

Recursos pragmáticos para la desautomatización fraseológica en la campaña electoral brasileña de 2018 en redes sociales*Pragmatic resources for phraseological desautomatization in the Brazilian electoral campaign in social networks***Resumen**

Este texto trata sobre la desautomatización fraseológica (DF) en el discurso político, vehiculado por los usuarios de las redes sociales Facebook y Twitter, al emplear una serie de recursos pragmáticos de propaganda política que durante la segunda vuelta de la campaña electoral de 2018 contribuyó a la elección del 38º presidente de la República Federal Brasileña, Jair Messias Bolsonaro. Para abordar este estudio, revisaremos algunos conceptos y características de la DF, así como el contexto social, histórico y político brasileño para analizar los efectos de sentido y la materialización expresiva de las nuevas unidades fraseológicas (UF) creadas. El corpus de esta investigación proviene de la observación de los diferentes discursos proferidos en ese período electoral.

Palabras clave

Desautomatización fraseológica; unidades fraseológicas; creatividad idiomática; pragmática; discurso político; elecciones brasileñas; Bolsonaro; redes sociales.

Abstract

This text is about the phraseological desautomatization (DF) in the political discourse conveyed by the users of the social networks Facebook and Twitter, when using a series of pragmatic resources of political propaganda that during the second round of the 2018 electoral campaign contributed to the election of the 38th president of the Brazilian Federal Republic, Jair Messias Bolsonaro. To address this study, we will review some concepts and characteristics of the DF, as well as the Brazilian social, historical and political context to analyze the effects of meaning and the expressive materialization of the new phraseological units (UF) created. The corpus of this investigation comes from the observation of the different speeches made in that electoral period.

Key words

Phraseological desautomatization; phraseological units; idiomatic creativity; pragmatic; political discourse; Brazilian elections; Bolsonaro; social networks.

Fecha de publicación: 26/08/2020

DOI: <https://doi.org/10.37536/LINRED.2020.XVII.23>

1. Introducción

Durante las elecciones presidenciales brasileñas de 2018, las redes sociales de todo el país vehicularon las inquietudes y preferencias políticas de la población brasileña en un clima altamente polarizado con dos opciones antagonistas que manifestaron una nación políticamente dividida. Sabemos que en los últimos años plataformas digitales y sociales como Twitter o Facebook se utilizan partidariamente para propagar ideas políticas, informaciones parciales y denigrar la imagen del adversario político, desafiando y desmitificando los tradicionales medios de comunicación de masas.

Los discursos en dichas redes en Brasil por primera vez adquirieron una dimensión social considerable, nunca vista anteriormente, debido a la expansión y reciente acceso de las clases populares brasileñas a los móviles *Smartphone*. Hasta este momento el arma de las campañas electorales había sido los anuncios de la llamada “era de la televisión”, hegemonía que se está viendo substituida paulatinamente por las redes sociales.

Candidatos de varios partidos que contaron con un tiempo considerable en los espacios electorales televisivos fracasaron, mientras que el ganador de las elecciones, Jair Messias Bolsonaro, apostó por hacer su campaña a través de las redes sociales, sobre todo después de que un opositor le asestara una apuñalada en el abdomen en un acto de campaña el 6 de septiembre de 2018 en el estado de Minas Gerais. A partir de ahí, el capitán del ejército realizó su campaña política en YouTube, Instagram y Twitter como en su día lo hizo el presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, y no participó en la segunda vuelta de ninguno de los debates televisivos propuestos para los candidatos a la presidencia de la república brasileña.

En este contexto político y social de campaña electoral emergieron discursos como prácticas sociales cotidianas en las redes sociales, principalmente en lo que se refiere a la propaganda política, sirviéndose de la creación de unidades fraseológicas (UF) nuevas para persuadir, convencer, ironizar o criticar al adversario.

En este texto pretendemos mostrar y analizar algunas de las más diversas creaciones idiomáticas que demuestran la potencialidad y desautomatización de las UF por medio de la observación detallada de discursos transmitidos por los usuarios de Twitter y Facebook entre los días 7 y 27 de octubre de 2018. De esta forma, entendemos que la muestra fraseológica que presentamos constituye una serie de juegos creativos de lenguaje que desestabilizan los conceptos de institucionalización y fijación formal y/o semántica como categorías definidoras de las UF, valiéndose de diferentes efectos o recursos pragmáticos para la desautomatización intencionadamente política de UF consolidadas en el portugués brasileño.

2. La desautomatización fraseológica: concepto y características

Los luso-hablantes designan al *amiguinho de quatro patas* que estiman como uno más de la familia con el vocablo inglés *pet* o con la colocación propia del portugués *animal de estimação*, que en español denominamos mascota. Esta noción léxica puede referirse a perro - el mejor amigo del hombre -, a gato o a tortuga, entre

Recursos pragmáticos para la desautomatización fraseológica en la campaña electoral brasileña de 2018 en redes sociales

otros, de ahí que también los brasileños lo conozcan con la variante *bichinho de estimação*. Tanto *bichinho* como *animal* pueden servir como soporte al colocativo “*de estimação*”, siendo en ambos casos UF que se refieren al mismo concepto.

No obstante, en el discurso político podremos observar como los usuarios del portugués brasileño modifican intencionadamente la base de la colocación para agregar nuevas nociones con un propósito crítico o irónico a la clase política brasileña con recursos creativos, tales como: *bandido de estimação* o *corrupto de estimação*, bajo la sospecha de que los políticos son unos ladrones.

Aunque parece que este proceso afecta más a las locuciones y paremias, el ejemplo anteriormente expuesto aborda una colocación desautomatizada en el significante y significado por sustitución. Corpas (1998: 35-36) afirma que: “na linguaxe periodística, por exemplo, conséguense multitude de efectos mediante a manipulación léxica das colocacións, manipulación que depende da fixación (formal ou semántica) de tales unidades”. Asimismo, la autora propone este ejemplo: una copa ayuda a conciliar el sueño, de la misma manera que ayuda a *conciliar la vigilia* (Corpas 1998: 36).

De esta forma, este recurso pragmático de modificación de sentido expresamente, tomando como base una estructura fija reconocible por los usuarios como propia de su cultura para crear un efecto discursivo será lo que designemos con el término *desautomatización*. Este proceso de creatividad fraseológica recibe otros nombres como *deslexicalización* (García-Page 1989) o *manipulación creativa* (Corpas 1996: 233-258). En nuestro caso, adoptaremos el vocablo *desautomatización fraseológica* (DF), al ser el término más genérico dentro de la fraseología y lo definiremos como:

“El proceso que se desencadena en algunas UF cuando se les ha aplicado de forma intencionada cualquier procedimiento de manipulación o modificación creativa [...] resultado de un acto creativo y voluntario dentro de los límites de un lenguaje relativamente fijo y establecido” (Mena 2003: 4).

A lo largo de estos últimos veinte años, han sido varios los fraseólogos que se han interesado por este fenómeno. En este sentido, podríamos destacar el trabajo de Ruiz Gurillo (1997), basado en un corpus de conversaciones coloquiales; el de Corpas Pastor (1998) en el que, una vez analizado el Corpus Vox-Bibliograf, la autora encuentra un 40% de algún tipo de modificación; el estudio de Zamora Muñoz (2000) que aborda la DF de UF italianas extraídas de la publicidad, de titulares de prensa y en novelas; o el de Mellado Blanco (2016) en el que trata de los recursos pragmáticos y DF de las paremias del verbo *callar* en alemán y español.

Ahora bien, ¿cómo se origina este procedimiento que tiene como resultado una nueva creación idiomática?

Antes que todo, debe existir un contexto sociocultural compartido que proporcione la comprensión del fenómeno para que el emisor codifique la UF creada. Para ello, el hablante va a servirse de una UF base que tomará como ingrediente principal. Dicha UF será modificada a propósito con una intención clara, originando una nueva y creativa UF que será el plato que el receptor decodificará con base al ingrediente principal de la UF original, manipulada para crear un efecto de sentido.

Recursos pragmáticos para la desautomatización fraseológica en la campaña electoral brasileña de 2018 en redes sociales

Con el fin de entender el proceso de DF, Penadés Martínez (2014: 286) nos ofrece una curiosa analogía entre la poesía y la fraseología, en la que el artista es el emisor, el lenguaje habitual del poeta sería las locuciones que a través de su manipulación creativa conforma por medio de estas imágenes y metáforas insólitas que correspondería al proceso de DF de las locuciones y que tiene como resultado en ambos casos una nueva percepción del objeto.

Surge otra cuestión: ¿cómo sabemos que estamos ante una UF desautomatizada?

Mena Martínez (2003: 5) en su artículo: “En torno al concepto de desautomatización fraseológica: aspectos básicos” apunta para tres condiciones *sine qua non* que nos permitan afirmar que este proceso se está llevando a cabo, a saber: una verdadera modificación debe representar un cambio ocasional, voluntario e intencionado del hablante; debe desviarse lo suficiente de la forma originaria para que el cambio pueda ser percibido; la UF originaria, base, debe ser reconocible y recuperable por los elementos conservados e inalterados o mediante el contexto. Este último constituye “la esencia de la desautomatización fraseológica” (Timofeeva 2009: 254). En otras palabras, deben darse tres factores: una forma originaria, una UF reconocible y una modificación reconocible (Timofeeva 2009: 255).

Para una mejor comprensión del análisis de datos extraídos por medio de la observación de los discursos en redes sociales en la campaña electoral brasileña de 2018, se hace necesario entender cómo estas modificaciones se producen y de qué forma estas nuevas configuraciones afectan a la UF base u original. Para ello, Zholobova (2015) ofrece cuatro tipos, extrayendo los ejemplos del CREA o de artículos de periódico:

- a) Formal por adición: vía crucis *judicial*.
- b) Formal por sustitución: el que esté libre de *cuñados* que tire la primera piedra.
- c) Semántica por literalización: he conocido auténticos años de “*vacas gordas*” en que el ganado y las reses de caza mayor aparecían lustrosas y brillantes.
- d) Discursiva: escribo esta misiva en la esperanza de que, cuando se publique [...], Monseñor R.V. (Recta Vía) se encuentre bien de salud, la arriba firmante esté como una rosa y, en general, del Papá abajo, todos a todo tren de estupendos.

Asimismo, la clasificación de DF que Timofeeva (2009) plantea es más completa que la anterior:

- a) Formal: por reducción, adición o sustitución.
- b) Semántica: por doble actualización – literal/metafórico o por literalización.
- c) Discursiva: por quiebra de registro o adecuación textual.

No obstante, el inconveniente que presenta esta es que la autora afirma que la DF formal o del significante conlleva siempre modificaciones en el significado (Timofeeva 2009: 258). Esta premisa en nuestro corpus no se cumple, puesto que hay DF formales que no inciden en el significado, que permanece inalterado. Por ello, para nuestro análisis nos basaremos en la sencilla y clara tipología de DF que Penadés Martínez (2014: 288-297) propone, a saber: desautomatización del significante (formal), del significado (semántica) y del significante y significado (formal y semántica).

Recursos pragmáticos para la desautomatización fraseológica en la campaña electoral brasileña de 2018 en redes sociales

En cualquier caso, podemos afirmar que la DF - *le défigement* (Gross 1996: 19) - afecta el eje paradigmático, o sea, suma expresiones nuevas sobre la base de esquemas conocidos, en un lugar donde no se esperaban o no existían (Gross 1996: 20). Bajo nuestra perspectiva de análisis de las UF referentes al discurso político, este proceso consistirá en una manipulación intencionada de una UF base con un determinado propósito de persuasión, ironía o crítica política con efectos semánticos y/o pragmáticos en el discurso.

“Se modifica una UF con el objetivo de conseguir determinados efectos discursivos. Esta manipulación, básicamente, recibe el nombre de *desautomatización fraseológica*. Rompemos, alteramos una estructura fija con el objetivo de producir ciertas consecuencias inferenciales” (Timofeeva 2009: 252).

Estas consecuencias inferenciales podrán ser observadas de manera recurrente en el discurso político, ya que este se desarrolla bajo parámetros que expresan una carga emocional relevante. Por ello, no es de extrañar que encontremos procesos de DF en la batalla discursiva e ideológica, puesto que esta creación del lenguaje implica indispensablemente un componente afectivo del emisor. Parece claro que la ideología esté dominada, en diversas ocasiones, por la afectividad y subjetividad. En palabras de García Zapata (2000: 34), las UF desautomatizadas “satisfacen la necesidad de expresividad de los hablantes en cuanto que estos vierten en ellas sus sentimientos y emociones, su fantasía, su afán de creatividad, su sentido trágico o jocoso de la vida”.

En este sentido, consideramos relevante observar estas nuevas criaturas fraseológicas en su contexto social, histórico y político para poder analizar pormenorizadamente sus efectos de sentido, la materialización expresiva y creativa de los hablantes, sus emociones y sentimientos en los discursos. Para ello, antes de presentar las UF creadas, se torna necesario conocer someramente la realidad política y social del momento en aquel periodo electoral brasileño y los factores que desencadenaron la elección del actual presidente de la República Federal de Brasil.

3. Contexto sociopolítico brasileño

Para una mejor comprensión de la polarización que actualmente vive la sociedad brasileña y de la llegada al poder de Jair Messias Bolsonaro, es necesario repasar algunos antecedentes de la historia política de Brasil.

Luiz Inácio Lula da Silva, más conocido como Lula, fue un político brasileño del *Partido dos Trabalhadores* (PT), ex sindicalista y ex metalúrgico. En 1989, se postuló por primera vez como presidente de la República. En 2003 ganó las elecciones, siendo el 35º presidente de Brasil, entre 2003 y 2011. En su trayectoria política, este claramente abanderó las causas nobles de las clases sociales más humildes y vulnerables con discursos populistas y un aparato de propaganda política envidiable e inigualable. Sin duda alguna, su primer mandato significó esperanza para una población brasileña expectante y anhelante de oportunidades y mejoras de vida. Alcanzó el cariño y el respeto de su pueblo, especialmente, de las capas más populares de la sociedad.

Recursos pragmáticos para la desautomatización fraseológica en la campaña electoral brasileña de 2018 en redes sociales

A su mandato, le sucedió Dilma Vana Rousseff (PT), elegida por Lula para ser su sucesora, ocupando el cargo de presidenta desde 2011 hasta 2016. En estos años, la tasa de desempleo en el país aumentó considerablemente y los empleos precarios se incrementaron. Del mismo modo, los casos de corrupción, soborno y blanqueo de capitales en los gobiernos del PT salieron a la luz: *o Mensalão, o Petrolão e a Lava-Jato*, entre otros. Una parte de la población indignada se movilizó y realizó protestas para pedir su destitución. Conforme la Constitución Federal de 1988, el senado federal y el parlamento pusieron en marcha una moción de censura que respondió al llamamiento popular. Varios representantes del PT fueron juzgados y acabaron en la cárcel. El expresidente Luiz Inácio Lula da Silva fue arrestado y conducido a prisión, donde permanece actualmente por casos de corrupción.

Mientras todo esto sucedía, el centro derecha se organizaba para ganar las elecciones. En este contexto, surgió el actual presidente Jair Messias Bolsonaro con un discurso agresivo y directo que encantaba a parte de la población, por sus respuestas rápidas y políticamente incorrectas. Las redes sociales fomentaron que sus enfrentamientos con otros políticos adquirieran paulatinamente notoriedad y fama.

Las principales causas que el candidato abanderó consistieron en la lucha contra la ideología de género, la valorización de la familia tradicional y la recuperación del estatus del ejército y la vida militar, ocasionando recelo y animadversión en gran parte de los medios de comunicación y del mundo académico, tradicionalmente de ideología de izquierdas.

Para la ciencia política Jair Messias Bolsonaro inició una nueva forma de hacer política a través de las redes sociales y el contacto directo con los simpatizantes que le proporcionaron cuantiosos baños de masas. En uno de ellos, el candidato sufrió un atentado contra su vida el día 6 de septiembre de 2019 en una visita al estado de Minas Gerais. Tal hecho reverberó en todo el mundo y le dio un impulso a su carrera presidencial, según las encuestas.

El 7 de octubre de 2018, fecha de la primera vuelta, Jair Messias Bolsonaro del PSL, obtuvo 49.276.990 (46.03%) de los votos válidos, seguido por el candidato del PT, Fernando Haddad, con un total de 31.342.005 (29.28%). Con estos resultados, los dos candidatos mejor votados se postularon a la segunda vuelta. A partir de este momento, es claramente notable la bipolarización ideológica derecha-izquierda en la sociedad brasileña, lo que es aprovechado para iniciar nuestro estudio fraseológico del discurso político en plena campaña en las redes sociales entre los días 7 y 27 de octubre de 2018.

Finalmente, el 28 de octubre de 2018, con 57.797.847 (55,13%) de los votos válidos, contra 47.040.906 (44,87%), Jair Messias Bolsonaro fue elegido el 38° Presidente de la República Federal de Brasil.

4. Corpus: la creación idiomática en el discurso político

En este apartado se presentarán algunas de las DF recogidas en nuestra investigación y que contienen un componente político sustancial.

a) *Brasil acima de tudo, Deus acima de todos*



Este fue el principal eslogan de campaña del actual presidente de la República Brasileña. La UF representa una opción política conservadora basada en dos ejes: Dios y Patria.

La primera parte de la UF, *Brasil acima de tudo* era el grito que los paracaidistas del ejército brasileño empleaban en la década de los 60 durante la dictadura militar, puesto que lo calcaron del eslogan de la Alemania de Hitler: *Deutschland über Alles*, cuando una brigada brasileña luchó contra el nazismo. Posteriormente, el ejército lo adoptó como lema y actualmente figura en la puerta de los cuarteles brasileños, como en España: *Todo por la patria*.

La segunda parte, *Deus acima de todos*, parece que fue una ocurrencia idiomática - un juego de palabras - de Jair Bolsonaro, cuando en plena campaña electoral estaba en un mitin con grupos cristianos evangelistas, con la finalidad de atraer a estos votantes y remarcar que la religión cristiana también sería una de las señas de identidad de su futuro gobierno. Hay quien afirma que puede que lo haya escuchado en su tiempo como capitán del ejército, puesto que esta segunda parte remite a la frase que figuraba en la hebilla de los cinturones de los soldados nazistas: *Gott mit uns* (Dios con nosotros).

Recursos pragmáticos para la desautomatización fraseológica en la campaña electoral brasileña de 2018 en redes sociales

En cualquier caso, para esta UF creada encontramos cinco DF. *Brasil acima de tudo, abaixo somente de Deus* constituye una modificación de significante con una denotación similar de significado con relación a la UF base. El caso de *Brasil acima de tudo, Deus acima de todos, eu acima do peso* se revela como una DF por adición de significante y significado. Las últimas tres se conforman por sustitución formal, afectando al significado. La UF *Democracia acima de tudo, direitos humanos acima de todos* es un eslogan de la izquierda política brasileña que contrapone los términos Brasil y Dios de la derecha a democracia y derechos humanos como conceptos ideológicos. Otro eslogan que la izquierda usó para denegrir la imagen del candidato de derechas fue: *Caixa 2 acima de tudo, fake news acima de todos*, expresión que revela un supuesto dinero ilícito – *caixa 2* – y la difusión de noticias falsas – *fake news* – como elementos cruciales para el éxito de su campaña electoral, a lo que la derecha política respondió con el lema: *Ursal acima de tudo, Lula acima de todos*, como crítica política, al usar el acrónimo URSAL – Unión de Repúblicas Socialistas de América Latina - y al expresidente Lula da Silva concebido como un dios.

b) *Bandido bom é bandido morto*



Esta UF se creó en los años 80 como eslogan de la campaña electoral para diputado estatal de José Guilherme Godinho, comisario de policía en Río de Janeiro, debido al incremento de asesinatos en esta ciudad brasileña. Actualmente, esta es muy usada por los grupos de derechas como reacción a los altos índices de criminalidad que padece Brasil.

Para este caso, encontramos una DF por adición de significante e significado: *Bandido bom é bandido morto e foda-se quem tem menos de 18 anos*, expresión que refleja un debate público suscitado en una parte de la sociedad que aboga por disminuir la mayoría de edad penal a los 16 años. Del mismo modo, tenemos dos DF por sustitución de parte de sus componentes: *Mosquito bom é mosquito morto*; *Petista bom é petista morto*. Ambas UF creadas representan un discurso excluyente que pretende anular o silenciar al otro, al petista, al izquierdista, bien comparándolo con un mosquito; bien deseándole la muerte.

Recursos pragmáticos para la desautomatización fraseológica en la
campaña electoral brasileña de 2018 en redes socialesc) *É melhor Jair se acostumando*

Esta UF fue creada por los alumnos de la antigua escuela de Jair Bolsonaro que conocían bien su personalidad arrolladora. En esta se produce un juego de palabras entre la literalidad de la frase, es mejor ya irse acostumbrando – *é melhor já ir se acostumando* – y la inserción del nombre del candidato a la presidencia, dando a entender que es mejor acostumbrarse a Jair, porque será quien ganará las elecciones, como así ocurrió.

A este eslogan muy difundido en la campaña por los partidarios del capitán en las redes sociales le salieron dos DF competidoras por parte de la izquierda política: por un lado, *é melhor Jair se Haddaptando*, en una clara referencia a su oponente en las elecciones del PT, Fernando Haddad, como eslogan de apoyo a este candidato de izquierdas con la idea de que iba a ganar y que era mejor que la derecha se fuera adaptando a esta situación; y por otro, *é melhor Jair mandando zap*, en una clara acusación manifiesta para una supuesta irregularidad durante la campaña electoral, pues al parecer empresas brasileñas contrataron una agencia de publicidad española para difundir mensajes políticos masivos por la red WhatsApp a favor del candidato a la presidencia, Jair Bolsonaro.

d) *Animal de estimação*

Sr. Fernando, como aqui, ninguém tem BANDIDO de estimação, somos 100% favorável que, quem fez a prática delituosa, seja investigado, capturado e que apodreça na cadeia. Só um detalhe Sr. PROVA, quando se diz alguma coisa, se deve apresentar PROVAS.

6:47 PM · 19 out 18

Curtidas



Lembra daquelas suas postagens: "não tenho corrupto de estimação". Melhor jair apagando #Caixa2Bolsonaro

61

1 comentário 7 compartilhamentos

Curtir Comentar Compartilhar

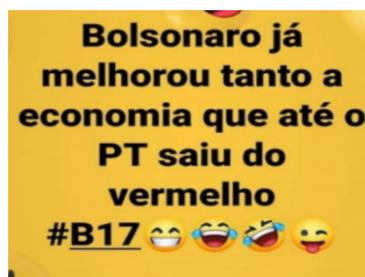
Como fue comentado anteriormente, *animal de estimação* es un *amiguinho de quatro patas* que se estima como uno más de la familia, que en español designamos con el vocablo mascota. En este caso, la derecha política creó dos DF por sustitución del significante para esta colocación: *bandido de estimação* y *corrupto de estimação*,

Recursos pragmáticos para la desautomatización fraseológica en la campaña electoral brasileña de 2018 en redes sociales

una nítida crítica a la izquierda que continuaba apoyando al antiguo presidente del PT, Lula da Silva, en prisión al parecer por corrupción, por lo que tuvo que designar en su lugar al antiguo alcalde de la ciudad de São Paulo, Fernando Haddad, ya que este no pudo presentarse como candidato a las elecciones debido a su situación judicial. En la ideología conservadora no se entiende que la izquierda tenga estima a un supuesto “bandido o corrupto” como Lula.

e) *Folha de São Paulo*

Folha de São Paulo, periódico brasileño de gran circulación y tradición editado en la ciudad de São Paulo, fue acusado por los partidarios de derechas de ser un diario politizado al servicio de la hegemonía cultural de izquierdas y del marxismo ideológico. De ahí que sea conocido como *Foice de São Paulo* en el ámbito conservador, por sustitución del significante *folha* por *foice*, sin alteración de significado, atribuyéndole una connotación de corte comunista al rotativo, una vez que *foice* significa hoz, en clara referencia a los símbolos de la ideología comunista, la hoz y el martillo.

f) *Sair do vermelho*

La UF base en portugués brasileño es *estar no vermelho*, estar en números rojos, que significa que se gasta más de lo que se gana. Para contrarrestar esta situación de deuda, existe la variante *sair do vermelho*, que viene a significar la intención del hablante de salir de los números rojos y saldar la deuda. Para esta última UF, se

Recursos pragmáticos para la desautomatización fraseológica en la campaña electoral brasileña de 2018 en redes sociales

observa la DF del significado por doble actualización: metafórico/literal nítidamente en la sentencia: *Bolsonaro já melhorou tanto a economia que até o PT saiu do vermelho.*

En la primera vuelta, el lema de campaña del PT era *Haddad é Lula* sobre un fondo rojo, ya que es sabido que la izquierda se identifica con dicho color. En la segunda vuelta, el lema desapareció y el fondo cambió el color rojo por los colores de la bandera brasileña, verde y amarillo, como estrategia electoral a fin de atraer al votante de centro o de derecha moderada. Esta modificación cromática para conseguir pescar votos en un electorado no de izquierdas fue blanco de críticas, de ahí la frase recogida, en la que podemos inferir el doble significado: el metafórico, mejoró la economía, ya que se salió de los números rojos; y el literal, mejoró tanto que hasta el PT no es más rojo, porque no se identifica más ni con este color, ni con políticas de izquierdas.

g) *Rir feito um condenado*



En este ejemplo encontramos otro caso de DF del significado por doble actualización: metafórico/literal. Esta UF *feito um condenado* viene a intensificar el sentido del verbo que acompaña, en español sería: como un maldito, mucho. En el corpus podemos observar una foto del antiguo presidente del PT, Luiz Inácio Lula da Silva con esta expresión escrita, que manifiesta con cierto sarcasmo y crítica el efecto de sentido que produce: significado metafórico, ríe mucho; significado literal, ríe condenado por corrupción, pues parte de la izquierda piensa que es un preso político.

h) *Ir para a puta que pariu*

Oh Haddad vai pra mula que te pariu



Recursos pragmáticos para la desautomatización fraseológica en la
campaña electoral brasileña de 2018 en redes sociales

Se trata de una UF que se usa para ofender deliberadamente a alguien, pues el significado remite a la progenitora, tildándola de prostituta. Es una expresión muy ofensiva que cuando se está muy irritado se utiliza para mandar a la persona lejos. En nuestro corpus observamos dos DF, afectando una exclusivamente al significante en el caso de: *ir para a mula que te pariu*, y la otra al significante con cierta connotación ideológica en el significado en el caso de la creación idiomática: *ir para a Cuba que pariu*, pues es una forma de mandar a los izquierdistas para la dictadura comunista de Cuba. En ambos casos son variantes mínimas de la UF original, tan solo de dos fonemas en la forma del sustantivo sustituido puta – mula – Cuba, entendidos los tres vocablos por los derechistas como perniciosos.

i) *Jogar verde para colher maduro*

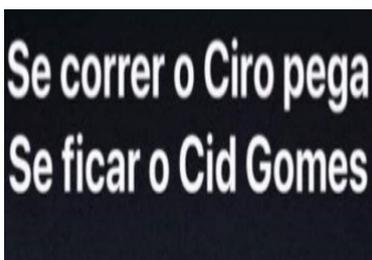
Em resposta a @LulaOficial
Estão jogando verde para colher
"Maduro"...
Não resisti...



Quem aduba com PT colhe maduro.



Jogar verde para colher maduro es una UF que el hablante usa cuando pregunta hábilmente con el objetivo de estimular que alguien revele alguna información de su interés. En el caso de la DF que se nos presenta existe un cambio en el significado, mas no en el significante, que permanece igual: *jogar verde para colher Maduro*. No obstante, grafemáticamente el término maduro aparece en mayúscula, pues se refiere a Nicolás Maduro, presidente actual de Venezuela. A esta UF la derecha política le confirió un nuevo sentido que estaba relacionado con la elección del PT, con arriesgar – *jogar verde* - para acabar como con Maduro, al igual que las dos variantes en significante y significado de la UF base y que, a continuación, se ofrecen: *quem planta Haddad, colhe Maduro*; *quem aduba com PT, colhe Maduro*. En ambos casos, solo se mantiene la segunda parte de la expresión original – *colhe Maduro*, modificando completamente la primera parte con el empleo creativo de dos verbos relacionados con el campo y la cosecha: plantar y abonar – *adubar*. La semilla que brota de plantar, abonar, es decir, votar al PT y a su candidato Haddad, es sinónimo de tener como cosecha o resultado la lamentable política de Nicolás Maduro.

j) *Se correr, o bicho pega; se ficar, o bicho come*

Recursos pragmáticos para la desautomatización fraseológica en la
campaña electoral brasileña de 2018 en redes sociales

Esta UF se usa para anunciar a una persona que está indecisa entre dos opciones que ninguna de las dos resolverá su problema. En otras palabras, cualquier decisión que sea tomada será perjudicial. En este sentido, encontramos dos DF con cambio de significante y de referente, mas no de significado, tales como: *Se correr, o Ciro pega; se ficar, o Cid Gomes / Se não pagar impostos, o bicho te pega; se pagar, o corrupto come*; cualquiera de las dos opciones será pernicioso. El primer caso se refiere a dos políticos hermanos nocivos para el buen gobierno: Ciro Gomes, candidato a la presidencia por el partido de centro-izquierda PDT; y Cid Gomes, candidato a senador del PDT por el estado de Ceará. El segundo revela una crítica mordaz a la corrupción, sugiriendo que, si los impuestos no se pagan, el estado te embarga y si los pagas, el político te roba: cualquier decisión es contraproducente.

k) *Se fere a minha existência, serei resistência*



Por último, esta expresión fue un eslogan que la izquierda acuñó en plena campaña político-mediática para denunciar el posible menoscabo de derechos conquistados por un futuro gobierno de derechas de Jair Bolsonaro con relación a las consideradas minorías en el discurso político de izquierdas: mujeres, negros, indios o homosexuales, entre otras. De esta forma, esta estructura fija advierte que, si este hiera la existencia, esto es, los derechos de estos colectivos, los ciudadanos opondrán resistencia. Esta UF se resignifica en el campo de la derecha política con el *nasciturus*, es decir, en caso de que haya aborto, se hiera al *non natus*, habrá oposición.

5. Consideraciones finales

Por tanto, de acuerdo con la clasificación de DF que Penadés Martínez (2014: 288-297) nos ofrece, se pueden agrupar los elementos de nuestro corpus en las siguientes categorías:

- DF del significante (formal): -apenas por sustitución-, *Brasil acima de tudo, abaixo somente de Deus; Foice de São Paulo; Ir para a mula que te pariu; Ir para a Cuba que pariu; Se correr, o Ciro pega, se ficar, o Cid Gomes; Se não pagar impostos, o bicho te pega, se pagar, o corrupto come.*
- DF del significado (semántica): *Sair do vermelho; Rir feito um condenado; Jogar verde para colher Maduro; Se fere a minha existência, serei resistência.*

Recursos pragmáticos para la desautomatización fraseológica en la campaña electoral brasileña de 2018 en redes sociales

- c) DF del significante y significado (formal y semántica): i) por adición, *Brasil acima de tudo, Deus acima de todos, eu acima do peso; Bandido bom é bandido morto e foda-se quem tem menos de 18 anos*; ii) por sustitución, *Democracia acima de tudo, direitos humanos acima de todos; Caixa 2 acima de tudo, fake news acima de todos; Ursal acima de tudo, Lula acima de todos; Mosquito bom é mosquito morto; Petista bom é petista morto; É melhor Jair se Haddaptando; É melhor Jair mandando zap; Bandido de estimação; Corrupto de estimação; Quem planta Haddad, colhe Maduro; Quem aduba com PT, colhe Maduro*.

De esta forma, podemos observar seis DF que afectan apenas y exclusivamente al significante, contraviniendo la supuesta correlación: modificación de significante – modificación de significado que establece Timofeeva (2009: 258); encontramos cuatro DF referentes a un cambio particularmente de significado por doble actualización metafórica / literal en las tres primeras y por distinta concepción ideológica en la cuarta y última; por fin, tenemos trece DF que modifican significante y significado: dos por adición y once por sustitución.

En realidad, se puede manifestar que una UF es una criatura lingüística peculiar que pretende precisar significados que los lexemas simples no consiguen. Estos significados supuestamente fijos e institucionalizados constituyen la materia prima para nuevas creaciones lingüísticas, como pudo ser observado en este texto, proporcionando en las producciones de sentido cierta flexibilidad y creatividad por parte de los usuarios de la lengua.

En definitiva, tomado el contexto sociopolítico de extrema polarización en las últimas elecciones presidenciales en Brasil, pudimos observar una explosión lingüística, emocional y creativa que se materializó en diferentes DF que, partiendo de una UF base, creó una serie de juegos de lenguaje con la intención de convencer o criticar al adversario político, en una batalla no solamente dialéctica o política, sino también fraseológica.

Javier Martín Salcedo

javierms@ufba.br

javims29@correo.ugr.es

Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Instituto Cervantes de Salvador (IC)



Referencias bibliográficas

- Corpas Pastor, Gloria (1996): *Manual de Fraseología española*, Madrid: Gredos.
- Corpas Pastor, Gloria (1998): “Expresions fraseolóxicas e colocacións: clasificación” en Xesús Ferro Ruibal (ed.), *Actas do I Coloquio Galego de Fraseoloxía*, Santiago de Compostela: Centro Ramon Piñeiro, Xunta de Galicia, pp. 31-61.
- García-Page Sánchez, Mario (1989): “Sobre los procesos de deslexicalización en las expresiones fijas”, *Español Actual*, 52, pp. 59-79.
- García Zapata, Carlos (2000): “Aspectos fraseológicos de la “exageración” en el habla coloquial antioqueña”, *Ikala*, 5(9-10), pp. 25–36.
- Gross, Gaston (1996): *Les expressions figées en français: noms composés et autres locutions*, París: Ophrys.
- Mellado Blanco, Carmen (2016): “En boca cerrada no entran moscas: significado social, rasgos pragmáticos y desautomatización de las paremias de CALLAR en alemán y español”, *Language Design: Journal of Theoretical and Experimental Linguistics*, 18, pp.107-150.
- Mena Martínez, Florentina (2003): “En torno al concepto de desautomatización fraseológica: aspectos básicos”, *Tonos Digital: Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, 5 [Disponible en <https://www.um.es/tonosdigital/znum5/estudios/H-Edesautomatizacion.htm>. Acceso en: 25/08/19].
- Penadés Martínez, Inmaculada (2014): “Fixación estrutural e desautomatización das locucións”, *Cadernos de Fraseoloxía Galega*, 16, pp. 273-301.
- Ruiz Gurillo, Leonor (1997): *Aspectos de fraseología teórica española*, Valencia: Universidad de Valencia.
- Timofeeva, Larissa (2009): “La desautomatización fraseológica: un recurso para crear y divertir”. Juan Luis Jiménez Ruiz y Larissa Timofeeva (eds.), *Estudios de lingüística: investigaciones lingüísticas en el siglo XXI*, Alicante: Universidad de Alicante, pp. 249-271.
- Zamora Muñoz, Pablo (2000): “Desautomatización y traducción de expresiones fijas italianas en español”, *Cahiers du P.R.O.H.E.M.I.O.*, III, pp. 425-440.
- Zholobova, Anna (2015): “Manipulación creativa de los bibeísmos fraseológicos en español”, *Tonos Digital: Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, 28 [Disponible en: <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/1245>. Acceso en: 25/08/19].

