados hemos encontrado casi todos los orígenes que señala C. Bousoño para la frase hecha modificada inserta en textos poéticos:

a) Las frases hechas procedentes del lenguaje coloquial aparecen tanto en anuncios como en titulares de noticias; así, por ejemplo, leemos:

(1) *Divide y ganarás*,

como eslogan de un anuncio del *Grupo Santander*, o, en las páginas de economía de un diario:

(2) *Rebaja y vámonos* (*El País*, 18-6-95)

al frente de una noticia que daba cuenta de la última liquidación de unos grandes almacenes antes de su venta a la competencia.

b) Bousoño indica también que es muy frecuente que la frase hecha proceda del lenguaje literario, ya sea el verso de un poema conocido o el título de una obra. Los ejemplos que hemos recogido corroboran estos orígenes; así:

(3) *Tercera edad, divino tesoro* (*El País*, 18-6-95)

modifica el verso de Darío, y títulos de noticia como los siguientes:

(4) *La caída de la casa Andreotti* (*Diario 16*, 18-9-95)

(5) *El Rayo que sí cesa* (*Diario 16*, 13-3-96)
(6) *La finca del tesoro* (*El País*, 15-2-96)
rompen parcialmente el título de una obra literaria célebre.

Junto a estos orígenes literarios podemos incluir las rupturas que afectan al título de una película cinematográfica; por ejemplo leemos:

(7) *Raúl, alguien voló sobre el nido del Buitre* (*Blanco y Negro*, 3-3-96)
en un reportaje sobre un joven jugador de fútbol llamado a suceder a Emilio Butragueño, o bien:
(8) *Miguel Bosé, rebelde con canas* (*El País Semanal*, 15-10-95)
encabezando una entrevista al cantante y actor.

c) El tercer origen que señala Bousoño en su estudio es el de una frase hecha por el propio poeta en la misma composición; por la naturaleza del material con que trabajamos (títulos de noticias, eslóganes publicitarios) no hemos hallado ejemplos de esta tercera fuente.

1.2. Explicación y funciones del recurso

Si llamamos A-a a la frase hecha, el procedimiento consiste en sustituir A-a por A-b; la relación entre a y b minúsculas (el elemento sustituido y el sustituto) puede ser de distintos tipos:

Unas veces el elemento b deja ver a través de sí al elemento sustituido a, incorporándolo y haciéndolo suyo o, como dice Bousoño, «alimentándose de él»; en este caso lo que conseguimos es una suma de significados, una expresión sintética que aglutina dos conceptos distintos pero que no se excluyen; es el caso de *rebaja* (b) y *apaga* (a) en el ejemplo señalado antes:

(2) *Rebaja y vámonos*,
donde el término modificador no excluye el significado del modificado, sino que lo asume e incorpora.

Otras veces el elemento (a) que deja ver (b) es incompatible con éste, no puede sumarse a él, y entonces la presencia de (b) resalta la diferencia con el término sustituido; es lo que sucede en

(3) *Tercera edad, divino tesoro*
(5) *El Rayo que sí cesa*,
donde hay una relación de antonimia entre los significados de los signos implicados. El ejemplo (5) es particularmente eficaz: el cambio de (a) por (b) conlleva un cambio en el significado de los elementos de la frase hecha que permanecen inalterables en su forma: *El Rayo* es ahora el nombre de un equipo de fútbol, y *cesar* debe ser interpretado como 'dejar de desempeñar algún empleo o cargo' y no como 'suspenderse o acabarse una cosa'. La frase en cuestión aparecía en las páginas deportivas de un diario, indicando que los tres triunfos fuera de casa del Rayo Vallecano hasta esa fecha habían supuesto el cese de los tres entrenadores de los equipos rivales.

Por otra parte, como el recurso sólo funciona si la frase hecha sobre la que se construye la ruptura es bien conocida del lector, el recuerdo de la frase hecha se puede reforzar mediante una rima que enlace (a) y (b); es lo que sucedía en (2), entre *rebaja* y *apaga*, o en (6):

(6) *La finca del tesoro*, entre *finca* e *isla*.

En otros casos, aunque no exista rima, el parecido fónico entre (a) y (b) es evidente:

(9) *Muster y 13* (*ABC*, 13-2-96),
titulaba ABC la noticia que daba cuenta de que el tenista austriaco hacía el número trece de los que han alcanzado el primer puesto de la clasificación de la Asociación de Tenistas Profesionales desde su creación.

También podemos actualizar la frase hecha modificando su contenido, pero no su forma; así sucede en este anuncio de Fiat:

(10) *Fiat, por las bravas*,
en el que la frase hecha se mantiene, pero con un significado nuevo debido a la acción del contexto (se trata en este caso de la presentación de dos nuevos modelos de coche, *bravo* y *brava*, cuyas fotos acompañan al texto).

En algunas ocasiones el empleo del recurso da la impresión de no conseguir su objetivo, al no aportar nada la modificación al texto original; es lo que ocurre en

(11) *Se lo podemos decir más alto, pero no más claro*,

eslogan de un anuncio de Fiat.

Como vemos, el recurso funciona de varias formas y produce distintos efectos; analicemos como último ejemplo (7):

(7) *Raúl, alguien voló sobre el nido del Buitre.*

La relación entre (a) y (b) no se corresponde con ninguna de las señaladas arriba: no hay rima, ni parecido fonético, ni antonimia; tampoco se trata de significados que puedan acumularse; la modificación cumple su efecto porque el término (b) contrae una doble relación en virtud de lo que podríamos llamar su *polisemia*: su significado de 'ave' hace que veamos *natural* su presencia en lugar de 'cuco', y a su vez su otro significado de apelativo personal le permite aparecer en la oración contrastando con *Raúl*.

La función principal del recurso, como en todos los mensajes literales (Lázaro, 1980: 219-232), es la perduración, la fijación en el recuerdo de los hablantes. Pero se persigue algo más; si fuera únicamente la perduración no se rompería siquiera parcialmente la frase hecha. Hay una intención de originalidad, una complicidad con el lector, un conocimiento compartido que se trastoca y que produce en el lector cierta fruición intelectual. Cuando leo (5) *El Rayo que sí cesa* retengo el titular con más facilidad que si se tratara de un mensaje codificado en lenguaje no literal, pero además percibo la distancia entre la frase hecha y su modificación, capto el cambio de sentido que toman las palabras en el nuevo contexto y todo ello me produce una agradable sorpresa. De forma contraria, cuando el procedimiento no aporta originalidad a la formulación del titular o del eslogan (como en los ejemplos 1 y 11 ya señalados) resta únicamente la función de perdurabilidad, y el efecto en el lector es menor.

En *Elogio y refutación del ingenio* José Antonio Marina describe perfectamente estas percepciones, de forma que bien podemos considerar la ruptura de la frase hecha como una sencilla manifestación de ingenio; se dice allí que: «el dicho ingenioso se separa del grado cero del lenguaje, lo que permite percibir el *intervalo* que queda entre ambos niveles. Sucede igual en toda actividad estética: entre la obra y el modelo, entre lo "normal" y lo poético, entre el automatismo del lenguaje y el estilo, hay un *intervalo* cuya percepción constituye la experiencia estética: la euforia que deriva de encontrar en ese desajuste entre la obra y su referente, en el *intervalo*, la subjetividad creadora del artista» (Marina, 1992: 71-72); afirmación perfectamente aplicable al fenómeno que describimos. Todas las características que el profesor Marina atribuye al ingenio las encontramos en el recurso que estudiamos; una de ellas es la originalidad, de la que dice Marina: «Cuando oímos el comienzo de una frase proferimos hipótesis sobre su continuación. Prolongamos lo escuchado sirviéndonos de la información Lingüística y también del conocimiento de la situación. Al escuchar una frase equívoca o un chiste, la hipótesis aventurada se manifiesta falsa: ésa es la sorpresa» (Marina, 1992: 117).

Otro rasgo del ingenio es la eficacia: el ingenio debe producir el máximo con el mínimo gasto; para ello se sirve de la condensación, que le permite comprimir la información, que se expandirá al ser comprendida. Junto a la condensación, la brevedad: «el ingenio ha de ser breve, porque somos incapaces de experimentar la expansión de lo interminable» (*id., ibid.*: 125). Cuando un periodista titula un reportaje con

(8) *Miguel Bosé. Rebelde con canas.*

Está comprimiendo una gran cantidad de información en una breve oración nominal; la frase hecha permanece como punto de referencia, como grado cero; la resonancia de la frase primitiva nos habla de una forma de vida independiente, problemática, conflictiva, poco convencional, diferente; la modificación suma a estos significados el dato de la edad del entrevistado: Miguel Bosé mantiene, a una edad en la que ya no es frecuente, el espíritu independiente y poco convencional de los adolescentes. La frase modificada atribuye implícitamente la rebeldía a la juventud, y rompe con ese cliché cambiando *causa* por *canas*.

Eficacia, sorpresa, originalidad... sin duda estamos ante una forma de ingenio, ya empleada en los versos de un poema, como estudia Bousoño, ya en la redacción de titulares y eslóganes.

Si la función principal del ingenio es promover una experiencia de libertad, apartarnos momentáneamente de la realidad, dar cabida a la diversión, la ligereza y el juego, la frase hecha modificada, como acto ingenioso aglutina estos valores con el propio de la frase hecha, la perdurabilidad en el recuerdo.

2. ANÁLISIS PSICOLINGÜÍSTICO

La descripción del funcionamiento de las frases hechas modificadas pone de relieve muchos puntos de contacto con el modo en que percibimos otros datos no lingüísticos. En este apartado vamos a analizar la ruptura de la frase hecha a la luz de los conceptos de la Teoría de la Gestalt, teoría psicológica relacionada con teorías y modelos lingüísticos recientes.

2.1. Nota histórica

En los últimos treinta años, aproximadamente, las teorías psicológicas conductistas han dejado paso, en la Lingüística, a las teorías cognitivistas -entre las que podemos incluir, aunque anterior a ellas en el tiempo, la Teoría de la Gestalt: en lugar del aprendizaje de cadenas de estímulos y respuestas interesan los principios que determinan la percepción y organización de los elementos externos al ser humano, entre ellos los lingüísticos.

El primer contacto de la Teoría de la Gestalt con la Lingüística se remonta a principios del siglo XX en la Escuela de Praga, cuyo desarrollo coincide temporal y espacialmente con aquella. Pero es en los años ochenta cuando la psicología cognitiva de base gestáltica influye directa e indirectamente en las distintas teorías lingüísticas[1]. En España la *Gramática Liminar* concebida e impulsada por A. López García (1980 y 1989) es una teoría lingüística que se fundamenta psicológicamente en la Gestalt.

2.2. La percepción de la frase hecha modificada

Partimos del presupuesto cognitivista de que todas nuestras percepciones, verbales o no, se ajustan a una serie de pautas o principios parecidos. Percibimos imágenes, olores o sensaciones táctiles de forma próxima a la que captamos el lenguaje verbal. La Teoría de la Gestalt ha formulado una serie de conceptos que explican cómo percibimos las imágenes; en este análisis vamos a extender esos conceptos a la percepción lingüística de las frases hechas modificadas.

La Teoría de la Gestalt propone una manera común de organizar los estímulos visuales, dividiéndolos en una *figura* (el objeto sobre el cual enfocamos nuestra atención) y un *fondo* (donde descansa el objeto focalizado); el *fondo* no es interrumpido por la *figura*, sino que se extiende bajo ella, es siempre más grande. La *figura*, aunque conste de varios elementos, es única por definición, pues nuestra atención debe poder captarla completamente; el *fondo* puede ser plural y, además, opcional. Por otro lado, un esquema *figura/fondo* puede insertarse a su vez en otro esquema similar, percibiéndose el primero globalmente como *figura*.

Es fácil trasladar estos conceptos a las frases hechas modificadas. Volvamos a algunos ejemplos del primer apartado; cuando leemos en *Diario 16*:

(4) *La caída de la casa Andreotti*,

percibimos una *figura* superpuesta a un *fondo* (la frase hecha sin modificar, el *grado cero*) que se extiende bajo ella aunque no lo veamos, del mismo modo que en una fotografía reconstruimos el trozo de *fondo* (de paisaje o de habitación) que nos hurta la presencia humana en primer plano.

Pero además, al igual que ocurre con las imágenes, el esquema *figura/fondo* en su conjunto, destaca como *figura* sobre el *fondo* de lenguaje no literal donde se inserta. Efectivamente, las frases

[1] V. A. López García (1989: 18-23), donde se enumeran los lingüistas actuales que tienen algún contacto con la teoría gestáltica: Jackendoff y Lackoff entre los generativistas; la llamada *Gramática cognitiva* de Langacker; la Lingüística computacional, etc.

hechas captan nuestra atención, como las imágenes en primer plano, globalmente, sobre el *fondo* de discurso ordinario en que aparecen; al leer *La caída de la casa Andreotti* selecciono la percepción en su conjunto del resto del texto periodístico. Luego, a su vez, la frase hecha sirve de *fondo* donde *enmarcar* su propia modificación.

El que una frase hecha destaque sobre el discurso habitual como una *figura* sobre un *fondo* es lo que viene a decir Mal Lara cuando escribe en 1568: «[Los refranes] Son como piedras preciosas salteadas en las ropas de gran precio, que *arrebatan los ojos* con sus lumbres y la disposición da a los oyentes gran contento, y como son de notar, quédanse en la memoria» (Lázaro, 1980: 224; la cursiva es nuestra).

Otra característica de la *figura* es su unicidad, la necesidad que tiene de ser captada completamente por nuestra atención. Podemos poner en relación esta idea con el requisito de brevedad que J. A. Marina le exigía al dicho ingenioso (v. supra, 1.2.): la frase hecha como *figura* sobre el *fondo* del lenguaje no literal, o la frase hecha modificada como *figura* sobre el *fondo* de la frase hecha se perciben unitariamente, caben completamente en nuestra atención, igual que capturamos como una totalidad la imagen en primer plano.

La relación *figura/fondo* es a veces ambigua: podemos elegir entre dos percepciones distintas del mismo estímulo, pero no podemos verlas a la vez (pensemos en la imagen que se percibe alternativamente como una copa o como dos caras enfrentadas). ¿Se da este fenómeno en la percepción de las frases hechas modificadas?

Al leer:

(12) *Madre hay una sola, por fortuna* (*El País,* 20-6-95),

puedo destacar la frase modificada como *figura* sobre el *fondo* de la frase hecha *Madre no hay más que una*, o tomar esta última como *figura* tras la que resuena la frase modificada, que percibo entonces como *fondo*. Ahora bien, lo que no puedo hacer es ver simultáneamente las dos frases como *figura*, de la misma forma que cuando veo la copa en la imagen no veo las dos caras enfrentadas, y viceversa[2].

La preocupación por la forma en que la mente organiza las informaciones que recibe emparenta a la Gestalt con la escuela piscológica más moderna e influyente: la psicología cognitiva, que estudia cómo procesa la mente las informaciones que llegan a ella; de ahí que podamos considerar a la Gestalt una teoría cognitivista (tal como hace López García, 1988: 51).

M. Werheimer, el iniciador de la teoría, estableció cuatro leyes de organización perceptiva que, como veremos, guardan evidente relación con la percepción lingüística[3]:

1) Ley de continuidad: nuestra mente continúa en la dirección sugerida por el estímulo; es la ley que nos hace *ver* el cuerpo de una persona (de la que sólo vemos realmente cabeza y pies) dentro de la caja que sierra el mago. Esta ley se conoce también como ley de la buena forma: «los estímulos tienden a asociarse siguiento pautas convencionales que establecen *buenas formas* aceptadas por la comunidad» (López García, 1988: 53). Aplicada al nivel fónico-fonológico esta ley refuerza las secuencias sucesivas, y es responsable del sentimiento de monofonematicidad que despiertan los diptongos.

En la percepción de las frases hechas modificadas, esta ley es la que nos permite anticipar la frase hecha antes de concluir la lectura o audición, y ver la frase hecha sin modificar *por debajo* de la frase modificada.

---

[2] Del análisis que hace Carlos Bousoño de este recurso en el lenguaje poético podría deducirse la percepción simultánea en algunos casos, lo que estaría en contradicción con el paralelismo que proponemos. Dice Bousoño: «Con frecuencia [...] el elemento *b* [...] *transparenta*, a su través, el elemento *a* al que viene intrusamente a suplantar, y al transparentarlo, lo rapta, embebe y hace suyo, como alimentándose de él (Bousoño, 1976[6]: 548). Parece que esta transparencia permite ver simultáneamente como FIGURA la frase hecha y la frase hecha modificada.

[3] Tanto en Osgood, Sebeok y Diebold (1974), como en López García (1988) podemos encontrar paralelismos entre las leyes perceptuales descubiertas por Werheimer y el lenguaje, tanto en el nivel fónico-fonológico como en el morfosintáctico.

2) Ley de proximidad: agrupamos elementos que se encuentran cerca uno del otro. Los estímulos próximos tienden a asociarse. Sería la ley que explica las asociaciones de signos en sintagmas con núcleo y elementos pre- y postnucleares. En la comprensión de las frases hechas modificadas esta ley es la responsable de la asociación que establecemos entre el elemento modificador y el modificado, que ocupan la misma posición en la cadena hablada, como en:

(3) *Tercera edad, divino tesoro // Juventud, divino tesoro*

3) Ley de la semejanza: agrupamos elementos parecidos; los estímulos iguales tienden a asociarse. Esta ley explica que las variantes de un fonema se conciban como distintas formas de una misma unidad; en el nivel morfosintáctico agrupamos los signos con una forma parecida, debida por ejemplo a los morfemas de concordancia. En la percepción de las frases hechas modificadas ya vimos como frecuentemente el elemento modificador recuerda formalmente al elemento modificado, como en:

(2) Rebaja *y vámonos*
(6) *La* finca *del tesoro*
(8) *Miguel Bosé, rebelde con* canas.

4) Ley del cierre o del cerramiento: completamos configuraciones incompletas; los estímulos tienden a organizarse en conjuntos cerrados; rellenamos los espacios vacíos. Esta ley explica que a menudo se entienda lo que no se ha oído bien, pues el contexto y las predicciones del oyente suplen la información que falta. Es justo lo que hacemos cuando percibimos este eslogan del anuncio de una empresa inmobiliaria:

(13) *A buen entendedor, pocas palabras*,

donde no estamos ante una frase hecha alterada sino inconclusa.

Como se aprecia, nuestra comprensión de una frase hecha modificada obedece a leyes muy generales, que actúan también en la comprensión de otros hechos, lingüísticos y no lingüísticos.

3. CONCLUSIÓN

El recurso de modificar una frase hecha empleado en textos periodísticos y publicitarios, guarda notables coincidencias con su uso en el lenguaje poético, que describió Bousoño. Por su función y mecanismo está emparentado con las actividades ingeniosas estudiadas por Marina. Por otro lado, los conceptos de índole gestáltica que incorporan algunos modelos lingüísticos actuales (leyes de la percepción, división de los estímulos en *figura* y *fondo*) permiten analizar perfectamente estos productos del lenguaje literal, y contribuyen a su mejor descripción y conocimiento. El estudio del fenómeno en otras formas del lenguaje emparentadas con los dichos ingeniosos, como los chistes y los textos cómicos y humorísticos, completaría la visión de este procedimiento, cuya presencia en los medios de comunicación es habitual hoy en día, lo que refleja su vitalidad y sus posibilidades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOUSOÑO, C. (1976[6]): *Teoría de la expresión poética*. Madrid: Editorial Gredos.

LÁZARO CARRETER, F. (1980): «La lengua de los refranes ¿espontaneidad o artificio?», en *Estudios de Lingüística*. Barcelona: Editorial Crítica.

LÓPEZ GARCÍA, A. (1980): *Para una gramática liminar*. Madrid: Editorial Cátedra.

---- (1988): *Psicolingüística*. Madrid: Editorial Síntesis.

---- (1989): *Fundamentos de lingüística perceptiva*. Madrid: Editorial Gredos.

MARINA, J. A. (1992): *Elogio y refutación del ingenio*. Barcelona: Editorial Anagrama.

OSGOOD, Ch.; SEBEOK, T. A.; DIEBOLD, R. (1974): *Psicolingüística. Problemas teóricos y de investigación*. Barcelona: Editorial Planeta.