

CAPÍTULO 12

Análisis pragmático-estilístico de los marcadores paremiológicos en el discurso periodístico del serbio y del español

Maša Petrović Gujaničić
Universidad de Kragujevac (Serbia)
masa.gujanitic@filum.kg.ac.rs

1. Introducción

El objeto de este trabajo es la descripción del análisis de un tipo de marcadores del discurso que introducen las paremias en el discurso periodístico del serbio y del español. Puesto que las paremias hoy en día se usan con mucha frecuencia en el discurso periodístico, hemos considerado que sería muy útil analizar la manera en la que los periodistas las insertan dentro de sus textos. Además de usarlas para llamar la atención de los lectores, sobre todo en aquellos casos cuando la paremia aparece en el título del texto, sus otras funciones también consisten en argumentar las posturas de los periodistas, constatar, aconsejar, advertir, persuadir a los lectores, etc. y todo ello a través de la sabiduría popular.

Para este trabajo se han analizado 246 textos periodísticos en español y 270 textos periodísticos en serbio. El análisis se ha hecho sobre los ejemplos del corpus que contiene un total de 292 paremias del español (206 de las cuales se han registrado en forma modificada) y 330 paremias del serbio (223 de las cuales se han registrado en forma modificada). Todas las paremias se han extraído de fuentes digitales y de periódicos en línea provenientes de España¹ y de Serbia²

¹ *ABC* (127 paremias); *La Vanguardia* (78 paremias); *El Mundo* (68 paremias); *El País* (57 paremias); *Diario de León*, *Las provincias*, *Mundo deportivo*, *Periodista digital* y *Público* (6 paremias en total).

² *N1 info* (112 paremias); *Novosti* (74 paremias); *Danas* (61 paremias); *Blic* (43 paremias); *Politika* (26 paremias); *B92*, *Alo*, *Vesti*, *Vesti online*, *Valjevska posla*, *DW*, *Dnevnik*, *Espresso*, *Kurir*, *Mondo*,

durante el periodo entre 2001 y 2020, siendo las más comunes las que datan del último lustro (2015–2020). Los textos han sido elegidos de manera aleatoria, por lo que los temas que tratan son muy variados (política, economía, sociedad, educación, ciencia, cultura, salud, gente, tiempo libre, etc.).

Después de detectar las paremias en los textos analizados, las paremias se han clasificado en dos grandes grupos: el primer grupo lo forman los ejemplos en los que las paremias se introducen en el texto periodístico mediante algún marcador paremiológico, mientras que el segundo grupo lo forman los ejemplos en los que las paremias se insertan en el texto periodístico sin ningún marcador paremiológico. Una vez hecha la clasificación, se han analizado los ejemplos del primer grupo para encontrar diferentes subtipos de marcadores paremiológicos que sirven para introducir las paremias en el discurso periodístico. También se ha hecho el análisis sobre los ejemplos del segundo grupo para ver en qué casos las paremias se insertan en el discurso periodístico de manera directa, es decir, sin ningún marcador paremiológico.

2. Aclaraciones terminológicas

Según Martín Zorraquino y Portolés Lázaro, *los marcadores del discurso* son unidades lingüísticas invariables que no ejercen una función sintáctica en el marco de la predicación oracional y que poseen un cometido coincidente en el discurso: el de guiar las inferencias que se realizan en la comunicación de acuerdo con sus propiedades morfosintácticas, semánticas y pragmáticas (Martín Zorraquino y Portolés Lázaro 1999: 4057). Representan una especie de «cajón de sastre» lingüístico dentro del cual caben conjunciones, locuciones conjuntivas, adverbios, locuciones adverbiales, interjecciones y expresiones verbales lexicalizadas y gramaticalizadas (Martín Zorraquino 2010: 102). Torre Torre también los define como «unidades lingüísticas invariables», destacando además su polifuncionalidad y su entonación independiente junto con su capacidad de «facilitar la interacción entre los interlocutores durante el acto comunicativo guiando las interferencias, estructurando y haciendo progresar de modo coherente la conversación y dando cuenta de las actitudes e intenciones de los hablantes» (Torre Torre 2018: 20).

Para este tipo de unidades lingüísticas Nigojević usa el término *diskursne oznake* destacando que ellas provienen de diferentes categorías sintácticas: desde interjecciones, adverbios, conjunciones, locuciones adverbiales, hasta verbos y oraciones enteras (Nigojević 2011: 122). La autora añade que su función consiste en indicar las relaciones que se dan entre diferentes segmentos del discurso y en guiar al interlocutor para interpretar el enunciado de la manera más adecuada (Nigojević 2011: 122).

En serbio, este tema se analiza de manera sistemática a partir del siglo XXI y como término más frecuente se usa *diskursni markeri* (Piper 2001, Popović 2009, Ceković Rakonjac 2011, Mišić Ilić & Lopičić 2011, Panić 2012, Maričić Mesarović 2019).

El tipo de marcadores que nos interesan en el presente estudio son aquellos marcadores que sirven para introducir en el discurso, sea escrito u oral, combinaciones fijas de palabras, en nuestro caso las paremias. Para denominar este tipo de marcadores se usan diferentes términos tales como *marcadores, conectores, introductores, presentadores de unidad fraseológica* (Corpas Pastor 1996: 137; Barea Collado 1997: 36; Mellado Blanco 2009: 145; Olza 2013: 186). Algunos autores también los denominan *marcadores mediativos* (Pascual López 2014: 19) o *marcadores de cita* (Penadés Martínez 2006: 295; Pascual López 2014: 19).

Puesto que los términos *conector, introductor y presentador* hacen referencia a la posición sintáctica de estas construcciones (y ellas no siempre van antepuestas a la unidad fraseológica que introducen en el discurso), Olza considera que lo más adecuado sería denominarlos *marcadores* (Olza 2013: 193). Estos elementos presentan cierta flexibilidad en cuanto a su posición sintáctica o discursiva, es decir pueden encontrarse antes (ejemplos 1 y 2), dentro (ejemplos 3 y 4) o después (ejemplos 5 y 6) de alguna paremia (Mellado Blanco 2009: 145), lo que también demuestran ejemplos extraídos del nuestro corpus³:

- (1) Stara narodna poslovice glasi: „po jutru se dan poznaje”, tako da ćete možda svoj recept za uspeh naći upravo u jutarnjim navikama. (Блиц, 10/11/19)
- (2) Como dice el refrán: Sobre gustos no hay nada escrito. (ABC, 12/08/01)
- (3) A **upornost je, što kaže naš narod, majka svih Sarapa**, posebno kad bi trebalo pokazati lojalnost, majku svih promila. (Данас, 10/05/18)
- (4) A **nesreća, ko što kaže narodna poslovice, nikad ne dolazi sama.** (Н1инфо, 27/04/18)
- (5) **Probirač naide na otirač, kaže stara poslovice**, a kad je reč o sajtovima za upoznavanje partnera, posebno bi trebalo da se zabrinu žene. (Новости, 20/12/18)
- (6) **Tanto va el cántaro a la fuente que al final se rompe, reza el refrán popular español.** (El País, 29/12/19)

³ En el presente trabajo se citan algunos de los ejemplos del nuestro corpus que sirven para ejemplificar diferentes tipos de marcadores paremiológicos junto con su uso. Se citan los ejemplos que consideramos los más representativos e ilustrativos.

Aunque existen elementos que sirven para introducir construcciones fijas de palabras en el discurso, tales como locuciones (Mellado Blanco 2009: 145; Olza 2013: 191), también existen elementos que sirven exclusivamente para introducir las fórmulas paremiológicas en el discurso (*(como) dice el refrán, ya (lo) dice el refrán, reza el refrán/dicho (popular), (stara) (dobra) izreka kaže, što kaže (mudra) (narodna) poslovica*, etc.), por lo que también podrían denominarse *marcadores paremiológicos*.

Olza define estos marcadores como expresiones de carácter (cuasi) fraseológico que cumplen la función común de introducir o enmarcar en el discurso una unidad de discurso repetido (Olza 2013: 186). Corpas Pastor los define como palabras (*refrán, dicho, sentencia, máxima*, etc.) o frases (*como dice el refranero, se dice eso de, ya se dice*) que cumplen dos funciones primordiales: mientras por un lado distancian al emisor de lo enunciado, librándole al mismo tiempo de parte de su responsabilidad, por otro lado, introducen las fórmulas paremiológicas en el discurso resaltando su carácter paremiológico (Corpas Pastor 1996: 137).

Como la función primaria de estos marcadores, Mellado Blanco destaca el distanciamiento del hablante respecto a lo dicho, apoyándose en la autoridad y en el carácter de verdad general que poseen estas unidades (Mellado Blanco 2009: 145). Olza también indica que estos elementos funcionan de modo general como indicadores o comentadores metalingüísticos del empleo discursivo real de las unidades fraseológicas (Olza 2013: 186). A través de estos marcadores discursivos, se remite a una fuente de información que puede apelar a un enunciador identificado (*como decía mi abuelo*) o anónimo (*como dicen, como suele decirse*), algunas veces concretado en la propia naturaleza de la paremia como fuente de autoridad (*como dice el refrán/proverbio/dicho*) (Pascual López 2014: 20).

Penadés Martínez distingue tres tipos de marcadores paremiológicos: *marcadores nominales* (ejemplos 7 y 8), *marcadores verbales* (ejemplos 9 y 10) y *marcadores polilexicales* (11 y 12) (Penadés Martínez 2006: 295), lo que también encontramos en los ejemplos extraídos del nuestro corpus:

- (7) „**Što je babi milo...**” *Poslovice*, želje i čestitke u parlamentu. (Блиц, 19/02/16)
- (8) **Ojo por ojo y diente por diente.** *La ley* del talión parece imponerse en México [...] (El Mundo, 18/10/16)
- (9) *Dicen* que **el amor es ciego**, pero lo que nunca deben dejar de percibir nuestros ojos y nuestro corazón es si estamos siendo manipulados por la pareja. (ABC, 08/02/16)
- (10) *Kažu* da **iver ne pada daleko od klade**, pa se postavlja pitanje – kakve li izraze lica pravi ćerka čuvenog gospodina Vina? (Блиц, 09/04/17)

- (11) Nakon zimskog perioda došlo je vreme za aktivaciju našeg tela i primenu pravilne ishrane, jer kako poslovice kaže: „**U zdravom telu zdrav duh**”. (Блиц, 02/04/19)
- (12) “**Hasta el 40 de mayo, no te quites el sayo**”, reza el refrán. (El Mundo, 09/06/18)

Nuestro análisis de 292 ejemplos en español y 330 ejemplos en serbio ha mostrado que la mayoría de las paremias se introducen en el discurso periodístico sin ningún marcador paremiológico (201 ejemplos en español y 211 ejemplos en serbio). En aquellos casos en los que las paremias sí se introducen en el discurso periodístico mediante los marcadores paremiológicos, los marcadores paremiológicos registrados pueden clasificarse en dos grandes grupos: *marcadores que incluyen comentarios metalingüísticos* (66 ejemplos en español y 51 ejemplos en serbio) y *marcadores que aluden a un tipo de paremia* (25 ejemplos en español y 68 ejemplos en serbio). Dentro de los marcadores paremiológicos que incluyen comentarios metalingüísticos, encontramos cuatro subtipos de marcadores: *marcadores que destacan el carácter diacrónico de la paremia*, *marcadores que destacan el carácter diatópico de la paremia*, *marcadores que destacan el carácter diastrático de la paremia* y *marcadores que destacan el carácter diafásico de la paremia*.

3. Marcadores que incluyen comentarios metalingüísticos

El análisis de los ejemplos extraídos de nuestro corpus ha mostrado que los marcadores paremiológicos que se usan con más frecuencia para introducir las paremias en el discurso periodístico, tanto en el serbio como en el español, son aquellos que dentro de su estructura incluyen comentarios metalingüísticos, es decir algún verbo del habla. El marcador paremiológico más frecuente en español es *(ya/como) (lo) dice el/un refrán/dicho (que)* y lo registramos en 47 ejemplos de los 66 que en su estructura contienen algún verbo *dicendi*:

- (13) Dice el refrán que **sólo nos acordamos de Santa Bárbara cuando truena**, y con Argentina pasa algo parecido. (El Mundo, 28/03/02)
- (14) Dice el refrán que “**cada uno en su casa y Dios en la de todos**”. (El Mundo, 01/10/16)
- (15) Lo dice el refrán: a perro flaco, todo son pulgas [...]El Mundo, 29/07/15)
- (16) “**Donde hubo fuego quedan rescoldos**”, dice el refrán. (El Mundo, 26/04/14)

- (17) “**Año nuevo, vida nueva**”, o eso dice el refrán. (El Mundo, 07/01/19)
- (18) **Entre un sentimiento y otro solo hay un paso, ya lo dice el refrán**. (El Mundo, 30/06/18)

También se ha podido demostrar que este marcador paremiológico se usa sobre todo en aquellos casos cuando el/la periodista empieza su texto con alguna paremia, sea aquel marcador usado antepuesto (ejemplos 13, 14 y 15) o pospuesto (ejemplos 16, 17 y 18) a la paremia. Eso significa que la paremia utilizada en estos casos tiene un carácter catafórico, o sea, sirve para introducir el tema del que tratará el texto periodístico. Así, por ejemplo, el/la periodista empieza su texto con la paremia *Donde hubo fuego quedan rescoldos* para escribir sobre las parejas que muy a menudo deciden darle otra oportunidad a su amor después del divorcio. En otro ejemplo encontramos la paremia *Año nuevo, vida nueva* con la que el/la autor(a) informa sobre el cambio de pelo de Irina Shayk, lo que él mismo interpreta como el inicio de su deseo de cambiar la vida.

Además de los comentarios metalingüísticos que se construyen con el verbo *decir*, también los encontramos con el verbo *rezar* en 7 ejemplos extraídos del nuestro corpus:

- (19) “**Hasta el 40 de mayo, no te quites el sayo**”, reza el refrán. (El Mundo, 09/06/18)
- (20) Tal y como reza el refrán, “**la basura de un hombre es el tesoro de otro**”. (El Mundo, 03/06/18)
- (21) Reza el dicho que a cada cerdo le llega su San Martín. Y para algunos ha llegado. (ABC, 05/09/2015)
- (22) Reza el dicho que sobre gustos no hay nada escrito [...] (La Vanguardia, 01/10/15)

En el ejemplo 21, el/la periodista usa la paremia *A cada cerdo le llega su San Martín* para concluir su texto que trata los problemas de inmigrantes africanos que llaman a la puerta de países europeos para encontrar refugio. Aunque ese era el principal problema de los países como España, Italia y Grecia que pedían ayuda a Bruselas, ahora ha llegado el momento de que los inmigrantes también busquen refugio en los países del centro y del norte de Europa. Lo que nos demuestra este ejemplo es que las paremias, además del carácter catafórico, también pueden tener carácter anafórico, es decir pueden servir para concluir el texto periodístico.

Otros verbos que registramos en nuestro corpus del español y que sirven para introducir las paremias en el discurso periodístico son los verbos *contar*, *asegurar*, *señalar*, *concluir*.

Con respecto al corpus del serbio, de los 51 ejemplos que se introducen con algún marcador paremiológico con comentarios metalingüísticos, como la formulación más frecuente se ha mostrado el marcador paremiológico (*što/kako/lepo*) kaže poslovica/izreka/(naš) narod ('(lo que/como/bien) dice el proverbio/dicho/(nuestro) pueblo, 33 ejemplos):

- (23) Nakon zimskog perioda došlo je vreme za aktivaciju našeg tela i primenu pravilne ishrane, jer kako poslovica kaže: „**U zdravom telu zdrav duh**”. (Блиц, 02/04/19)
- (24) **STRPLJEN – spasen** kaže izreka koja nam je, čini se, potrebna nego ikad. (Новости, 25/02/17)
- (25) Izreka kaže: „ko o čemu”... (Данас, 26/02/19)

Además del verbo *kazati*, también se usan otros verbos tales como *reći* (8 ejemplos), *glasiti* (5 ejemplos), *voditi se* (2 ejemplos), etc.

En algunos ejemplos se ha observado el uso impersonal de los verbos de habla con lo que se alude al uso amplio y generalizado de las paremias:

- (26) Dicen que **el amor es ciego**, pero lo que nunca deben dejar de percibir nuestros ojos y nuestro corazón es si estamos siendo manipulados por la pareja. (ABC, 08/02/16)
- (27) Kažu da **iver ne pada daleko od klade**, pa se postavlja pitanje – kakve li izraze lica pravi ćerka čuvenog gospodina Bina? (Блиц, 09/04/17)

Otros marcadores paremiológicos en los que se registra el uso impersonal de los verbos de habla en nuestro corpus del español son *ya se sabe* (3 ejemplos), *ya lo saben* (1 ejemplo), *se ha dicho que* (1 ejemplo), mientras que en serbio se usan *kaže se* ('se dice', 3 ejemplos), *što bi se reklo* ('como dirían', 2 ejemplos), etc.

Una de las razones por las que las paremias se introducen en el discurso periodístico mediante los marcadores paremiológicos yace en el hecho de que a través de ellos se activa la polifonía (Olza 2013: 187), puesto que en las paremias resuenan los ecos de otras voces que las utilizaron, sean conocidas o no (González Sanz 2017: 169). Navarro Domínguez define la polifonía como «la integración de un enunciado producido por un tercero, o entendido como producido por un tercero, se encuentre o no se encuentre el sujeto enunciador identificado con él» (Navarro Domínguez 1994: 21). Por otro lado, Rajić define la polifonía como la unificación de diferentes perspectivas del habla y la confrontación de diferentes puntos de vista (Rajić 2016: 110).

Olza destaca que cada uso discursivo de un fraseologismo (en nuestro caso de una paremia) representa algún tipo de polifonía, puesto que el hablante cita

un segmento adscribible a otra voz, sobre todo a la voz colectiva de la comunidad idiomática (Olza 2013: 203), sea denominada esa polifonía *discursiva* (Navarro Domínguez y Ramón Trives 1994: 284) o *textual* (De la Fuente González 2004: 174).

Usando paremias, el/la periodista no habla en su propio nombre, sino en nombre de la sabiduría popular emitiendo un juicio colectivo y una verdad general asentados en la conciencia colectiva (Casado Velarde 2008: 90). No produce el mismo efecto usar una expresión metafórica inventada por parte del/de la periodista que usar un refrán que forma parte del fondo común de la tradición de una comunidad (De la Fuente González 2004: 174).

Como ha mostrado nuestro corpus, para activar la polifonía discursiva en el discurso periodístico con mayor frecuencia se usa algún verbo del habla, lo que registramos en 59 ejemplos extraídos del nuestro corpus del español y 40 ejemplos extraídos del nuestro corpus del serbio:

(28) Što bi naš narod rekao – **bolje ikad nego nikad**. (Данас, 16/05/13)

(29) U našem narodu kaže se da je **svakog čuda tri dana dosta**. (Данас, 26/02/19)

Además de referirse a cierta comunidad lingüística (ejemplos 28 y 29), los periodistas también se refieren al individuo, sea un personaje famoso, una autoridad (ejemplos 30 y 31) o alguna persona de su entorno (ejemplo 32):

(30) Čitaj da bi živeo – rekao je Gistav Flober, [...] (Н1инфо, 03/08/18)

(31) [...] algo que diría el René Descartes de nuestro tiempo: “**Enredo, luego existo**”. (El Mundo, 24/02/11)

(32) Y como decía mi abuela: “**tanto va el cántaro a la fuente...**” (ABC, 04/07/07)

En todos estos ejemplos, además del/de la autor(a) del texto y sus lectores, ahora tenemos introducida una tercera persona, sea la comunidad lingüística entera: *što bi naš narod rekao* (‘lo que diría nuestra gente’); alguna autoridad: *rekao je Gistav Flober* (‘dijo Gustave Flaubert’), *diría el René Descartes*; o alguna persona desconocida para los lectores: *como decía mi abuela*.

Otra cosa que nuestro corpus tanto del español como del serbio también ha mostrado es que los comentarios metalingüísticos que introducen las paremias en el discurso periodístico con mucha frecuencia se amplían y se concretizan usando diferentes tipos de adjetivos, cuya función es destacar el carácter diacrónico, diatópico, diastrático o diafásico de la paremia.

3.1. Marcadores que destacan el carácter diacrónico de la paremia

El análisis de nuestro corpus ha demostrado, además, que el adjetivo que más se usa dentro de los marcadores paremiológicos es el adjetivo *antiguo* en español (4 ejemplos) y sus equivalentes *star* (17 ejemplos) y *drevan* (1 ejemplo) en serbio. Esto ocurre con más frecuencia en el corpus del serbio que del español:

- (33) **Probirač naiđe na otirač**, kaže stara poslovica, a kad je reč o sajtovima za upoznavanje partnera, posebno bi trebalo da se zabrinu žene. (Новости, 20/12/18)
- (34) I onda se neko setio stare narodne izreke, koja se pritom i rimuje. – **Isto sranje, drugo pakovanje!** (Н1инфо, 13/11/51)
- (35) Samo da se Sitijevcima, koji su trenutno vrlo dominantni u engleskom prvenstvu, ne obije to o glavu, jer, prema staroj narodnoj – **ko se zadnji smeje...** (Ало, 18/12/17)
- (36) **Bez alata nema zanata** kaže dobra stara poslovica koja pokazuje koliko je bitno sa čim radimo. (Блиц, 21/07/19)
- (37) [...] nabrajao je Glavni odbor Srpske napredne stranke najveće uspehe svoje ideologije, zasnovane na staroj kineskoj mudrosti koja kaže: „**Naprednjak radi šta naprednjak vidi**”. (Н1инфо, 08/12/17)
- (38) Esos han aprendido porque, como diría un maestro antiguo, **el euro con sangre entra**. (ABC, 27/12/07)

Añadiendo estos adjetivos, los periodistas enfatizan el carácter diacrónico de las paremias, es decir, el hecho de que las paremias datan de tiempos remotos y que poseen un valor tradicional.

3.2. Marcadores que destacan el carácter diatópico de la paremia

Además de destacar el carácter diacrónico de las paremias, los periodistas muy a menudo también destacan su carácter diatópico. Esto pasa sobre todo en nuestro corpus del serbio, donde registramos el adjetivo posesivo *naš* ('nuestro') en 11 ejemplos. De esta manera, ponen énfasis en el hecho de que la paremia usada ha sido creada y utilizada en el territorio de una comunidad lingüística a la que también pertenece el/la periodista:

- (39) Naš narod bi rekao: „**Obećanje, ludom radovanje**”, ali je i Savamala, izgleda, ludom radovanje, a ako ne ludom, onda makar Malom. (Данас, 22/01/17)
- (40) A to Markovo i jeste logično, jerbo lepo kaže naš narod: **Bolje CIA u ruci nego Vučić na grani**. (Данас, 19/01/17)
- (41) Ali, što kaže naš narod, **kompletnom idiotu se u zube ne gleda**. (Н1инфо, 04/05/18)
- (42) Kome baš nešto ne ide od ruke, ali što bi rekao naš narod: „**Ne diraj Lava dok zasmjava**”. (Н1инфо, 08/12/17)

Lo interesante es que los periodistas a veces usan esta formulación metalingüística no solo para introducir formas canónicas de las paremias en el texto (ejemplo 39), sino también sus formas desautomatizadas (ejemplos 40, 41 y 42). De esta manera se atribuye el carácter de una verdad universal a las manipulaciones creativas que en realidad no lo poseen.

Otra manera de destacar el carácter diatópico de las paremias es mediante el uso de diferentes gentilicios tales como *serbio, español, latino, africano*, etcétera:

- (43) [...] pošto stara srpska poslovica kaže: „**U laži su kratke noge**”. (Н1инфо, 16/10/15)
- (44) „**Radikal stranku menja, ali ćud nikada**” – kaže stara srpska izreka. (Данас, 13/02/19)
- (45) **Sličan se sličnom raduje** – kaže latinska poslovica. (Информер, 02/02/18)
- (46) Concluye el proverbio africano que “**después de haber recorrido el mundo entero te das cuenta de que la felicidad está a la puerta de tu casa**”. (La Vanguardia, 29/03/06)
- (47) Un refrán atalán dice: “Per carnaval, tot s’hi val” (**En carnaval todo vale**). (La Vanguardia, 22/02/20)
- (48) El refranero español, que es incluso más sabio que los más viejos del lugar, por algo fueron ellos quienes se lo inventaron, dice aquello de: “**Deja al maestro, aunque sea un burro**”. (ABC, 12/11/18)

De este modo, el/la periodista destaca el hecho de que el uso de algunas fórmulas paremiológicas se considera característico para un país o una región geográfica: *stara srpska poslovica kaže* (‘un antiguo refrán serbio dice’, ejemplo 43), *kaže stara srpska izreka* (‘dice un antiguo refrán serbio’, ejemplo 44), *kaže*

latinska poslovica ('dice un proverbio latino', ejemplo 45), *concluye el proverbio africano* (ejemplo 46), *un refrán catalán dice* (ejemplo 47), *el refranero español dice* (ejemplo 48).

3.3. Marcadores que destacan el carácter diastrático de la paremia

Dentro de los marcadores paremiológicos que en su estructura incluyen comentarios metalingüísticos también encontramos aquellos que destacan el carácter diastrático de la paremia, es decir cuando su uso se considera más típico para los miembros de clases sociales marginales. Para estos fines se usan los adjetivos *narodni* en serbio (ejemplo 49) (11 ejemplos en total) y *popular* en español (ejemplos 50 y 51) (8 ejemplos en total).

Aunque la parte nuclear de la definición de los refranes la forman los epítetos *narodni* y *popular* que hacen referencia a su origen popular y desconocido, en los ejemplos que damos a continuación los epítetos ya mencionados se atribuyen a las frases proverbiales cuyo uso se considera más culto en comparación con el uso de los refranes y cuyo origen es conocido:

- (49) **Glumac se glumcem izbija** – glasi stara narodna poslovica iz vremena kada još nije patentiran klin, koji se takođe izbija klinom, pa su ljudi verovali da jednog glumca možeš da izbiješ drugim glumcem. (Danas, 24/01/19)
- (50) Las últimas investigaciones sobre el funcionamiento del cerebro sostienen que las personas que están realmente enamoradas pierden la capacidad de criticar a sus parejas, es decir, se vuelven incapaces de ver sus defectos, lo que viene a confirmar aquel popular refrán que asegura que “**el amor es ciego**”. (El País, 24/03/08)
- (51) Contra la creencia popular de que “**la cara es el espejo del alma**”, cada vez es más evidente que el auténtico espejo del alma es tu Twitter. También en el caso de Sus Señorías. Tras el atentado de Suecia, Susana Díaz y Juanma Moreno expresaban su solidaridad; en cambio Teresa Rodríguez y Maíllo, nada. ¿Ven? El espejo del alma. (El Mundo, 09/04/17)

Así, por ejemplo, se clasifica como «la creencia popular» la frase proverbial *La cara es el espejo del alma* que en realidad representa una frase famosa de Cicerón cuyo uso se ha ampliado tanto que hoy en día se considera producto de la sabiduría popular. Lo mismo pasa con la frase proverbial *Klin se klinom izbija* (esp. *Un clavo saca otro clavo*) cuya desautomatización *Glumac se glumcem izbija* se clasifica como «un antiguo refrán popular», aunque en realidad se trata de una

paremia procedente de un proverbio grecolatino que ha servido de base para el autor de este texto periodístico para su manipulación creativa. Según *Refranero multilingüe* la paremia *El amor es ciego* también se considera una frase proverbial (Sevilla Muñoz y Ruiz-Ayúcar 2009).

Otra manera de destacar el carácter distrático de la paremia es a través de los marcadores paremiológicos tales como *como decía mi abuela* o *kao što su govoriли naši stari*, con los que ahora se alude al hecho de que este tipo de fórmulas paremiológicas también se considera más típico para las personas de tercera edad que para los jóvenes:

- (52) Y como decía mi abuela: “**tanto va el cántaro a la fuente...**” (ABC, 04/07/07)

3.4. Marcadores que destacan el carácter diafásico de la paremia

Algunos de los marcadores paremiológicos que ya hemos clasificado como aquellos que destacan el carácter diastrático de la paremia, al mismo tiempo pueden destacar su carácter diafásico. Eso se debe al hecho de que algunos tipos de fórmulas paremiológicas (sobre todo los refranes y los dichos) se relacionan con el registro informal del uso de la lengua más que con el formal, lo que nos ilustran ejemplos extraídos del nuestro corpus:

- (53) **Niko nije postao vladika u svom selu**, kaže narodna poslovice, koja se savršeno uklapa u sudbinu umetnika koji je bio poznatiji u Evropi pre i posle Drugog svetskog rata, nego među nama. (Новости, 19/10/18)
- (54) **Dokon pop i jariće krsti!** Ova narodna poslovice dobila je svoju potvrdu i u slučaju Radomira Markovića (70), bivšeg šefa Resora državne bezbednosti [...] (Ало, 27/09/16)
- (55) – **Ne kolje se prase uoči Božića**, kako kaže narodna poslovice, al’ dobro sam proverio: hrast može da se kolje uoči Božića – poentirao je ministar. (Н1нфо, 03/07/15)
- (56) **Tanto va el cántaro a la fuente que al final se rompe**, reza el refrán popular español. (El País, 29/12/19)

Como podemos ver, se trata sobre todo del adjetivo *popular* en español, es decir del adjetivo *narodni* en serbio.

4. Marcadores que aluden a un tipo de paremia

Otro gran grupo de marcadores paremiológicos lo forman aquellos que de forma explícita aluden a un determinado tipo de paremia. Los registramos en 25 ejemplos del nuestro corpus español y en 68 ejemplos del nuestro corpus serbio. De esa manera en nuestro corpus del español junto a la paremia encontramos sobre todo los términos *refrán* (7 ejemplos) y *dicho* (4 ejemplos), pero también otros términos tales como *aforismo* (2 ejemplos), *sentencia* (2 ejemplos), *expresión* (2 ejemplos), etcétera:

- (57) J. Lissavetzky confía en el refrán de “**a la tercera va a la vencida**” antes que en “**no hay dos sin tres**”. (La Vanguardia, 30/01/12)
- (58) [...] hasta que comenzó a aplicar el dicho de “**si no puedes con tu enemigo, únete a él**”. (La Vanguardia, 03/08/15)
- (59) “**Sobre gustos no hay nada escrito**”. Esta sentencia tantas veces repetida busca acomodar las opiniones y convicciones propias por encima de la duda que la misma frase trata de sugerir. (El País, 06/11/15)
- (60) **Dime de lo que presumes y te diré de lo que careces**. El aforismo va como anillo al dedo [...] (La Vanguardia, 10/02/20)
- (61) **Ojo por ojo y diente por diente**. La ley del talión parece imponerse en México [...] (El Mundo, 18/10/16)

Estos marcadores pueden ir antepuestos a la paremia y en general se usan junto con la paremia en la misma oración (ejemplos 57 y 58). Sin embargo, cuando se registran en la posición posterior a la paremia, se usan en la oración separada con más frecuencia (ejemplos 59, 60 y 61).

Algo parecido encontramos en nuestro corpus del serbio: con mayor frecuencia registramos los términos *izreka* (‘dicho’, 17 ejemplos) y *poslovica* (‘refrán’, ‘proverbio’, 9 ejemplos), pero también *sentenca* (‘sentencia’, 4 ejemplos), *mudrost* (‘sabiduría’, 3 ejemplos), *geslo* (‘lema’, 3 ejemplos), *princip* (‘principio’, 2 ejemplos), etcétera:

- (62) **Dogovor kuću gradi**. Hvaleći saradnju, poslovica ne predviđa rabote kakve trpimo. (Данас, 02/12/18)
- (63) **Nikad ne pozajmljuij novac prijatelju, ostaćeš i bez druga i bez para** – mnogi su se u tačnost ove izreke [...] (Новости, 28/02/15)

- (64) Poslovice „**čistoća je pola zdravlja**” nastala je na osnovu lekarskih izveštaja koliko je bitno redovno prati ruke i održavati higijenu. (Блиц, 13/08/19)
- (65) Ako krenemo od izreke da je **inat najgori zanat**, onda je jasno da je to isterivanje kaprica šteta koju pravimo prvo sebi, pa onda drugima. (Новости, 07/04/16)
- (66) Staru narodnu izreku „**ko čeka – taj dočeka**” smo zamenili geslom „**sad ili nikad**” [...] Deluje kao da su izreke „**strpljen spasen**”, „**žuri polako**”, „**ko čeka – taj dočeka**” izgubile na vrednosti. Zamenili su ih stavovi „**sad ili nikad**”, „**ako prođe – prođe**” koji u suštini govore o mnogo većem oslanjanju na sreću nego na sopstvene kapacitete. (Новости, 25/02/17)
- (67) I sada, kada se vraćam, neprestano mislim na onu jezičku dosetku „**nikad ne reci nikad**” [...] (Данас, 20/02/09)
- (68) Pardon, htedoh reći, hvala vam što se došli da sa našim gledaocima podelite dijagnozu drugog čoveka... Naša televizija i radi pod geslom: **vaše pravo da znate sve dijagnoze!** (Н1инфо, 10/12/15)
- (69) Uostalom, opšte je poznata mudrost **mного babica, kilava beba**. (Новости, 31/05/08)

El análisis de nuestro corpus ha demostrado que muy a menudo, junto con estos marcadores, también se usan diferentes adjetivos cuya función es destacar algunos de los valores que estas unidades poseen. Algunos de los adjetivos que registramos son *popular*, *célebre*, *conocido*, *viejo*, *manido*, etc. en español y *narodni* ('popular'), *star* ('viejo'), *dobar* ('bueno'), *mudar* ('sabio'), *drevan* ('antiguo'), *iskustven* ('experiencial'), etc. en serbio:

- (70) Živimo sve brže i ne obraćamo dovoljno pažnju na ishranu, a poznata je stara poslovice da „**zdravlje na usta ulazi**”. (Блиц, 17/02/19)
- (71) Na nju se nesumnjivo odnosi narodna poslovice da **u svakom zlu ima i nečeg dobrog**, jer je pitanje da li bi svoj talenat pretvorila u dobar biznis da nije ostala bez posla u Štampariji „Vuk Karadžić”, koja je otišla u stečaj, u kojoj je radila kao grafički dizajner. (Новости, 08/09/16)
- (72) Kakve veze ima pomenuti tvit sa još jednom narodnom izrekom „**umiljato jagnje dve ovce sisa**”, verovatno to što

i tvit i narodna izreka ukazuju na neravnopravnost, odnosno da je nekome dozvoljeno nešto što drugome nije. (Данас, 26/02/19)

- (73) Ovakav disparitet u ocenama mogao bi se najpovršnije objasniti jednom od iskustvenih narodnih mudrosti „sa ovih prostora” – **niko nije prorok u svom selu**. (Данас, 08/09/16)
- (74) Onda je došao najnoviji period srpske istorije kada je Vučić počeo samostalno da misli, dok se svi oko njega, uključujući i Sarapu, drže stare dobre izreke: „**Ne mislim, dakle, postojim**”. I one najnovije: „**Mislim, dakle, Vučić**”. (Данас, 02/08/19)

Es importante destacar que, de nuevo, encontramos paremias modificadas que los autores presentan como *refranes/dichos antiguos/populares/conocidos*, aunque es más que obvio que se trata de sus manipulaciones creativas (ejemplo 74).

5. Introducción de paremias sin ningún marcador paremiológico

Además de los ejemplos en los que los periodistas introducen alguna paremia de manera explícita (destacando de alguna forma que se trata de una paremia), también encontramos ejemplos en los que eso no ocurre, es decir la paremia se introduce en el texto de modo directo. Ahora es el/la lector(a) quien tiene que distinguir cuáles son las palabras del/de la autor(a) del texto y cuáles son las palabras prestadas de otras fuentes. Eso pasa sobre todo con las paremias que forman parte de la competencia paremiológica de la mayoría de los hablantes de una comunidad lingüística y cuyo uso se considera muy frecuente en el habla:

- (75) Es uno de esos casos en que **el hábito no hace al monje**. (La Vanguardia, 27/12/09)
- (76) **Sobre gustos no hay nada escrito**, aquí te ofrecemos diez lugares en los que degustar unas jugosas tortillas españolas y canarias (ABC, 03/02/15)
- (77) Y habrá quien se quede con hambre de pan y habrá quien se conforme con una torta. **Para gustos, colores**. (La Vanguardia, 03/04/17)

De esta manera, la mayoría de los hablantes del español reconocerá sin ningún problema las paremias *El hábito no hace al monje* (ejemplo 75), *Sobre gustos no hay nada escrito* (ejemplo 76) o *Para gustos, colores* (ejemplo 77).

Lo mismo pasa con los hablantes del serbio que no tienen dificultades para reconocer las paremias *Jutro je pametnije od večeri* ('La mañana es más inteligente que la noche') (ejemplos 78 y 79), *Dvaput meri, jednom seci* ('Mide dos veces, corta una vez') (ejemplo 79) o *Nužda zakon menja* ('La necesidad cambia la ley') (ejemplo 8), aunque los periodistas no determinan que se trata de una fórmula paremiológica de un modo preciso:

- (78) **Jutro je pametnije od večeri**, mada je teško utvrditi da li je Dragan J. Vučićević pametniji u jutarnjem ili večernjem programu Televizije Pink. (Н1инфо, 27/11/15)
- (79) Ne pišite u afektu. **Jutro je pametnije od večeri. Dvaput meri jednom seci.** I pročaja. I još jednom se svima izvinjavam. (Данас, 09/08/11)
- (80) Soarešu ugovor sa „svecima” ističe na kraju sezone kada je Arsenal mogao da ga dovede bez obeštećenja, ali **nužda zakon menja**, pa su na Emirejtsu morali da plate oko četiri miliona funti samo na ime pozajmice do kraja sezone. (Спортске, 03/02/20)

Por otro lado, en aquellos casos en los que los periodistas usan alguna paremia en su forma modificada, el reconocimiento de la paremia canónica que ha servido de base para la modificación será más difícil:

- (81) **A falta de pan bueno es el circo.** Como si tuviera más necesidad que nadie de olvidar los problemas, África celebra su competición de selecciones de fútbol cada dos años. (ABC, 22/01/08)
- (82) **Dime cómo vistes y te diré cómo vas a gobernar.** Analizamos el armario de ocho presidentes de EE UU (El País, 20/01/17)
- (83) Za koga i dalje nije znao kako se zove, al' **svetskom lideru se u zube ne gleda.** (Н1инфо, 16/11/18)
- (84) Za to vreme, predsednik Putin je sedeo u avionu oko koga su leteli srpski migovi, koje je Rusija poklonila Srbiji po neverovatnoj telešop ceni od 185 miliona evra. Ali **poklonu se u cenu ne gleda.** (Н1инфо, 18/01/19)

Para que los lectores puedan procesar e interpretar de manera adecuada el significado de la paremia modificada, lo primero que tienen que hacer es reconocer su forma canónica. Por esta razón es imprescindible que en la forma

modificada queden algunos de los elementos de la forma original. Gracias a la competencia gramatical y a la competencia comunicativa de los lectores, junto con su inteligencia y la percepción de la realidad, los lectores reconocerán que la construcción *A falta de pan bueno es el circo* (ejemplo 81) en realidad es la modificación de la paremia *A falta de pan buenas son tortas*. Lo mismo pasa con otros ejemplos citados: la paremia *Dime con quién andas y te diré quién eres* ha servido de base para la forma desautomatizada *Dime cómo vistes y te diré cómo vas a gobernar* (ejemplo 82); las formas modificadas *Svetskom lideru se u zube ne gleda* ('Al líder mundial en los dientes no se le mira') (ejemplo 83) y *Poklonu se u cenu ne gleda* ('Al regalo en el precio no se le mira') (ejemplo 84) tienen como base la forma original *Poklonu se u zube ne gleda* ('Al regalo en los dientes no se le mira').

Las paremias se introducen en el texto periodístico sin ningún marcador paremiológico sobre todo en aquellos casos cuando las registramos en sus títulos o subtítulos.

6. Conclusiones

El objeto de este trabajo ha sido la descripción de los resultados obtenidos por el análisis pragmático-estilístico de los marcadores paremiológicos que introducen las paremias en el discurso periodístico del serbio y del español. Nuestro análisis ha mostrado que en las dos lenguas podemos distinguir entre dos grandes grupos de marcadores discursivos: *marcadores que incluyen comentarios metalingüísticos* y *marcadores que aluden a un tipo de paremia*.

Los marcadores que incluyen comentarios metalingüísticos son aquellos que en su estructura tienen algún verbo del habla (*decir, rezar, recí*) y en nuestro corpus se han mostrado como los más frecuentes (*(ya/como) (lo) dice el/un refrán/dicho (que), (što/kako/lepo) kaže poslovica/izreka/(naš) narod*). Sirven sobre todo para activar la polifonía, es decir para introducir otras voces en el discurso (la entera comunidad lingüística, alguna autoridad o alguna persona desconocida para el lector). Su carácter puede ser catafórico o anafórico, es decir pueden abrir o cerrar el tema del que trata el texto periodístico. Este tipo de marcadores del discurso muchas veces se amplía y se concretiza mediante el uso de diferentes palabras (sobre todo adjetivos) con las que los periodistas destacan el carácter diacrónico (*antiguo, star*), diatópico (*nuestro, naš, serbio, africano, español*), diastrático (*popular, narodni*) o diafásico (*popular, narodni*) de la paremia utilizada. Esto se registra con más frecuencia en el corpus del serbio que en los ejemplos del español.

Otro grupo de marcadores paremiológicos lo forman aquellos marcadores que de manera explícita aluden a un determinado tipo de paremia. Al igual que los marcadores que incluyen comentarios metalingüísticos, estos marcadores también pueden concretizarse mediante algunos adjetivos.

Los dos tipos de marcadores paremiológicos ya mencionados no solo introducen las paremias en su forma canónica en el discurso (*Deja al maestro, aunque sea un burro, Dokon pop i jariće krsti* ('El cura ocioso bautiza hasta los chivos')), sino también las paremias en su forma modificada (*El euro con sangre entra, Glumac se glumcem izbija* ('Un actor saca otro actor')). De esta manera, los periodistas atribuyen a sus manipulaciones creativas un carácter de verdad universal.

Por último, nuestro análisis ha mostrado que la mayoría de veces los periodistas no usan ningún marcador paremiológico para introducir la paremia. Eso pasa sobre todo en aquellos casos cuando la paremia forma parte del título o subtítulo del texto. En esos casos, los lectores mismos tienen que distinguir entre las palabras del autor y las palabras que han sido prestadas de otras fuentes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barrea Collado, Manuel Andrés. «Presentadores de refranes en el Libro de Buen Amor», *Estudios de frontera: Alcalá de Real y el Arcipreste de Hita*, Ed. Francisco Toro Ceballos & José Rodríguez Molina, 1997: 31–40.
- Casado Velarde, Manuel. «Algunas estrategias discursivas en el lenguaje periodístico de hoy», *Boletín Hispánico Helvético*, 12, 2008: 71–97.
- Ceković Rakonjac, Nevena. «Različiti pristupi definisanju i opisu diskursnih markera», *Anali Filološkog fakulteta*, 23/2, 2011: 133–153.
- Corpas Pastor, Gloria. *Manual de fraseología española*, Madrid: Editorial Gredos, 1996.
- De la Fuente González, Miguel Ángel. «Valoración y aprendizaje de los refranes», *Tabanque: revista pedagógica*, 18, 2004: 169–188.
- González Sanz, Marina. «El discurso repetido en la tertulia periodística de tema político», *Discurso repetido y fraseología textual (español y español-alemán)*, Ed. Carmen Mellado Blanco & Katrin Berty & Inés Olza, 2017: 167–188.
- Maričić Mesarović, Sanja. «Konverzacioni diskursni markeri u nastavi španskog kao stranog jezika», *Komunikacija i kultura online*, 10, 2019: 1–18.
- Martín Zorraquino, María Antonia. «Los marcadores del discurso y su morfología», *Los estudios sobre marcadores del discurso en español, hoy*, Ed. Oscar Loureda Lamas & Esperanza Acín-Villa, 2010: 93–182.
- Martín Zorraquino, María Antonia & José Portolés Lázaro. «Los marcadores del discurso», *Gramática descriptiva de la lengua española*, Ed. Violeta Demonte & Ignacio Bosque, Vol. 3, 1999: 4051–4213.
- Mellado Blanco, Carmen. «Utilidad y limitaciones de los corpóra informáticos en la elaboración de un tesoro fraseológico (alemán-español)», *A survey of corpus-based research*, Ed. Pascual Cantos Gómez & Aquilino Sánchez Pérez, 2009: 138–151.

- Mišić Ilić, Biljana & Vesna Lopičić. «Pragmatički anglicizmi u srpskom jeziku», *Zbornik Matice srpske za filologiju i lingvistiku*, 54/1, 2011: 261–273.
- Navarro Domínguez, Fernando. *Análisis del discurso y paremias en H. De Balzac*, Murcia: Universidad de Murcia, 1994.
- Navarro Domínguez, Fernando & Francisco Ramón Trives. «Polifonía y proverbios: dos discursos convergentes. H. De Balzac y G. Bernanos», *La lingüística francesa. Situación y perspectivas a finales del siglo XX*, Ed. Juan Fidel Corcuera Manso & Jean Michel Djian & Antonio Gaspar Galán, 1994: 283–299.
- Nigoević, Magdalena. «Neka načela određivanja diskursnih oznaka», *Rasprave*, 37/1, 2011: 121–145.
- Olza, Inés. «Marcadores de unidades fraseológicas y actitudes de enunciación en la argumentación periodística», *Fraseopragmática*, Ed. Inés Olza & Elvira Manero Richard, Berlín: Frank & Timme, 2013.
- Panić, Natalija. *Prozodijski markeri citiranog govora u razgovornom jeziku* (tesis doctoral). Beograd: Filološki fakultet, 2012.
- Pascual López, Xavier. «El refrán como estrategia comunicativa: (des)codificación del sentido y función pragmático-discursiva», *Studia romanica posnaniensia*, 41/1, 2014: 17–29.
- Penadés Martínez, Inmaculada. «El valor discursivo de los refranes», *Estudios de lingüística*, 20, 2006: 287–304.
- Piper, Predrag. *Jezik i prostor*, Beograd: Biblioteka XX vek, 2001.
- Popović, Ljudmila. «Leksičke inovacije u elektronskom diskursu srpskog i hrvatskog jezika», *Die Unterschiede zwischen dem Bosnischen/Bosniakischen, Kroatischen und Serbischen*, Ed. Branko Tošović, 2009: 182–204.
- Rajić, Jelena. *Uvod u pragmatiku*, Beograd: Filološki fakultet, 2016.
- Sevilla Muñoz, Julia & Ruiz-Ayúcar, María Teresa Zurdo (dirs.). *Refranero multilingüe*, Madrid: Centro Virtual Cervantes (Instituto Cervantes), 2009.
- Torre Torre, Aroa María. *De la teoría a la práctica: la enseñanza de los marcadores conversacionales en ELE* (tesis doctoral), Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2018.