

**“Krieg ist Krieg ist Krieg” («Guerra é guerra é guerra») – repetição e recriação no
'discurso fraseológico'¹**

Francisca Athayde
Universidade de Coimbra

Ao apelo da Universidade de Coimbra para que, no âmbito da sua semana Cultural, as Faculdades e outros organismos que nela se acolhem glosem o tema da “Imaginação”, responde o Instituto de Estudos Alemães com o colóquio *Imaginação do mesmo: a diferença na repetição*. No texto que enquadra o conjunto de contributos que hoje aqui se apresentam, se afirma, a dado passo, que “Há inovação e transformação não na impossível invenção de uma origem, mas sim na capacidade de articulação produtiva”. Pode esta ser uma boa síntese daquilo que a moderna descendência da espécie *homo* leva a cabo, enquanto *homo sapiens (sapiens)* e, portanto, *homo loquens*, no exercício da faculdade que é, a um tempo, o seu mais poderoso instrumento de cognição e o mais eficaz e económico veículo de comunicação – *competição* e *cooperação* são, recordo, os principais pilares em que assenta o processo da sua sobrevivência enquanto espécie.

Criadas as línguas, de que espaço de manobra dispõe o “homem que fala”, que é também um *homo socialis*, para as recriar, reinventar, adaptando-as às sempre renovadas coordenadas sociológicas em que se situa e de que ele próprio é o arquitecto?

¹ O presente artigo insere-se no Projecto de Investigação “Linguistics, Literature, Translation. An Interdisciplinary Approach”, do Centro Interuniversitário de Estudos Germanísticos (CIEG), Unidade de I&D financiada pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, no âmbito do Programa Operacional Ciência e Inovação 2010 (POCI 2010), do III Quadro Comunitário de Apoio.

André Clas (1994, 576) é céptico quanto à liberdade de que goza o falante na sua actividade de selecção e combinação, os mecanismos de produção de enunciados:

Nous avons tous l'impression que la liberté dans l'utilisation des mots est absolue, que les contraintes dans le choix des mots sont inexistantes et que nos possibilités sont sans limites. Nous sommes persuadés que nous pouvons utiliser les mots du langage courant comme il nous sied. Et pourtant, des restrictions existent et la liberté de choix semble bien être une illusion, du moins partielle. [...] En effet, la combinabilité, c'est-à-dire l'aptitude qu'ont les mots à se joindre aux autres mots, est limitée, bien plus, elle est souvent imposée. Nous sommes donc d'une certaine façon en «liberté de parole surveillée»!

A imagem que aqui se colhe é a do enunciador em situação de permanente “liberdade linguística/comunicativa vigiada” e pouco consciente das restrições de índole diversa (morfofossintáctica e semântico-lexical) que afectam o seu discurso quotidiano – “ce qui ne se dit pas, il ne le dit pas, par habitude, parce qu’il «sait» ce qu’il se dit ou doit se dire.” (*idem, ibidem*). De facto, os sistemas linguísticos constituem conjuntos finitos de elementos – fonemas, morfemas, lexemas –, dispõem de um número relativamente reduzido de regras morfofossintácticas e de combinabilidade semântico-lexical que, aparentemente, coarctam a nossa liberdade, mas que têm o benéfico “efeito colateral” de viabilizar a comunicação; por outro lado, e convocando as ideias formuladas por Chomsky, tais conjuntos finitos de meios permitem, mediante um esquema recursivo, gerar um conjunto infinito de enunciados – aquilo o linguista norte-americano designa como o “aspecto criativo da linguagem”,² a sua propriedade mais marcante. O “homem que fala” está, pois, em condições de produzir enunciados orais ou

² A respeito da noção de ‘criatividade linguística’ e sobre a evolução deste conceito no âmbito da Ciência da Linguagem, cf. Zawada 2005. Convirá ainda sublinhar, a este propósito, que a criatividade encarada de um ponto de vista estético (Zawada 2005, 13) – a “licença poética” (“poetische Lizenz” ou “dichterische Freiheit”), a criatividade que modifica regras, a maior habilidade com que alguns exemplares da nossa espécie manejam os processos de selecção e combinação, isto é, que do velho fazem novo, de uma forma surpreendente – não devem ser totalmente dissociadas do conceito chomskyano de ‘criatividade’. O seguinte trecho do romance autobiográfico de Amos Oz, *Uma História de Amor e Trevas*, poderá ajudar a compreender a estreita ligação que se estabelece entre as duas facetas do conceito de ‘criatividade’ aplicado ao fenómeno da linguagem verbal:

Gostava do modo como a professora Zelda colocava as palavras umas a seguir às outras: às vezes colocava uma palavra comum, do dia a dia, ao lado de outra igualmente corrente e banal, mas, ao colocar lado a lado duas palavras comuns que não costumavam estar juntas, produzia-se uma faísca que me cortava a respiração pelo milagre das palavras. (Oz, Amos. 2007. *Uma História de Amor e Trevas*. Porto: Asa, p. 358)

escritos que nunca ninguém produziu (isto é, seleccionar e combinar de forma inovadora, no quadro de um sistema que conhece limitações formais) e, por outro lado, descodificar, sem obstáculos, aqueles que está a ouvir ou ler pela primeira vez (Chomsky, 1965). A situação que aqui se descreve corresponde, na terminologia de Sinclair (1991, 109-115), ao chamado “open-choice principle” – modo de processamento linguístico segundo o qual cada posição na cadeia da fala oferece possibilidades de escolha ao falante, isto é, é ele que selecciona e combina, de acordo, naturalmente, com as regras do sistema que utiliza –, que se distingue do “idiom principle”, princípio cuja recorrência no discurso é bastante mais elevada do que se supunha, e de acordo com o qual o locutor dispõe, na sua língua, de um conjunto apreciável de estruturas sintagmáticas pré-fabricadas, que lhe deixam, aparentemente, pouca margem para exercer a liberdade de selecção e combinação. Uma tal alternância contínua entre dois modos de processamento de enunciados pode identificar-se com a dicotomia (reduzida como qualquer dicotomia) entre o chamado “discurso livre” (discurso *produzido*) e o “discurso repetido” (na terminologia de Coseriu 1977, 113), discurso “reproduzido” ou, noutros termos, o discurso fraseológico. A fraseologia das línguas integra, pois, um conjunto apreciável e muito heterogéneo de estruturas fixas ou semifixas cuja estabilidade (uma propriedade de natureza escalar) deflui de uma ‘fixação’ que opera no eixo diacrónico, isto é, de um processo pelo qual um grupo de palavras – morfossintáctica e semanticamente autónomas – se transforma, em virtude da constância do emprego da combinatória no seio de uma comunidade linguística – entendida como “o conjunto da comunidade” ou como “sectores dessa comunidade” marcados diastrática ou diatopicamente –, numa sequência cujos componentes passam a estabelecer vínculos de (relativa) indissociabilidade. De facto, importa sublinhar, recuperando afirmações de Corpas Pastor (1996, 21), que a partir do momento em que uma combinação de palavras construída/produzida livremente, de acordo com as regras do sistema, se emprega numa ocasião particular, fica disponível para ser usada no discurso, pelo mesmo falante ou por outros falantes da comunidade, como uma combinação “já feita”, codificada. Quanto mais a combinação for usada, isto é, repetida, reproduzida, mais oportunidade terá de se consolidar como expressão estável que os falantes armazenam no seu Léxico mental e que passará a integrar a memória ou consciência colectivas. Em síntese: as fraseologias são aprendidas, processadas e resgatadas da memória de longo prazo dos falantes como estruturas pré-formadas, sendo

reproduzidas (e não *produzidas*), no acto comunicativo, de forma holística. Convirá, no entanto, matizar a adjectivação: nem o chamado discurso livre é inteiramente *livre*, como bem nos lembra André Clas, nem o discurso reproduzido implica, necessariamente, um bloqueio à renovação/ inovação. É este o tópico que, de forma necessariamente sintética, me proponho aqui tratar, sob o ângulo, que me parece inevitável, daquilo que a terminologia germanística regista como a “Modifikation” (Burger, 2003, 27 ss.; 152 ss.) ou “okkasionelle Variation” (Fleischer, 1997, 205 ss.), entendida como “uma modificação criativa”, fenómeno que se enquadra no domínio genérico da utilização das fraseologias em determinados tipos de textos e um dos temas que mais interesse tem suscitado no âmbito da moderna investigação fraseológica.³ Importante se torna, antes de mais, pôr em relevo que, ao contrário da chamada *variação* (“Variation” em Burger, 2003, 25 ss.; “usuellle Variation” em Fleischer, 1997, 205 ss.) – as co-variantes, como (al.) *jdm. eins aufs Dach/auf die Mütze/auf den Hut geben*, (pt.) *dar corda aos sapatos/às botas, pôr/meter a pata/o pé na poça*, são sancionadas pela norma linguística e, conseqüentemente, codificadas nos dicionários –, a *modificação* é produto de um acto criativo (e recreativo) individual através do qual se procede a uma alteração/desconstrução/reciclagem (“défigement”, em Svensson, 2004, 121 ss.) de uma ou mais fraseologias pertencentes ao património de uma comunidade, com vista à obtenção de um efeito retórico ou semântico-estilístico específico, *num texto concreto*. A *modificação* circunscreve-se, pois, a uma situação comunicativa particular em que o valor expressivo da(s) fraseologia(s) é adaptado a novos contextos e enquadramentos socioculturais.⁴ A modificação ocasional constitui, por assim dizer, um procedimento de construção textual que tira proveito das potencialidades dos enunciados de cariz fraseológico, cujas características (a natureza pluriverbal, a relativa fixidez morfossintáctica e lexical e a idiomaticidade – esta última, no entanto, uma propriedade *suficiente* mas não *necessária* para a caracterização de uma sequência como ‘fraseológica’)⁵ convidam não apenas à variação (que começa por ser, antes de mais, uma alteração introduzida por um ‘indivíduo’, num dado momento), mas também à (relativa) infracção, ao desvio à norma codificada através de uma abertura de

³ Sobre este tópico, veja-se, entre outros, Burger (2003, 27-28; 152 ss.), Fleischer (1997, 65-67), Hundt (1994, 69-70; 122-128), Balsliemke (2001), Bass (2003), Drumm (2004), Elspaß (1998) e (2007), Hemmi (1994), Martínez (2003), Mellado Blanco (2008), Sabban (1998), Sabban (2007), Svensson (2004), Teixeira (2006).

⁴ Sobre os diferentes “tipos de modificações”, cf. Burger (2003, 152 ss.).

⁵ Sobre as propriedades das fraseologias, cf., por exemplo, Burger (2003, 15-32).

paradigmas bloqueados, e à criatividade individual.⁶ Os tipos de texto em que a manipulação criativa é mais frequente são, como facilmente se deduz, aqueles em que a função apelativa e/ou poética/estética é mais marcante: os textos publicitários (em que a dimensão da imagem se vem juntar à vertente do jogo linguístico) – incluídos na imprensa escrita, nos meios audiovisuais ou em cartazes “de rua” –, os textos jornalísticos – em que é, sobretudo, nos títulos das notícias e nos *leads* que ocorrem as alterações⁷ –, o discurso político – em que a ocorrência de uma fraseologia numa forma estranhante não só chama a atenção do público-eleitor, como serve, simultaneamente, uma função retórico-argumentativa⁸ – e os textos literários, em que a componente estética e/ou lúdica ganha especial dimensão. Na publicidade, o objectivo é chamar a atenção do leitor/ouvinte/telespectador, potencial comprador, para um determinado produto, sendo relevante para a consecução desse fim a originalidade linguística, em que a criação de contrastes entre a forma das fraseologias que os receptores já memorizaram e a forma ‘nova’ (mas não inteiramente nova) que o publicitário lhe apresenta se inscreve; no texto jornalístico (na notícia ou no artigo de opinião), um título baseado numa fraseologia modificada convida à leitura integral; o artigo de opinião servir-se-á desse artifício não apenas para levar o receptor à leitura do texto, mas também para – num jogo retórico – convencer o leitor da validade dos argumentos que nele se expendem. Em síntese, da modificação ocasional de uma fraseologia resulta uma combinação inesperada que potencia a força expressiva do texto.

Não poderá deixar de ser posto em evidência que os efeitos semânticos da modificação dependem sempre do contexto em que esta ocorre (Burger 2003, 155); como nota Barz (1992, 35), só do contraste entre o significado fraseológico e a sua actualização, dependente de um (con)texto, é que resulta o efeito pretendido e a recepção cooperativa (“die kooperative Rezeption”) por parte do leitor/ouvinte: para que um tal acto criativo tenha sucesso, o receptor tem de reconhecer a fraseologia que está na base da modificação, não obstante as alterações a que foi sujeita – eis aqui a necessidade da “imaginação do mesmo” –, e ter disponibilidade para aceitar as regras do jogo. Este baseia-se, no mais das vezes, no reavivar do sentido literal da sequência,

⁶ Como refere Gréciano (1987, 196), “Die Polylexikalität ist ein Appell an die Fragmentierung, die Fixiertheit an die Variabilität, die Figuriertheit an die Literalisierung”.

⁷ Para um aprofundamento da temática da utilização de fraseologias na imprensa escrita e na imprensa audiovisual, cf. Skog-Södersved (2007) e Köster (2007), respectivamente.

⁸ A modificação de fraseologias no contexto do discurso político é um tema abordado em Elspaß (2007, 289).

enquanto o significado fraseológico de base não desaparece totalmente, mantendo-se sempre latente (*idem, ibidem*).

Não sendo, por exemplo, a *criação* de provérbios, no estado actual das línguas, um processo muito produtivo, são os chamados antiprovérbios (al. “Antisprichwörter”),⁹ expressões que resultam da renovação de uma parte dos textos proverbiais das línguas, que vão ocupando espaço na imprensa, nos slogans políticos e publicitários, nas paredes das ruas (sob a forma de *grafitti*), no texto literário e, ainda, nas nossas caixas de correio electrónico.¹⁰ De um tal processo, que visa, fundamentalmente, adequar o material fraseológico das línguas a novos quadros socioculturais, políticos e/ou à obtenção de um efeito irónico/lúdico, resultam instâncias como as que passo a apresentar:

(1) (al):

- *Die Axt im Haus ersetzt den Zimmermann: Die Axt im Haus ersetzt den Scheidungsrichter;*
- *Viele Wege führen nach Rom: Viele Wege führen nach Europa;*
- *Wer A sagt, muss auch B sagen: Wer A sagt, muss auch die weiteren Raten zahlen/der muss nicht B sagen;*
- *Alles hat ein Ende: Alles hat ein Ende – und die Mettwurst hat zwei;*
- *Wo ein Wille ist, da ist auch ein Weg: Wo eine Pille ist, da ist auch ein Weg;*
- *Wer andern eine Grube gräbt, fällt selbst hinein: Wer andern eine Grube gräbt, sieht gern hinein; Wer andern eine Grube gräbt, schwitzt;*
- *Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm: Der Apfel fault nicht weit vom Stamm;*

(2) (pt):

- *Mais vale um pássaro na mão que dois a voar: Mais vale um pé no travão que dois no caixão;*
- *Quem o feio ama bonito lhe parece: Quem o feio ama é porque não vê bem;*

⁹ Não sendo um processo produtivo, não poderá no entanto falar-se na ‘impossibilidade de formação de novos provérbios’. O texto de Mieder (2007) fornece alguns exemplos de novos provérbios, oriundos do espaço cultural norte-americano, que se disseminaram noutras culturas (europeias e não-europeias) – *A picture is worth a thousand words; It takes two to tango*, entre outros. O paremiologista americano de origem alemã sublinha ainda que a cultura popular (música, filmes, programas de televisão) e os *media* dos E.U.A. constituem, no momento, uma fonte de criação e disseminação de provérbios, que o autor classifica como “bits of wisdom that fit the 21st century”. Sobre a temática dos “antiprovérbios”, cf. Mieder (1985) e Mieder (2006).

¹⁰ A estas chega, não raras vezes, material de gosto duvidoso de que apresentarei alguns exemplos, pois nenhum “material linguístico” é, para um linguista, descartável.

- *Por trás de cada homem que triunfa, há uma mulher: Por trás de cada homem que triunfa há uma mulher surpreendida;*
- *Depois da tempestade vem a bonança: Depois da tempestade vem a gripe;*
- *Filho de peixe sabe nadar: Filho de peixe é tão feio como o pai/ Filho de peixe faz bolhas na água com a boca;*
- *Quem dá aos pobres, empresta a Deus: Quem dá aos pobres, adeus;*
- *Faz o bem sem olhar a quem: Fá-lo bem sem olhares com quem;*
- *Mais vale prevenir que remediar: Mais vale prevenir que amamentar;*
- *Diz-me com quem andas, dir-te-ei que és: Diz-me com quem andas e ficas sem a miúda;*

(3) (ing):

- *Absence makes the heart grow fonder: Absence makes the heart go wander;*
- *Too many cooks spoil the broth: Too many legislators spoil the reform;*
- *A miss is as good as a mile: A Ms. is as good as a male;*
- *A woman's place is in the home/kitchen/house: A woman's place is in the House/White House/Senate/Oval Office.¹¹*

Atente-se, a propósito deste último exemplo, na seguinte imagem, retirada de um sítio de venda em linha de t-shirts:



(http://www.zazzle.com/hillary5_a_woman_s_place_is_in_the_house_th_shirt-235951355721655040)

¹¹C Nas seguintes páginas poder-se-á encontrar uma lista de antiprovérbios alemães:

<http://www.niemiecki.filo.pl/view.php?d=7&pd=29&a=333&deep=3&SID=e0860f204e31d5ac92445af616f2c0c6>; <http://www.uni-due.de/buenting/05GlossarPhraseologismen.pdf>. Uma lista de provérbios e antiprovérbios do Português pode ser consultada no sítio: <http://natura.di.uminho.pt/~jj/pln/proverbio.dic>. Para uma informação mais aprofundada sobre antiprovérbios em língua inglesa ou, mais genericamente, sobre a modificação criativa de provérbios, remeto para Mieder (2007, 407-409), que fornece igualmente uma lista de exemplos.

Pela sua própria natureza, a blogosfera não escapa à presença dos antiprovérbios. Tome-se o seguinte caso – que surge no contexto da campanha presidencial de Manuel Alegre – como exemplo:

Provérbios

Hoje os acontecimentos do dia estão para provérbios. Lá vai:

- 1- Diz-me quem apoias, dir-te-ei quem és
- 2- Diz-me quem te apoia, dir-te-ei quem és
- 3- Diz-me como te apoiam, dir-te-ei quem és.

Os *media* (mesmo estes que temos) ensinam muito, para quem os saiba ler.

E já agora, a única esperança que Alegre transporta é um anti-provérbio [sic]: é a esperança de que águas passadas movam moinhos (Quarta-feira, Dezembro 07, 2005).

(<http://maislivre.blogspot.com/2005/12/provrbios.html>)

Tal como os provérbios, também outros tipos de fraseologias (idiomatismos ou outras subclasses de expressões fixas ou semifixas, refrões de canções e slogans que passaram a integrar o património fraseológico das línguas, etc.)¹² não se revelam refractárias à modificação criativa. Vejam-se alguns casos de “desconstrução” coligidos na imprensa, nas mensagens que circulam no correio electrónico, na publicidade, no *youtube*:

(3) Imprensa

- *Em casa de ferreiro, espeto de pau*: “**Em casa da ASAE há foras de prazo**” (título de um artigo de opinião de Ferreira Fernandes no *Diário de Notícias*, 14.1.2008) (http://dn.sapo.pt/2008/01/14/opiniao/em_casa_asae_foras_prazo.html);
- *O que faz falta é avisar/animar/acordar/empurrar/agitar/libertar/dar poder a/à malta* (Zeca Afonso): “**Faz falta ouvir a malta**” (título de artigo da *Visão*, 29.11.2007);
- *Traz outro amigo também* (Zeca Afonso): “**Traz outro gato também**” (título de artigo da *Visão*, 12.4.2007);
- *A bolsa ou a vida*: “**O carro ou a vida**” (título de artigo da *Visão*, 6.12.2007).

(4) mensagens que circulam no correio electrónico:

- *Não bater a bota com a perdigota*: “**Não bate a Ota com a perdigota**”;
- *Nem mais um soldado para as colónias*: “**Nem mais uma nota para a Ota**”;
- *Descalçar a bota*: “**Descalcem a bota da Ota**”.

(5) Publicidade:

- *Quero, posso e mando*: “**Quero, posso e mando**” (a propósito de uma promoção da TMN relativa ao **envio** de mensagens);

¹² Sobre as diferentes classes de fraseologias, cf. Burger (2003, 33-55).

- *Os olhos também comem*: “**Os olhos também bebem**” (cerveja Sagres);
- *Pack den Stier bei den Hörnern*: “**Pack den Durst bei den Hörnern**” (Ureich Pils);
- *[große] Augen machen + ein langes Gesicht/lange Gesichter machen*: “**Große Augen statt lange Gesichter**” (Kulisse CineCard – promoção de um cartão pré-pago para bilhetes de cinema):



(6) Sítios de venda em linha

- “*Salvemos o tigre da Malcata*” + “*Nuclear não, obrigado*”: “**Salvem a pizza 4 estações. Aquecimento global não, obrigado**” (Venda de t-shirts do “cão azul”) (<http://www.caoazul.com/>):



(6) Youtube

- *den/seinen Kopf hinhalten*:

The image is a screenshot of a YouTube video player. At the top, the YouTube logo is visible on the left, and navigation links (Sign Up, Account, History, Help, Log In, Site) are on the right. Below the logo are tabs for Home, Videos, Channels, and Community. A search bar and an 'Upload' button are also present. The video title is 'Angela Merkel hält den Kopf hin'. The video player shows a scene where a person's hands are holding a small doll's head over a juicer with orange slices. To the right of the video player, there is a channel information box for 'henryscoffee', a 'Subscribe' button, and sections for 'About This Video', 'More From: henryscoffee', and 'Related Videos'. The video player controls at the bottom show a progress bar at 00:28 / 01:58.

(<http://www.youtube.com/watch?v=MMJegGOpw4>)

Não podendo aqui passar em revista todas as classes e subclasses de fraseologias sujeitas a este processo em que “do velho se faz novo”, não poderia terminar este meu contributo num colóquio em que a repetição é tema central, sem dedicar algumas reflexões sobre o fenómeno fraseológico que se nos apresenta, agora na perspectiva da sua constituição interna, como o mais repetitivo: as tautologias (também designadas como quase-tautologias – “Quasi-Tautologien”, em Drumm (2004, 62) ou Schindler (2006, 9-10); “cuasitautologías”, em Corpas Pastor (1996, 150), por motivos que mais adiante procurarei esclarecer. ‘Tautologia’, do Grego Antigo τὸ αὐτὸ ‘o mesmo’ e λόγος ‘palavra’, ‘discurso’, ‘sentido’, significa, pois, “dizer o mesmo”. É um termo que a Fraseologia, como disciplina, herda da Lógica – trata-se de uma asserção que é sempre verdadeira, independentemente dos valores de verdade das partes que a compõem – e da Estilística – uma repetição de palavras sinónimas, pertencentes à mesma classe léxico-sintáctica. Na perspectiva da Fraseologia, e de um ângulo taxonómico, as tautologias são passíveis de um enquadramento numa classe mais abrangente de expressões que exprimem as chamadas “verdades geralmente aceites”, cuja função é predominantemente argumentativa, figurando, pois, ao lado dos lugares-comuns ou dos truísmos.

Repetitivas e, portanto, aparentemente, vazias de conteúdo, as tautologias caracterizam-se, todavia, por um elevado potencial retórico e pelo muito que revelam

sobre a visão do mundo de uma comunidade (que pode ser uma ‘comunidade civilizacional’) e sobre o papel que, conseqüentemente, desempenham na configuração e recorte dessa mesma concepção. Não será, pois, de estranhar que também sobre estas “verdades geralmente aceites” se possa afirmar: “e, porém, movem-se”. “Movem-se”, isto é, modificam-se, reciclam-se, desconstroem-se, mediante processos que põem justamente em causa esse valor de verdade inquestionável, bem como o significado *standard*, convencionalizado, que, em regra, se lhes atribui.

Parta-se, a título ilustrativo, dos seguintes internacionalismos:

(7)

(al) *Geschäft ist Geschäft*, (pt) *Negócio é negócio*, (esp) *Los negocios son los negocios*, (fr) *Les affaires sont des affaires*, (ing.) *Business is business*, (it) *Gli affari sono affari*.

Estamos face a enunciados atributivos, isto é, perante asserções que criam uma relação de identidade entre dois termos formalmente semelhantes e que podem ser traduzidos pela expressão matemática “ $X = X$ ” ou pela expressão linguística “X cópula X”; de um ângulo de abordagem lógico-semântico, as tautologias caracterizam-se, tanto pela forma como pelo conteúdo, por serem, como se disse, verdadeiras, não sendo necessário que o enunciado corresponda ao estado de coisas, pois só a forma que a expressão assume já é decisiva quanto ao seu valor de verdade. É por esse motivo que, como anteriormente sublinhei, este tipo de fórmulas é, de certa forma, e ilusoriamente, vazia de significado: o segundo termo não predica nada de novo sobre o sujeito, mas tal facto não obsta, porém, a que as tautologias não tenham lugar nas línguas naturais. Apesar desse (aparente) “vazio informativo”, elas são, de facto, utilizadas e, de uma outra perspectiva, não são vazias semanticamente e, conseqüentemente, redundantes ou supérfluas, carreando, pelo contrário, um importante valor comunicativo – o que explicaria a preferência de alguns autores pelo termo ‘quase-tautologias’. Nunca será de mais recordar que o uso linguístico não se deixa reduzir às leis da lógica matemática e que a comunicação não se orienta apenas pela eficácia informativa – as tautologias (ou quase-tautologias) ilustram, de forma particularmente incisiva, esta situação (Sabban 1994, 526). De facto, o interesse retórico-comunicativo de uma tautologia reside, justamente, na discrepância entre o (literalmente) dito (“das Gesagte”) e aquilo que com ele se quis significar (aquilo que foi entendido, “das Gemeinte”), ou seja, entre o que foi formalmente expresso e a implicatura do enunciado. Trata-se, à primeira vista, de um

infracção às máximas griceanas da Quantidade – que se traduzem no princípio de que o enunciador não deve fornecer nem informação a mais nem informação a menos – ainda que, de acordo com Grice (1989), o interlocutor tenha sempre de atender à implicatura conversacional não expressa. No entanto, e como facilmente se depreende, no caso de uma tautologia o ouvinte não necessitará de grande esforço para aceder ao “intendido” (o significado do enunciado), uma vez que o sentido está, num conjunto apreciável de expressões desta natureza, convencionalizado (Sabban 1992, 534). Dito de outro modo, aquilo que uma tautologia “quer dizer” já está pré-estabelecido para as suas diferentes formas, o significado intencional (“das Gemeinte”), aquele que se tem a intenção de veicular num contexto concreto, é já pré-definido, havendo lugar a uma interpretação-padrão.¹³ Será pertinente sublinhar, com Sabban (1994, 528-529), que por trás de uma tautologia aparentemente “inocente”, “inóqua” e “vazia de informação”, como as já aqui apresentadas (al.) *Geschäft ist Geschäft*/(pt.) *Negócio é negócio* (*conhaque é conhaque*), se esconde um conjunto de interpretações convencionalizadas que se podem traduzir, neste caso concreto, por ‘o interesse financeiro justifica todos os meios, sobrepondo-se aos sentimentos’/‘a amizade não pode interferir nos negócios’ ou, até, pela ideia maquiavélica de que ‘os meios justificam os fins’.

Centrando-me agora na tautologia (al.) *Krieg ist Krieg*/(pt.) *Guerra é guerra*, podemos afirmar que o seu potencial retórico-argumentativo é claro: a sua utilização no discurso funciona como um véu que oculta o lado negativo do conflito, que o justifica, legitima, banaliza, suaviza as suas consequências, e exprime resignação face aos efeitos devastadores que provoca (Sabban 1994, 530).¹⁴ O princípio da fixação do significado deste tipo de tautologias pode, pois, formular-se assim: num determinado

¹³ Exceptuam-se os casos de tautologias de significado mais aberto, tratados igualmente por Sabban (1994), dos quais aqui não me ocuparei. Nestas, as possibilidades interpretativas são muito diversas e dependem, fundamentalmente, do contexto de enunciação, daquilo que sabemos acerca de quem usa a expressão (o seu estatuto sociocultural, as suas opções ideológicas, por exemplo), entre outros factores.

¹⁴ A este propósito, cito uma passagem do artigo de Schneider (2003, 226) sobre a obra de Remarque *Im Westen nichts Neues*:

In der gedruckten Fassung ist Bäumer dagegen überzeugt von der Notwendigkeit des Tötens im Krieg, **mit einer schicksalsgläubigen Resignation**:

Sergeant Oellrich tritt wieder an die Brustwehr. Die Mündung seines Gewehrs geht hin und her.

“Da brauchst du über deine Sache kein Wort mehr verlieren,” nickt *Albert*.

Ich begreife mich jetzt auch selbst nicht mehr.

“Es war nur, weil ich solange mit ihm zusammenliegen mußte,” *sage ich*.

Krieg ist Krieg schließlich.

Oellrichs Gewehr knallt kurz und trocken. (S. 228)

(negrito da minha responsabilidade, F. A.)

enquadramento sintáctico (“X ist X”/“X é X”), anulam-se, neutralizam-se ou suprimem-se aspectos parcelares específicos designados pela palavra X (por exemplo, “o lado negativo da guerra”), enquanto outras facetas são enfatizadas, sendo essas vertentes apresentadas como a essência do enunciado tautológico.

Num contexto internacional marcado por múltiplos cenários de guerra, que tornam quase banais as imagens/textos que todos os dias nos chegam através dos meios de comunicação, e que nos transformam, de certo modo, em leitores/telespectadores indiferentes, não espantará que em determinados tipos de discurso uma tautologia como esta ocorra sob uma versão modificada ou reciclada. Uma tal desconstrução é ela própria uma arma num outro tipo de guerra, uma arma de natureza linguística cujo objectivo é o de contrariar a interpretação-padrão, o significado convencionalizado da expressão tautológica: desmascarar o sentido que ela esconde, questionar a inevitabilidade da guerra e a consequente desculpabilização dos seus (assim chamados) “efeitos colaterais”, lutar contra o adormecimento da consciência político-social.

Na procura de alterações ocasionais desta expressão, recorri ao motor de pesquisa google (último acesso em Abril de 2008), tendo sido conduzida para páginas da Internet em língua alemã – em número reduzido –, na sua maioria (mas não exclusivamente) da responsabilidade de movimentos sociais e políticos marcados, como seria de esperar, por uma forte componente pacifista. De um ponto de vista da análise linguística, verificar-se-á que a modificação/desconstrução se faz sempre, nos textos que inventariei, mediante um processo de expansão. Este procedimento serve, naturalmente, a explicitação, mecanismo quase incontornável quando o objectivo é revelar a semântica de *Krieg* em toda a sua extensão, os seus núcleos denotativos e as suas margens conotativas, significado que, através da tautologia, é amputado de uma parte considerável dos seus semas. Passo à apresentação de algumas dessas ocorrências, tendo como critério de selecção (e de organização) as diferentes modalidades que o processo linguístico de modificação por ampliação assume.

(8.1) Página do *Gesellschafter-Projekt* (<http://diegesellschafter.de>), um movimento de cariz pacifista.

O extracto em que a modificação da tautologia ocorre (a negrito, da minha responsabilidade) é o seguinte:

Erst eine ganz kurze Zeit, nämlich seit dem Kosovo-Einsatz 1999, machen Bundeswehrosoldaten jene Erfahrung, welche die meisten Armeen der NATO schon lange, lange kennen. **Krieg ist Krieg, und im Krieg gibt es Tote** (...). (<http://diegesellschaft.de/tagebuch/eintrag.php?eid=456>)

– “**Krieg ist Krieg, und im Krieg gibt es Tote**”. Estamos aqui perante um processo de recriação que opera mediante a adjunção de uma frase coordenada – X ist X und “Satz” (“Frase”).– que explicita um dos efeitos da realidade ‘guerra’ que o N designa: *guerra* implica a existência de mortos.¹⁵

(8.2.) O mesmo procedimento é adoptado por Dirk Bernemann, no poema que publica no último dia do ano de 2007, no seu blog *DER BEI DEM ALLES STIMMT SCHREIBT DASS ALLES OK IST. kunst & mensch & ich* (<http://dirkbernemann.blogspot.com/>):

Montag, Dezember 31, 2007

die Welt, die ist ganz klein geworden
kaum bist im Süden, ist schon Norden
international Airports und Internet
machen die Welt weniger fett

doch Krieg ist Krieg und Krieg tut weh

ach, wenn ich die Bomben seh
und die Raketen und Panzerdinge
bekomm ich dunkle Augenringe
[...]

A frase (coordenativa) “und Krieg tut weh”, que expande a tautologia, exprime igualmente, ainda que aqui de forma eufemística, uma das consequências da guerra que a tautologia e o seu significado-padrão pretendem camuflar.

(9) *Krieg ist Krieg und Frieden ist Frieden* é o título de um dos panfletos regularmente distribuídos nas Universidades alemãs pela organização política estudantil *Liste LINKS*,

¹⁵ Um outro exemplo de modificação da tautologia que se enquadra no mesmo tipo “X ist X und “Satz””, com o mesmo efeito de explicitação do significado de *Krieg* (“Krieg ist Krieg, und da gibt’s Tote), foi recolhida na página da estação austríaca de rádio *online* da ORF (“Österreichischer Rundfunk”) (<http://orf.at/>):

Ö1 Inforadio Di, 08.04.2008

USA gegenTerror

Das Protokoll des Sheik Mohammed

Bomben statt Rosen

Einfach ausgedrückt rechtfertigt sich Sheik Mohammed mit den Worten "**Krieg ist Krieg, und da gibt's Tote.**" Wörtlich auf Deutsch wie sich der Scheich auf Englisch ausdrückt: "Wenn Amerika will in den Irak eindringen, sie werden für Saddam nicht Rosen schicken, sie schicken einen Bombenangriff (...). (<http://oe1.orf.at/inforadio/74202.html?filter=>)

associada à tendência radical do partido da esquerda alemã *Linkspartei.PDS*. Este folheto, tal como todos aqueles de que esta organização estudantil é responsável, começa com uma citação – no caso em análise, recuperada de um texto da escritora e pacifista indiana Arundhati Roy:

Krieg ist Krieg und Frieden ist Frieden

Als Präsident Bush die Luftangriffe ankündigte, sagte er: ›Wir sind eine friedliche Nation.‹ Amerikas Lieblingsbotschafter Tony Blair (gleichzeitig Premier von Großbritannien) betete nach: ›Wir sind ein friedliches Volk.‹ Jetzt wissen wir Bescheid. Schweine sind Pferde. Mädchen sind Jungen. Krieg ist Frieden. (Arundhati Roy, „Krieg ist Frieden“, 2001)
(Flugblätter der Liste LINKS, 3.09.2007, Sommersemester 2007)
(<http://student.org.uni-hamburg.de/LINKS/Archiv/F-SoSe07.htm#f-07-09-03>).

A frase da activista indiana discute afirmações de George Bush (“Nós somos uma nação pacífica”) e de Tony Blair (“Nos somos um povo pacífico”), aquando do anúncio dos ataques aéreos ao Iraque. Perante estas declarações que, na perspectiva da escritora, apenas têm como objectivo camuflar, através de um artifício de linguagem, uma política militarista, Arundhati Roy conclui, em tom irónico e como se de um corolário lógico se tratasse, que, a ser assim, então “porcos são cavalos, raparigas são rapazes e guerra é paz” (“Schweine sind Pferde. Mädchen sind Jungen. Krieg ist Frieden”). O título do panfleto/texto que toma como ponto de partida esta citação, “Krieg ist Krieg und Frieden ist Frieden”, resulta da coordenação de duas tautologias – X ist X und Y ist Y –, cujos Nomes (X e Y) designam realidades antinómicas do mundo extralinguístico. Esta fórmula, que não deixa de corroborar e reforçar as concepções de Roy, pondo em xeque a verdade das afirmações de Bush e Blair, abandona o tom irónico da citação de partida, repondo, por assim dizer, as regras da convencionalidade do signo linguístico: ao Nome *Krieg* corresponde um significado que é distinto – e até o oposto – do de *Frieden*, pelo que nem os significantes nem os significados/conceitos (e nem, conseqüentemente, os objectos do mundo que estes últimos representam, enquanto sinais) deverão ser confundidos.

(10.1) Na página da revista em linha *Rainbow.Online*, da responsabilidade do movimento austríaco *Rainbow* (<http://www.gay.or.at/>), que se define como liberal e politicamente independente, dirigido a lésbicas, gays, bissexuais e transgéneros

(<http://www.gay.or.at/imprint/>), a tautologia modificada ocorre no extracto seguinte (negrito meu):

Krieg ist Krieg ist Tod ist Zerstörung: daran wird auch das 21. Jahrhundert nichts ändern. Wer anderes geglaubt hat, der hat aus der Geschichte nichts gelernt; selbst wenn er einen „gerechten Krieg“, einen Befreiungskrieg kämpft, bleibt es ein Krieg. [...]. (<http://www.gay.or.at/magazin/list>)

– **Krieg ist Krieg ist Tod ist Zerstörung:** neste caso, a frase copulativa simples (“Krieg ist Krieg”) transforma-se numa sequência atributiva alargada – X ist X ist Y ist Z –, cujo efeito é o de reenviar, através do uso adicional de dois substantivos distintos, para referentes (ou realidades) que representam duas das mais marcantes consequências da guerra: *Tod* e *Zerstörung*.

(10.2.) Uma estrutura semelhante apresenta a reformulação de “Krieg ist Krieg” num artigo publicado na revista em linha de cariz antimilitarista *graswurzelrevolution* (<http://www.graswurzel.net/index.html>). Nesse artigo, com o título “Was würde ich machen, wäre ich heute in Spanien?” Der spanische BürgerInnenkrieg – Eine Herausforderung für die antimilitaristische Bewegung”, reproduz-se, a dado passo, um trecho da imprensa antimilitarista espanhola dos anos 30 do século XX:

[...] Während nach den revolutionären Ereignissen von Oktober 1934 SozialistInnen und AnarchistInnen den gescheiterten ArbeiterInnenaufstand verherrlichten, distanzierte sich die antimilitaristische Presse von jeder epischen Lektüre, bezeichnete die Ereignisse als "brudermörderischen Kampf" und unterstrich ihre unheilvollen Konsequenzen:

Krieg ist Krieg ... Wahnsinn, Mord, Blut, Zerstörung, Elend. Als der Aufstandsversuch zermalmt wurde, war die Uneinigkeit der Arbeiter vollständig. [...] (<http://www.graswurzel.net/wri-sh/spanien.shtml>)

No exemplo transcrito, a última cópula é substituída pela pontuação (reticências), e a enumeração (mais longa) que se segue promove o mesmo efeito de explicitação, ao remeter para referentes a que o substantivo *Krieg*: se associa: “Krieg ist Krieg... Wahnsinn, Mord, Blut, Zerstörung, Elend”.

(11) O caso seguinte pode ser encontrado na página dos *Jungen Nationaldemokraten* (<http://jn-buvo.de>), juventude do partido de extrema-direita (e anti-semita) alemão NPD (*Nationaldemokratische Partei Deutschlands*). Neste texto se relata a manifestação

antiguerra (no caso, contra a ofensiva militar israelita no Líbano) por eles promovida sob a palavra de ordem: *Krieg ist Krieg und niemals Recht*:¹⁶

Am 24.07.2006 fand auf dem Wernigeröder Marktplatz, dem Touristenmagnet der Stadt, eine Friedensmahnwache gegen den israelischen Angriffskrieg im Libanon und Gaza statt (...).Niemand fand Verständnis für das menschenverachtende und kriegstreiberische Verhalten des israelischen Staates. Dazu wurde folgender Text unter die Leute gebracht:

Krieg ist Krieg und niemals Recht!

([http://www.jn-](http://www.jn-buvo.de/index.php?option=com_content&task=view&id=141&Itemid=33)

[buvo.de/index.php?option=com_content&task=view&id=141&Itemid=33](http://www.jn-buvo.de/index.php?option=com_content&task=view&id=141&Itemid=33))

A expansão – X ist X und “Nominalphrase” (Sintagma Nominal) – tem como objectivo aparente desmascarar o conceito de “guerra autorizada pelo Direito”, de “guerra legitimada pela lei”. Para os jovens neonazis, que aqui se apresentam, discursivamente, como um grupo pacifista, não há guerras juridicamente defensáveis, justas ou legítimas, sobretudo se envolverem – como qualquer leitor precavido poderá deduzir – o Estado judaico de Israel como um dos contendores.

(12) A reformulação que a seguir se apresenta pode ser encontrada num depoimento publicado na página *LeMO, Kollektives Gedächtnis*, que acolhe “memórias pessoais” relacionadas com a História da Alemanha do século XX, iniciativa do Museu de História Alemã (Deutsches Historisches Museum/Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland). O texto em análise não poderia deixar de conter uma referência à guerra e às suas consequências trágicas, ou não tivesse a sua autora, Elena Ergant-Kapustjanski, conhecido, quando criança, os horrores de um campo de concentração nazi:

*Dieser Eintrag stammt von Elena Ergant-Kapustjanski (*1934) aus München, Oktober 2006:*

Volksdeutsche

[...] Mit diesem Gefühl ging ich durch mein ganzes Leben. Leider aber: **Krieg ist Krieg, mit Zerstörung, Blut und Erschütterung.** Jahrzehnte sind vorbei, ich kann ihn aber nicht aus dem Gedächtnis schwinden lassen. Unser Lager Arnswalde war sicher kein einfaches Lager hinter Stacheldraht. [...] (http://194.94.40.10/lemo/forum/kollektives_gedaechtnis/index.html)

No extracto do depoimento que assinala a negro, o significado convencionalizado do enunciado tautológico é contrariado através de uma ampliação por um Sintagma

¹⁶ De difícil tradução para Português, mas que poderá ser parafraseada por “Guerra é guerra e através dela nunca se faz justiça”. Agradeço ao Prof. Doutor Heinrich Hörster a ajuda na interpretação deste enunciado.

Preposicional — X ist X, “Präpositionalphrase” (Sintagma Preposicional) –, cujos substantivos, mais uma vez, evocam a realidade da guerra na sua crueza: “Krieg ist Krieg, mit **Zerstörung, Blut** und **Erschütterung**.”

(13.1) O último exemplo de modificação que apresentarei é aquele que, do ponto de vista do procedimento linguístico, é o mais simples, mas, simultaneamente, o que me parece mais eficaz do ponto de vista da estratégica comunicativa/argumentativa. Ela ocorre, por exemplo, num artigo de crítica literária publicado na revista em linha *ak - analyse + kritik - Zeitung für linke Debatte und Praxis* /Nr.476/19.09.2003 por Dirk Hauer, do movimento *Regenbogen. Für eine neue Linke*. O passo do texto de Dirk Hauer em que a modificação da tautologia (a negro da minha responsabilidade) ocorre é aquele que a seguir se transcreve:

Weltordnungskriege verstehen

“Kriegsunternehmen” und “sozialer Weltkrieg” – zwei Bücher zu “neuen Kriegen”

Die List der Vernunft ist unergründlich. So haben die oft quälenden und destruktiven Auseinandersetzungen der letzten Zeit zwischen AntimilitaristInnen und einem neuen linken Bellizismus zumindest einen positiven Nebeneffekt: Es wird wieder gründlicher über das Thema "Krieg" nachgedacht und diskutiert. Zwei neue Bücher aus dem Verlag Assoziation A sind dafür – bei durchaus unterschiedlichen Herangehensweisen – gute Beispiele.

Krieg ist Krieg ist Krieg: lizenziertes Massenmord, Vergewaltigungen, Vertreibungen, Flucht, brennende Häuser, zerstörte Dörfer und Städte, verwüstete Landstriche, Herrschaft der rohen Gewalt.
(http://www.akweb.de/ak_s/ak476/08.htm)

Neste exemplo de recriação, expande-se o enunciado atributivo, mas, ao invés do que sucede em casos já observados, o N *Krieg* repete-se – X ist X ist X. A repetição não tem, pois, neste enunciado, o efeito de intensificação que se observa no discurso que livremente produzimos: não reforça ou enfatiza o significado de um elemento linguístico produzido no imediato cotexto, mas, pelo contrário, neutraliza-o, desmonta-o, contraria-o. A enumeração através de sequências de Sintagmas Nominais que se segue a este “trio atributivo”, explicitando-o – *Krieg ist Krieg ist Krieg: lizenziertes Massenmord, Vergewaltigungen, Vertreibungen, Flucht, brennende Häuser, zerstörte Dörfer und Städte, verwüstete Landstriche, Herrschaft der rohen Gewalt* –, contexto que legitima esta minha interpretação, assemelha-se à definição de uma entrada num

dicionário, um procedimento que interpreto como uma tentativa para repor a verdade da designação.

Atrever-me-ia ainda a assumir que o autor deste texto não desdenharia uma outra leitura da sua fórmula modificada, e que assim formularia:

– (X ist X) ist X: (Krieg ist Krieg) ist Krieg, isto é, esta *tautologia*, enquanto produto linguístico, é, ela própria, um acto de guerra.

(13.2.) O mesmo mecanismo de “desconstrução” da tautologia é adoptado no blog “Ronald Knecht Private” (<http://rbk-private.blogspot.com>), num *post* sobre um ataque suicida que matou três soldados do exército alemão em Kunduz, Afeganistão:

Saturday, May 19, 2007

Angriff auf Bundeswehr in Kunduz: Tödlicher Anschlag entfacht Debatte über deutschen Afghanistan-Einsatz

Wie naiv kann man sein ? Wer hat denn wirklich ernsthaft glauben können, dass man dem Krieg ausweichen kann, wenn man in den Krieg zieht? **Krieg ist Krieg ist Krieg!** (<http://rbk-private.blogspot.com/2007/05/angriff-auf-bundeswehr-in-kunduz.html>)

Neste texto – que reproduz, aliás, o título de uma notícia do semanário *Spiegel Online* de 19 de Maio de 2007,¹⁷ em que se dá conta do debate sobre a participação do exército na missão que a NATO lidera no Afeganistão, suscitado nos meios políticos alemães pela morte de três soldados – o autor responde àqueles que acreditavam que uma tal participação (uma *guerra*) poderia passar sem “baixas” com a expressão “**Krieg ist Krieg ist Krieg!**”. Aqui, o objectivo da repetição é o de lembrar àqueles que, apoiando-se na interpretação-padrão da tautologia “Krieg ist Krieg” para justificar as “baixas” e os “efeitos colaterais” que a realidade ‘guerra’ provoca, agora se surpreendem, perante a realidade concreta da morte de três dos seus cidadãos.

Deixo de fora das minhas considerações outro tipo de tautologias, enunciados que, ao invés daqueles que aqui analisei, se caracterizam por um significado aberto – “Une femme est une femme”/“Uma mulher é uma mulher”, por exemplo. As tautologias “Um homem é um homem”, “Boys will be boys”, “Jungen sind eben Jungen”,

¹⁷ ANGRIFF AUF BUNDESWEHR IN KUNDUZ

Tödlicher Anschlag entfacht Debatte über deutschen Afghanistan-Einsatz

Selbstmordanschlag mit politischen Folgen: Der Tod von drei deutschen Soldaten in Afghanistan hat die Diskussion über den Einsatz der Bundeswehr neu angeheizt. In der SPD werden Stimmen laut, das Mandat nicht zu verlängern. [...]. (<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,483714,00.html>)

mereceriam igualmente uma abordagem aprofundada. Ocasões não faltarão, certamente, para sublinhar que também a alteração do significado *standard* de uma tautologia como *Um homem é um homem*, isto é, os novos contextos ou até o contexto irónico em que nos dias de hoje é, em regra, usada – indicando a distância do/a locutor/a face ao significado que, durante décadas, convencionalmente se fixou –, constituem igualmente um fenómeno de recriação/modificação, reflexo de uma “sociedade em acelerada mutação”. Perdoe-se-me o cliché com que termino, mas repetindo outrem, sem qualquer rasgo de imaginação, sempre direi:

Aqueles que afirmam nunca usar clichés quando conversam com amigos ou se iludem ou então têm poucos talentos de interacção social. (Cresswell 2000, VII)

Com efeito, mantemos com os *clichés* uma relação dupla e oportunista: distanciamos-nos deles condescendentemente como afirmação de superioridade criativa e usamo-los quando nos são úteis, isto é, quando facilitam a comunicação. (Gonçalves 2004, 21)

Referências bibliográficas

- Balsliemke, Petra. 2001. „*Da sieht die Welt schon anders aus.*“ *Phraseologismen in der Anzeigenwerbung: Modifikation und Funktion in Text-Bild-Beziehungen*. Hohengehren: Schneider Verlag.
- Barz, Irmhild. 1992. *Phraseologische Varianten: Begriff und Probleme*. In *Deutsche Phraseologie in Sprachsystem und Sprachverwendung*. Edited by Földes, Csaba. Wien: Edition Praesens, 25-47.
- Bass, Nicole. 2003. *Phraseologismen und Modifikationen in der Deutsch-schweizer Anzeigenwerbung 1928-1998*. In *Flut von Texten – Vielfalt der Kulturen. Ascona 2001 zur Methodologie und Kulturspezifität der Phraseologie*. Edited by Burger, Harald, Annelies Häcki Buhofer, and Gertrud Grécian. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, 381-390.
- Burger, Harald. 2003. *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. 2nd ed. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Chomsky, Noam. 1965. *Aspects of the Theory of Syntax*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Clas, André. 1994. *Collocations et langues de spécialité*. *Meta*, XXXIX, 4, 576-579. Also available online at <http://www.erudit.org/revue/meta/1999/v44/n2/003153ar.pdf>. <accessed July 20, 2007>.
- Corpas Pastor, Gloria. 1996. *Manual de fraseología española*. Madrid: Gredos.
- Coseriu, Eugenio. 1977. *Principios de semántica estructural*. Madrid: Gredos.
- Cresswell, Julia. 2000. *The Penguin Dictionary of Clichés*. London: Penguin Books.

- Drumm, Daniela. 2004. Semantischer Mehrwert und Multifunktionalität von Phraseologismen in der englischsprachigen Anzeigenwerbung. Ph.D. diss., Universität Trier.
deposit.ddb.de/cgibin/dokserv?idn=977832457&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=977832457.pdf. < accessed June 8, 2007>.
- Elspaß, Stephan. 1998. *Phraseologie in der politischen Rede*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Elspaß, Stephan. 2007. Phrasemes in political speech. In *Phraseologie/Phraseology. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung/An International Handbook of Contemporary Research*, 1./2. Halbband/Volume 1, 2 (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft/Handbooks of Linguistics and Communication Science /[HSK] 28/1, 28/2). Edited by Harald Burger, Dmitrij Dobrovolskij, Peter Kühn, and Neal R. Norrick. Berlin/New York: de Gruyter, 284-292.
- Fleischer, Wolfgang. 1997. *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. 2nd ed. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Gonçalves, Maria Teresa. 2004. Um Ensaio sobre Clichés. M.D. diss., Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.
www.fl.ul.pt/posgraduados/teoria_literatura/Goncalves1.pdf. <accessed October 4, 2007>.
- Gréciano, Gertrud. 1987. Idiom und Text. *Deutsche Sprache* 3, 193-208.
- Grice, Herbert Paul. 1989. *Studies in the Way of Words*. Cambridge (MA)/London: Harvard University Press.
- Hemmi, Andrea. 1994. „Es muss wirksam werben, wer will nicht verderben“. *Kontrastive Analyse von Phraseologismen in Anzeigen-, Radio- und Fernsehwerbung*. Bern: Peter Lang Verlag.
- Hundt, Christine. 1994. *Untersuchungen zur portugiesischen Phraseologie*. Wilhelmsfeld: Egert Verlag.
- Köster, Lutz. 2007. Phraseme in audiovisuellen Medien. In *Phraseologie/Phraseology. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung/An International Handbook of Contemporary Research*, 1./2. Halbband/Volume 1, 2 (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft/Handbooks of Linguistics and Communication Science /[HSK] 28/1, 28/2). Edited by Harald Burger, Dmitrij Dobrovolskij, Peter Kühn, and Neal R. Norrick. Berlin/New York: de Gruyter, 275-292.
- Martínez, Flor Mena. 2003. Creative Modifications of Phraseological Units in English and Spanish. In *Flut von Texten – Vielfalt der Kulturen. Ascona 2001 zur Methodologie und Kulturspezifik der Phraseologie*. Edited by Burger, Harald, Annelies Häcki Buhofer, and Gertrud Gréciano. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, 169-181.
- Mellado Blanco, Carmen, ed. 2008. *Beiträge zur Phraseologie aus textueller Sicht*. Hamburg: Verlag Dr. Kovač.
- Mieder, Wolfgang. 1985. *Antisprichwörter*. 2 Bände. Wiesbaden: Verlag für deutsche Sprache.
- Mieder, Wolfgang. 2006. *Andere Zeiten, andere Lehren. Sprichwörter zwischen Tradition und Innovation*. Schneider Verlag: Hohengehren.

- Mieder, Wolfgang. 2007. Proverbs as cultural units or items of folklore. In *Phraseologie/Phraseology. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung/An International Handbook of Contemporary Research*, 1./2. Halbband/Volume 1, 2 (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft/Handbooks of Linguistics and Communication Science /[HSK] 28/1, 28/2). Edited by Harald Burger, Dmitrij Dobrovolskij, Peter Kühn, and Neal R. Norrick. Berlin/New York: de Gruyter, 394-414.
- Sabban, Anette. 1994. *Une femme est une femme – Zur pragmatischen Fixierung tautologischer Sätze*. In *EUROPHRAS 92 – Tendenzen der Phraseologieforschung*. Edited by Barbara Sandig. Bochum: Universitätsverlag Dr. N. Brockmeyer, 525-547.
- Sabban, Anette. 1998. *Okkasionelle Variationen sprachlicher Schematismen. Eine Analyse französischer und deutscher Presse- und Werbetexte*. Tübingen: Gunter Narr Verlag (= Romanica Monacensia 53).
- Sabban, Anette. 2007. Culture-boundness and problems of cross-cultural phraseology. In *Phraseologie/Phraseology. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung/An International Handbook of Contemporary Research*, 1./2. Halbband/Volume 1, 2 (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft/Handbooks of Linguistics and Communication Science /[HSK] 28/1, 28/2). Edited by Harald Burger, Dmitrij Dobrovolskij, Peter Kühn, and Neal R. Norrick. Berlin/New York: de Gruyter, 590-605.
- Schneider, Thomas F. 2003. «Krieg ist Krieg schließlich». Erich Maria Remarque: *Im Westen nichts Neues* (1928). In *Von Richthofen bis Remarque: Deutschsprachige Prosa zum I. Weltkrieg*. Edited by Thomas F. Schneider; and Hans Wagner. Amsterdam, New York: Rodopi, 217-232.
- Schindler, Wolfgang. 2006. *VL Phraseologie, Winter 2006/7*. http://www.lrz-muenchen.de/~wolfgang_schindler/skripte/VL-Phras-067.doc. <accessed November 25, 2007>.
- Sinclair, John. 1991. *Corpus, Concordance, Collocation*. Oxford: Oxford University Press.
- Skog-Södersved, Mariann. 2007. Phraseologismen in den Printmedien. *Phraseologie/Phraseology. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung/An International Handbook of Contemporary Research*, 1./2. Halbband/Volume 1, 2 (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft/Handbooks of Linguistics and Communication Science /[HSK] 28/1, 28/2). Edited by Harald Burger, Dmitrij Dobrovolskij, Peter Kühn, and Neal R. Norrick. Berlin/New York: de Gruyter, 269-275.
- Svensson, Maria Helena. 2004. *Critères de figement. L'identification des expressions figées en français contemporain*. Omslag: Tommy Sund. Also available online at www.diva-portal.org/diva/getDocument?urn_nbn_se_umu_diva-335-1__fulltext.pdf. <accessed November 24, 2007>.
- Teixeira, José. 2006. A reciclagem do significado de comunidade: processos de reinterpretação no texto publicitário. *Diacrítica* (Série Ciências da Linguagem), 20(1), Universidade do Minho, Braga, 207-228. <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/5250>. <accessed July 29, 2007>.

Zawada, Britta Edelgard. 2005. Linguistic Creativity and Mental Representation with Reference to Intercategorial Polysemy. Submitted in accordance with the requirements for the degree DOCTOR OF LITERATURE AND PHILOSOPHY in the subject LINGUISTICS at the University of South Africa, 30 November 2005. <http://etd.unisa.ac.za/ETD-db/theses/available/etd-08022006-135253/unrestricted/>. <accessed July 15, 2007>.