

Productividad y creatividad de los snowclones en la fraseología del alemán y del español

Productivity and Creativity of *Snowclones* in German and Spanish Phraseology¹

Ana Mansilla Pérez

Universidad de Murcia, Murcia, España
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4264-1159>
Correo electrónico: anamansi@um.es

RESUMEN

Introducción: El artículo se enmarca en el proyecto de investigación CREA-CONSTRIDIOMS dedicado al estudio de la creatividad en las construcciones fraseológicas en inglés, alemán y español. Se analizan los refranes *A quien madruga, Dios le ayuda* y su equivalente al alemán *Morgenstund hat Gold im Mund* a partir de los corpus esTenTen23 y deTenTen23 de la herramienta Sketch Engine con el fin de detectar convergencias y divergencias en los aspectos léxico y pragmático-discursivos; además, estudia la relación existente entre fraseología y creatividad a partir de las construcciones [Morgenstund hat X im Mund] en alemán y [A quien madruga, X le ayuda] en español.

Métodos: El método que rige la investigación a partir de los estudios fraseológicos es descriptivo-empírico y teórico-analítico. Se enmarca en el paradigma tanto cualitativo como cualitativo, con énfasis en la descripción e interpretación de los datos.

Resultados: Las modificaciones de los refranes estudiados se desvían en función del contexto del significado holístico del refrán con el objetivo de generar efectos lúdicos, o extravagantes en el oyente. Por ende, el lenguaje es creativo, haciéndose patente por medio de la frecuencia de ocurrencias de *hápix legomena* que se registran una única vez en los corpus consultados.

Conclusiones: El lenguaje fraseológico es productivo y creativo por naturaleza y merced a los postulados que marca la gramática de construcciones, la alta fijación de los refranes fomenta un uso creativo de estos, además de la propia idiosincrasia de aquellos concebidos igualmente como construcciones con un significado holístico que es susceptible de ser modificado.

¹ Este artículo ha surgido en el marco del proyecto de investigación CREA-CONSTRIDIOMS PID2024161338OBI00: Creativity through the lens of Construction Grammar: a corpus and AI-based repository of constructional idioms in German, Spanish and English. El proyecto, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación, se desarrolla en el seno del grupo de investigación FRASESPAL bajo la dirección de Carmen Mellado Blanco de la Universidad de Santiago de Compostela. El trabajo forma parte asimismo del proyecto europeo COST CA22115 A Multilingual Repository of Phraseme Constructions in Central and Eastern European Languages (PhraConRep).

PALABRAS CLAVE: fraseología; traducción; creatividad; snowclone; alemán; español

ABSTRACT

Introduction: This article is part of the CREA-CONSTRIDIOMS research project, which explores the creativity arising from phraseological constructions in English, German, and Spanish. The current study focuses on the German proverb *Morgenstund hat Gold im Mund* and the Spanish proverb *A quien madruga, Dios le ayuda*, using a corpus-based analysis with the esTenTen23 and deTenTen23 corpora (Sketch Engine). The goal is to identify convergences and divergences in both lexical and pragmatic-discursive aspects. Specifically, the study examines the relationship between phraseology and creativity by analyzing the proverbial patterns [Morgenstund hat X im Mund] and [A quien madruga, X le ayuda].

Methods: The research method, based on phraseological studies, will be both descriptive-empirical and theoretical-analytical. It is framed within both the qualitative and quantitative paradigms, with an emphasis on the description and interpretation of data.

Results: The modifications of the proverbs under study deviate depending on the context of the holistic meaning of the proverb, resulting in playful, comic, or extravagant effects. Therefore, language is shown to be creative, as evidenced by the frequency of *hapax legomena*—words or expressions that occur only once in the consulted corpora.

Conclusions: Phraseological language is inherently productive and creative, and according to the principles of construction grammar, the high degree of fixedness in proverbs encourages their creative use. This is further reinforced by the very nature of proverbs themselves, which are conceived as constructions with a holistic meaning that can be modified.

KEYWORDS: phraseology; translation; creativity; snowclone; german; spanish

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Concepción y/o diseño de investigación:

Ana Mansilla Pérez (100%)

Adquisición de datos:

Ana Mansilla Pérez (100%)

Análisis e interpretación de datos:

Ana Mansilla Pérez (100%)

Escrutina y/o revisión del artículo:

Ana Mansilla Pérez (100%)

INTRODUCCIÓN

Fraseología y creatividad

En palabras de Adger (2019) la capacidad creativa es innata al ser humano:

The fact that sentences hardly reoccur shows us that we use our language in an incredibly rich, flexible, and creative way, while barely noticing that we are doing this. Virtually every sentence we utter is novel. New to ourselves, and quite often new to humanity. We come up with phrases and sentences as we need to, and we make them express what we need to express. We do this with incredible ease. We don't think about

it, we just do it. We create language throughout our lives and respond creatively to the language of others. (Adger, 2019, p. 2)

La teoría generativa de Chomsky (1965) aborda la creatividad lingüística en base a un conjunto finito de estructuras sintácticas para la producción de un número infinito de pensamientos:

[w]ithin traditional linguistic theory, [...] it was clearly understood that one of the qualities that all languages have in common is their «creative» aspect. Thus, an essential property of language is that it provides the means for expressing indefinitely many thoughts and for reacting appropriately in an indefinite range of new situations. (Chomsky, 1965, p. 8)

Este rasgo fundamental tiene lugar en otros términos en el ámbito de la fraseología. Si bien las unidades fraseológicas parecían exentas del componente creativo, la creatividad en fraseología siempre ha suscitado interés entre los fraseólogos, sin embargo, no está totalmente acotada y es más impredecible. Tal y como apunta acertadamente Timofeeva (2009): «el significado fraseológico supuestamente fosilizado de pronto se convierte en la materia prima para nuevas creaciones lingüísticas» (2009, p. 249). Además, el hecho de que las unidades fraseológicas posean tanto un significado literal como otro figurado, favorece el uso creativo del lenguaje» (Palm, 1995, p. 62).

La creatividad va cogida de la mano, por una parte, de la variación o modificación (Schneck, 2018, p. 384), y por otra, de la fijación fraseológica. Es bien sabido que las unidades fraseológicas se caracterizan por tres rasgos: polilexicalidad, idiomática y fijación (estabilidad en su formación y en su uso). Sin embargo, estos rasgos no son óbice para que aparezcan variantes fraseológicas o que muchas expresiones se usen tanto en un sentido metafórico como literal («meter un gol», «tragarse un sapo», «ver las estrellas»). Por regla general, la fijación se asocia a la lexicalización o convencionalización y se vincula con el concepto de estabilidad, rasgo que presentan las unidades fraseológicas y que hace más fácil que se reproduzcan en el habla en bloque (Corpas, 1996, p. 21).

Se ha abordado en profundidad en fraseología el concepto de *variación fraseológica*. Sin ir más lejos, Zuluaga (1980, p. 109) distingue entre variantes («tomar las de Villadiego», «coger las de Villadiego») y variaciones que aluden a transformaciones reales o modificaciones («ponerse al corriente» y «estar al corriente») con diferentes significados. Hernando (1990, p. 537) menciona, en base a la teoría de Zuluaga, las variantes *stricto sensu* que no presentan diferencias de sentido.

Las variantes que interesan para nuestro estudio hacen referencia a las modificaciones, realizaciones conscientes y voluntarias que menciona Corpas (1996, p. 29) con una clara intención pragmática, es decir, el hablante cambia parte de la estructura del fraseologismo, para provocar un efecto pragmático en el oyente. García Page (1999) apunta al respecto lo siguiente: «las UFs se caracterizan por su fijación, por su petrificación en una forma sólida,

inmodificable [...], pero un número no precisamente escaso de fraseologismos toleran variaciones de naturaleza diversa» (1999, p. 225).

Íntimamente ligado a la modificación es el fenómeno de la manipulación creativa o desautomatización, en el que el oyente o interlocutor debe reconocer el fraseologismo modificado, es decir, debe identificar la forma canónica («a mal tiempo», «buena compra»). La finalidad última de las modificaciones es la intención del hablante de producir diferentes efectos en el oyente. Según Zuluaga, la desautomatización alude a «procedimientos creativos que liberan el lenguaje de sus automatismos, como dirían los formalistas rusos» (Zuluaga, 1997, p. 636). Por su parte, Mena (2003) apunta a tres requisitos para que la unidad fraseológica se convierta en una unidad desautomatizada: (1) que la modificación sea intencionada, voluntaria y ocasional, (2) que el cambio pueda ser detectado y (3) que la forma original se reconozca, detrás de la modificación realizada.

En el contexto de la gramática de construcciones el hablante puede hacer un uso creativo de las construcciones, entendidas estas como emparejamientos de forma-significado (*form-function pairings*), y para ello, no toma como punto de referencia la forma gramatical dada, más bien el significado holístico (cognitivo) que emerge de dicho emparejamiento y que genera unos mecanismos de proyección selectiva que dan lugar a un uso creativo de dichas construcciones. Según Turner «Creativity in such cases is not a property of forms but a byproduct of the operation of conceptual integration and the fact that forms are attached to inputs in conceptual integration networks» (2018, p. 362).

Por ello, el enfoque de la Gramática de Construcciones (Croft, 2001; Goldberg, 2006; Hoffmann y Trousdale 2013; Hoffmann, 2017) se erige como una forma conceptual de describir significados de forma convencionalizada que engloba todos los niveles de la descripción de la gramática y que facilita con ello, por una parte, la creación de nuevos significados, y por otra, de construcciones similares basadas en el mismo significado convencionalizado (Hoffmann, 2018, p. 261).

Los esquemas abstractos de forma-función licencian nuevas expresiones. Turner (2018) lo ejemplifica del siguiente modo:

The «of» found in a range of examples like «Paul is the father of Sally», «father of cruelty», «father of the Catholic Church», «Vanity is the quick-sand of reason», «Wit is the salt of conversation», and so on does not single out any particular blend or even any particular projection. (Turner, 2018, p. 369)

Una misma construcción facilita y fomenta el uso creativo del lenguaje en base a un significado cognitivo y/o construccional fijo generando otros significados similares o construccionales creativos (conceptual mappings). Tal y como señala Goldberg (2006):

Constructional approaches share with mainstream generative grammar the goal of accounting for the creative potential of language (Chomsky 1957, 1965). That is, it is clear that language is not a set of sentences that can be fixed in advance. Allowing

constructions to combine freely as long as there are no conflicts, allows for the infinitely creative potential of language. (Goldberg, 2006, p. 22)

Diferentes autores (Simonton, 2012; Sternberg, 1999; Hennessey & Amabile, 2010 o Kaufman 2016) han investigado sobre la creatividad y parten de la base de que la originalidad y la adecuación son la suma de la creatividad lingüística: «Creativity= Originality x Appropriateness» (Simonton, 2012).

En palabras de Sampson (2016) la creatividad puede dividirse en dos tipos: *F-creativity* y *E-creativity*. La primera de ellas alude a la *Fixed-creativity* que recurre a las posibilidades establecidas del lenguaje para hacer un uso original del lenguaje. El segundo tipo, *Enlarging/extending-creativity* (Bergs, 2018; Trousdale, 2018; Uhrig 2018) genera un tipo de creatividad que va más allá de los márgenes que marca el lenguaje. Infringir las normas lingüísticas es posible hasta un cierto límite, es decir, es lícito contravenir las normas establecidas, si bien el componente cognitivo que emerge de lo enunciado no debe variar sustancialmente.

Hoffmann (2018, p. 264) cita un ejemplo de Lewis Carroll de *E-creativity*:

Twas brillig, and the slithy toves
Did gyre and gimble in the wabe;
All mimsy were the borogoves,
And the mome raths outgrabe.
(*Jabberwocky*, Lewis Carroll²)

Según Hoffmann, en términos lingüísticos la creatividad se circumscribe básicamente a la productividad, es decir cómo esquemas abstractos pueden ser usados para licenciar nuevas oraciones (Sampson, 2016; Hoffmann, 2018, p. 262). Con el objeto de comprender mejor la creatividad en construcciones, Hoffmann pone el siguiente ejemplo: *Messi is the Mozart of football*. Aquí se produce un blending (Fauconnier & Turner, 2002; Turner, 2018), en el que dos espacios mentales convergen en uno nuevo que contiene el nuevo significado creativo.

En el ámbito de la semántica cognitiva, el significado es conceptual. Algunos autores hablan de frames (Fillmore, 1982) o dominios (Langacker, 1987), es decir, los conceptos abstractos están basados en dominios más concretos que se pueden percibir, o son más palpables (experiencia sensomotora). Este hecho se debe en parte a que la capacidad humana de razonar e imaginar se percibe en base a la experiencia corporeizada del mundo (Foolen, 2012).

Si lo trasladamos a las metáforas, estas se erigen como un claro ejemplo de innovación, en el que se transgreden las reglas particulares semánticas para producir estructuras innovadoras, aparentemente agramaticales: «Juan es un oso». Es palpable el hecho de que

² Fuente: <https://poets.org/poem/jabberwocky> Lewis Carroll (1871), *Jabberwocky*. El poema «Jabberwocky», uno de los mejores poemas sin sentido, es uno de los más célebres de la poesía inglesa. Aparece en el primer capítulo de *Alicia a través del espejo* (1871) de Lewis Carroll.

desde un enfoque cognitivo asumimos que la frase está plenamente justificada, que se puede insertar dentro de los ejemplos propios de la *F-creativity sensu lato*, no afectando a las reglas básicas de la lengua.

Se ha discutido en profundidad acerca del uso creativo del lenguaje, en el que el hablante se desvía de la norma, viola las reglas y crea o produce textos novedosos, en cierto modo, la naturaleza misma de la creatividad implica crear una solución novedosa e inesperada que rompa con los enfoques convencionales. La interacción está muy ligada al componente lúdico, en el que a priori es una incógnita qué forma de proceder tendrá cada jugador, no hay garantías de cómo se desarrollará el juego. Garrod y Pickering (2013, p. 49) hablan de «aliamiento interactivo» y llaman la atención sobre el hecho de que los interlocutores se involucran esencialmente en una especie de juego de adivinanzas mientras conversan: si bien pueden tener expectativas sobre cómo se desarrollará un diálogo, no hay garantías.

En el caso concreto que nos concierne de construcciones fraseológicas o *snowclones*, las construcciones forman un continuum léxico-sintáctico. Se tiene que dar una fijación cognitiva, pragmática y morfosintáctica para que se puedan generar construcciones alternativas creativas, de ahí que se pueda hablar de la productividad parcial de construcciones gramaticales (Goldberg, 2006). Asimismo, como argumenta Goldberg (2006), la aceptabilidad de un constructo novedoso depende crucialmente de la «cobertura» de una construcción (es decir, el número y los tipos de «constructos previamente atestiguados»): «[a]llowing constructions to combine freely as long as there are no conflicts, allows for the infinitely creative potential of language» (Goldberg, 2006, p. 22).

Los *snowclones*

En 2004 se originó el término *snowclone* en Estados Unidos, cuando el lingüista Pullum ideó un concurso para buscar un nombre a una frase adaptable, reconocible que pudiera ser usada por periodistas y escritores holgazanes en un espectro amplio de variantes de corte humorístico. Pullum (2003) propuso el siguiente ejemplo: «*If Eskimos have N words for snow, X surely have Y words for Z*» que dio lugar al nombre de *snowclone* (Pullum, 2004). Por tanto, un *snowclone* es una construcción fraseológica que se caracteriza por ser una secuencia previa, léxicamente fija en forma de refrán, cita, frase proverbial, eslogan publicitario, entre otros, que es reconocible entre los hablantes, es productiva y presenta rasgos formales y/o funcionales distintivos (extravagantes).

La modificación de patrones fijos de la lengua no es ninguna novedad. Se ha acuñado de diferentes maneras. El auge de publicaciones atestigua el hecho de que el aspecto de la modificación de fraseologismos, fórmulas rutinarias, eslóganes o refranes:

Eines der interessantesten Forschungsfelder in der Schnittstelle zwischen Phraseologie und Konstruktionsgrammatik bildet im Moment der Aspekt der Abwandlung von Idiomen, Routineformeln, Slogans und Sprichwörtern, die zur Musterbildung führen kann. Beziehen kann sich die Variation grundsätzlich auf die Erweiterung von

halboffenen Paradigmen, wie es bei synonymen Varianten der Fall ist [*eins auf den Kopf/den Deckel/den Hut/die Nuss/... bekommen/kriegen*], auf den Austausch von Lexemen bei lexikalisierten Idiomen und Parömien, z. B. [*veni, vidi und X*] (vgl. Stutz & Finkbeiner 2022), [*X ist Silber, X ist Gold*] (vgl. Mellado Blanco 2018), [*sag mir + indirekter Interrogativsatz, und ich sage dir +indirekter Interrogativsatz*], oder auf die variierende Slotfüllung der Phraseoschablonen, wie bei [*V₁ und V₁ (und V₁) (nicht)*]. (Mellado Blanco, 2022a, p. 6)

Cabe destacar trabajos sobre *snowclones* de los cuales mencionamos los siguientes: [*X, lo que yo de cura*]; [*a un paso de X*]; [*Das interessiert mich X*] (Mellado Blanco, 2018, 2023a, 2023b, 2022b; Ivorra / Mellado 2025); [*Más vale X que Y*] (Mansilla / Holzinger 2024); [*Kein X ohne Y*] (Finkbeiner, 2022); [*Veni, vidi, X - X kam, sah und Y*] (Stutz & Finkbeiner, 2022); [*X du noch oder Y du schon*] (Polajna, 2021); Stumpf, 2015); [*to X or not to X*] (Tizón Couto, 2021); [*there is no X, only Y*] (Steyer 2019); [*X ist das neue Y*] (Weber, 2019). Dammerer (2007) propone en su página web una recopilación de algunos *snowclones* alemanes.

En el marco de la gramática de construcciones, la creatividad se considera «a manifestation of the playful nature of human beings and as a mechanism of linguistic change by adaptation to the context of use» (Mellado Blanco, 2024, p. 507). Creatividad y extravagancia van cogidas de la mano, descritas por Haspelmath como «*talk in such a way that you are noticed*» (1999, p. 1055), con referencia a las máximas de acción de Keller (1994, p. 95–107). Y ahí radica el motivo que empuja al hablante a ser creativo, «*talk in such a way that you are noticed*» (Keller, 1994, p. 97).

En el contexto de los *snowclones* cabe destacar las «*deviations from linguistic norms and expectations*» (Hartmann & Ungerer, 2023, p. 6) como elementos de extravagancia: una secuencia fija (como un refrán) no se emplea en su forma canónica, sino con cambios inesperados.

Hartmann y Ungerer (2023) proponen una definición de *snowclone* basada en construcciones léxicas parcialmente saturadas que presenten una frecuencia de ocurrencias suficiente que sirva de base como estructura para el *snowcloning*. La forma facilita el empleo de nuevas instancias por medio de la sustitución léxica de los *slots fillers*.

Caracterización de los *snowclones*

Aspectos formales de los refranes. Morgenstund hat Gold im Mund A quien madruga, Dios le ayuda

El refrán español *A quien madruga, Dios le ayuda* presenta una serie de rasgos fonético-fonológicos y morfosintácticos que detallamos a continuación:

- Se trata de una estructura bimembre y consta de dos partes que riman entre sí. Connatural a todo refrán es la rima asonante que tiene que ver con el origen occitano de la palabra refrán (*refranh*) que significaba ‘estribillo’, y que se circunscribía a los estribillos de las composiciones medievales que solían ser refranes. La estructura típica

bimembre de los refranes y sus rasgos fonético-fonológicos han favorecido sobremanera la pervivencia de estos en la conciencia colectiva de los hablantes (García-Page, 1992, p. 92). Así pues, según García-Page (2008, p. 329), las estructuras bimembres son «una manifestación particular del fenómeno más general de la repetición, y más concretamente, del paralelismo sintáctico o simetría estructural».

- b) Asimismo, cabe señalar que el refrán comienza por la oración subordinada de relativo *A quien madruga*, la prótasis, seguido de la oración principal o apódosis *Dios le ayuda*. En este sentido, se recurre al uso del hipérbaton, es decir, se constata una alteración del orden lógico de las palabras, un fenómeno que ocurre con frecuencia en el contexto paremiológico por razones de énfasis, metro o rima.
- c) A la luz de los datos que arroja el corpus, en el refrán español conviven tanto *A quien madruga, Dios le ayuda* (135 ocurrencias) como *el que madruga, Dios le ayuda* (35 ocurrencias), siendo la frecuencia de ocurrencias mayor en el primer ejemplo.

A diferencia del refrán español, el alemán *Morgenstund hat Gold im Mund* es de estructura unimembre con un significado claramente idiomático y con irregularidades en su estructura morfosintáctica:

- a) Los sustantivos *Morgenstund* y *Gold* presentan ausencia de artículo, lo que refuerza su significado idiomático. Dentro de los refranes pueden aparecer ejemplos en los que el sustantivo no va precedido de un artículo, por ejemplo: *Kindermund tut Wahrheit kund, Unwissenheit schützt vor Strafe nicht, Spinne am Morgen bringt Kummer und Sorgen*, etc. (Duden, 2011, p. 111).
- b) La última vocal del sustantivo *Morgenstund(e)* se omite, es decir, se produce una acomodación o libertad métrica para hacer el refrán más apto a una rima con la última palabra del refrán *Mund*. De hecho, los datos del corpus confirman que prevalece la forma irregular frente a la regular, es decir, *Morgenstund hat Gold im Mund* contiene 743 ocurrencias, frente a *Morgenstunde hat Gold im Munde* que arroja 47 ocurrencias.
- c) El sustantivo *Munde* presenta algunas instancias con la forma antigua del dativo. El dativo «e» se registra en expresiones idiomáticas (*etw. ist faul im Staate Dänemark; vom Winde verweht; der Herr im Hause sein*, etc.). Rieger (2007, p. 9) argumenta que el *Dativ-e* es un arcaísmo de la lengua, no forma ya parte del sistema de flexión del alemán estándar y puede ejercer una función jocosa o humorística en su contexto.

Significado holístico de los refranes

El refrán *A quien madruga, Dios le ayuda* viene recogido en el Refranero Multilingüe (Sevilla Muñoz *et al.*, 2009), con la siguiente definición: «Recomienda ser diligente para tener éxito en las pretensiones, en el trabajo», haciendo referencia a que es provechoso ser constante y perseverante, etc. para llegar lejos en la vida. El contexto de la mañana a través del verbo

madrugar posee connotaciones positivas, al igual que la figura de Dios, aportando esta segunda parte del refrán el contenido informativo del mismo.

El refrán alemán *Morgenstund hat Gold im Mund* hace asimismo referencia a la importancia de las primeras horas del día, en las que se dispone de más energía para empezar el día y para tomar decisiones importantes. El componente «Gold» alude al color dorado en el que la luz natural se impregna de tonos dorados o rojizos justo después del amanecer y resulta de la traducción de la cita latina del siglo XVI *aurora habet aurum in ore*. En el *Deutsches Wörterbuch der deutschen Sprache* (DWDS) está lematizado el refrán con el siguiente significado: «um erfolgreich zu sein, sollte man mit seinen Aufgaben oder Vorhaben bereits am frühen Morgen beginnen». Otros refranes que presentan similitudes semánticas son *früher Vogel fängt den Wurm* o *was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen*.

En este sentido, el significado holístico o construccional del refrán es convergente en alemán y español y presenta dos acepciones: (1) «la importancia del periodo matutino para realizar las tareas del día a día tanto a nivel personal como profesional», (2) «la relevancia del carácter perseverante y responsable con el objeto de obtener beneficios en todos los ámbitos de la vida».

Desde un punto de vista del significado conceptual que emana de los mismos se observan ligeras diferencias. Mientras que el español *a quien madruga, Dios le ayuda* contiene el verbo «madrugar», y en su segunda parte la fuerza divina de Dios que encierra connotaciones positivas, en alemán, en cambio, se exemplifica con un sustantivo «*Morgenstund*» vinculado a la luz dorada del amanecer. A este respecto, ambos refranes presentan un significado bastante transparente, en el sentido de que los elementos constitutivos reflejan nítidamente el valor temporal de la mañana.

METODOLOGÍA

Análisis de corpus

A partir del software de gestión de corpus y análisis de textos *Sketch Engine* basamos nuestro estudio en una metodología de tipo inductivo tanto para el español como para el alemán, en la que los datos se extraen de los corpus *Spanish Web 2023* (esTenTen23) y *German Web 2023* (deTenTen23). Esta metodología es idónea para el estudio de las construcciones fraseológicas o *snowclones* en su contexto. La frecuencia y productividad de determinados ejemplos arroja información valiosa para describir los fenómenos fraseológicos. Asimismo, *Sketch Engine* contiene en su mayoría textos provenientes de chats, foros y de la prensa escrita, buenos representantes del discurso real, inmediato, cercano y espontáneo (Ivorra Ordines & Mellado Blanco, 2021).

Nuestro análisis se basa en las ocurrencias halladas a partir de la búsqueda de las secuencias siguientes.

- [A quien madruga, X le ayuda]

- [Morgenstund hat X im Mund] y [X hat Gold im Mund]

En el refrán español hemos realizado un análisis de corpus de los esquemas siguientes: En el primero de ellos [*A quien madruga, X le ayuda*] se sustituye el lexema *Dios* por otros sustantivos, y en el segundo subesquema [*A quien madruga, X*] ampliamos el análisis a más lexemas arrojando resultados más heterogéneos.

Con el fin de detectar qué ocurrencias se generan, licenciadas por las construcciones objeto de estudio, hemos empleado el modo de búsqueda CQL (*Corpus Query Language*), en el que nos centramos en patrones fijos (*word, lemma*) léxicamente especificados, y otros que se saturan en el discurso (*tags*). En el caso del español, restringimos la búsqueda bajo los siguientes patrones:

```
[word="A | a | el | la"] [word="quien | que"] [word="madruga"] [tag="N*"] [word="le"]
[lemma="ayudar"]; y [word="A | a | el | la"] [word="quien | que"] [word="madruga"] [] {1,4}.
```

En alemán, nos hemos ceñido a dos patrones:

```
[lemma="Morgenstund"] [word="hat"] [tag="N.*"] [lemma="in"] [lemma="Mund"] y
[tag="N.*"] [word="hat"] [tag="N.*"] [lemma="in"] [lemma="Mund"]
```

Se trata de un refrán o construcción que licencia variantes a partir de las ocurrencias de los slots sustantivos o verbos (en el ejemplo alemán). Hemos restringido la búsqueda a la segunda parte del refrán, es decir, no hemos tenido en cuenta el patrón [*A quien X, Dios le ayuda*], dado que el número de ocurrencias del slot X verbo registrado era muy bajo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Actualización del *slot* sustantivo

Con el vaciado de las instancias de las construcciones [*A quien madruga, X le ayuda*] en español y [*Morgenstund hat X im Mund*] y [*X hat Gold im Mund*] en alemán, hemos analizado la variabilidad de los slots para comprobar cuán productivos son en cada una de las construcciones. Respecto al refrán alemán, observamos que el primer patrón [*Morgenstund hat X im Mund*] es más productivo que el segundo patrón [*X hat Gold im Mund*] cuyo slot sustantivo aparece en la primera parte. Sin embargo, nos ha parecido pertinente, tener en cuenta igualmente el análisis de ocurrencias de las instancias de este segundo patrón para detectar aspectos creativos de su uso.

En base a los datos obtenidos, registramos un numero de ocurrencias elevado del refrán prototípico, *a quien madruga dios le ayuda dios le ayuda* (172 ocurrencia) y *Morgenstund hat Gold im Mund* (762 ocurrencias) tanto en español como en alemán y un nutrido número de ocurrencias que figuran como hápax legomena (véase tabla 1 y 2):

[A/el que madruga, X le ayuda]

Tabla 1. Types por orden de frecuencia de la construcción [A/el que madruga, X le ayuda]

WORD	TOKENS	WORD	TOKENS
Dios	172	Su maestro y dios	1
La naturaleza	2	El dios de los gafapasta	1
Un buen café	2	Un buen Starbucks	1
El foro	1	El coger brevas	1
Su puta madre	1	Neptuno	1
El teletrabajo	1	La carretera	1
Dios y los aviones	1	El rey	1
Telmo	1	No siempre dios	1
El amor	1	Un buen café	1
Diana	1	Los gays	1
Los dioses	1	Ra	1
A su cuerpo	1	Uber	1
Dios y San Fernando	1	Un buen café	1
Más horas de sol	1	El café	1

Fuente: Sketch Engine: Spanish Web 2023 (esTenTen23)

[Morgenstund hat X im Mund]

Tabla 2. Types por orden de frecuencia de la construcción [Morgenstund hat X im Mund]

WORD	TOKENS	WORD	TOKENS
Gold	762	Sprachgold	1
Gift	5	Durst	1
Schleim	3	Grass	1
Blei	3	Zukunft	1
Klang	3	Bier	1
Blut	3	Silber	1
Wurm	3	Regierung	1
Schwanz	3	US-Fluglärm	1
Beeren	2	Pancakes	1
Kaffee	2	Sperma	1
Genuss	2	Rätsel	1
Dampf	2	Hormone	1
Fisch	2	Schwefel	1
Brot	2	Saft	1

Fuente: Sketch Engine: German Web corpus 2023 (deTenTen23)

El análisis pormenorizado de estas construcciones nos permite constatar, en base al recuento manual de las instancias, un número elevado de ocurrencias de los refranes prototípicos que, en español supone el 85,23 % respecto del total de ítems léxicos sustantivos y en alemán un 86,11%, el resto corresponde a un número de instancias muy bajo y un porcentaje alto de hápax tanto en alemán como en español. Estos porcentajes inciden en un alto grado de *entrenchment* del slot.

En base a los postulados construccionistas, la productividad del slot se mide en frecuencias type, es decir, «*how many different items occur in the schematic slot of constructions*» (Bybee, 2013, p. 61). Por tanto, no consideramos que las construcciones objeto de estudio sean altamente productivas, pero sí que se prestan a un uso creativo de las mismas por presentar un número elevado de hápix legomena.

En relación con la naturaleza semántica de los ítems léxicos (sustantivos) la estructura morfosintáctica repercute directamente en la actualización de los slots, por lo que en el patrón español [A quien madruga, X le ayuda] se registra la presencia de sustantivos relacionados directamente con divinidades *Zeus, Thor, Diana*, con bebidas propias de la mañana *café*, o con el *amor* y las relaciones sexuales.

- (1) **A quien madruga, un buen Starbucks le ayuda.** [SkE 26785680]
- (2) Claro que, Lubba no podía quedarse atrás y cómo buenos sexpertos que somos, sabemos que **al qué madruga un orgasmo le ayuda.** [SkE 77171862]

Asimismo, se actualiza el slot sustantivo con actividades beneficiosas en las primeras horas de la mañana como «la carretera», «el teletrabajo» que se emplea este último de forma metonímica (véase 3), en el que el lugar sustituye a la acción que genera:

- (3) ¿Qué si se puede hacer todo eso en un sábado y un domingo? **A quien madruga ... la carretera le ayuda.** Por lo que aquel sábado tempranito nos dispusimos camino a Roses ni cortos ni perezosos. [SkE 6396940]

En base al patrón prototípico, el hablante suele usar variantes creativas que poseen un significado holístico similar al original:

- (4) Así que, que no se te peguen las sábanas porque ya sabes el dicho: **a quien madruga, plaza de parking le espera.** [SkE 30994913]

Las actualizados del slot sustantivo en alemán [*Morgenstund hat X im Mund*], y en base al sustantivo «Gold» vinculado a un complemento en dativo con valor local «*im Mund*», genera en el hablante diversas asociaciones vinculadas con el somatismo «*Mund*», es decir, las actualizaciones inciden directamente en todo aquello que va a parar a la boca (*Mund*), tanto literal como metafóricamente, esto es, alimentos, bebidas que se ingieren (*Kaffee im Mund, Wein im Mund, Fisch im Mund* [...]), sustantivos abstractos *Zukunft im Mund*, o metales como *Blei im Mund*.

Asimismo, la mañana aporta ventajas, en lo que a la actividad física se refiere (véase 5):

- (5) *um den Spassfaktor zu heben. jetzt gleich kostenlos anmelden Hades + 100 Situps = platt Veröffentlicht 2. Oktober 2014 Morgenstund hat Workout im Mund!* [SkE 40499204]

Las variantes creativas de este patrón relacionadas con la mañana y el momento de desayunar registran en el corpus variados ejemplos asociados con el café o con la repostería del desayuno:

(6) *Ganz nach dem Motto «Morgenstund hat (Nescafé-)Gold im Mund»*. [SkE 8433830]

(7) *Morgenstund hat selbstgemachte Marmelade im Mund [...] Dann noch eine Aprikosentarte gemacht*. [SkE 2723830]

En algunas actualizaciones se expande con un slot adicional el uso creativo de este patrón:

(8) *Morgenstund hat Gold und Sauerteigbrot im Mund. Serviert wird zu unserer Begeisterung erneut das Sauerteigbrot mit frischer Butter*. [SkE 6961600]

De forma menos recurrente, pero sin dejar de ser original, la hora matutina puede asociarse al alcohol, como la cerveza:

(9) *Morgenstund hat Bier im Mund. O du edler Gerstensaft, du stärkst mir meine Glieder*. [SkE 31771803]

Igualmente, el somatismo «Mund» puede vincularse con partes de la esfera íntima del cuerpo humano, que en algunos casos actúa de forma metonímica PARS PRO TOTO, la parte del cuerpo humano por la persona que actúa. Este tipo de imágenes contribuye a reforzar la expresividad y el efecto humorístico de la construcción (véase 10 y 11):

(10) *Ein geiler Fick am Morgen für das Amateur Girl. Morgenstund hat Schwanz im Mund! Diese Amateurin ist gerade aufgewacht, da steht auch schon ihr Freund mit einer großen Latte am Bett*. [SkE 15079864]

(11) *Morgenstund hat Lust im Mund Männer mögen Morgensex, denn nach dem Aufwachen ist ihr Testosteronspiegel am höchsten*. [SkE 3494897]

[X hat Gold im Mund]

Tabla 3. Types por orden de frecuencia de la construcción [X hat Gold im Mund]

WORD	TOKENS	WORD	TOKENS
Morgenstund	672	Vogel	1
Morgenstunde	45	Lokalmedien	1
Abendstund	10	Kleinvieh	1
Kindermund	3	Unterrichtsstund	1
Müßiggang	3	Meeresgrund	1
Bibelstund	3	Lebensabend	1
Märchenstund	2	Yoga-Morgenstund	1
Jugendzeit	1	Sonntagsstund	1
Lügen	1	Frühaufsteher	1
Morgensport	1	Kaffee und Kuchenstund	1

Fuente: Sketch Engine: German Web corpus 2023 (deTenTen23)

Las actualizaciones del slot X en esta construcción alude a *types* relacionados con campos conceptuales:

- Actividades que se desarrollan en las primeras horas de la mañana: *Bibelstund* (2), *Morgensport* (1), *Unterrichtsstund* (1), *Yoga-Morgenstund* (1),

- Periodos del día: *Morgenstund* (672), *Morgenstunde* (45), *Abendstund* (10), *Lebensabend* (1)
- La forma de hablar de los niños, *Kindermund* (3)
- Aplicado a estados de inactividad, *Müßiggang* (3)

La instancia que presenta el sustantivo *Abendstund* se registra en su uso con un título de una canción:

(12) *und tanken Sie Vitamine dank unserer breiten Auswahl an saisonalem Obst. 18:30 - 21:00 Uhr Time for dinner! Auch Abendstund hat Gold im Mund. Genuss über 5 Gänge erwartet Sie bei unserem Abendessen in entspannter Atmosphäre.* [SkE 1459932]

Asimismo, es positivo el periodo de la tarde, si al día siguiente no hay que levantarse temprano:

(13) *Sonnenstrahl durch, belichtet eine einsame Kirche oder ein paar Häuschen irgendwo auf einer Sonnenterrasse. Auch Abendstund hat Gold im Mund, lieber Federico – und man muss erst noch nicht zu friih aus den Federn.* [SkE 15722591]

La ingenuidad es muypreciada en la edad infantil, como queda patente en el siguiente ejemplo:

(14) *!Habe herhaft gelacht. Liebe Grüße Margitta [...] Manfred, das finde ich sehr amüsant und es heißt nicht umsonst, Kindermund hat Gold im Mund.* [SkE 11264909]

Algunas veces, se emplean algunas instancias en un tono irónico y humorístico:

(15) *die deutsche Freiheit verteidigt wurde, sind wir sie dann jetzt los?!? Haralds Meinung zum Thema «Pressekonferenz»: Märchenstund hat Gold im Mund.* [SkE 28898845]

Igualmente, cabe destacar el sabor del café y de la repostería recién hecha en las primeras horas del día:

(16) *denn selbstgemacht schmeckt immer noch am besten! marktzeit Kaffee und Kuchenstund' hat Gold im Mund.* [SkE 6495056]

Creatividad de la construcción

Como hemos señalado más arriba, es innegable el poder creativo del lenguaje, y no cabe duda de que este refrán permite que se puedan combinar libremente partes de sus elementos. En palabras de Hoffmann (2018), la creatividad va unida a la productividad, es decir, de qué modo esquemas abstractos del lenguaje fomentan el uso de nuevas instancias.

En el caso de los refranes, se documenta un tipo de creatividad que rebate el significado holístico del refrán, es decir, se apela a todo lo contrario, poniendo de manifiesto los efectos negativos de la mañana:

(17) *Morgenstund hat Schwefel im Mund.* [SkE 7148798]

- (18) *Moin «Konvektion zur Morgenstund hat nicht zwingend Gold im Mund» (oder so ähnlich). Solange die Vietnamesen sich nicht ändern, wird aller Schutz der Tiere nichts bringen.* [SkE 842610]
- (19) ***Morgenstund hat nicht immer Gold im Mund:*** *In der Nacht hatte es geschüttet und gestürmt.* [SkE 3860654]
- (20) ***Morgenstund hat kein Gold im Mund.*** [SkE 40814394]
- (21) vivo fuera de Madrid en una capital de provincias donde los aforismos se reducen a los refranes como por ejemplo **A quien madruga, no le ayuda ni Dios** [SkE 10346153]
- (22) Desde ese momento, al rey Magneto se le quedará grabado un refrán que nunca olvidará: **A quien madruga, patá en los cojones** [...] [SkE 54138241]
- (23) **A quien madruga, Dios encima le estornuda.** [SkE 7399598]
- (24) **A quien madruga, su puta madre le ayuda.** [SkE 31517330]

En (17) las cualidades que posee el plomo como metal pesado y tóxico están estructurados en base a connotaciones negativas (*Blei im Hintern*). En español, se juega con la locución *ni Dios* (véase 21) para enfatizar el antirefrán, o, se expresa el valor negativo del madrugar a través de otro fraseologismo con connotaciones vulgares «*patá en los cojones*» (véase 22). El siguiente ejemplo, en un tono jocoso, confirma la misma idea que las modificaciones arriba señaladas:

- (25) [...] **a quien madruga no siempre Dios le ayuda, ni aunque sea para visitar una catedral.** La cola a primera hora era idéntica a la del día anterior. [SkE 1935201]

Las variaciones que presentan modificaciones creativas con finalidades estilísticas respecto de los refranes objeto de estudio están desautomatizadas, por lo que dan paso a un significado más literal. En los slots sustantivos que aluden a bebidas y alimentos (café, Kaffee, pasteles, Pancakes), denotan sensaciones gustativas propias de la mañana («*Morgenstund hat Pancakes im Mund*», «a quien madruga un buen Starbucks le ayuda», etc.).

Otro tipo de creatividad se observa en la contaminación de dos o más unidades fraseológicas o refranes. El juego lingüístico se deja entrever en los refranes mezclados que combinan partes de diferentes refranes:

- (26) A quien madruga, mona se queda. [SkE 30263049]
- (27) A quien madruga, buena sombra le cobija. [SkE 19894243]
- (28) ***Lügen haben Gold im Mund.*** [SkE 27195311]
- (29) *Für Bianca, die sich selbst als Morgenmuffel bezeichnet – einen Menschen, der nicht gerne früh aufsteht – passt dann eher die scherzhafte Abwandlung des vorhergehenden Sprichwortes, nämlich *Morgenstund hat Blei im Hintern*.* [SkE 3008222]

El uso creativo que se suele hacer de este tipo de juegos lingüísticos no crea o genera nuevos significados, en muchas ocasiones sirven para llamar la atención sobre la habilidad del hablante de combinar diferentes refranes, conformando uno nuevo.

- (30) «soviel Geld, dass es kracht», gelle Pazzzo 4. Mixe zwei Sprichworte zu einem neuen.
«**Wer anderen eine Grube gräbt, hat Gold im Mund**» [...] [SkE 21901230]

Por último, en algunos ejemplos, podemos toparnos con juegos creativos a partir del sustantivo «*Morgenstund*» dentro de un contexto publicitario o variantes del verbo «ayudar» como apoyar, pero modificado y asociado a las relaciones humanas (véase 32):

- (31) *Ein neues Auto macht 5 oder 6 Jahre Spaß. Ein altes Auto macht ein ganzes Leben lang Spaß!*
bis 10.01.2009 Morgan-Stund' hat Gold im Mund. [SkE 19166519]
- (32) A quien madruga, Dios le a polla. [SkE 52087570]

CONCLUSIONES

Las construcciones analizadas [*Morgenstund hat X im Mund*], [*X hat X im Mund*] y [*A quien madruga, X le ayuda*]o *snowclones* poseen una estructura que sostiene un significado no composicional con una clara función informativa y un alto contenido pragmático de expresividad en sus diferentes modificaciones. Asimismo, hemos observado que el refrán alemán es más recurrente que en español y ambos presentan un número elevado de hápix legomena, lo que incide en la creatividad de los refranes. No poseen una productividad alta, pero sí un número considerable de *types* que aparecen una única vez en el corpus. Así pues, podemos afirmar que los refranes poseen una especificidad alta que facilita un uso creativo de los mismos.

Es llamativo el hecho de que la estructura formal repercuta directamente en la naturaleza léxico-semántica de los slots sustantivos en su vertiente creativa: bebidas o alimentos que se ingieren a primeras horas de la mañana, a actividades matutinas (deporte, teletrabajo), o en el caso del español a otras divinidades que hacen más llevadero este periodo del día.

Asimismo, a la luz del análisis cuantitativo de los corpus consultados, los valores semánticos de los sustantivos se circunscriben al ámbito político, publicitario y muchos de ellos aparecen en un registro vulgar o coloquial, sobre todo, en el refrán alemán. Esto está en consonancia con los postulados de la lingüística cognitiva, que resalta el estrecho vínculo entre aspectos temporales (el periodo matutino) que emergen del significado de los refranes y los procesos cognitivos del ser humano que comparten las lenguas.

No cabe duda de que, como hemos señalado más arriba, el lenguaje es creativo por naturaleza y merced al significado holístico que emerge de los emparejamientos de forma y función, se generan diferentes formas creativas, dando lugar muchas veces a instancias extravagantes, exóticas, o absurdas.

REFERENCIAS

- ADGER, D. (2019). *Language unlimited: The science behind our most creative power*. Oxford University Press.
- BERGS, A. (2018). Learn the rules like a pro, so you can break them like an artist (Picasso): Linguistic aberrancy from a constructional perspective. *Zeitschrift für Anglistik und Amerikanistik* 66(3). 277–293.
- BYBEE, J. (2007). *Frequency of use and the organization of language*. Oxford University Press.
- CHOMSKY, N. (1957). *Syntactic Structures*. Mouton.
- CHOMSKY, N. (1965). *Aspects of the Theory of Syntax*. Cambridge, Mass, MIT Press.
- CORPAS, G. (1996). *Manual de fraseología española*. Gredos.
- CROFT, W. (2001). *Radical construction grammar: syntactic theory in typological perspective*. Oxford University Press.
- DAMMERER, E. M. (2007). Buch von der deutschen Snowclonerey. <http://emmanuel.dammerer.at/snowclonerey#versionen>. Recuperado el 17 de abril de 2025.
- DUDEN 11 (2011). *Duden Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten*. Bibliographisches Institut.
- FAUCONNIER, G. Y TURNER, M. (2002). *The way we think: conceptual blending and the mind's hidden complexities*. Basic Books.
- FILLMORE, C. J. (1982). Frame Semantics. Linguistics in the morning calm, ed. *The Linguistic Society of Korea*, 111-37.
- FINKBEINER, R. (2022). Kein ZDF-Film ohne Küsse im Heu. Kein X ohne Y zwischen Lexikon, Grammatik und Pragmatik. En MELLADO BLANCO, C.; MOLICA, F. & SCHAFROTH, E. (EDS.), *Konstruktionen zwischen Lexikon und Grammatik: Phrasem-Konstruktionen monolingual, bilingual und multilingual*, (pp. 55-82). De Gruyter.
- FOOLEN, A. (2012). The relevance of emotion for language and linguistics. En FOOLEN, A.; LÜDTKE, U. M.; RACINE, T. P. & J. ZLATEV, J. (EDS.), *Moving ourselves, moving others. Motion and emotion intersubjectivity, consciousness and language* (pp. 349-368). John Benjamins.
- GARCÍA-PAGE, M. (1992). Lengua y estilo del «Refranero». *Anuario de Letras*, 30, 89-131.
- GARCÍA-PAGE, M. (1996). Sobre las variantes fraseológicas en español. *Revista canadiense de estudios hispánicos*, vol. XX, 3, 477-489.
- GARCÍA-PAGE, M. (1999). Variantes morfológicas y unidades fraseológicas. *Paremia*, 8, 225-230.
- GARCÍA-PAGE, M. (2008). *Introducción a la fraseología española. Estudio de las locuciones*. Anthropos.
- GARROD, S. & PICKERING, M. J. (2013). Dialogue: interactive alignment and its implications for language learning and language change. En BINDER, P. M. & SMITH, K. (EDS.), *The language phenomenon* (pp. 43-64). Springer.
- GOLDBERG, A. E. (2006). *Constructions at work: The nature of generalization in language*. Oxford University Press.

- HARTMANN, S. Y UNGERER, T. (2023). Attack of the snowclones: A corpus-based analysis of extravagant formulaic patterns, *Journal of Linguistics*, 1-36. <https://doi.org/10.1017/S002226723000117>
- HASPELMATH, M. (1999). Why is grammaticalization irreversible? *Linguistics* 37(6), 1043-1068.
- HENNESSEY, B.A. y AMABILE, T. M. (2010), Creativity. *Annual Review of Psychology*, 61, 569-598. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.093008.100416>
- HERNANDO, L. A. (1990). Sobre las unidades fraseológicas en español. En ÁLVAREZ NAVARRO, M. (COORD.), *Actas de la Sociedad Española de Lingüística. XX Aniversario*, 1, (pp. 536-547). Gredos.
- HOFFMANN, T. (2017). From constructions to construction grammars. En DANCYIER, B. (ED.), *The Cambridge Handbook of Cognitive Linguistics* (pp. 284-309). Cambridge University Press.
- HOFFMANN, T. (2018). Creativity and Construction Grammar: Cognitive and Psychological Issues. *Zeitschrift für Anglistik und Amerikanistik*. 66, 3, 259-276.
- HOFFMANN, T. & TROUSDALE, G. (EDS.). (2013). *The Oxford Handbook of Construction Grammar*. Oxford University Press.
- IVORRA ORDINES, P. & MELLADO BLANCO, C. (2025). Semi-schematic patterns and their social dimension: A Constructionist Study of the proverb *Dime con quién andas y te diré quién eres* in Spanish and German. A constructionist study. En ARNDT-LAPPE, S. & FILATKINA, N. (EDS.): *Creativity and routine in Word-Formation and Multi-Word Expressions* (pp. 323-352). De Gruyter.
- IVORRA ORDINES, P. & MELLADO BLANCO, C. (2021). Más tontos que el novio de la Chelo. La intensificación de la estulticia en foros y chats por medio de comparaciones creativas: una aproximación desde la Gramática de Construcciones. *Estudios Románicos. La intensidad en las lenguas románicas como estrategia comunicativa* 30, 39-58.
- KAUFMAN, J.C. (2016). *Creativity 101*. Springer Publishing Company.
- KELLER, R. (1994). *On language change: The invisible hand in language*. Routledge.
- LANGACKER, R. W. (1987). *Foundations of Cognitive Grammar*. Volume I: Theoretical Prerequisites. Stanford University Press.
- MANSILLA, A. Y HOLZINGER, H. (2024). Más vale pulpo en mano que ciento nadando. *Snowclones en la fraseología contrastiva (alemán-español): Un análisis de corpus*. *Quaderns de Filologia: Estudis Linguístics* XXIX, 201-216.
- MELLADO BLANCO, C. (2018). Wenn modifizierte Sprichwörter zu Mustern werden. Eine korpusbasierte Studie am Beispiel von *Reden ist Silber, Schweigen ist Gold*. En M. NICKLAUS, N. WIRTZ, M. COSTA, K. EWERT-KLING y W. VOGT (EDS.), *Lexeme, Phraseme, Konstruktionen: Aktuelle Beiträge zur Lexikologie und Phraseologie*, (pp. 183-203), Peter Lang.
- MELLADO BLANCO, C., MOLICA, F. & SCHAFROTH, E. (2022a). Phrasem-Konstruktionen in der heutigen Forschung: ein Überblick. En C. MELLADO BLANCO, C; F. MOLICA & SCHAFROTH, E. (EDS.), *Konstruktionen zwischen Lexikon und Grammatik Phrasem-Konstruktionen monolingual, bilingual und multilingual* (pp. 1-18), De Gruyter.
- MELLADO BLANCO, C., MOLICA, F. & SCHAFROTH, E. (2022b). Das interessiert mich einen X! Die intensivierende Konstruktionsfamilie der absoluten Interesselosigkeit im Spanischen,

- Italienischen und Deutschen. En MELLADO BLANCO, C. MOLICA, F. & SCHAFROTH, E. (EDS.), *Konstruktionen zwischen Lexikon und Grammatik Phrasem-Konstruktionen monolingual, bilingual und multilingual* (pp. 283-368). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110770209-011>
- MELLADO BLANCO, C. (2023a). From idioms to semi-schematic constructions and vice versa: The case of [a un paso de X]. En HENNECKE, I. y WIESINGER, E. (EDS.), *Constructions in Spanish*, John Benjamins Publishing Company, (pp. 103-128). <https://doi.org/10.1075/cal.34.05mel>
- MELLADO BLANCO, C. (2023b). ¡Lo que yo de cura! El «antiprototipo» en las construcciones comparativas intensificadoras desde un punto de vista construccionista. *Revista De Filología De La Universidad De La Laguna*, (46), 313-333. <https://doi.org/10.25145/j.refiull.2023.46.16>
- MELLADO BLANCO, C. (2024). The ways of phraseology are mysterious: Humour and snowclones in Spanish and German Bibleisms from a Construction Grammar perspective. *Proverbium. Online supplement* 3, 495-512. <https://naklada.ffos.hr/knjige/index.php/ff/catalog/view/18/23/47>
- MENA MARTÍNEZ, F. (2003). En torno al concepto de desautomatización: aspectos básicos, *Tonos digital: Revista electrónica de estudios filológicos*, 5.
- PALM, C. (1995). *Phraseologie*. Gunter Narr Verlag.
- POLAJNA, J. (2021). Das Modul Werbeslogans. Eine korpusinformierte lexikografische Ressource zum aktuellen Gebrauch von Werbeslogans außerhalb der Domäne Werbung. *Lexikos* 31(1), 119-145. <https://doi.org/10.5788/31-1-1632>
- PULLUM, G. K. (2003). Phrases for lazy writers in kit form. October 27. <http://itre.cis.upenn.edu/~myl/languagelog/archives/000061.html> Recuperado el 17 de abril de 2025.
- PULLUM, G. K. (2004). Snowclones: Lexicographical dating to the second. January 16. <http://itre.cis.upenn.edu/~myl/languagelog/archives/000350.html> Recuperado el 17 de abril de 2025.
- RIEGER, M. C. (2007): Ein Dativ-e, wie es im Buche steht: Empirische Untersuchung der phraseologisch gebundenen Verwendung des Dativ-e. <https://silo.tips/download/eindativ-e-wie-es-im-buche-steht> (consultado 17.04.2025)
- SAMPSON, G. (2016). Two ideas of creativity. En HINTON, M. (ED.), *Evidence, Experiment, and Argument in Linguistics and Philosophy of Language*, (pp. 15-26). Peter Lang.
- SCHNECK, P. (2018). Creative Grammarians: Cognition, Language and Literature - An Exploratory Response. *Zeitschrift für Anglistik und Amerikanistik*, 66(3), 381-391. <https://doi.org/10.1515/zaa-2018-0032>
- SEVILLA MUÑOZ, J., ZURDO RUIZ-AYÚCAR, M. I. T. (DIR.) (2009). Refranero multilingüe. Madrid. Instituto Cervantes (Centro Virtual Cervantes). <http://cvc.cervantes.es/lengua/refranero/>
- SIMONTON, D. K. (2012). Creative productivity and aging. En WHITBOURNE, S. K. & SLIWINSKI, M. J. (EDS.), *The wiley-blackwell handbook of adulthood and aging*, (pp. 477-496), Wiley-Blackwell.
- STERNBERG, R. (ed.) (1999). *Handbook of creativity*. Cambridge University Press.

- STEYER, K. (2019). There's no X, only Y. A corpus-based Study of German and English Proverb Patterns. In NOLTE, A. & MAHONEY, D. F. (EDS.), *Living by the Golden Rule. Mentor -Scholar-World Citizen. A Festschrift for Wolfgang Mieder's 75th Birthday*, (pp. 125-140), Peter Lang.
- STUMPF, S. (2015). *Formelhafte (Ir-)Regularitäten. Korpuslinguistische Befunde und sprachtheoretische Überlegungen*. Peter Lang.
- STUTZ, L., FINKBEINER, R. (2022). Veni, vidi, veggie. A contrastive corpus linguistic analysis of the phraseological construction *Veni, vidi, X* and its German equivalent *X kam, sah und Y*. En MELLADO BLANCO, C. (ED.). *Productive Patterns in Phraseology and Construction Grammar* (pp. 287-314). De Gruyter.
- TIMOFEEVA, L. (2009). La desautomatización fraseológica: un recurso para crear y divertir. *ELUA, Investigaciones lingüísticas en el siglo XXI*, 3, 249-271.
- TIZÓN COUTO, D. (2021). The rise of COVID 'snowclones': The mother of all linguistic phrases. <https://theconversation.com/the-rise-of-covid-snowclones-the-mother-of-all-linguistic-phrases-167580>. Recuperado el 17 de abril 2025.
- TROUSDALE, G. (2018). Creativity parallels between language and music. *Zeitschrift für Anglistik und Amerikanistik* 66(3), 371-380.
- TURNER, M. B. (2018). The Role of Creativity in Multimodal Construction Grammar. *Zeitschrift für Anglistik und Amerikanistik*, 66, (3), 357-370. <https://doi.org/10.1515/zaa-2018-0030>
- UHRIG, P. (2018). I don't want to go all yoko ono on you – creativity and variation in a family of constructions. *Zeitschrift für Anglistik und Amerikanistik* 66(3), 295-308. <https://doi.org/10.1515/zaa-2018-0026>.
- UHRIG, P. (2020) Creative intentions – The fine line between 'creative' and 'wrong'. *Cognitive Semiotics*, 13(1), 2020-2027. <https://doi.org/10.1515/cogsem-2020-2027>
- WEBER, T. (2019). Das Wechselspiel zwischen Lexikon und Diskurs: So genannte Antisprichwörter und die X ist das neue Y-Konstruktion. *Linguistik Online* 96.3, 133-156. <https://doi.org/10.13092/lo.96.5535>
- ZULUAGA OSPINA, A. (1997). Sobre las funciones de los fraseologismos en textos literarios. *Paremia*, 6, 631-640.
- ZULUAGA, A. (1980). *Introducción al estudio de las expresiones fijas*. Max Hueber Verlag. (Tesis doctoral inédita).

DATOS DE LA AUTORA

Ana Mansilla Pérez (1972, Cartagena, España). Licenciada en Filología Alemana por la Universidad Complutense de Madrid y Doctora en Filología por la Universidad de Valencia. Actualmente es profesora titular de Filología Alemana en el Dpto. de Traducción e Interpretación de la Universidad de Murcia. Líneas de investigación: lingüística cognitiva, lingüística de corpus, fraseología contrastiva alemán-español, enseñanza del alemán como lengua extranjera.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO: MANSILLA, A. (2025). A quien madruga, Facebook le ayuda. Productividad y creatividad de los snowclones en la fraseología del alemán y del español. *Islas*, 67(212): e1637.



Este texto se distribuye bajo una licencia Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial 4.0 Licencia Internacional.

ISSN: 0042-1547 (papel) ISSN: 1997-6720 (digital)

<http://islas.uclv.edu.cu>