



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

Grado en Traducción e Interpretación

TRABAJO FIN DE GRADO

**Las pequeñas palabras y su traducción:
glosario trilingüe de onomatopeyas
(español-inglés-francés)**

Presentado por Araceli Husillos Ruiz

Tutelado por Dra. Esther Fraile Vicente

Soria, 2018

ÍNDICE

Resumen y palabras clave	1
1. Introducción	2
1.1. Justificación, relevancia y contexto	2
2. Objetivos y competencias	4
2.1. Objetivo general	4
2.2. Objetivos secundarios	4
2.3. Utilidad del trabajo	4
2.4. Vinculación con las competencias del Grado de Tel	5
3. Metodología y plan de trabajo	6
4. Desarrollo	10
4.1. Origen de las onomatopeyas	10
4.2. Simbolismo sonoro	11
4.3. La onomatopeya y la interjección	17
4.4. Características de interjecciones y onomatopeyas	20
4.4.1. La interjección	
a) Fonología	20
b) Morfología	21
c) Sintaxis	21
d) Semántica	21
e) Pragmática	22
f) Tabla resumen	22
4.4.2. La onomatopeya	
a) Fonología	24
b) Morfología	25
c) Repetición	26
d) Derivación	27
e) Composición	27
f) Sintaxis	27
g) Semántica y pragmática	28
4.4.3. Diferencias entre interjecciones y onomatopeyas	
4.5. Problemas de traducción de las onomatopeyas	30
4.6. Estrategias para la traducción de las onomatopeyas	33
5. Análisis de las onomatopeyas en la publicidad	36
5.1. Anuncios en español	36

5.1.1. En España	
5.1.2. En Sudamérica	
5.2. Anuncios en inglés	41
5.3. Anuncios en francés	47
5.4. Resultados sobre el uso y traducción de onomatopeyas en publicidad	48
6. Metodología de elaboración del glosario	52
6.1. Fuentes de alimentación del glosario	52
6.2. Criterios de elaboración del glosario	56
7. Conclusiones	61
8. Bibliografía	64
9. Anexos	
9.1. Glosario en pdf	
9.2. Carpeta comprimida «Glosario en Excel»	
9.2.1. Instrucciones de uso	
9.2.2. Glosario en Excel	
9.2.3. Carpeta con los archivos .mp3	

RESUMEN

En la actualidad, la traducción de las pequeñas palabras del lenguaje sigue siendo un campo bastante ignoto. Debido a las escasas investigaciones divulgadas sobre la traducción de onomatopeyas y a nuestra hipótesis de partida sobre un mayor uso de onomatopeyas en las situaciones comunicativas actuales, el objetivo principal de este trabajo consiste en la elaboración de un glosario multilingüe de onomatopeyas que sirva de utilidad a usuarios como los traductores y que ellos mismos puedan actualizar fácilmente. Las tres lenguas de investigación han sido el español, el inglés y el francés. Conjuntamente y con el fin de respaldar el glosario con ejemplos de uso, se ha analizado la utilización de las onomatopeyas en la publicidad, así como las principales estrategias de traducción de estas palabras.

Palabras Clave: onomatopeya, interjección, glosario, estrategias de traducción, publicidad.

ABSTRACT

Nowadays, the translation of the small words of the language is still quite an unexplored field of research. Due to the scarce number of studies published on the translation of onomatopoeias and our initial hypothesis related to their increasing use in current communicative situations, the main objective of this essay is to develop a multilingual glossary of onomatopoeias that serves as a useful tool to users such as translators and that they themselves can update easily. Spanish, English and French are the three working languages chosen. Additionally, and in order to support the glossary with examples, the use of onomatopoeia in advertising has been analyzed, as well as the main translation strategies of these words.

Keywords: onomatopoeia, interjection, glossary, translation strategies, advertising.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación, relevancia y contexto

La decisión de crear un glosario multilingüe de onomatopeyas se debe a varios acontecimientos que, en conjunto, nos llevaron a vislumbrar su potencial utilidad. El primero de los motivos es la escasa existencia de estudios, artículos, manuales o divulgaciones lingüísticas cuyo objeto principal de estudio sean las onomatopeyas y su traducción. El soriano, Vicente García de Diego, muestra la marginación que sufren las onomatopeyas, las interjecciones y los sonidos inarticulados en su colosal obra *Diccionario de voces naturales* publicada en 1968:

Esta desproporción entre la subconsciencia de su gran importancia y los escasos frutos logrados no puede obedecer más que a no haberse hecho una investigación fundamental y metódica de los elementos de la onomatopeya, tan complejos y tan levemente estudiados (García de Diego, 1968, p.9).

Al mismo tiempo, nos percatamos del escaso reconocimiento que estas palabras reciben por parte de organismos institucionales y de su escasa presencia en publicaciones dignas y meticulosas (*DRAE, CORDE, CREA, OLE, NGLE*)¹.

No obstante, en segundo lugar, cabe destacar que la mayoría de los estudios que se pueden consultar rondan los 30 años y, por lo tanto, no analizan la situación vigente. El tercero de los motivos y el que más vincula nuestro proyecto con el Grado de Traducción e Interpretación es la recopilación unificada y coherente de onomatopeyas junto con su equivalente al inglés y al francés, ya que podría facilitar la labor de los traductores y profesionales de la lengua que tengan que abordar la traducción de las onomatopeyas.

Nuevos motivos fueron apareciendo cuanto más nos sumergíamos en la realización de nuestro proyecto. Véase nuestra hipótesis de partida: la comunicación contemporánea es cada vez más onomatopéyica. Por lo tanto y como fiel reflejo de lo que ocurre en la actualidad, decidimos centrarnos en las divulgaciones publicitarias; en lugar del género onomatopéyico por excelencia, el cómic. La publicidad está presente en todos los medios de comunicación imaginables, también en las calles, en Internet, en el cine... En definitiva, la publicidad está presente en nuestras vidas. Hoy en día, la publicidad y el marketing se reinventan con el fin de ampliar su espectro de consumidores. Por estos motivos, nos

¹ El *Diccionario de la RAE (DRAE)* el *Corpus Diacrónico del Español (CORDE)*, el *Corpus de Referencia del Español Actual (CREA)*, la *Ortografía de la lengua española (OLE)* y la *Nueva gramática de la lengua española (NGLE)*.

pareció original e innovadora la idea de analizar el uso de las onomatopeyas en el ámbito publicitario.

La segunda hipótesis que queremos validar o refutar es la existencia de cierta evolución hacia la adaptación en la traducción de onomatopeyas, es decir, hacia la aceptabilidad de estas voces en español en la publicidad. Esto confirmaría una evolución positiva hacia la adaptación y creación de nuevas onomatopeyas en español, ya que en el mundo de los cómics y los tebeos la tendencia que prima es el préstamo de las formas inglesas.

Por otro lado, tenemos una opinión que nos gustaría fortalecer y es la de que estas «pequeñas palabras» significan mucho más de lo que parece, que serían más grandes de lo que nos imaginamos, hasta el punto de que son palabras cercanas a imágenes, de forma que conectarían imagen y sonido. Intentamos fundamentar esta idea con la introducción del concepto del simbolismo de sonidos durante el desarrollo del trabajo.

Referente a la relevancia de nuestro glosario trilingüe de onomatopeyas e interjecciones (español, inglés, francés), cabe mencionar la incuestionable dificultad de crearlo. Del mismo modo, dado que es fruto del trabajo personal, no pretendemos ser sentenciosos ni tajantes con nuestra aportación. Durante la elaboración del glosario, nos vimos inmersos en la consulta exhaustiva de publicaciones ya existentes con el propósito de encontrar el grado óptimo de orden, organización, apartados, parámetros y criterios fidedignos; además de los mejores equivalentes de traducción para las onomatopeyas. Nos inspiramos tanto en autores expertos como en principiantes, pero siempre en fuentes dignas de confianza, para llegar a una adaptación proporcionada y personal a partir de los criterios y sistematizaciones de otros autores.

Los francoparlantes utilizan la expresión «*le détail fait la différence*» y, como buenos traductores, debemos fijarnos en los detalles y destacar por su buena traducción. Bénédicte de Buron-Brun (2006, p.768-784) razona juiciosamente sobre la difícil tarea a que se enfrenta el traductor con las onomatopeyas.

La fidelidad al texto debe pasar ante todo por el tamiz de un buen conocimiento de la cultura y un bagaje lingüístico intachable para no hablar sin ton ni son ni traducir dando pie a un rifirrafe de impropiedades. [...] lo que para unos lingüistas significa el balbuceo de la lengua termina siendo para el traductor algo tan complejo que, de tanto saber, ignora lo esencial y lo más original. Le obliga a regresar a la raíz primitiva y re/crear la musicalidad de la lengua que de tanto practicar le resultaba neutral. Por darle tanta importancia a la prosa había perdido su poesía. Ya es hora de que la comunicación no solo vehicule informaciones entre pueblos sino también su duende (De Buron-Brun, 2006, p.769).

2. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

2.1. Objetivo general

El objetivo general o finalidad última de este TFG² es la elaboración de un glosario de onomatopeyas multilingüe (español, inglés y francés) para su posterior publicación. Conjuntamente, se ha realizado un análisis sobre la utilización de las onomatopeyas en la publicidad y sus principales tendencias de traducción.

2.2. Objetivos secundarios

Los objetivos secundarios de este trabajo se basan en el objetivo general anterior y en las hipótesis descritas en la justificación y contextualización. Por lo tanto, en orden de preeminencia, nuestros objetivos secundarios son:

- Situar el origen e historia de las onomatopeyas.
- Describir brevemente el simbolismo de sonidos y sistematizar algunas tendencias relevantes para las onomatopeyas.
- Analizar las principales características fonológicas, morfológicas, sintácticas, semánticas y pragmáticas de onomatopeyas e interjecciones, con el fin de delimitar semejanzas y diferencias entre ellas.
- Crear un glosario trilingüe (español, inglés, francés) de onomatopeyas e interjecciones, con criterios fiables, y que pueda ser alimentado y actualizado en línea por los usuarios.
- Realizar un pequeño análisis del uso de las onomatopeyas en la publicidad actual.
- Exponer problemas frecuentes de traducción de las onomatopeyas y sugerir las tendencias de traducción más frecuentes que se emplean con ellas.
- Ser capaces de extraer conclusiones relevantes sobre el tema de estudio y aportar futuras líneas de investigación al respecto.

2.3. Utilidad del trabajo

Para establecer la utilidad de este documento, debemos tener en cuenta la contextualización realizada previamente y los objetivos expuestos en el apartado anterior.

² Usamos esta denominación abreviada como alternativa a trabajo fin de grado por razones de estilo

Desde estos referentes, se considera que la utilidad de este trabajo fin de grado gira en torno a los siguientes aspectos:

- La actualización del estado de las onomatopeyas y su continua marginación
- El análisis innovador de las onomatopeyas en la publicidad
- La unificación, extracción y recopilación de onomatopeyas e interjecciones en un único documento de libre acceso
- El futuro interés, beneficio y provecho por parte de los traductores y profesionales de la lengua del glosario trilingüe de onomatopeyas

2.4. Vinculación con las competencias del Grado de Traducción e Interpretación

Algunas de las competencias del grado de Traducción e Interpretación que hemos puesto en práctica con este trabajo fin de grado son:

- El conocimiento, profundización y dominio de las lenguas A, B y C de forma oral y escrita, ya que hemos elaborado nuestro glosario en las tres lenguas cursadas durante el grado (E1).
- El aprendizaje de las lenguas A, B y C en sus aspectos fónicos, sintácticos, semánticos y estilísticos, debido a la inclusión de las características de las onomatopeyas a todos los niveles lingüísticos (E6).
- El análisis, comprensión y revisión de textos generales y especializados en las diferentes lenguas estudiadas, así como el uso de fuentes y recursos en español, inglés y francés durante la investigación y redacción del trabajo (E2, E8).
- El conocimiento de la cultura y civilización de las lenguas de estudio y su relevancia para la traducción, dado que las onomatopeyas tienen más significado del que parecen transmitir y este depende en gran medida del contexto idiosincrásico del emisor (E10).
- El desarrollo de un método de trabajo organizado y optimizado, mediante el manejo de tecnologías y herramientas informáticas útiles para la labor del traductor, como la creación de un glosario como documento Excel (E17, E18, E19).
- El reconocimiento del valor de la comunicación verbal y no verbal, pues las onomatopeyas albergan papeles trascendentales en las situaciones comunicativas y juegan con elementos extra y paralingüísticos (E22).
- La identificación del valor de la traducción en la historia del pensamiento, y de los problemas y errores de traducción más frecuentes, porque hemos examinado la

utilización de las onomatopeyas en la publicidad y hemos buscado equivalentes de traducción de las onomatopeyas para el glosario (E24, E29).

- El análisis de las principales técnicas de traducción y su aplicación en diferentes situaciones comunicativas, adoptando una postura crítica a la hora de aceptar y/o rechazar calcos y préstamos terminológicos, en nuestro caso, en la traducción de las onomatopeyas del glosario (E31, E41).
- La toma de conciencia de la forma y grado en que las transformaciones sociales, políticas, económicas y culturales han influido en la evolución del lenguaje está relacionada con la investigación del origen de las onomatopeyas y el estudio de sus tendencias de traducción (E53).
- El conocimiento del trabajo terminológico en cada una de sus fases y su aplicación en la labor traductora ha sido primordialmente el ejercicio realizado durante el diseño y elaboración del glosario y el análisis de la utilización de las onomatopeyas en publicidad (E35, E36, E40).
- Finalmente, gracias a la realización de este trabajo fin de grado, hemos mejorado otras competencias: memoria, concentración, síntesis, gestión del estrés y el cansancio, evaluación de la calidad de la investigación, adaptación a los plazos establecidos, desarrollo de razonamientos críticos y analógicos (E52, E60, E64).

A continuación, exponemos la metodología general que hemos seguido en las fases de documentación y elaboración del trabajo; las búsquedas que hemos hecho para recopilar artículos o tesis sobre onomatopeyas que nos han servido para jerarquizar los conceptos y hacer el esquema del TFG, así como las que nos han ayudado a recopilar las clasificaciones prácticas de onomatopeyas y a elegir los criterios base del glosario; también mencionamos las dificultades que hemos encontrado en este proceso y cómo las hemos superado.

3. METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO

«*Oh, no: m'atopella*»³ son una serie de tres artículos escritos por Irene Cuervo (2011) en la revista *Rinconete* publicada por el Centro Virtual Cervantes. A raíz de estos artículos sobre la utilización de las onomatopeyas de animales, fundamentados en obras de ilustres escritores españoles como Lope de Vega, Quevedo o Ramón de la Cruz, comenzaron a rondar en nuestras cabezas algunas ideas relacionadas con la retrospectiva, las variantes léxicas, los juegos de palabras, los dobles sentidos que se crean a partir de

³ Disponible en:

https://cvc.cervantes.es/el_rinconete/busqueda/resultadosbusqueda.asp?Ver=50&Pagina=1&Titulo=atopella&OrdenResultados=2

las onomatopeyas. Estas publicaciones nos sirvieron de punto de partida para la investigación exhaustiva llevada a cabo durante la elaboración de nuestro trabajo.

La metodología general y el plan de trabajo que hemos seguido en nuestro TFG están detallados y especificados en los párrafos posteriores. Se ha mantenido la misma organización que encontraremos a lo largo del trabajo. En primer lugar, se puntualizan las dinámicas utilizadas para la composición del desarrollo teórico. Posteriormente, en las secciones más prácticas, particularizamos el plan de trabajo y la metodología que se han utilizado durante el análisis del uso de las onomatopeyas en publicidad y la elaboración de nuestro glosario trilingüe.

Todas las ideas que surgieron como esbozos en los comienzos han sido estudiadas, en mayor o en menor medida, durante la elaboración de los diferentes apartados de este trabajo. Hemos tratado el origen de las onomatopeyas, el papel que cumple en ellas el simbolismo de sonidos, la definición de onomatopeya, las diferencias entre onomatopeyas e interjecciones, las dificultades de traducción que plantean y sus posibles estrategias de traducción. Finalmente, desde una perspectiva más práctica, nos hemos inclinado por la elaboración de un glosario multilingüe de onomatopeyas y el análisis de ejemplos prácticos de su empleo en el ámbito publicitario.

Como acabamos de comentar, la fundamentación teórica de nuestro trabajo se divide en: el origen de las onomatopeyas y el simbolismo de sonidos; la definición y diferencias entre onomatopeya e interjección, y los problemas y estrategias de traducción de las onomatopeyas. Consideramos que esta es la base que necesitamos para posteriormente poder elaborar un glosario de onomatopeyas con criterio, así como analizar el uso y traducción de estas unidades en algunos ejemplos sacados de la publicidad.

Para la redacción de estas secciones, nos hemos basado en artículos encontrados en internet a partir de búsquedas avanzadas en Google y de intensas investigaciones posteriores en repositorios especializados. Las primeras personalidades en las que nos apoyamos para las secciones teóricas fueron Mayoral Asensio (1992, p.107-139), Valero Garcés (1996, p.227-236) y Castillo Cañellas (1996). Concretamente, para el origen de las onomatopeyas nos sirvió de guía la publicación «¿Es realmente arbitraria la relación entre las palabras y sus significados?» de Villén Raya, Pérez Díaz y Martín Jiménez (2015) y, para la fundamentación del simbolismo de sonidos, nos basamos en la bibliografía comentada de Martín Butragueño (2008). Para la definición y diferencias entre onomatopeyas e interjecciones utilizamos, entre otras publicaciones, la tesis de Magazzino (2008) y las ideas sobre las características morfológicas de las onomatopeyas recogidas

por Rodríguez Guzmán (2011) en *Moenia*⁴. Por último, con el fin de comprender sus problemas y estrategias de traducción, recurrimos, de nuevo, a Mayoral Asensio (1992, p.107-139) y Valero Garcés (1996, p.227-236).

Sin lugar a dudas, a la hora de la resolución de cuestiones lingüísticas, hemos acudido a las obras de referencia de entidades de reconocido prestigio en español como la Real Academia Española o la Fundéu, junto con todos los recursos derivados de las estas⁵. Basándonos en los mismos criterios de prestigio y reconocimiento internacional, se han empleado los diccionarios de las editoriales *Oxford*, *Cambridge* y *Collins*, tanto en sus versiones monolingües como bilingües, para las cuestiones referidas a lengua inglesa y el diccionario e enciclopedia *Larousse* para las de lengua francesa. En cualquier caso, se precisan de manera más explícita los recursos utilizados durante la elaboración de nuestro glosario en el apartado 6.1 de este trabajo que se dedicada en exclusiva a esta finalidad (así como en la columna «Fuente» de nuestro glosario).

La parte más práctica de nuestro TFG se compone de dos apartados fundamentales: 5. *Análisis de las onomatopeyas en la publicidad* y 6. *Metodología de elaboración del glosario*. Como ya hemos comentado en la *Justificación* de este trabajo, existen multitud de soportes donde encontramos onomatopeyas e interjecciones. El medio o género líder, por antonomasia, en el dominio de de onomatopeyas es el tebeo y el cómic. Sin embargo, la cotidianidad de las onomatopeyas se ha extendido hasta soportes tan dispares como las canciones, los anuncios audiovisuales o la publicidad en revistas, donde las onomatopeyas actúan como protagonistas. Por este motivo, decidimos orientar nuestro análisis práctico a la publicidad, pero centrándonos en otros soportes con mayor alcance y repercusión en el siglo XXI.

Los ejemplos que hemos recopilado en el análisis que hacemos de las onomatopeyas en la publicidad (apartado 5) los hemos obtenido de imágenes de Google a las que hemos accedido con búsquedas simples en inglés, francés y español, como *ads with onomatopoeias*, *pub avec onomatopées* y «anuncios con onomatopeyas». Además, desde estas imágenes, nos hemos remitido a la consulta de las páginas web de las agencias publicitarias de las que nació la idea del spot o campaña publicitaria, en busca de información con la que completar nuestro análisis.

Por último, nuestra idea de elaborar un glosario de onomatopeyas se ve apoyada por declaraciones como las de García de Diego (1968) en su *Diccionario de voces*

⁴ Revista lucense de lingüística y literatura desde 1995.

⁵ El *Diccionario de la RAE* (DRAE), el *Diccionario panhispánico de dudas* (DPD), el *Corpus de Referencia del Español Actual* (CREA), el *Corpus Diacrónico del Español* (CORDE), la *Nueva gramática de la lengua española* (NGLE), la *Ortografía de la lengua española* (OLE), entre otras.

naturales, donde comenta la poca importancia que los estudiosos han otorgado tradicionalmente a estas «pequeñas palabras»:

Un trabajo de esta índole sólo puede hacerlo un filólogo, y a éste le es costoso tomar en serio para un trabajo científico lo que se tiene por pueril, como son los remedos de cualquier ruido, los balbuceos de los niños, las voces de los animales, las que el hombre emplea en su trato con ellos y otras cosas semejantes que los diccionarios raramente recogen y que las personas formales tienen por niñerías o zafiedades, no pensando que en los tiempos de formación el hombre tenía más contacto con la naturaleza que con la cultura [...] Esta desproporción entre la subconsciencia de su gran importancia y los escasos frutos logrados no puede obedecer más que a no haberse hecho una investigación fundamental y metódica de los elementos de la onomatopeya, tan complejos y tan levemente estudiados (García de Diego, 1968, citado por Cuervo, 2011).

También apoyan la idea otras publicaciones como las de Cuervo (2011), Pabón Villamizar (2008) y Antolín Rato (2015), que recalcan la importancia y riqueza lingüística de las onomatopeyas, a la par que la marginación y problemática traducción a otros idiomas. Sus artículos fueron divulgados en las páginas del Centro Virtual Cervantes, específicamente en *Rinconete* y *El Trujamán*⁶.

La idea principal de nuestro trabajo nace porque no existen publicaciones recientes ni multilingües que recojan las pequeñas palabras de las lenguas europeas. Existen publicaciones, monolingües y bilingües, en base a las cuales nos hemos inspirado para la óptima organización y recopilación de las 150 onomatopeyas de nuestro glosario; sin embargo, ninguna agrupa las onomatopeyas en las tres lenguas junto con su fuente y su sonido original.

En el apartado de los criterios de elaboración del glosario, especificamos los razonamientos y requisitos que nos han guiado durante su elaboración; además de los recursos y fuentes que hemos utilizado para extraer los términos y la organización final que presenta el documento.

Gracias a la parte teórica disponemos de una plataforma sólida y crítica para examinar los apartados más prácticos de nuestro trabajo, es decir, el análisis de los ejemplos de las onomatopeyas en publicidad y el glosario como resultado y conjunto global. A raíz de este examen, se ha constituido el apartado de las conclusiones, uno de los más trascendentales del trabajo, ya que es donde hemos plasmado nuestras percepciones, reflexiones e ideas finales.

⁶ Revistas diarias dedicadas a la lengua, la traducción, la literatura, las artes, el patrimonio, la historia y la cultura hispánica publicadas por el Centro Virtual Cervantes.

Asimismo, se incluye la bibliografía final con todas las fuentes y recursos mencionados y consultados para la cimentación del TFG. Como anexo suplementario del trabajo, se ha creído conveniente agregar el documento de Excel donde se ha elaborado el glosario trilingüe, nuestra finalidad última con este trabajo. Con el fin de cumplir uno de nuestros objetivos, esperamos proceder en un futuro no muy remoto a la publicación del glosario en una página web creada exclusivamente con este propósito.

En el apartado que viene a continuación, 4. *Desarrollo*, encuadramos los temas fundamentales de nuestra base teórica. Lo dedicamos a describir brevemente el origen de las onomatopeyas, relacionándolo con algunas tendencias del simbolismo de sonidos, a delimitarlas frente a las interjecciones, describiendo las características de ambas en todos los niveles lingüísticos y, finalmente, a sugerir problemas y estrategias de traducción específicos de las onomatopeyas.

4. DESARROLLO

4.1. Origen de las onomatopeyas

Antes de comenzar a indagar sobre las onomatopeyas y las pequeñas palabras de la lengua surgieron varias preguntas en mi cabeza. ¿Cuál es el origen de las onomatopeyas? ¿Todas las lenguas las utilizan? ¿La comunicación verbal es más onomatopéyica que en el pasado? ¿De dónde surge la necesidad ancestral de los hombres por reproducir los sonidos de la naturaleza? Y con la aparición de la escritura ¿de dónde surge la necesidad de plasmarlos por escrito?

Javier Muñoz (2005) despeja algunas dudas sobre el origen de las onomatopeyas en su artículo «Teorías sobre el origen del lenguaje», donde recoge las teorías y opiniones más aceptadas o extendidas. Debido a la inexistencia de pruebas fehacientes, todo son hipótesis; sin embargo, las dos más aceptadas otorgan a las onomatopeyas el galardón de formar parte del origen de la lengua primitiva:

- La *teoría imitativa o de la onomatopeya*, según la cual la lengua primitiva sería una expresión imitativa mediata o inmediata de las percepciones (como cuando decimos *boom*⁷ para imitar el sonido de una explosión, o *miau* como sonido que emite un gato).
- La *teoría interjeccional o de las expresiones afectivas*, según la cual el principio de la lengua recaería en las diversas exclamaciones que la contemplación del mundo

⁷ Hemos decidido resaltar todos los ejemplos de onomatopeyas que citamos en cursiva, para que sean más evidentes, independientemente de si se usan en inglés o español, a no ser que formen parte de un ejemplo-oración que marcamos con comillas.

provocaba en el hombre (como el uso de determinadas palabras en un poema por las letras que las componen y la sensación que evocan).

La teoría onomatopéyica comprende el origen del lenguaje como la imitación de los diferentes sonidos de la naturaleza; mientras que la teoría de las expresiones afectivas o interjeccional sostiene que el lenguaje no surgió como imitación de los sonidos de la naturaleza, sino de las sensaciones interiores producidas por su contacto con el mundo y su reacción en forma de exclamaciones emocionales. Esta teoría no contradice a la onomatopéyica o imitativa, pues ambas se complementan a la perfección: la imitación del hombre es voluntaria y promovida por sensaciones.

Sin embargo, ninguna de las dos teorías es capaz de explicar cómo de esa naturaleza animalesca con que se presenta al hombre primitivo pudo crearse una relación de ideas o cómo a partir de la imitación los seres humanos llegaron a entenderse y comunicarse. Por ejemplo, Blavatsky (2004 citado en Muñoz, 2005) introduce el concepto de la mente y del razonamiento para intentar clarificar el problema. Charles Darwin discute en sus investigaciones la posible correlación entre las comunicaciones de los animales y sus reflejos en la comunicación humana. El polímata J. J. Rousseau (1923) no encuentra ninguna vía evidente que desvele el origen del lenguaje y antes de abandonar la investigación declara en su *Ensayo sobre el origen de las lenguas*:

En cuanto a mí, espantado por las dificultades que se multiplican y convencido de la imposibilidad, casi demostrada, de que las lenguas hayan podido nacer y establecerse por medios puramente humanos, dejo a quien quiera emprenderla, la discusión de este difícil problema, que ha sido el más necesario de la sociedad ya ligada a la institución de las lenguas, o de las lenguas ya inventadas, al establecimiento de la sociedad (Rousseau, 1923).

La lingüística recoge dicho problema, pero en ninguna de sus teorías halla la manera de explicar cómo se pasó del lenguaje imitativo de los sonidos al lenguaje con coherencia, es decir, cómo se abandonó el lenguaje que no expresaba ideas y se introdujo el lenguaje razonado. En la actualidad, todavía falta mucho por investigar al respecto.

4.2. Simbolismo sonoro

¿Acaso no todos percibimos los sonidos del mismo modo? ¿Es únicamente una cuestión de dificultad articulatoria o de diferentes sistemas de escritura? ¿Por qué existen diferentes onomatopeyas en lenguas que comparten fonemas y alfabeto? ¿La lingüística podría explicarlo o es un asunto para la neurociencia cognitiva? Todas estas preguntas suscitan posibles ramas de estudio o hipótesis sobre el motivo de la variedad

onomatopéyica en las lenguas. Gran parte de las respuestas podrían encontrarse en el *simbolismo de sonidos, fonosimbolismo, simbolismo sonoro o fonosemántica*.

El simbolismo de sonidos nos va a permitir comprender mejor la naturaleza de las onomatopeyas y de su traducción. Se basa en la idea de que los humanos estamos predispuestos a conectar ciertos sonidos con ciertos significados. En este sentido, pretendemos mostrar algunas tendencias de simbolismo de sonidos, asociaciones entre sonido-significado que parecen funcionar en lengua inglesa, aunque podrían no funcionar en español, pues las letras que evocan un significado en una lengua no tienen por qué evocar el mismo significado en otra lengua.

Creemos que las onomatopeyas, además de imitar sonidos, se basan en un simbolismo sonoro según el cual ciertas vocales y consonantes pueden representar fenómenos no acústicos, propiedades como tamaño, forma, brillo, textura, velocidad. Este fenómeno se emplea mucho en publicidad para crear un nombre para un producto, usando vocales y consonantes que intentan reflejar las cualidades del producto en cuestión (De la Fuente et al., 2016, p.87). Por ejemplo, la marca de refrescos Schweppes es una onomatopeya que reproduce el sonido del líquido al abrir la botella.

Por tanto, podemos reconocer onomatopeyas *primarias*, que asocian una palabra con un concepto sonoro, y otras que podemos denominar *secundarias* o *expresivas (fonosimbolismo)* que no reproducen un sonido real, sino que sugieren una idea, sensación o acción mediante el valor psicológico de las vocales o consonantes (Ullmann, 1972, p.95). Estas presentan mayor dificultad de comprensión, pues los conceptos que evocan son ideas altamente abstractas, inmateriales y no perceptibles no ya por el oído, sino por ninguno de los sentidos (Díaz, 2002).

A pesar de que varias tradiciones antiguas hacen referencia a una relación arquetípica entre el sonido y las ideas, y existen investigaciones lingüísticas modernas que señalan la existencia de una relación entre el sonido y el significado, Ferdinand de Saussure (1857-1913), padre de la lingüística moderna, no abogó por el simbolismo sonoro al declarar que «los signos lingüísticos son arbitrarios». Con esta declaración afirma que el lenguaje es un sistema arbitrario, en el que las palabras en uso derivan de un consenso entre los hablantes de una lengua o convenciones sociales previamente generadas y, por ende, no existe relación inherente entre las palabras y las cosas o ideas que describen, entre significante y significado:

El lazo que une el significante al significado es arbitrario; [...] el signo lingüístico es arbitrario. Así, la idea de Sur no está ligada por relación alguna interna con la secuencia de sonidos /sur/ que le sirve de significante; podría estar representada tan perfectamente por cualquier otra secuencia de sonidos (Saussure, 1945).

La concepción de Saussure se estableció como la ortodoxia en lingüística, la mayoría de los lingüistas modernos coincidieron con él en que el sonido y el significado tienen una relación arbitraria y que el simbolismo del sonido tiene un papel menor en la lengua.

Sin embargo, antes de las propuestas de Saussure, ya existían posturas diferentes, e incluso estudios que las contradecían. Estas teorías que se encuentran a favor de la “no arbitrariedad” del lenguaje se enmarcan en la corriente que se conoce como *simbolismo fonético*, *fonosemántica* o *simbolismo del sonido*. Autores como Butragueño (2008), Reyes (2008), Batey (2013), Muñoz (2005) o entidades como la facultad de Psicología de la Universidad de Sevilla han recogido opiniones y estudios que apoyan o reafirman el simbolismo del sonido. A continuación, mostraremos algunos ejemplos concretos de simbolismo de sonidos esparcidos por estos artículos, que finalmente sistematizaremos al final de este apartado.

En 2008, Pedro Martín Butrageño y Verónica Reyes (2008, p.1-17) publican una bibliografía comentada sobre las mejores publicaciones relacionadas con el simbolismo sonoro. Esta está dividida en cinco secciones según el tema de estudio reseñado: general, origen del lenguaje, simbolismo sonoro en lenguas indígenas, experimentos psicolingüísticos y lingüística histórica. A partir de este documento, hemos extraído gran parte del contenido de este epígrafe.

Marc Batey (2013) enfoca el significado de los sonidos hacia su conexión con la publicidad. Por ejemplo, afirma que ciertas letras individuales y fonemas en el nombre de la marca influenciarán la percepción de la misma. El sonido suave de la /s/ y la /c/ evoca feminidad, sensibilidad y serenidad y es por este hecho que a menudo se utiliza en productos de higiene femenina (por ejemplo, Ausonia y Cacharel). Los sonidos oclusivos y guturales como las letras /b/, /c/, /d/, /g/, /k/, /p/ y /t/ son más duros y sugieren rudeza y masculinidad (por ejemplo, Calvin Klein, Gillet y Toyota).

El artículo de José Antonio Villén Raya, Francisco José Pérez Díaz y Ana Cristina Martín Jiménez (2015, p.26-29), miembros de la Facultad de Psicología de la Universidad de Sevilla, presenta diferentes estudios sobre el simbolismo fonético a lo largo de la historia. De nuevo, destacamos los que han dado ejemplos concretos de este fenómeno.

A principios del siglo pasado, Jespersen (1922 citado en Villén Raya et al., 2015, p.26-29) planteó una de las primeras teorías a favor de la arbitrariedad del lenguaje mediante su hipótesis del *ding-dong*. Esta hipótesis sugiere que existe cierta correspondencia entre significantes y significados, de forma que en la mayoría de las lenguas los objetos pequeños, agudos y altos suelen nombrarse con vocales anteriores

altas (/i/), mientras que objetos grandes, redondos y bajos tienden a nombrarse con vocales posteriores (/o/, /u/).

Unos años más tarde, Köhler (1929 citado en Villén Raya et al., 2015, p.26-29) demostró empíricamente que existe una relación entre el sonido de una palabra y las características físicas del objeto al que se refiere. Ese efecto conocido en la actualidad como «buba-kiki» consistía en presentar a una persona dos objetos: uno con una forma puntiaguda y muy angulosa, y otro con una forma más curvada y un contorno suave. A continuación, los participantes tenían que asignar a cada forma las pseudopalabras /takete/ o /maluma/. Köhler encontró que la mayoría de las personas asociaban la palabra /takete/ a la forma puntiaguda, mientras que la palabra /maluma/ solía asignarse a la forma redondeada.

Bremner et al. (2013 citados en Villén Raya et al., 2015, p.26-29) también demuestran el efecto «buba-kiki» en la población Himba de Namibia, que apenas tiene influencia occidental y que además carece de lenguaje escrito. Cabe destacar que los trabajos más interesantes que se han realizado sobre el simbolismo de sonidos están basados en lenguas indígenas. Este estudio sugiere que el simbolismo fonético es un fenómeno universal y programado filogenéticamente.

A modo de conclusión, las investigaciones recopiladas por Villén Raya et al. (2015) y las obras reseñadas por Butragueño y Reyes (2008) han demostrado explícitamente, con mayor o menor certeza, que las personas son capaces de captar ciertas relaciones entre los sonidos que utilizamos como nombres y las características de los objetos a los que hacemos referencia.

Asimismo, han resuelto una de las preguntas más frecuentes con respecto al simbolismo sonoro. ¿Es este fenómeno una característica inherente al ser humano y, por lo tanto, con características universales o, por el contrario, cada lengua empareja clases de sonidos con significados aleatorios? Dado que se da en culturas muy alejadas del mundo occidental y en bebés de muy corta edad, todo apunta a que se trata de un fenómeno filogenéticamente programado. Empero, no se puede negar la evidente arbitrariedad presente en el vocabulario de los lenguajes. Por tanto, lo que proponen desde la Facultad de psicología de la Universidad de Sevilla es una postura intermedia en la que se admitan algunas correspondencias entre fonemas de palabras y referentes, a la vez que se reconoce cierta arbitrariedad.

Por nuestra parte, nos hemos basado en los estudios anteriores, y en Kwon (2015, p.39-71) y Fraile (2018), para sistematizar varias tendencias en el simbolismo de sonidos que esperamos encontrar en nuestras onomatopeyas. Las mostramos en tres grupos, según tengan que ver con vocales, consonantes iniciales, o vocales y consonantes finales.

Las acompañamos de los ejemplos que proporcionaron los estudiosos que descubrieron estas tendencias:

Vocales

- Vocales largas = algo masivo, compacto, movimiento lento. Vocales cortas = movimientos o acciones rápidas, sobre todo si acaban en una oclusiva sonora (*flip, flap, flop, chip, chop, flash, flush*).
- a, o = significados más fuertes, junto con grupos consonantes como las nasales más g, k (-ng, -nk) (como las onomatopeyas para representar golpes).
- i = noción de pequeñez, niñez, animal joven, algo fino y delicado (*bit, little, wee*) (Jespersen⁸, 1933).
- Las onomatopeyas tienden a usar palabras muy similares con un simple cambio de vocal para sugerir movimientos sucesivos o alternativos, como las reduplicaciones (*clip, clop, ding-dong, flip-flop, ping-pong, plink, plonk, see-saw, tick, tock*).
- Tienden a repetir sonidos vocálicos un número indefinido de veces (tres o hasta cuatro).

Consonantes

- b-, bl- antes de una vocal corta = falta de forma o dirección, algo redondo, inestable, burbujeante, debido a la posición de las mejillas en la articulación (*blab, bleb, blob, blow, glob, grab*).
- cl- = agarrar, asir (*clutch, claw, cling, close, clasp*) (Fordyce, 1988, p.181).
= algún tipo de sonido (*cluck, click, clap, clack, clash, clutter, clang, clank, clamber, clamour, clam, clump, clip*) (Marchand, 1969, p.410).
- fl- = luz en movimiento, movimiento a través del aire (*flash, flare, flame, flicker, flimmer, flit, flip, float, flutter, fly*) (Bloomfield, 1953, p.159).
- gl- = visibilidad, oscuridad, actividad pesada (*gloom, gloat, glower, glum*) (Fordyce, 1988, p.28-29).
- gr- = agarrar, asir (*grasp, grip, grab, grapple, grope*) (Hutchins, 1998).
- sl- = despectivo (*slack, slouch, slush, sludge, slime, slosh, slash, sloppy, slug*) (Firth, 1930, p.184).
= caída o deslizamiento (*slide, slither, slip, slouch, slump*)
= golpe seco (*slay, slaughter, slit, sling, slash, slap, slam, slog*)

⁸ Todos los estudiosos que citamos en esta clasificación son los que se mencionan en Kwon (2015, p.39-71).

= sustancia pegajosa (*slime, slush, slop, slough, slobber, sludge, slosh, sloppy*) (Marchand, 1969, p.416).

- sn- = sonidos respiratorios (*snaffle, snap, snarl, sneer, sneeze, snicker, sniff, snuffle, snuff, snore, snort*) (Blust 2003, p.188).
= separación o movimiento brusco (*snip, snap, snatch*)
= acción de arrastrarse (*snake, snail, sneak*).
- spr- = propagación, extensión, difusión (*sprout, spread, spring, sprawl, sprinkle*) (Marchand, 1969, p.406).
- sw- = oscilación, viavén, balanceo, movimiento de un lado a otro (*sweep, swing, swag, swap, swirl, swagger, swat*) (Marchand, 1969, p.413).
- tr- = movimiento hecho con los pies, caminar, pasear (*tread, tramp, trample, trip, trudge, trot*) (Marchand, 1969, p.408).
- tw- = retorcer, enroscar (*twist, twirl, tweak, twill, tweed, tweezer, twiddle, twine, twinge*) (Bolinger, 1950, p.133; Firth, 1930, p.186).

Finales de palabras

- -eer = desprecio (*sneer, leer, jeer*) (Bergen, 2004, p.294).
- -i/url = movimiento circular (*twirl, curl, furl, burl, knurl, whirl, hurl, swirl, purl*) (Bolinger, 1950, p.133).
- -ck = sonidos finales abruptos (*whack, thwack, tick*) (Oswalt, 1994, p.295,300).
- -ng = sonidos retumbantes (*bong, clang, ding, twang, boing*) (Oswalt, 1994, p.303-304).
- -nk = sonidos retumbantes bruscos o que se interrumpen (*bonk, clank, clunk, clink, boink*) (Oswalt, 1994, p.304).
- -owl = siniestro (*owl, prowl, foul, scowl, growl, howl, rowel, bowel, yowl, jowl, cowl*) (Bolinger, 1950, p.123).
- -p antes de una vocal corta = sonido repentino (*bop, chop, clap, flap, flip, flop*).
- -sh = cambio o movimiento brusco, impacto violento (*bash, clash, crash, flash, lash, mash, smash, splash, whoosh*).

Por todo esto, los estudios más recientes no apoyan la hipótesis de Saussure, sino que sugieren que el cerebro humano es capaz de establecer relaciones entre sonidos y formas en funciones de las características de ambos. Esta capacidad para relacionar está programada desde que nacemos y posiblemente juega un papel esencial en la adquisición

del lenguaje. Desafortunadamente, las onomatopeyas son la forma más conocida y menos analizada de simbolismo sonoro.

4.3. La onomatopeya y la interjección

Comenzaremos por definir el concepto de *onomatopeya* que es el tema de este TFG y por delimitarlo de nociones cercanas como la de *interjección*. Para ello acudimos a obras de referencia básicas en nuestras lenguas de trabajo.

En el prólogo del *Dictionnaire des onomatopées* escrito por Pierre Enckell y Pierre Rézeau, Paul Resweber afirma lo siguiente:

La musique de l'onomatopée est légère et brève, même si elle se répète à la façon d'une ritournelle, car le rythme en souffle la mélodie à chaque avancée. Elle imite les bruits du monde à la légère, sans tension ni crispation. Elle nous invite à affleurer à la superficie du monde, en nous faisant renoncer à l'illusion tragique des profondeurs. Elle nous répète que le monde est un jeu: le jeu de l'enfant héraclitéen qui sautille sur le damier de la marelle. Nietzsche rêvait que les mots perdent enfin leur sérieux, pour jouer la musique du monde et nous faire danser sur les choses. L'onomatopée nous rappelle à cette insoutenable légèreté de l'être du monde (Resweber citado en Enckel y Rézeau, 2005).

Es decir, que sin necesitar muchas palabras las onomatopeyas son capaces de expresar los sonidos del mundo como si de un juego de niños se tratara. Para Resweber (citado en Enckel y Rézeau, 2005), deberían considerarse como un recurso valioso del lenguaje; sin embargo, representan un tesoro que tiende a abandonarse en cualquier situación comunicativa.

Desde el momento en que los seres humanos desarrollaron su capacidad de articulación de sonidos y de comunicación mediante el lenguaje, comienza la producción de vocablos que imitan el sonido natural o artificial producido por el emisor original.

Asimismo, una vez nace la escritura, se ve necesario plasmar y reproducir todos aquellos sonidos de la naturaleza por escrito. Podemos considerar que las onomatopeyas nacen por la necesidad de plasmar por escrito todo aquello que nuestro sistema auditivo y aparato fonador pueden captar, articular y reproducir. Esta necesidad ancestral por reproducir sonidos de la naturaleza y plasmarlos por escrito mediante el lenguaje dio origen a las onomatopeyas que, como define el *Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua* en la segunda acepción del término, son «las palabras cuya forma fónica imita el sonido de aquello que designa».

Por otro lado, la primera acepción del término hace referencia al método de «formación de palabras mediante onomatopeyas, igualmente, por imitación del sonido de aquello que designa». Ejemplos de esta práctica son términos como *miau*, *achís*, *runrún* o *quiquiriquí*.

En ocasiones, las onomatopeyas se confunden con las *interjecciones*, ya que pueden llegar a ser utilizadas como ellas. Por ejemplo, la onomatopeya de la risa «ja» puede utilizarse como interjección que expresa incredulidad o desacuerdo. No obstante, la mayor y principal diferencia ellas recae sobre el hecho de que las interjecciones se consideran una categoría gramatical independiente, mientras que las onomatopeyas no constituyen una categoría gramatical, son más bien signos lingüísticos que representan verbalmente distintos sonidos. Como aparece recogido en la *Nueva gramática de la lengua española* (2010), 32.1.2c.

A pesar de que en este trabajo fin de grado nos centraremos en las onomatopeyas, cabe aclarar y definir ambos términos para evitar confusiones. Por lo tanto, como se ha hecho referencia anteriormente, las onomatopeyas son palabras que representan sonidos o ruidos y no constituyen una categoría gramatical; mientras que, según el *Diccionario de la Real Academia Española*, las interjecciones forman una categoría gramatical de palabras invariables con cuyos elementos forman enunciados exclamativos que manifiestan impresiones, verbalizan sentimientos o realizan actos de habla apelativos.

Como recopila Magazzino (2008, p.67) en su tesis doctoral *La traducción de las interjecciones en el habla juvenil audiovisual en contrastividad entre español e italiano*, muchos autores como Lope Blanch (1956), Almela Pérez (1985), Rojas (1981), Ameka (1992) o Vazquez Veiga (2003) se remontan en sus obras a los gramáticos griegos para justificar la consideración de la interjección como un subgrupo de los adverbios. Esta era la postura de Dionisio de Tracia en el siglo II d. de C., al que se debe la tradicional clasificación de las palabras en ocho partes de la oración.

Por otro lado, respecto a la clasificación de los latinos, en particular la de Remmio Palemón (siglo I d. de C.), la interjección se convierte en una de las ocho partes de la oración. La definición de interjección como parte de la oración que significa una emoción de la mente a través de una voz (o palabra) desconocida se debe a los gramáticos latinos Donato y Diomedes (s.IV)⁹. Durante siglos, esta definición que asocia la interjección con la expresión de las emociones ha sido aceptada y compartida por los gramáticos. Así, Ameka (1992, p.102) interpreta la definición de interjección de los gramáticos latinos como una palabra no fijada por la convención.

⁹ «Pars orationis significans mentis affectum voce incondita» (*apud* Padley [1924] 1976: 266)

No obstante, otra curiosidad de las interjecciones, explicada por Almela Pérez (1985, p.31) y referente a su etimología (del latín *interiectio* compuesto de *inter* y *jaceo* o *jicio* lo que significa «estar situado entre» o «colocar entre»), respalda el hecho de que numerosos autores la consideren algo independiente, una oración en sí misma o equivalente a ella, y no una parte de la oración. Por ejemplo, Almela Pérez (1981, p.47), contradiciendo a Cassirer (1948), sostiene que «las interjecciones no son antilenguaje, sino una categoría lingüística con rasgos propios».

Por su parte, García de Diego (1968, p.56) clasifica las interjecciones como un subgrupo de las «voces naturales» en su obra *Diccionario de Voces naturales* y aclara que, en su opinión, «las interjecciones no siempre son exclamaciones de origen natural» ni tampoco «tienen sentido fuera del lenguaje humano, porque es una rara modalidad distinguible solo en la inmensa variedad de este lenguaje, al punto de poderse considerar la interjección como categoría gramatical distinta de las demás». Almela Pérez (1985, p.44) continua afirmando que «la interjección es un sonido natural en el sentido de que no es sintético, artificial; pero no es puramente natural, sino que es, además, cultural, lingüístico, idiomático y fonemático» lo que reafirma la posición de Sapir (1921) sobre la idiomatidad de las interjecciones como parte integrante del lenguaje.

En resumen, a lo largo de los siglos encontramos tres maneras distintas de abordar la definición de la interjección. La interjección ha sido considerada parte de la oración, oración en sí misma y categoría independiente. En la actualidad, gracias a sus peculiaridades específicas, la opción que lidera es la que la define como categoría independiente. A pesar de que no todos los estudiosos la compartan, esta categorización independiente de las interjecciones sirve para evitar confusiones y solapamientos con otras categorías que no guardan relación con el nivel pragmático de la interjección.

Dado que las interjecciones se excluían del campo de lo lingüístico hasta hace relativamente poco tiempo por su solapamiento con lo paralingüístico, sustentan un estatus de marginalidad y de elemento fronterizo entre el lenguaje verbal y no verbal. Sus anómalas características fonéticas y morfológicas provocan la existencia de teorías discordantes respecto a su categorización y clasificación en todos los niveles lingüísticos. Por todo lo anterior, los expertos no confluyen en una conclusión unánime sobre las interjecciones. Alcina Franch y Blecua (2001, p.817) en la última edición de su gramática, ilustran y explican la situación:

...ya que escapan del plano de enunciación en que se mueven las anteriores [las tres clases de palabras fundamentales: sustantivo, verbo y adverbio] o porque sus funciones son difíciles de caracterizar de manera inequívoca (Alcina Franch y Blecua, 2001, p.817)

4.4. Características de interjecciones y onomatopeyas

A lo largo de la historia, debido a las afinidades que comparten onomatopeyas e interjecciones, hemos observado cómo algunos estudiosos las han agrupado, aproximado e, inclusive, confundido. A continuación, detallamos las principales características de ambos fenómenos según los diferentes niveles lingüísticos. Posteriormente, en el siguiente apartado, compararemos sus diferencias.

4.4.1. La interjección

Los latinos ya manifestaron algunas de sus características más específicas, como son su invariabilidad, su autonomía sintáctica y su contenido semántico para la expresión de sentimientos y emociones. Del mismo modo, los autores más actuales (Swiatkowska 2000, López Bobo 2002, Matamala Ripoll 2004, Ameka 2006, RAE y AALE 2009, citados por Rodríguez Guzmán, 2011, p.127) ratifican estas peculiaridades como su rasgo morfológico de invariabilidad o no flexibilidad, su autonomía sintáctica, su entonación exclamativa, su naturaleza emotiva, su naturaleza *holofrástica*¹⁰ y, en algunos casos, sus funciones apelativa y fática. A continuación, especificamos sus características a todos los niveles lingüísticos.

a) Fonología

Nos guiamos por las ideas recopiladas en la tesis de Magazzino (2008, p.77) para referenciar las características fonológicas de las interjecciones. Mencionaremos que enriquecen el inventario de palabras con secuencias fonemáticas inusuales para el sistema fonológico del castellano (*psst*, *shh* o *zzz*). En ocasiones, se alargan o se repiten los fonemas o morfemas que componen la interjección con diferentes finalidades (*toc-toc*, *nino-nino*).

Por otro lado, la naturaleza *holofrástica* de las interjecciones consiente la posible doble articulación del lenguaje y la variación vocálica o consonántica, e influye deliberadamente en la entonación y reproducción fonética o verbalización de la interjección, por lo que el contenido semántico se ve modificado en cada acto comunicativo. Por ejemplo, una interjección muy utilizada como *adiós* depende del contexto en el que se enuncie. Podríamos alargar vocales, modificar la entonación o repetir la palabra intentando transmitir tristeza en una despedida («adiioos»), cansancio por la

¹⁰La naturaleza holofrástica hace referencia a la capacidad de las interjecciones como palabras individuales de poseer el significado de todo un enunciado. El término aparece en dos contextos diferentes: la adquisición del lenguaje para referirse a los primeros enunciados de los niños y el tipo de predicación compleja típica de algunas lenguas polisintéticas.

reiterativa partida de una persona («adiossss»), alegría irónica cuando preferías perder de vista a esa persona (adiós, adiós), etc.

b) Morfología

La invariabilidad es una de sus características más evidentes. En este sentido, la categoría gramatical con la que más se ha relacionado a las interjecciones es el adverbio, ya que ambas categorías gozan de invariabilidad morfológica y de gran movilidad en la secuencia del enunciado.

Respecto a su clasificación morfológica, podemos adelantar que la más extendida es su división entre interjecciones *propias* e *impropias*, también denominadas, en ocasiones, *primarias* y *secundarias* como recoge Magazzino (2008, p.7-10)

- Las interjecciones *propias* no ejercen ningún otro papel gramatical y presentan un cuerpo fonético habitualmente simple: «¡Ea, no se diga más!», «¡Uf, qué cansada estoy!».
- Las interjecciones *impropias* se crean a partir de formas nominales, adjetivales, verbales o adverbiales; «¡Virgen santa, qué pesadilla he tenido!», «¡Caracoles, he olvidado mi paraguas!».

c) Sintaxis

Las interjecciones poseen independencia gramatical con respecto a la enunciación. Asimismo, pueden aparecer al principio del enunciado o en situación parentética, pueden ir acompañadas por el intensivo *qué* y, en ocasiones, pueden ir seguidas de un nombre con las preposiciones *de* y *con* («¡Qué pfof estoy!», «¡Ay de mí!»). Igualmente, las interjecciones pueden funcionar como núcleo de un sintagma o desempeñar un papel secundario de refuerzo, sin originar ningún tipo de dependencia.

Como menciona Magazzino (2008, p.71), reflejo de su autonomía entonativa, la interjección mantiene su autonomía sintáctica. Son signos autónomos e independientes, ya que funcionan por si solas y no necesitan el apoyo de otros elementos para desempeñar su función completa.

d) Semántica

Las interjecciones se nutren del mundo extralingüístico. La mayoría de ellas expresan sentimientos, emociones, llamadas, ruegos y un largo etcétera de significados relacionados con la realidad extralingüística. No obstante, en algunos casos no presentan

contenido semántico, por lo que es imprescindible tener en cuenta el significado que desea transmitir el emisor para comprender su esencia semántica.

Sin embargo, Almela Pérez (1985, p.88 citado por Magazzino, 2008, p.74) nos especifica que «las interjecciones no aprehenderían el *qué* representativo del mundo, sino el *qué* presentativo, factitivo, que “se completa en relación con el cotexto/contexto”, o sea la interjección “*hace lo que designa, y al mismo tiempo que lo designa*». Es decir, si bien las interjecciones no conceptualizan la realidad, señalan su presencia y por este motivo, pueden considerarse equivalentes de la oración o del enunciado.

Por todo lo dicho, es necesario recurrir al contexto comunicativo para entender el contenido semántico de las interjecciones, ya que aisladas carecen de significado. Por ejemplo: ay. «¡Ay, qué dolor!» o «¡Ay qué sorpresa!».

e) Pragmática

Magazzino (2008) continúa ilustrando las características de las interjecciones en sus niveles lingüísticos. El nivel pragmático de las interjecciones, analiza los factores extralingüísticos que determinan el uso del lenguaje como son los interlocutores, la intención comunicativa, la información no verbal transmitida o el contexto de la interacción oral concreta.

Entre las características pragmáticas más señaladas de las interjecciones, están el tipo de entonación exclamativa y sus funciones comunicativas: emotiva y apelativa. Véanse los ejemplos de la *Tabla resumen* en el siguiente apartado). Las interjecciones son un elemento puramente pragmático, ya que sin analizar los elementos extralingüísticos, no podemos comprender su significado ni finalidad, como ya hemos comentado.

f) Tabla resumen

A continuación, en esta tabla, Magazzino (2008, p.117) sistematiza los niveles de clasificación de las interjecciones, según las características lingüísticas que hemos descrito previamente.

En esta clasificación a nivel morfológico, y en todas las tradiciones gramaticales europeas, se divide a las interjecciones en dos grandes categorías: *propias* e *impropias*.

Las *propias* incluyen elementos que no tienen relaciones con el léxico común ni ejercen ningún otro papel gramatical; mientras que las *impropias* proceden de categorías gramaticales muy variadas, como el verbo, el sustantivo, el adjetivo y el adverbio que, a través de un proceso de gramaticalización determinado, han perdido su contenido y función inicial para llegar a funcionar como interjecciones.

Clasificación funcional (pragmático-semántica)		Clasificación morfológica		
		Interjecciones propias (monomorfémicas)	Interjecciones impropias	
			Monomorfémicas	Locuciones interjectivas
Expresivas	Emotivas	¡Ah!, ¡ay!, ¡bah!, ¡uff!, ¡uy!, ¡oy!, ¡oh!	¡Toma!, ¡joder!, ¡mierda!, ¡hostia(s)!, ¡coño!, ¡vaya!	¡Por/ay Dios!, ¡los cojones!, ¡Mis cojones treinta y tres!
	Cognitivas	¡Ah!, ¡eh!, ¡uhm!	¡Vale!, ¡toma!, ¡bueno!, ¡hombre!, ¡claro!	
Conativas		¡Eh!	Oye, mira, bueno, ¡hala!, ¡hombre!, ¡anda!, ¡vamos!, ¡venga!	¡Joder! (algunos usos)
Fáticas		¿Eh?, ¿Uhm?	Bueno, claro	¡Joder! (algunos usos)

Respecto a la clasificación semántica de las interjecciones, existen tres tipos: las *expresivas* (emocionales), las *conativas* (imperativas) y las *fáticas* (expletivas).

- Las *expresivas* o *emocionales* se centran en el estado mental y actitud del hablante. A su vez, se dividen en *emotivas*, que expresan sus emociones y sentimientos en una situación determinada, y en *cognitivas*, que representan el estado de conocimientos y pensamientos del hablante en el momento de la enunciación
- Las *conativas* se centran en las expectativas del hablante en relación con el oyente. Generalmente están dirigidas a un oyente, para pedirle atención o la ejecución de una acción determinada.
- Las *fáticas* están relacionadas con el establecimiento y mantenimiento del contacto en la interacción. En esta clase, el autor incluye una serie de vocalizaciones convencionales que expresan la actitud del hablante hacia el desarrollo del discurso, a través de señales de reacción a lo que se está diciendo.

4.4.2. La onomatopeya

Tradicionalmente, la onomatopeya no se ha considerado una clase de palabra y rara vez se ha descrito lingüísticamente. Por si fuera poco, es innegable la falta de estudios que se han realizado sobre ella y los escasos frutos que se han obtenido al respecto.

En la actualidad, el *DRAE* separa mediante abreviaturas la onomatopeya de la interjección y la *NGLE* (2009) recoge más de 60 formas distintas de onomatopeyas. Sin embargo, ninguna de las dos obras, máximos referentes de la lengua española en el panorama actual, menciona la categoría gramatical que le corresponde a la onomatopeya, aunque esta se describe junto a la interjección. Como singularidad, podemos avanzar que la onomatopeya como procedimiento de formación de palabras y como figura retórica existe desde Quintiliano (35 d. C.).

En cuanto al origen de los sonidos que supuestamente imitan las reproducciones alfabéticas de las onomatopeyas, distinguimos tres procedencias. En primer lugar, los sonidos producidos por personas, ya sea de manera voluntaria o involuntariamente; en segundo lugar, los producidos por animales y, en tercer lugar, los emitidos por cosas, fenómenos naturales o resultado de acciones repentinas o violentas. Además, existen onomatopeyas visuales como *zigzag*.

A continuación, gracias a la información que se recoge en los apartados 32.2 y 32.4 de la *NGLE* (2009, p.2479-2499) y en la obra de Rodríguez Guzmán (2011, p.125-178) explicitaremos las características de las onomatopeyas según diferentes niveles lingüísticos.

a) Fonología

La sonoridad de los fonemas que componen una onomatopeya es esencial para su futura percepción por un receptor que nunca haya escuchado el sonido que se intenta imitar o reproducir alfabéticamente. Por este motivo, los escritores y emisores de onomatopeyas también juegan con los cambios acentuales y el alargamiento de vocales y consonantes.

El alargamiento de vocales y consonantes es un rasgo fonético que comparten interjecciones y onomatopeyas, aunque el alargamiento de consonantes es más frecuente en las onomatopeyas. Muy a menudo, estas variaciones en la forma gráfica de onomatopeyas e interjecciones se crean en función de la expresividad o la aproximación al sonido reproducido que se busque.

Como hemos explicado en el apartado 4.2., las onomatopeyas constituyen una manifestación del *fonosimbolismo* o *simbolismo fónico*. Parece existir, por ejemplo, cierto

fundamento en la elección de una serie de combinaciones gráficas con las que las onomatopeyas representan sonidos de procedencia no humana. Ya recogimos una generosa lista en el apartado 4.2. (a la que remitimos). Con todo, reproducimos aquí las asociaciones de sonidos y significados más frecuentes en las onomatopeyas de nuestro glosario:

- Consonantes laterales y sibilantes en la misma sílaba que una oclusiva bilabial para describir el contacto violento de un sólido y un líquido (*plas, splash, splash*).
- Combinación de nasales y oclusivas velares, igualmente en implosivas, para sugerir sonidos metálicos continuos (*clanc, cling, ding, dong, ring*).
- Sílabas terminadas en *-um* para describir explosiones y otras acciones estrepitosas (*bum, cataplum, patatum*)
- Sílabas trabadas por labiodental fricativa sorda para designar golpes o movimientos en los que intervienen sustancias blandas, untuosas o poco compactas (*plof, chof*)
- Consonantes vibrantes alargadas y repetidas para designar el sonido de un motor (*rr-rrr-rr*)

Estas asociaciones establecidas por el fonosimbolismo no impiden que las onomatopeyas sean signos arbitrarios que representan los mismos sonidos de forma variable en distintos idiomas, como se recopila en nuestro glosario.

b) Morfología

Rodríguez Guzmán (2011, p.125-178), con su trabajo publicado en la revista *Moenia*, es uno de los autores que en mayor medida ha recopilado los rasgos morfológicos de la onomatopeya.

Primordialmente, cabe destacar entre sus rasgos formales: la invariabilidad. Como la interjección, la onomatopeya es una palabra que carece de variabilidad o de flexibilidad, como señala Wittoch (1962, p.108 citado por Rodríguez Guzmán, 2011, p.127-128) que define las onomatopeyas como «*clichés fixes, épousant une forme quasiment immuable*».

Junto con la invariabilidad morfológica, onomatopeyas e interjecciones también poseen como rasgo morfológico una marcada tendencia al monosilabismo, lo que no imposibilita la existencia de onomatopeyas polisilábicas (*blablablá, catapum, cricrí, gluglú, quiquiriquí, rataplán...*). De igual manera, ambos fenómenos comparten la presencia ocasional de combinaciones consonánticas, que generalmente son rechazadas por el español (*shh, zzz*).

Asimismo, las onomatopeyas presentan otras características que afectan a su grafía y forma: repetición, derivación y composición. Todas las características recurrentes en las onomatopeyas, que explicamos a continuación, son procedimientos que permiten aumentar el rendimiento de la onomatopeya, porque si bien se trata de enunciados invariables semimotivados, al mismo tiempo tienen una capacidad creativa en potencia. La información se ha extraído de Rodríguez Guzmán (2011, p.128-149).

c) Repetición

En primer lugar, la repetición es el fenómeno más identificativo, habitual e idiosincrásico, ya que permite a la onomatopeya cumplir tres funciones: expresar continuidad (un ruido continuado o durante un número indeterminado de veces), reforzar la percepción de los fonemas (asegurando su correcta decodificación) y marcar pautas prosódicas (una significación armónica y rítmica como el sonido supuestamente imitado). Son muchas las onomatopeyas que aparecen frecuentemente reduplicadas o iteradas, con algunas incluso solo se usa su forma repetida.

Bajo este amplio procedimiento de la repetición, nos topamos con ciertos patrones morfológicos¹¹ en los que cobran relevancia el número de sílabas, el acento, el modo de articulación de los fonemas, la alternancia vocálica, la sonoridad.

Rodríguez Guzmán (2011, p.130-131) aporta numerosos ejemplos que corroboran indiscutiblemente el uso de la alternancia vocálica:

¡Pim, pam!, ¡Tic, tac!, ¡Ding, dong!, ¡Ñiqui, ñaca!, ¡Plis, plas! [...] Como sustantivos deonomatopéyicos: el *tictac* del reloj, el *zigzag* del camino, el *triquitruque* del tren, el *chischás* de las espadas; en juegos: el *ping-pong*. [...] Pero también aparecen en modismos o en locuciones adverbiales: hacer algo *en un plisplás* o *en un pispás*, no decir *ni fu ni fa*, que *si patatín patatán*, jugar *al tiqui-taca* (en el ámbito del fútbol), estar *pichí-pichá* (sobre la interjección onomatopéyica *pchs*) (Rodríguez Guzmán, 2011, p.130-131).

Si bien la repetición mediante alternancia vocálica en las onomatopeyas no es un patrón fijo identificable en todas las lenguas, este fenómeno está presente en muchos idiomas con alternancias iguales o diferentes: /a/-/i/, /a/-/o/ o /a/-/u/. Con este patrón se pretende señalar una oposición mediante la diferenciación discontinua de los ruidos. En cambio, la repetición mediante alternancia consonántica es habitual en otras lenguas como el inglés, pero es mucho menos frecuente en español.

¹¹Hemos decidido ubicar estos patrones dentro de los rasgos morfológicos de las onomatopeyas, aunque pertenezcan al campo fonológico de las mismas por una simple cuestión de organización.

La armonía vocálica es otro de los patrones que tienen lugar en las onomatopeyas en español, sobre todo se busca un juego fonético cuya base sea la rima. Se utiliza para expresar la repetición prolongada, o continuidad de una sucesión de sonidos dependiendo de los fonemas y el orden en que se han repetido. En ocasiones, este patrón puede activarse, combinarse con otros procedimientos, cambiarse o desaparecer (*quiquiriquí, tintirintín, mamarramiaiu, tatarata, titiritar*).

d) Derivación

En segundo lugar, la derivación es un fenómeno habitual en las onomatopeyas españolas que consiste en la anteposición o posposición de una secuencia de sonidos que presenta cierta recurrencia como elemento de formación de palabras y no es explicable por *prótesis* ni por *paragoge*¹². En español, los prefijos prototípicos son *cata-* y *pata-* (*catapumba*) mediante *paragoge* de la vocal *-a*; mientras que en inglés, son *ka-* o *ker-* (*ka-boom*). Su utilidad es intensificar y reforzar el significado de la onomatopeya, como ocurre con otros fenómenos previamente explicitados.

e) Composición

Por último, el fenómeno de la composición, ya que la onomatopeya como enunciado invariable puede soportar procesos de aglutinación, yuxtaposición, repetición parcial o total, que no afectan a su unidad formal ni semántica, sino que favorecen la creación y fijación de determinados significados, por lo que resulta muy difícil precisar su núcleo onomatopéyico. Mediante el fenómeno de la composición, las onomatopeyas pueden fusionarse con otras formas onomatopéyicas de manera separada, conformando así una nueva unidad léxica («¡*Bla, bla, bla!*», «¡*La, la, la!*», «¡*Chim, pum!*»).

f) Sintaxis

Las onomatopeyas y las interjecciones admiten al menos dos formas de integración en el texto. La primera como complementos de diversos verbos y de otras clases de palabras («Al oír el *boom* pensamos que había explotado»), y la segunda como una palabra particular sin ejercer propiamente una función gramatical («¡*Cucú, ya estoy en casa!*»). Tanto las interjecciones como las onomatopeyas, se intercalan en el texto sin afectar a su estructura sintáctica, es decir, interrumpen el discurso sin subordinarse a otra categoría. Normalmente, son intercaladas mediante yuxtaposición. Ambas permiten usos sustantivados de las mismas y, en esos casos, es indiscutible que equivalen a una oración

¹²La *prótesis* y *paragoge* consisten en añadir una o más letras al principio y al fin de la palabra, respectivamente.

o parte de ella. Las onomatopeyas suelen tildarse de enunciados exclamativos. En ocasiones, también admiten la interrogación.

g) Semántica y pragmática

Las onomatopeyas pueden estar ya establecidas en el lenguaje cotidiano de los hablantes y/o pueden ser fruto de la capacidad perceptiva y creativa del escritor. Por lo tanto, es muy complejo delimitar su significado a una única acepción. Como las interjecciones, este significado oculto solo cobrará sentido poniendo de relieve todas las características extralingüísticas influyentes a las que tengamos alcance.

Si bien las onomatopeyas suelen tener un contenido semántico, no podemos generalizar este hecho, ya que muchas de ellas solo pretenden ser el fiel reflejo del sonido imitado, cuya procedencia puede ser animal o artificial.

Cabe destacar que, debido a su difícil traducción, uno de los mecanismos con que se adquieren nuevas onomatopeyas es a través de préstamos.

A modo de resumen, la onomatopeya es un signo lingüístico concebido para referir solo al ruido que su forma designa y, por lo tanto, para que los trasvases ocasionales desde otras clases de palabras cristalicen en una onomatopeya, aquellas deben perder de inmediato sus significados referenciales habituales.

4.4.3. Diferencias entre onomatopeyas e interjecciones

A lo largo de la historia, debido a las afinidades que comparten ambos fenómenos, hemos observado cómo algunos los han agrupado, aproximado e, inclusive, confundido. Después de haber detallado sus orígenes, definición y principales características, podemos asegurar que sigue existiendo la necesidad de abordar en profundidad el estudio de las interjecciones y las onomatopeyas como dos entidades independientes y con diferencias, a pesar de sus afinidades:

Por más que existan similitudes formales y semánticas con los adverbios, la interjección es una categoría autónoma, que dispone de características morfológicas, semánticas y funcionales específicas que le otorgan estatuto independiente (López Bobo, 2002, p.14).

Para Alonso-Cortés (1999, p.4033 citado por Magazzino, 2008, p.81), la gran diferencia entre la onomatopeya y la interjección recae sobre la carencia de propósito locutivo por parte de las onomatopeyas, ya que no están asociadas a ningún acto locutivo. Este mismo hecho, lo explica García de Diego (1968, p.17 citado por Magazzino, 2008, p.87) refiriéndose al nivel semántico-pragmático de las mismas y apuntando que las

interjecciones reflejan emociones, sensaciones o afectos; mientras que las onomatopeyas son meras reproducciones alfabetizadas de ruidos naturales. La *RAE* y *AALF* (2009, p.2484-5 citado por Rodríguez Guzmán (2011, p.160-1) señalan que «al contrario que las interjecciones, las onomatopeyas no encabezan grupos sintácticos y no forman tampoco locuciones». También añade que presentan numerosas formas gráficas que varían en función de los escritores.

Tradicionalmente, la onomatopeya no se ha considerado una clase de palabra y rara vez se ha descrito lingüísticamente; mientras que, actualmente, la interjección sí que se considera que pertenece a una categoría gramatical propia.

A pesar de que casi nunca se describa lingüísticamente a la onomatopeya ni en la tradición gramatical haya tenido un lugar significativo, existe desde Quintiliano (35 d. C.) como procedimiento de formación de palabras y como figura retórica. Actualmente, la *NGLE* (2009) recoge más de 60 formas distintas de onomatopeyas, aunque no especifica su categoría gramatical y la describe junto a la interjección. Según la *NGLE* (2009, p.2.484 citada por Muñoz-Calvo, 2013, p.120), las onomatopeyas no constituyen clases gramaticales de palabras, «son más bien signos lingüísticos que representan verbalmente distintos sonidos, unas veces del mundo físico, [...] y otras, propios de personas o animales, [...]». Algunas onomatopeyas aplicadas a personas se asimilan a interjecciones (como *chist* para llamar la atención o *sh* para pedir silencio).

Los enfoques semántico-pragmáticos que aúnan conclusiones parecidas, afirman que los contenidos lingüísticos que codifican ambos fenómenos son distintos y, por lo tanto, merecen un tratamiento de análisis individual. Si bien sea dicho de paso, el límite entre ambas no es infranqueable y puede haber solapamientos entre los dos fenómenos. Los límites entre onomatopeyas e interjecciones pueden ser imprecisos sobre todo cuando las onomatopeyas designan sonidos humanos, porque no existe contradicción en que una voz designe un sonido (o se use acompañando a un movimiento) y exprese a la vez una reacción afectiva o una respuesta emocional.

A diferencia de los demás elementos léxicos, la interjección se caracteriza por un tipo de significado léxico presentativo o factitivo, es decir, se pronuncia una interjección en lugar del potencial enunciado correspondiente. De esta forma, reivindicamos el valor semántico de las interjecciones que «aprehenden el mundo extralingüístico; porque aunque impliquen afectivamente al hablante [...], el hablante no es el referente» (Almela Pérez, 1985, p.89).

Dado que sus particularidades gramaticales y semánticas hacen posible que ambos fenómenos funcionen como clases sintácticas diferentes, proponemos que no sean una clase de palabra en concreto, sino que puedan incluirse en la más conveniente según

las circunstancias. Ya que adscribirse a cualquier otra categoría gramatical supone un problema en su caracterización lingüística debido a su invariabilidad, a su autonomía sintáctica y a su sentido completo; las onomatopeyas y las interjecciones podrían conformar una clase de palabras multicategoriales o transversales.

Según García de Diego (1968, p.20), la onomatopeya «no es una simple imitación de los sonidos naturales, sino la conversión de estos en palabras con una alfabetización de los sonidos naturales ajustados al alfabeto de cada idioma». De la conclusión de este autor, podemos deducir que las onomatopeyas, al igual que las interjecciones, tienen carácter convencional e idiomático. Es evidente que son reproducciones aproximadas de un sonido exterior en un idioma concreto y, por lo tanto, es necesaria la adaptación del sonido a las convenciones de ese idioma, ya sean gráficas o fonémicas. Para García de Diego, la razón de las discrepancias en cuanto a la reproducción escrita de los sonidos yace en la incierta agudeza del oído humano.

4.5. Problemas de traducción de las onomatopeyas

Si nos centramos en la traducción de las onomatopeyas y los problemas o dificultades que plantea, diremos en primer lugar que «pueden adquirir significados muy distintos, dependiendo del contexto, de las intenciones comunicativas del emisor, de los rasgos suprasegmentales (entonación y rasgos paralingüísticos)» y al traductor le resulta difícil encontrar la fórmula exacta en otro idioma (Magazzino, 2008, p.136). No se trata tanto de traducir palabras, como conceptos de naturaleza pragmática, como resume muy bien Cuenca (2006: 21):

Translating interjections [onomatopoeias] is not a matter of word translation. It implies translating discourse meanings which are language-specific and culturally bound. The translator must interpret its semantic and pragmatic meaning and its context of use, and then look for a form (interjection or not) which can convey that meaning and produce an identical or similar effect on the audience of dubbed version.

Traducir onomatopeyas no es tarea fácil, sobre todo si se insertan en el marco de la traducción audiovisual, donde, como se sabe, existen vínculos técnicos, profesionales y culturales que limitan mucho la libertad de los traductores. Estos se enfrentan a complicaciones derivadas de las onomatopeyas incrustadas como imágenes gráficas y no como discurso verbal. Castillo Cañellas (1996, p.20-22) explica que podemos encontrar tres tipos de impedimentos que afectan a la posible adaptación o modificación de la imagen en la traducción audiovisual:

- Impedimento ético - Modificar una imagen constituye una forma de intromisión entre el artista original y el público. Sin embargo, normalmente no es competencia del traductor decidir sobre este tipo de actuaciones.
- Impedimento técnico - Es inviable modificar la imagen sin disponer de los medios técnicos necesarios. En cine o televisión, no está bien vista la modificación de la imagen por una traducción.
- Impedimento económico - Habitualmente, los dos primeros impedimentos mencionados podrían llegar a un consenso cuando entra en juego el dinero. Los responsables de la publicación podrían alcanzar un acuerdo con el autor y conseguir los medios necesarios para la modificación de la imagen gracias al presupuesto del que dispongan para la edición gráfica.

Además, cada lengua usa unos recursos diferentes para expresarlas. Por ejemplo, la lengua española no es tan creativa ni tan capaz de producir onomatopeyas como la inglesa que dispone de muchos más recursos. Los ingleses crean onomatopeyas a partir de verbos o sustantivos sin la ayuda de desinencias o ningún otro tipo de modificación y, en ocasiones, es difícil trasladarlas al español. Veamos algunos ejemplos citados en el blog *El arte de traducir* acompañados de las sugerencias de la propia traductora¹³:

Tap, tap (ruido de pasos), *cough* (sonido para toser... ¿puede ser que alguna vez lo haya visto representado como *atjó* en español?), *blush* (ponerse rojo, ruborizarse. A ver cómo te lo montas), *sigh* (suspiro, en español podría ser *ains*), *glare* (mirada feroz, pero en español queda larguísimo).

A veces, resulta muy complicado encontrar un equivalente en español, bien porque no existe (antes no se usaba en español la onomatopeya del cerdo *oink* utilizada en la actualidad), bien porque existe pero no es muy habitual y tendremos que rompernos la cabeza para poder formular la onomatopeya gráficamente en español y que se entienda. El mismo blog anterior menciona ejemplos de onomatopeyas inglesas que podrían ser de difícil traducción al español:

Sret (ruido del lápiz cuando escribe, ¿cómo ponemos eso? ¿tal vez como *ras*?), *urk* (onomatopeya que equivale a llevarse un chasco), *sneek* (¿un crujido?), *scurr* (¿?), *chirp* (¿ruido de estar haciendo algo?), *jeeez* (sonido de estar molesto, equivalente a nuestro *uuuuuff*), *aaaww* (sonido que indica que algo despierta ternura, en español: *Ooooh*)...

Por otro lado, existen onomatopeyas consolidadas en español; sin embargo, en la mayoría de los casos, las onomatopeyas inglesas están más arraigadas como originales

¹³Disponible en: <https://elartedetraducir.wordpress.com/2010/07/29/%C2%A1las-onomatopeyas-tambien-se-traducen>

que los propios equivalentes españoles. Por ejemplo, *bang* o *blam* respecto a *pin*, *pan* o *pun*. Una de las causas de este fenómeno se debe a que muchas onomatopeyas forman parte del dibujo en la imagen en géneros audiovisuales o en la viñeta en los comics, género líder en la utilización de onomatopeyas. Los investigadores, Román Gubern y Luis Gasca (1994, p.-578) explican cómo, para aumentar su expresividad, las onomatopeyas de los cómics han recibido con frecuencia un tratamiento gráfico privilegiado, de gran vistosidad, tamaño y relieve plástico, de modo que no ha resultado muchas veces posible eliminarlas de las viñetas en las traducciones de los comics exportados de Estados Unidos, lo que ha contribuido decisivamente a universalizar muchas onomatopeyas de origen inglés, idioma rico, por otra parte, en expresiones fonosimbólicas.

Las complicaciones siguen aumentando a la hora de traducir onomatopeyas, ya que su sentido se ve influenciado por elementos *paralingüísticos*¹⁴ y *extralingüísticos*¹⁵, además de por sus características en todos los niveles lingüísticos. Algunos ejemplos de estos elementos que acompañan a la onomatopeya y que refuerzan o dan un sentido determinado a la expresión son la gestualidad, la entonación o el lenguaje corporal.

El traductor también puede servirse de signos o de fenómenos en la lengua meta de la que es experto para reforzar el sentido de la onomatopeya. Los fenómenos que suelen aparecer junto a las onomatopeyas son signos ortotipográficos como los signos de interrogación y de exclamación, la coma, el guión o fenómenos como la repetición (vocálica, consonántica o con alternancia), la derivación y la composición:

Los guiones ayudan a transmitir el efecto de sonidos repetitivos y constantes (*cri-cri-cri*, para el sonido de un grillo). Las comas, por el contrario, transmiten una sensación de pausa o irregularidad a la vez que indican que un sonido se repite (*ja, ja, ja*, para las risas). La repetición de las vocales o consonantes de la onomatopeya también ayuda a enfatizar o remarcar el sonido (*brrruuum, brrruuum*, para el sonido de un motor al acelerar). Las repeticiones con alternancia vocálica marcan un tipo de movimiento inestable, de vaivén o balanceo (*din, don, dan*, para el sonido de una campana) y los prefijos intensifican el sonido (*pata-*: *patapum*, para un sonido muy fuerte) (Márquez Prieto, 2016, p.10).

Por si fuera poco, las onomatopeyas se caracterizan por servir de verdadero reflejo y automatismo de los sentimientos más profundos que pretende expresar el emisor con

¹⁴Los elementos *paralingüísticos*, denominados también *paraverbales* o *paralenguaje*, son una serie de elementos vocales no lingüísticos, que se producen con los mismos órganos del aparato fonador humano, pero que no son considerados parte del sistema verbal; en la mayoría de las ocasiones, se alían con elementos kinésicos u otros elementos no verbales para comunicar o matizar el sentido de los enunciados verbales.

¹⁵Los elementos *extralingüísticos* abarcan todo aquello exterior a la lengua en tanto que código que influye en el proceso global de la comunicación.

espontaneidad y naturalidad (De Buron-Brun, 2006, p.768). Las dificultades máximas a las que se enfrentan los traductores son cuatro tipos de variedades lingüísticas: diacrónica, diatópica, diastrática y diafásica y la lexicultura de cada individuo, es decir, los hechos culturales que motivan al emisor de la onomatopeya.

4.6 Estrategias para la traducción de onomatopeyas

Como ya hemos descrito previamente, las onomatopeyas se caracterizan por la particular relación entre significado y significante, por sus peculiaridades lingüísticas que las diferencian de otros tipos de palabras y por su carga cultural. Por todo esto, a la hora de traducir onomatopeyas es primordial la capacidad perceptiva y creativa del traductor.

Las principales estrategias utilizadas para la traducción de onomatopeyas según Mayoral Asensio (1992, p.139 citado en Castillo Canellas, 1996, p.25) son:

- La *omisión* de la traducción cuando no existe equivalencia o es redundante el significado de la onomatopeya, ya que se trasmite con otros signos como los dibujos, diálogos, metáforas visualizadas o *pensipictogramas*¹⁶.
- La *compensación*. Con este procedimiento, trasladamos el significado de la onomatopeya a otra parte del mensaje (diálogo, texto explicativo), mediante técnicas de traducción como la paráfrasis, una ejemplificación o explicación.
- La *traducción a lenguaje verbalizado* consiste en transformar una onomatopeya en un enunciado equivalente en sentido (*Ouch!* > «¡Qué daño!») (*Aïe !* > «¡Qué dolor!»)¹⁷.
- La *equivalencia* es el procedimiento mediante el que buscamos la forma española cuyo significado sea efectivo en el mismo contexto, entorno y situación. (*Ouch* > ¡Ay! > *Aïe !*) (*Honk honk!* > *Top top !* > *Pii, pii!*).
- El *préstamo* léxico conserva la forma inglesa. Este procedimiento sirve de estratagema a un traductor, un publicista, un creador sin recursos y, según muchos expertos, debería evitarse. Podemos distinguir dos tipos según el grado de adaptación de la palabra: los extranjerismos (adaptados, no adaptados y xenismos) y los calcos semánticos. Son muy frecuentes en los comic en español onomatopeyas que proceden directamente de formas inglesas (*creek, bump, smash, zip, crash snap, click, boommm*).

Más recientemente, Cuenca (2002, 2006) ha estudiado la traducción de interjecciones y onomatopeyas en el marco audiovisual y ha propuesto cinco tipos de

¹⁶Opuestos a los *locogramas*, los *pensipictogramas* son metáforas visualizadas que representan una idea mediante uno o varios signos icónicos. Por ejemplo, el signo de interrogación para expresar desconcierto.

¹⁷El inconveniente principal de esta estrategia son las limitaciones de espacio de géneros como el cómic o la publicidad.

estrategias traductoras, de las que seleccionamos tres que completan o matizan las anteriores (Cuenca, 2006: 27-28):

- Traducción con onomatopeya con forma distinta y significado idéntico (la equivalencia anterior).
- Traducción con estructura no onomatopéyica y significado similar (similar a la traducción a lenguaje verbalizado anterior).
- Traducción con onomatopeya de significado distinto

La tendencia predominante en la traducción de las onomatopeyas del inglés al español parece que sigue siendo el *préstamo*. Los autores que lo apoyan argumentan que esta estrategia no supone un problema lingüístico, ya que con el contexto, el receptor puede comprender el significado de la onomatopeya. Dado que el contenido del mensaje onomatopéyico no es solo verbal, sino también visual, su aspecto gráfico aportará tanto o más significado que las letras que lo componen. Incluso para los hispanohablantes, la composición lingüística del vocablo en inglés remitirá al sonido supuestamente representado.

Con todo, Valero Garcés (1996, p.231) ha observado cierta evolución desde los estudios de Mayoral y otros de los años 70 y comienzos de los 80: «el español ha evolucionado con cierta rapidez en cuanto a la creación, o mejor dicho adaptación, de formas onomatopéyicas, principalmente inglesas. Podríamos decir que en la actualidad es una lengua más productiva en este aspecto». La autora (1996, p.235) señala tendencias muy interesantes en la traducción de onomatopeyas del inglés al español, según cada tipo de onomatopeya:

- Tendencia a la *equivalencia* cuando se trata de representaciones de sonidos producidos por humanos que denotan sentimiento o actitud¹⁸ o sonidos emitidos por animales¹⁹.
- Una mayor tendencia a tomar *prestada* del inglés la representación de sonidos artificiales, aún cuando haya un equivalente español²⁰.

¹⁸Alivio: inglés *phew*, español *uf*/ entusiasmo ante la comida: inglés *yummy-yummy*, español *ñam, ñam*/ frío: inglés *fff* o *brr*, español *brrr*/ miedo: inglés *aargh*, español *uy* (Valero Garcés, 1996, p.232).

¹⁹No obstante, el cariño de los ingleses por los animales ha influido en el desarrollo de un abanico más amplio de onomatopeyas:

- Perro: inglés *bow-wow, woof-woof, roof-roof, yap, yelp, yip, grr*, español *guau-guau, grr, grñ, o auuu-auuuu*
- Gato: inglés *meow, yoewl, secreech, purr* or *rrr*, español *miau-miau, marramiau* o *rrr*
- Pajarito: inglés *tweet-tweet-tweet, cheep-cheep, schreech-screech, fwee, zip, swee, caw-caw, twitter-twitter, croak*. español *pío-pío*

- Cuando no hay equivalencia, un uso no muy frecuente de otros recursos como la *omisión* de la onomatopeya, la *compensación* por medio de signos ortográficos, o servirse de *lenguaje verbalizado*, es decir, añadir un texto explicativo en lugar de la onomatopeya (*oops*, traducido como «Lo siento, qué torpe soy»).

Casas-Host (2015, p.867-882), en su estudio *La traducción de las onomatopeyas del chino al español*, ha recabado la utilización de diferentes técnicas de traducción de las reconocidas tradicionalmente por Molina (2006). Las más recurrentes son la *substitución* y la *reducción*, seguidas de la *generalización*, el *equivalente acuñado*, los *préstamos* y la *creación discursiva*. Las tres últimas técnicas favorecen el uso de onomatopeyas en el texto meta y permiten mantener la intención fonética y los rasgos expresivos del original.

La tendencia a la *omisión* de las onomatopeyas puede responder a la falta de equivalentes en lengua meta. Suele ser una opción del traductor motivada por el método elegido y otros aspectos del repertorio onomatopéyico de cada lengua, pues la abundancia y frecuencia de uso de las onomatopeyas en un idioma determinado puede repercutir en su traducción (Casas Host, 20005, p.877).

A pesar de que existen posturas opuestas en relación con si se deben traducir o adaptar las onomatopeyas al español o tomarlas prestadas del inglés, son en última instancia los propios traductores y creadores españoles quienes con sus obras pueden arraigar las onomatopeyas propias del español y los equivalentes en trámites de consolidación, o bien decantarse por las universalizadas voces inglesas. Las nuevas corrientes de traductores parecen primar la naturalidad del texto meta y su consiguiente *aceptabilidad* antes que la *adecuación*²¹.

²⁰Al hablar de la acción de golpear, el español cuenta con las formas *pam*, *pum*, *clac* o *toc* pero es más frecuente ver en los comics el uso de *crack*, *bump*, *punch*, *knock*, *bang*, *beat*, *tap* o *pound*, formas léxicas de origen netamente inglés (Valero Garcés, 1996, p.232).

²¹La *adecuación* se refiere al hecho de traducir respetando las normas del texto original (textuales, gramaticales, culturales), mientras que la *aceptabilidad* traduce el texto para que sea admisible en la nueva cultura receptora. Venuti (1995) denomina estas tendencias *foreignization* y *domestication*, respectivamente.

5. ANÁLISIS DE LAS ONOMATOPEYAS EN LA PUBLICIDAD

A pesar de que el género donde más triunfan las onomatopeyas es el cómic o la novela gráfica, para este trabajo, hemos decidido tomar como referente el uso de las onomatopeyas en la publicidad audiovisual con mensajes por escrito. Nos parece un análisis innovador y original, porque la mayoría de los trabajos que hemos consultado utilizan como corpus obras célebres del mundo del tebeo, el cómic y la *bande dessinée*. Como ejemplos cronológicamente distantes nombraré el caso de Valero Garcés (1996) *Análisis comparativo del uso y traducción de formas inarticuladas y formas onomatopéyicas en comics y tebeos*, y el de Pérez Álvaro (2017) con su trabajo fin de grado *La traducción de la onomatopeya en el manga. One Piece: tipología y técnicas*.

Al mismo tiempo, este examen del uso de onomatopeyas en publicidad puede ser de gran utilidad, porque es una forma de comunicación mucho más explotada y extendida en la actualidad. Vivimos rodeados de publicidad inconsciente e involuntariamente, sea nuestro deseo o no. Asimismo, hoy en día, la publicidad vive en la calle y por lo tanto, nadie puede obviarla. El amplio abanico de consumidores prácticamente obliga a las agencias publicitarias a utilizar las estrategias de traducción más aceptadas por los receptores o, al menos, por parte de sus consumidores objetivo. Nuestro propósito con este análisis novedoso se basa en intentar concretar y concluir las estrategias y principales tendencias utilizadas en la traducción de onomatopeyas en la publicidad.

Los criterios que hemos seguido para sistematizar los anuncios del análisis se concretan en el orden cronológico de los *spots*, su separación según las lenguas de trabajo y el papel de las onomatopeyas dentro de los anuncios (principal o secundario). En primer lugar, incluimos los ejemplos en español; seguidos de los ejemplos en inglés y en francés.

5.1. Anuncios en español

5.1.1. En España

A continuación, recopilamos los ejemplos de utilización de onomatopeyas en la lengua española junto con las imágenes más representativas.

Para comenzar, el estudio de diseño gráfico Moruba, fundado en 2008 en Logroño, expone en su página web algunos de sus proyectos para campañas publicitarias de marcas nacionales e internacionales o para el embalaje de los propios productos promocionados. Entre estos proyectos, que podemos consultar en la página web de Moruba²², nos

²² Disponible en: <http://moruba.es/es/>

encontramos con ejemplos indiscutibles en los que se utilizan las onomatopeyas como eje principal del concepto a publicitar. En primer lugar, el gastrobar *Umm Food & Drink*, del cocinero Alex García, apuesta por el uso de las onomatopeyas, tanto en el nombre que sirve de identidad como en su publicidad. El propio estudio de diseño gráfico señala a las onomatopeyas relacionadas con el deleite gastronómico como hilo conductor del proyecto.

Como observamos en las imágenes, se sirven de las onomatopeyas *ñam*, *glu* y *umm* también recopiladas en nuestro glosario.



En segundo lugar y permaneciendo en el sector gastronómico, nos encontramos con el diseño de las etiquetas de un limoncello artesano denominado *Felice Limone*, donde se reflejan actividades cotidianas representadas por limones acompañados por objetos y onomatopeyas variadas como *bla, bla, bla* haciendo referencia a un acto de comunicación verbal o *brumm* para representar la aceleración de un motor. En cambio, también se usan *yeah* y *ciao* que son consideradas interjecciones. Como tercer ejemplo, las bodegas Peñascal confiaron en el estudio Moruba para diseñar las etiquetas de su vino espumoso *Frizzante*. Según los diseñadores, con la repetición de la zeta (una de las características fonológicas de las onomatopeyas que hemos señalado) querían evocar el sonido de las burbujas y el carácter refrescante del vino.

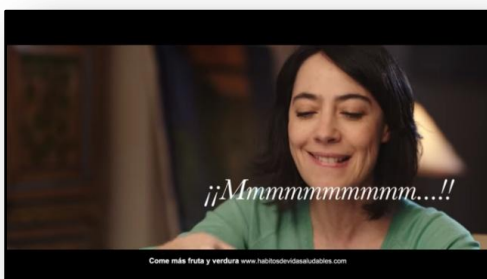


Sin alejarnos del panorama nacional, desde el 21 de noviembre de 2014 y hasta el final de esa campaña de Navidad, la Gran Vía de Barcelona se llenó de onomatopeyas como propuesta de iluminación navideña por parte del estudio Emiliana Design. El proyecto *Sons*, que ya iluminó el paseo de Gracia en 2013, reproduce onomatopeyas cuya relación

con la Navidad es indiscutible: *ding dong* para el replique de las campanas o *glu glu* para la acción de beber un líquido.



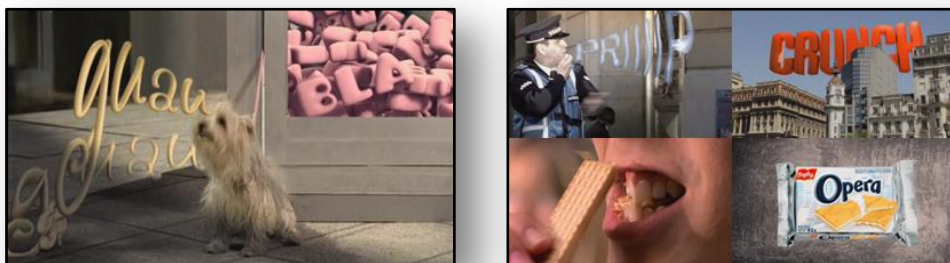
Uno de los ejemplos más recientes donde se utilizan onomatopeyas como parte del mensaje publicitario ha sido llevada a cabo en 2017 por la marca española de productos lácteos: Central Lechera Asturiana. Esta campaña se ha denominado «La real real academia de la lengua» y reúne varios anuncios. El spot que llamó nuestra atención fue el que se titula «la leche rica en calcio y las onomatopeyas». En este anuncio audiovisual, se explica que, debido a la calidad y las propiedades de la leche publicitada, los consumidores solo pueden expresar su sabor mediante onomatopeyas como *¡¡Mmmmm...!!* o *¡¡Sfrsfrsfr...!!*, ambos, sonidos que se provocan al beber o sorber un tazón de leche.



5.1.2. En Sudamérica

Si nos fijamos en campañas publicitarias del continente sudamericano, encontramos una de origen argentino donde se publicitan las obleas de la marca Opera que pertenece al grupo empresarial Bagley, una de las mayores empresas de galletas de Latino América con más de 150 años de trayectoria. En esta campaña audiovisual, observamos el ajetreo de una gran ciudad con obras, atascos y ambulancias, hasta que aparece un chico joven comiendo galletas Opera. Todos los ruidos que escuchamos se materializan en onomatopeyas tridimensionales que se acumulan y producen el caos,

hasta el momento en que el crujido del mordisco a la galleta Opera se refleja con la onomatopeya *crunch*, lo que provoca que todas las demás se cuelen por las alcantarillas y huyan.



También en Argentina, con motivo del regreso a la televisión de la serie *Batman* en el canal *TCM Classic Entertainment*, se desarrolló una gran campaña publicitaria de la mano de In Jaus, VP de servicios Creativos y de Producción de Turner. Los anuncios con diseño gráfico específicamente creado para promocionar la vuelta de *Batman* a la pequeña pantalla se centran en las clásicas onomatopeyas de la serie, y emplean colores llamativos y diseños simples para causar mayor impacto visual.



Otro superhéroe de cómics, Lobezno, también tiene una estrecha relación con el mundo de las onomatopeyas. *Marvel Comics* decidió registrar la onomatopeya *Snikt* que habían creado para representar el sonido que producen las garras de Lobezno al salir. Ya que no existe la posibilidad de registrar una onomatopeya, la jugada maestra de *Marvel Comics* fue crear un cómic y titularlo *Snikt* y, de esa manera, una vez registrado el cómic, nadie podría recibir una retribución económica excepto ellos.



Otra campaña publicitaria denominada «Hasta lo que no esperabas aprender en inglés», que fue llevada a cabo en Colombia en febrero de 2013, ha llamado nuestra atención, dado que se basa en la promoción de un curso de inglés ofertado por Colsubsidio. Se centra en en las diferencias visibles que existen entre las dos lenguas, incluso entre las palabras más insospechadas como son las onomatopeyas. Se sirven tanto de onomatopeyas de origen animal, artificial o humano. Algunos ejemplos de la campaña son *Muu*, *guau* y *miau*, enfrentadas mediante un llamativo juego de colores con sus equivalentes en inglés *moo*, *woof* y *meow*.



Una librería mejicana plasma en sus bolsas diferentes textos con el fin de hacer sonreír a sus clientes cuando adquieren un libro en una de sus tiendas. En una ocasión, Librerías Gandhi utilizó las onomatopeyas *cha* y *chán* conjuntamente para formar «cha cha cha chán» que a cualquier hispanoparlante evoca el ritmo característico de la música clásica.

Sin abandonar el mundo de la literatura, con el fin de promocionar su propio club de lectores, el mayor diario de Ecuador denominado *El Universo* creó una campaña con las onomatopeyas como protagonistas. Las onomatopeyas utilizadas fueron *woohoo!!*, *mmm...*, *¡wow!* y *¡ajá!*. A cada una de ellas les acompaña un lema personalizado, respectivamente: «un lector no lee, se divierte», «un lector no lee, disfruta», «un lector no lee, se sorprende» y «un lector no lee, descubre». De esta manera, se vincula cada una de las onomatopeyas con la sensación que transmiten.



Desplazándonos hasta Brasil en 2011, nos hemos topado con publicidad impresa creada por la agencia de publicidad Africa Sao Paulo donde se comercializa el alimento Max Croc Pizza de la marca Seara. En estos anuncios, aparece escrita la onomatopeya *nhac* que equivaldría a *ñam* en español. Las maneras de representar la onomatopeya por escrito son variadas, pero en todos los casos los naipes, las cerillas, el dominó o el papel de burbujas subrayan el paralelismo entre comer el producto publicitado y las ideas de reincidencia, provocación, tentación inevitable o deseo imparable. Otro hecho que corrobora esta idea es el mensaje que aparece sobre la caja en la esquina inferior derecha: *Seara Max Croc. Unstoppably delicious.*



5.2. Anuncios en inglés

Observamos que los productos comercializados con onomatopeyas tienden a ser muy dispares entre sí. Además, esto ocurre en mayor medida con los ejemplos en inglés,

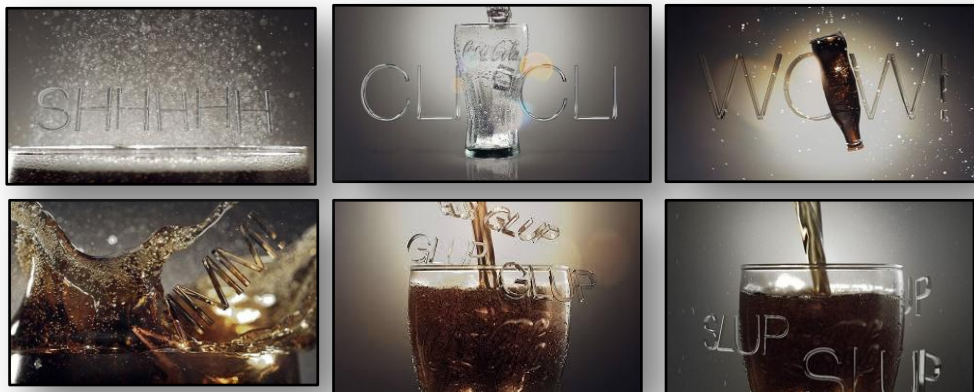
dado que el mercado aumenta tanto en número de consumidores como de países comercializadores donde el inglés es su primera o segunda lengua y principal idioma para la importación, exportación y extranjerización de productos.

Incluso remontándonos en el tiempo, los anuncios con onomatopeyas ya habían llegado a la publicidad. Todos los ejemplos de anuncios antiguos que hemos recopilado pertenecen a la lengua inglesa y, como contraste, podemos agregar que el estilo contemporáneo utiliza menos texto donde antaño se detallaban las cualidades del producto a promocionar. Los productos comercializados corresponden a un amplio abanico de necesidades de la vida cotidiana en los años 50 y 60 en Norteamérica, desde cereales para el desayuno, pastillas efervescentes, máquinas de escribir o juguetes para niños. No vamos a analizar estos spots más en profundidad, porque no representan la situación actual en el campo de la publicidad; sin embargo, nos han parecido suficientemente interesantes y singulares como para incluirlos en este apartado a modo de ejemplo.



Este tipo de anuncios donde triunfan las onomatopeyas no solo atañen a campañas publicitarias a nivel nacional, también podemos encontrar campañas de marcas internacionales. Una de las más conocidas puede ser la compañía Coca-Cola. Existen varias campañas en las que esta marca de bebidas ha utilizado las onomatopeyas. Las seis instantáneas siguientes pertenecen a la misma campaña realizada por las agencias Craverolanis y Weareplace. Las onomatopeyas utilizadas aparecen en letras en tres

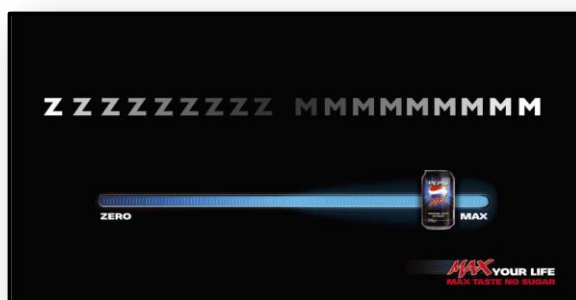
dimensiones y todas ellas reflejan los sonidos que puede producir una Coca-cola ya sea al abrirla, al tomarla, al servirla con hielos en un vaso, etc.



En esta otra campaña, aparecen onomatopeyas formadas por el propio líquido de la Coca-Cola inspirándose en el eslogan de la marca *Open Happiness* o en español «Destapa la felicidad». Las onomatopeyas, como en la ocasión anterior, reflejan los sonidos que se pueden producir al abrir, beber o agitar una Coca-cola. Y por último, hemos encontrado diseños de anuncios de Coca-Cola con estilo de cómic antiguo o arte pop, donde las onomatopeyas son las protagonistas.



La eterna rival de Coca-Cola también ha incorporado las onomatopeyas a sus anuncios. Como fiel reflejo del gran contenido semántico que contienen las onomatopeyas, disponemos de este anuncio de Pepsi Max. Lo que aparece en el anuncio es una escala donde, en el polo izquierdo aparece la palabra Zero y en el polo derecho, la palabra Max. Al mismo tiempo, casi alcanzando el final del polo derecho de la escala hay una lata de Pepsi como indicador del nivel, del mínimo (*zero*) al máximo (*max*). Del mismo modo, cobrando protagonismo en el anuncio encontramos en degradado dos de nuestras onomatopeyas de estudio *zzzz* y *mmm*. La primera refleja el sueño o el aburrimiento al no tener Pepsi Max y la segunda, el placer o el gusto al beberla.



Los siguientes anuncios pertenecen a la empresa sueca Aqeri, líder en la producción de ordenadores y equipamiento de comunicación para condiciones extremas. Debido a su enfoque empresarial, en sus anuncios nos topamos con situaciones poco habituales para los civiles, pero que a su vez representan requisitos indispensables para los productos que precisan sus clientes.



Otra multinacional de origen sueco, Ikea, ha arriesgado creando una campaña de publicidad en la que usan una metonimia una parte por otra y forman algunas de las palabras que solemos pronunciar durante el costoso ensamblaje de sus muebles con los distintos módulos de sus productos. En la imagen que incluimos aparece la onomatopeya *oops*.



En relación con los fármacos, encontramos dos ejemplos de anuncios con onomatopeyas. La primera de las campañas es de Gelocatil. En los tres anuncios que mostramos, vemos una onomatopeya hasta la mitad de la diapositiva, ya que en la otra mitad se encuentra un paquete de Gelocatil. El recurso se utiliza para que los posibles receptores deduzcamos que, con el uso del medicamento, eliminaremos los dolores representados por las onomatopeyas *aahh*, *grrr* u *ouch*.



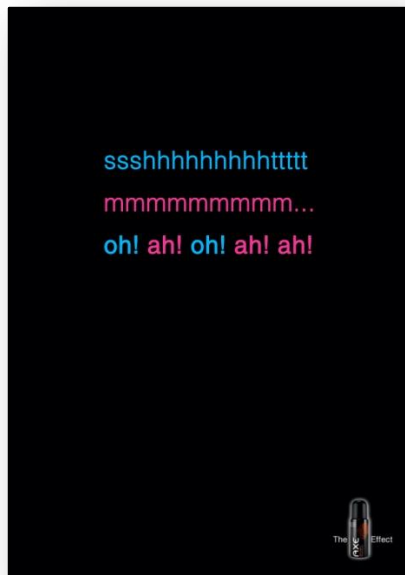
Por otro lado, el segundo ejemplo referente a los fármacos es de la marca rumana Paduden que, al igual que Gelocatil, es un medicamento que sirve para aliviar los dolores. En esta ocasión, en el anuncio aparece cuatro veces la onomatopeya *ah* y otras cuatro, la onomatopeya *ha*. La división entre ambas es una capsula del medicamento, es decir, olvidaríamos el dolor para comenzar a reír gracias al comprimido.



Otro de los sectores donde las agencias de publicidad han decidido apostar por las onomatopeyas como código del mensaje es el automovilístico. La marca española Seat utiliza onomatopeyas para su nuevo Seat León. Por ejemplo, lo identifican con el brío de un caballo (*yeeehaaa*), o el rugido de un león (*phwoooar*). Por su parte, la empresa BMW utiliza la onomatopeya *roaaaarr* con el mismo propósito, transmitir la potencia de la moto anunciada.



Al igual que el resto de marcas anunciantes, Umbro se ha servido de onomatopeyas para alcanzar el nivel óptimo del mensaje publicitario. Las onomatopeyas que emplean son *boom* y *vroom*. A pesar de que la interpretación de los mensajes publicitarios depende del receptor, y aquí reside por ejemplo parte de la dificultad de su traducción, en nuestra opinión, Umbro pretende representar la rapidez e impacto que conseguirás al utilizar sus prendas deportivas.



Con picardía y picaresca, la marca de cuidado personal Axe anunció uno de sus desodorantes utilizando un fondo negro y alternando onomatopeyas como *ssshht*, *mmmm...*, *oh!* y *ah!*. Lo que pretende el anunciante es llamar la atención del receptor, ya que el conjunto de onomatopeyas elegido hace pensar en una escena sexual. Asimismo, los colores que se alternan son el rosa y el azul, colores tradicionalmente asignados al sexo femenino y masculino, respectivamente.

5.3. Anuncios en francés

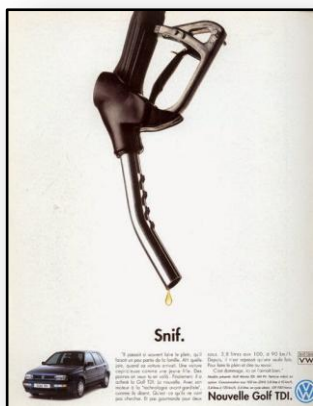
Para comenzar con ejemplos de publicidad para francoparlantes, y siguiendo el orden cronológico de las campañas, datamos como el más antiguo el ejemplo del agua carbonatada Perrier. Claramente influenciado por el cubismo, en este anuncio, aparece dibujada una cabeza cuya oreja resalta por su gran tamaño y toques de colores primarios alrededor. El lema del anuncio es *L'eau qui fait pschitt*, es decir, que ya en su eslogan incorporan la onomatopeya *pschitt*, para el burbujeo de la botella de agua con gas al abrirse. Como otras onomatopeyas que hemos visto antes asociadas con líquidos, usa curiosas sucesiones de consonantes.



Más alejados en el tiempo, encontramos los anuncios de la institución financiera ING que lanzó una campaña publicitaria en Francia en 2011. Las diferentes onomatopeyas utilizadas en el centro de las imágenes supuestamente son las reacciones de sus clientes al conocer las nuevas condiciones de sus servicios. En las instantáneas, podemos ver las caras de los clientes de fondo con la onomatopeya de tamaño gigantesco en el centro de color naranja, ya que es el color corporativo de la empresa. Además, en la esquina inferior derecha, aparece el logo del banco y, bajo la onomatopeya, una pequeña frase aludiendo a la novedad promocionada.



Como anteriormente en los ejemplos de Gelocatil y Paduden, Arnigel es un producto en gel para aliviar los dolores musculares o traumatismos superficiales. Por esta razón, las onomatopeyas que aparecen representadas en el anuncio son *boum* para representar un golpe y *aïe* y *ouille* que representan gritos de dolor.



Otro ejemplo del sector automovilístico nos lo ofrece la empresa Volkswagen Golf. En el anuncio, podemos ver una manguera del surtidor de gasolina con la última gota de carburante. Junto a este distribuidor, descomunalmente grande comparado con el vehículo, aparece la onomatopeya *snif* representando un suspiro o sollozo y sugiriendo el escaso consumo del vehículo.

Este anuncio es bastante peculiar, ya que tanto el nombre de la marca como el propio anuncio hacen uso de las onomatopeyas. Normalmente, *tic-tac* se utiliza para representar el paso del tiempo según el ruido que producen las agujas del reloj. Sin embargo, en esta ocasión, la propia marca de caramelos se ha apoderado de la onomatopeya. En el *spot*, leemos *Tic tac la petite pastille qui fait tic, tac et pop.*



Para finalizar con los anuncios en francés, nos gustaría incluir un ejemplo de la conocida empresa dedicada a la venta de material y equipamiento deportivo Decathlon. Concretamente, hace publicidad de un casco para esquiar que se encuentra

en la esquina inferior derecha de la imagen junto con su precio. Sin embargo, lo que más impacta del anuncio es el recorrido que realiza la esquiadora hasta la cima de la montaña, ya que tras su rastro, aparece la onomatopeya *hou* en repetidas ocasiones. Decathlon con esta publicidad invita a los deportes de invierno, ya que gracias a sus productos en oferta, como el casco, podrás «regalar sensaciones» como reza el eslogan central.

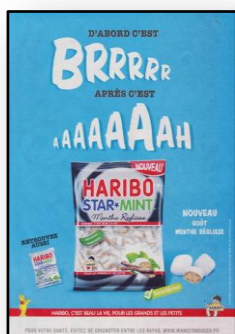
5.4. Resultados sobre el uso y traducción de onomatopeyas en publicidad

Hemos decidido abordar el tema de la traducción de las onomatopeyas de la publicidad desde diferentes perspectivas. Así, comentaremos anuncios con onomatopeyas con algún tipo de semejanza que se hayan traducido a varias de nuestras lenguas, y al

mismo tiempo, consideraremos los anuncios de nuestro pequeño corpus como textos comparables, para recopilar semejanzas y tendencias en relación con el uso y traducción de las onomatopeyas en ellos.

En primer lugar, no hemos encontrado un mismo anuncio en nuestras tres lenguas de trabajo en el que las onomatopeyas tuvieran un papel importante. Creemos que pueda deberse al carácter restringido de nuestra búsqueda (anuncios, en tres lenguas, onomatopeyas como elemento central). En su lugar, analizamos tres anuncios, uno en cada lengua (inglés²³, español²⁴ y francés²⁵), de productos distintos, pero que usan las onomatopeyas como elemento primordial del mensaje. Nos servimos de ellos para deducir distintas tendencias de traducción del español y el francés. Mientras las onomatopeyas francesas muestran claras adaptaciones a los sonidos de su lengua (*boum*, *ouaaf*, *ouaaah*), las españolas muestran vacilación al respecto, combinan adaptaciones (*priiiiip*, *tuu*, *bla*, *guau*) con prestadas del inglés (*crunch*).

En segundo lugar, analizamos un anuncio en francés de los caramelos mentolados de Haribo que aportan frescor o alivio a posibles dolores de garganta. Debido a su finalidad calmante, observamos las onomatopeyas *brrr* y *ah* incorporadas en la oración *D'abord c'est brrr, après c'est aaah*. Existe un anuncio muy parecido en español que promociona el medicamento Lizipaina y que emplea las onomatopeyas *arrgh* y *ahhh*. Obsérvese cómo las onomatopeyas se adaptan, pero se conserva la repetición de sonidos /r/, /h/ y /a/, aunque no necesariamente los mismos en cada lengua²⁶.



Por otro lado, nos ha parecido interesante utilizar tres anuncios en distintas lenguas, de tres marcas diferentes y de diferente producto. El único punto de unión entre ellos es la utilización de la misma onomatopeya zzz. Posiblemente, se trate de la

²³Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=mhIIWylvbo0>

²⁴Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=Vx7Zh6981HQ>

²⁵Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=5RbJHsb0gGs>

<https://www.youtube.com/watch?v=C1vhcTnnHIM>

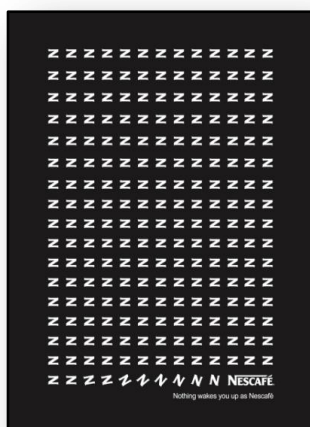
²⁶Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=z4ccxPqx6dQ>

onomatopeya más internacionalmente reconocida. A pesar de que los productos anunciados proceden de sectores totalmente opuestos entre sí y que las onomatopeyas ocultan muchos significados posibles dependiendo del contexto y la intención del emisor, en esta ocasión todos recurren a la onomatopeya zzz para referirse a la somnolencia o a la propia acción de dormir.

La primera de las marcas anunciantes y, probablemente la más comercializada internacionalmente, utiliza un fondo negro repleto de zetas, hasta que en la última línea la zeta se voltea para convertirse en enes. Nescafé plasma en este anuncio la capacidad estimulante del café, pudiendo activar a la persona que consuma un producto de la marca.

En segundo lugar, la marca de agua francesa Salvetat utiliza las onomatopeyas como sustitutivo de palabras concretas. El texto que aparece en su anuncio es *le pschiiit qui donne envie de zzz a l'ombre d'un pin*, cuya traducción podría ser «el psst que da ganas de zzz bajo la sombra de un pino».

En tercer lugar, la marca de pañales Pampers ha elegido representar a un bebé durmiendo plácidamente en su cuna. El techo de la habitación está cubierto de zetas que provienen del bebé acostado. Pampers ejemplifica con el anuncio la gran protección y comodidad del niño que duerme sin inconvenientes gracias a utilizar los pañales de la marca.



Una vez finalizada la recopilación de ejemplos de onomatopeyas que aparecen en anuncios publicitarios, cabe destacar que la principal utilidad de este análisis es su incorporación en el glosario trilingüe de onomatopeyas que hemos elaborado, pues gracias a estos ejemplos, podemos observar las onomatopeyas en contextos concretos de uso en las tres lenguas.

Asimismo, podemos concluir algunos rasgos característicos en el uso y traducción de las onomatopeyas en publicidad que se han repetido en muchos de los ejemplos previamente recopilados.

Respecto al uso de las onomatopeyas en publicidad, nos hemos percatado de que los ejemplos que recogemos provienen de marcas nacionales e internacionales y promocionan productos muy dispares entre sí. Tanto en marketing como en diseño gráfico, se recurre a diferentes estrategias para llamar la atención del receptor, en las que la onomatopeya suele actuar como figura retórica. Como tal, pertenece al grupo de las figuras de dicción y consiste en utilizar palabras cuya pronunciación imita o sugiere sonidos, como tal o mediante la aliteración, es decir, la repetición de un sonido en concreto.

En muchos de los ejemplos, vemos que las onomatopeyas se usan para que el receptor las asocie con las connotaciones positivas del producto que se quieren transmitir. Este uso de la onomatopeya se basa en otra figura retórica, la metonimia, por la que se asocia una parte de un todo con otra de sus partes, una causa con su resultado...

También hemos constatado la tendencia por la que las onomatopeyas se presentan con vistosos colores y diseños gráficos, a veces tridimensionales, de modo que fusionan sonido e imagen y causan mayor impacto visual. Sin ellas, el mensaje publicitario perdería todo el sentido, tanto visualmente como lingüísticamente.

En cuanto a su uso lingüístico, hemos confirmado algunas de las tendencias fonológicas y morfológicas de las onomatopeyas que señalamos en el apartado 4.4. de este TFG y que aparecen en las tres lenguas analizadas, como la repetición de palabras (*ding dong, bla bla bla, cha cha cha chan*) o letras (*brumm, Frizzante, zzzz, mmmm, roaaaarr, yeeehaaa*) con propósito enfático.

Al mismo tiempo, también hemos detectado una curiosa tendencia por la que la publicidad, haciendo gala de la creatividad que la caracteriza, explota y crea onomatopeyas originales o con extrañas combinaciones de sonidos (*Snikt, pschitt, sfrsfrsfrs, ssshht, phwoooar*).

En los anuncios de las tres lenguas, nos ha llamado la atención el uso reiterado de onomatopeyas como eje principal del concepto a publicitar, sobre todo con productos gastronómicos, bebidas y medicinas, que cuentan con onomatopeyas equivalentes bien establecidas, tanto en el nombre de marca como en su publicidad.

También hemos encontrado algunas diferencias entre las tres lenguas: mientras en inglés es muy habitual que las onomatopeyas coincidan con categorías gramaticales, ya que se trata de una lengua muy influenciada por la sonoridad a la hora de la denominación y creación de palabras, esto no ocurre tan frecuentemente ni en francés ni en español.

Y desde la perspectiva pragmática, la onomatopeya se muestra como una joya menospreciada que atesora mucho más significado de lo que aparenta. Con todo, la interpretación de los mensajes publicitarios en que está presente depende en última instancia de la interpretación que haga de ella el receptor, y ahí reside la dificultad de su traducción, pues ese significado es lo más importante que hay que conservar durante su transferencia.

6. METODOLOGÍA DE ELABORACIÓN DEL GLOSARIO DE ONOMATOPEYAS

6.1. FUENTES DE ALIMENTACIÓN DEL GLOSARIO

Hemos acudido a internet para encontrar las fuentes en que basar y alimentar nuestro glosario de onomatopeyas. Así, nos hemos topado con un artículo de Silvia Senz (2005) publicado en la revista Panacea@, de la lista de debate MedTrad y TREMÉDICA (Asociación Internacional de Traductores y Redactores de Medicina y Ciencias Afines)²⁷. Este artículo selecciona una serie de recursos «internéticos» para la traducción de onomatopeyas, tanto monolingües, como bilingües y multilingües.

De todos ellos, indicamos a continuación los que han servido de mayor ayuda para la elaboración de nuestro glosario, porque se centran en nuestras lenguas de estudio o porque su estructuración nos inspiró *a posteriori* para los apartados de nuestro repertorio. Cabe señalar que hemos actualizado muchos de los enlaces, ya que los que aparecían en el artículo estaban obsoletos:

- D. R. BELAIR: *Dictionnaire des onomatopées de bandes dessinées*²⁸ - Este glosario de onomatopeyas e interjecciones francesas del mundo de la *bande-dessinée* francobelga nos ha servido como una de las fuentes principales para la extracción de equivalentes en francés. Ha sido un recurso muy útil gracias a su variedad de onomatopeyas, pero poco preciso en su lexicalización y organización.
- K. TAYLOR: *Ka-boom. A Dictionary of Comicbook Words on Historical Principles*²⁹ y *Bzzurkk! The Thesaurus of Champions*³⁰ - En primer lugar, esta página web evidencia en qué obras aparecieron por primera vez las onomatopeyas y sus variantes más usuales en el mundo del comic-book y, en segundo lugar, en la sección tesoro, ofrece un amplísimo catálogo de onomatopeyas e interjecciones,

²⁷Disponible en: http://www.medtrad.org/panacea/IndiceGeneral/n20_reseñas_senzbueno.pdf

²⁸Disponible en: <http://didier.belair.online.fr/dic/Entertainment/Onomatopoeias/dc-onomatopoeias.htm>

²⁹Disponible en: <http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/300/ktaylor/kaboom/Kaboomhome.htm>

³⁰Disponible en: <http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/300/ktaylor/kaboom/bzzurkk.htm>

clasificadas según el tipo de sonido, actitud o voz que reflejan. Hay que aceptar la advertencia que emerge del gobierno canadiense para poder consultar la página.

- James Chapman. *What noises do animals make in other languages?*³¹. En esta página web, *BuzzFeed*, Robin Edds recopila las ilustraciones de James Chapman. Las onomatopeyas imitan a las voces de los animales en varios idiomas. Es un recurso muy visual y didáctico con una amplia gama de idiomas, aunque no todas las ilustraciones contienen el mismo número de ellos. Después de investigar, hemos descubierto que el ilustrador, James Chapman, ha hecho dibujos de más onomatopeyas aparte de las pertenecientes al mundo animal, y las ha divulgado tanto en su página *Tumblr*³² como en libros ilustrados.

Una vez consultados todos los recursos propuestos por Senz, ya teníamos una idea más clara de lo que queríamos conseguir. Sobre todo, a niveles de sistematización, clasificación y precisión. Seguidamente, nos dispusimos a buscar fuentes irrefutables y fidedignas para la obtención de onomatopeyas en español, ya que ninguna de las consultadas anteriormente nos convencía plenamente. Uno de los criterios cardinales de nuestro glosario fue la priorización del español frente al inglés y al francés. Por este motivo, en primer lugar, trataremos los recursos y fuentes de las onomatopeyas en español, seguidos de los recursos en inglés y, por último, en francés. Esta clasificación por idiomas se debe a que la mayoría de los recursos consultados fueron monolingües.

Respecto a nuestro corpus de onomatopeyas en español, en primer lugar, nos hemos basado en una lista publicada en la página web de la Fundación del español urgente (Fundéu BBVA) que reúne 95 onomatopeyas que fueron recopiladas por Martínez de Sousa. Dichas onomatopeyas también fueron publicadas en su *Manual de estilo de la lengua española* (2007). En la lista de Martínez de Sousa, aparecen las onomatopeyas junto con su significado, que sirve para organizarlas alfabéticamente. Como introducción a la lista, se definen las onomatopeyas: «son palabras que imitan o recrean el sonido de la cosa o la acción nombradas, son un recurso muy potente, capaz de condensar una idea o situación en muy poco espacio y un procedimiento más para formar palabras»³³.

En segundo lugar, otra fuente fiable para la extracción de onomatopeyas fue el *Diccionario de la Real Academia Española* (2014). Para consultar cada caso de onomatopeya, nos hemos servido de las opciones de búsqueda avanzada, como se muestra en la captura de pantalla. Gracias a ellas, podemos acotar la búsqueda en la

³¹Disponible en: https://www.buzzfeed.com/robinedds/what-noises-do-animals-make-in-other-languages-here-is-an-im?utm_term=.kx833M2OrD#.ip1AAQr3PD

³²Disponible en: <http://chapmangamo.tumblr.com/search/door>

³³Disponible en: <https://www.fundeu.es/escribireninternet/tatatachan-95-onomatopeyas/>
Este enlace nos dirige a la misma lista creada por Martínez de Sousa publicada por el instituto Castellet en Barcelona: <http://www.xtec.cat/~dsanz4/materiales/onomatopeyas.pdf>

página web de la Real Academia española y limitarnos a los resultados en cuyo contenido aparezca «onomat. u». La primera abreviatura aparece antes de la acepción del diccionario y se corresponde con onomatopeya y la *u* con *usado*³⁴.

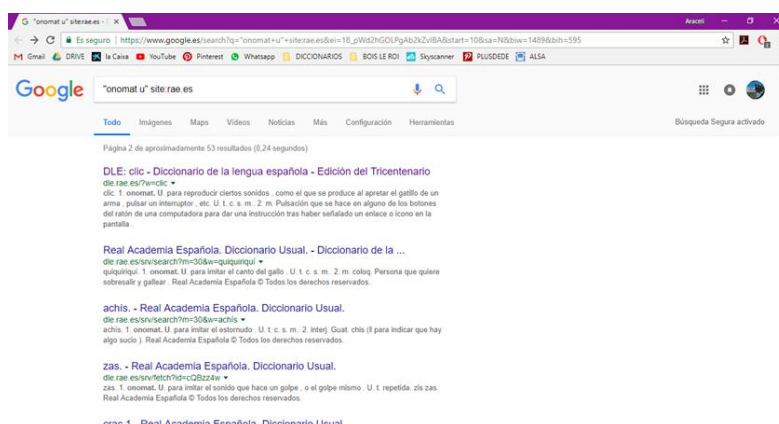


Figura 1. Búsquedas avanzadas en Google

Las onomatopeyas incluidas en la 22.^a edición del *DRAE* son: *achís*, *be*, *bum*, *bla-bla-bla*, *blablablá*, *catapún*, *catapum*, *clic*, *clo*, *cricrí*, *chichín*, *cloc*, *crac*, *clac*, *frufnú*, *fu*, *gluglú*, *guau*, *hin*, *marramao*, *miau*, *mu*, *pas*, *pío*, *quiquiriquí*, *rataplán*, *tictac*, *tras*, *zas* y *zis*. En total, 30 onomatopeyas y, por lo tanto, escasas en comparación a las 150 recogidas en nuestro glosario.

En tercer lugar, Cristina Márquez (2006)³⁵ escribió su trabajo fin de grado de Traducción e Interpretación para la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona sobre la onomatopeya y su traducción. En su trabajo, elabora una tabla que aúna varias clasificaciones de onomatopeyas, de diferentes expertos y desde distintos puntos de vista, en español, catalán, inglés y francés. Gracias a este recurso, consideramos valiosa la elaboración de nuestro glosario, ya que es una de sus propuestas para futuras líneas de investigación.

Por último, en español, cabe destacar la utilidad de la publicación de Mayoral Asensio (1992, p. 107-139) como recurso bilingüe para la traducción de onomatopeyas. Quizá sea uno de los recursos más antiguos y, sin embargo, uno de los más completos e influyentes para la revisión de nuestro glosario.

A continuación, enunciaremos los recursos que hemos utilizado para encontrar los equivalentes en inglés. La fuente principal para la obtención de equivalentes de las voces

³⁴Disponible en: https://www.google.es/search?q=%22onomat+u%22+site:rae.es&ei=18_pWd2hGOLPgAb2kZvIBA&start=10&sa=N&biw=1489&bih=595

³⁵Disponible en: https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/27831/Marquez_2016.pdf

de los animales en inglés fue la lista de onomatopeyas recabada por Derek Abbott bajo el título *Multilingual list of animal sounds*, que está respaldada por la Universidad de Adelaida en Australia³⁶.

Junto con la publicación de Mayoral, los recursos web de Taylor y las ilustraciones de Chapman ya descritas, los principales diccionarios de la lengua inglesa nos han resuelto el problema de la extracción de equivalentes. Los diccionarios que hemos utilizado, tanto en su versión monolingüe como bilingüe, fueron los diccionarios: *Cambridge Dictionary* (2013), *Collins English Dictionary* (2015) y *Oxford English Dictionary* (2010).

Finalmente, los recursos para la lengua francesa suelen tomar como referente el universo del cómic, dada la notable tradición de *la bande dessinée* en los países francoparlantes.

En 1999, Francopolis publicó una lista por orden alfabético del significado de las onomatopeyas y sus variantes más utilizadas en los cómics franceses³⁷. Ha sido un recurso muy beneficioso a la hora de la ratificación de las variantes en francés.

En 2008, similar al caso de Abbott en la lengua inglesa, Sophie Saffi publica *Chants et cris d'animaux: corpus d'onomatopées et de verbes français et italiens* donde, en forma de tabla comparativa con el italiano, recoge las voces de los animales junto con la denominación y el verbo correspondiente a cada grito. Ha sido un recurso indispensable para la extracción de equivalentes de las voces animales en francés.

En 2010, la compañía de Diccionarios Belair publicó su *Dictionnaire des onomatopées de bandes dessinées*, donde recogen alfabéticamente numerosas onomatopeyas seguidas de una simple explicación de su significado en francés. Este recurso no presenta una sistematización ejemplar, pero las onomatopeyas son fieles a la realidad francófona y son muy variadas respecto a su origen animal o artificial. No dudan en incorporar voces inglesas si es la tónica dominante en el caso en cuestión.

En 2015, una empresa de traducción denominada Termium Plus, respaldada por el gobierno canadiense y que también alberga una base de datos terminológica muy consultada por los traductores, publicó una serie de consejos, observaciones y ejemplos de onomatopeyas e interjecciones³⁸. Este recurso es bastante completo y ha servido de inspiración para la futura divulgación de nuestro glosario, debido a su estilismo y fácil comprensión.

³⁶ Disponible en: <http://www.eleceng.adelaide.edu.au/Personal/dabbott/animal.html>

³⁷ Disponible en: <http://www2.hu-berlin.de/francopolis/ono.htm>

³⁸ Disponible en: http://www.btb.termiumplus.gc.ca/clefsfp-srch?lang=fra&srchtxt=possible&cur=89&nbr=110&lettr=indx_catlog_p&page=9;Mj5mxP0MYs.html

Irrebatiblemente, el diccionario *Larousse* (2017) ha esclarecido y confirmado las últimas dudas sobre onomatopeyas e interjecciones en francés que el resto de los recursos no pudieron resolver. Recurrimos a sus versiones en línea, tanto monolingüe como bilingüe.

Desde el principio, supimos que nuestro objetivo era crear un glosario trilingüe, exhaustivo, ordenado y coherente según las necesidades traductológicas. Tras el estudio íntegro de todas nuestras fuentes y recursos, concluimos que el glosario resultante de nuestro trabajo debía mejorar o suplir algunos de los fallos que nosotros fuimos observando. Por ejemplo, en ninguna de las fuentes visitadas hemos encontrado una sistematización o recopilación definitiva de las onomatopeyas junto con sus significados, traducciones y fuentes. Por estas razones y según nuestros criterios, decidimos combinar y adaptar los apartados más oportunos a partir de las sistematizaciones que utilizaban otros autores. Todos los apartados fueron extraídos de los recursos que visitamos y, a pesar de que ocasionalmente la obtención de equivalentes no fuese significativa, conseguimos nuestra sistematización final explicitada en el apartado siguiente sobre los criterios de elaboración del glosario.

6.2. CRITERIOS DE ELABORACION DEL GLOSARIO

Para la elaboración del glosario, hemos decidido confiar en la aplicación Microsoft Excel, ya que sus hojas de cálculo nos permiten organizar el repertorio según los criterios que hemos considerado más oportunos y describimos a continuación.

Nuestro glosario cuenta con dos hojas de cálculo: la primera contiene el glosario completo y la segunda, las fuentes y recursos referenciados mediante abreviaturas, junto con el hipervínculo a la publicación en línea.

Nº	ONMATOPEYA	SIGNIFICADO	ORIGEN	MAPAS FONÉTICOS/ONMATOPEYICAS	FUENTE	OBSERVACIONES	SONIDO
1	ACHUI	Estornudo	ANIMAL	Astotok, achui	DRÆ		
2	ACHUI	Estornudo	ARTIFICIAL	Astotok, achui	DRÆ		
3	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
4	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
5	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
6	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
7	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
8	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
9	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
10	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
11	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
12	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
13	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
14	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
15	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
16	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
17	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
18	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
19	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		
20	ACHUI	Estornudo		Astotok, achui	DRÆ		

Figura 2. Captura de pantalla de la primera hoja de Excel

FUENTE	ABREVIATURA	ENLACE
1 Diccionario de la Real Academia Española	DRAE	http://dle.rae.es/
2 Lista de onomatopeyas de Martínez de Sousa (Manual de estilo de la lengua española)	MELE	http://www.stec.cat/~dsan44/materiales/onomatopeyas.pdf
3 Collins English Dictionary	COLLINS	https://www.collinsdictionary.com/
6 WordReference	W.REF	http://www.wordreference.com/
7 Larousse.fr - encyclopédie et dictionnaires gratuits en ligne	LAROUSSE	http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais
8 Joaquín Moreno	J.MORENO	https://jpmoreno.com/2013/06/08/onomatopeyas/
9 Cambridge Dictionary	CAMBRIDGE	https://dictionary.cambridge.org/
10 Lección Intersecciones versus Onomatopeyas - CEIP Manuel Silirot (La Palma del Condado)	CEIP M SILIROT	http://www.jurtalesdelucia.es/averroes/centros/10/21003232/hello/siliv/upload/31_conoce_la_lengua_intersecciones_versus_onomatopeyas.pdf
11 Sophie Saffi - Chants et cris d'animaux: corpus d'onomatopées et de verbes	S.SAFFI	http://web/
12 Derek Abbott: Multilingual list of animal sounds - University of Adelaide	D.ABBOTT	http://www.adelaide.edu.au/personal/dabbott/animal.html
13 James Chapman - Ilustraciones con contraste entre onomatopeyas	J.CHAPMAN	http://chompage.humbly.com/pages/notes
14 Cristina Marquez Prieto - La onomatopeya y su traducción	C.M. PRIETO	https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/27631/1/Markuez_2016.pdf
15 D.R. BELAIR - DICTIONNAIRE DES ONOMATOPEES DE BANDES DESSINEES	D.R. BELAIR	http://dider.belair.online.fr/dic/Entertainment/Onomatopoeses/0c-onomatopoeses.htm
16 Oxford Dictionary	DWORD D.	https://en.oxforddictionaries.com/
17 WIKILENGUA	WIKILENGUA	http://www.wikilegua.org/index.php/onomatopeya
18 FRANCOPOLES	FRANCOPOLES	http://www2.bj-belin.de/franco poles/ono.htm
19 KA-BOOM! A Dictionary of Comic Book Words, Symbols & Onomatopoeia	K.J. TAYLOR	https://books.google.fr/books?id=Q0mgG2agC4pr&ec=frontcover&hl=es&h=onepage&q&f=false
20 Escrito por Kevin J. Taylor: ANÁLISIS COMPARATIVO DEL USO Y TRADUCCIÓN DE FORMAS INARTICULADAS Y FORMAS ONOMATOPÉYICAS EN COMICS Y TEBEOS	C. VALERO	http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/9533/CC_26_art_21.pdf;sequence=1

Figura 3. Captura de pantalla de la segunda hoja de Excel

Como ya hemos explicado, la elaboración de un glosario surge al percatarnos de que no existen publicaciones recientes ni multilingües que recojan las pequeñas palabras de las lenguas europeas. Existen publicaciones, monolingües y bilingües, en base a las cuales nos hemos inspirado para la óptima organización y recopilación de las 150 onomatopeyas que mostramos; sin embargo, ninguna agrupa las onomatopeyas en las tres lenguas junto con su fuente y su sonido original.

A raíz de esto, decidimos que las tres lenguas del glosario fuesen el español, el inglés y el francés. El español es mi lengua materna y, dado que el trabajo fin de grado está escrito al completo en español, también nos serviría de guía principal para la jerarquización del glosario. El inglés ha sido mi lengua B durante los cuatro cursos del grado en Traducción e Interpretación y, en la actualidad, lidera las comunicaciones internacionales como lengua universal, sin olvidar su importante vinculación con la creación y exportación de onomatopeyas e interjecciones. Por último, el francés ha sido mi lengua C durante el grado y, debido a circunstancias laborales, el idioma en el que he estado inmersa durante la creación del glosario y por tanto, contaba con la ayuda de francoparlantes nativos. A grandes rasgos, nuestra finalidad con este glosario es aunar en una misma publicación, de futura divulgación en línea, esas pequeñas palabras del español junto con sus equivalentes en inglés y en francés.

Acabamos de describir las publicaciones de que nos hemos servido para la inspiración previa a la confección del glosario (apartado 6.1. anterior *Fuentes de alimentación del glosario*) y las publicaciones de las que hemos desprendido los equivalentes se recogen en la segunda página del documento Excel y en el apartado del glosario destinado a la fuente de cada onomatopeya, la novena columna de la hoja de cálculo, «L» mayúscula.

Como se ha anticipado anteriormente, entre nuestros objetivos consta la divulgación en línea del glosario. Con todo, no queremos sepultar el resto de publicaciones sobre las onomatopeyas ni restarles validez, ya que cada autor se habrá basado en unos criterios diferentes pero no por ello menos válidos que los nuestros. Al contrario, nuestro objetivo es que, gracias a su divulgación en línea, los usuarios puedan alimentar este glosario, que en ningún momento ha pretendido ser definitivo ni finito. Asimismo, nos gustaría actualizarlo con las aportaciones de los usuarios y mejorarlo tanto como fuera posible a nivel práctico, pues nuestro propósito originario y principal yace en orientar sobre los problemas de traducción que pueden plantear las onomatopeyas en las diferentes lenguas estudiadas.

Bajo nuestro punto de vista, no es muy interesante catalogar las onomatopeyas bajo la percepción de un individuo específico, ya que deben su existencia a la creatividad de una persona pero su generalización a la utilización y uso de la mayoría. Por esta razón, preferimos no basarnos en ninguna de las clasificaciones sistemáticas ya publicada, como las de Champan³⁹ o Mayoral⁴⁰. Por otro lado, muchas de estas clasificaciones ya han sido atesoradas eficazmente por Márquez Prieto (2016) en su trabajo fin de grado denominado *La onomatopeya y su traducción*, publicado por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona en 2016.

Para rematar este apartado, nos disponemos a citar los principios básicos de elaboración, y los fundamentos de las columnas y filas que conforman nuestro glosario.

Los principios básicos a los que nos gustaría hacer referencia son la priorización del español y de las onomatopeyas. Deliberadamente, hemos escrito el glosario en español y del mismo modo, hemos priorizado la onomatopeya frente a su significado, su emisor, sus fuentes o su sonido original. A efectos prácticos, esto ha conllevado que la primera columna de interés que aparece en el glosario sea el término onomatopéyico en cada lengua.

Respecto a la ortotipografía del glosario, nos hemos guiado por aquello que dictan las tres obras normativas tradicionales de la Real Academia Española⁴¹. Según la *Nueva*

³⁹Chapman (1984 citado por Mayoral, 1992, p.108) clasifica las onomatopeyas en: vocalizaciones no-verbales humanas, sonidos naturales no-humanos (producidos por animales o fenómenos naturales) y sonidos artificiales (producidos por instrumentos mecánicos, música o interferencias del ser humano con objetos).

⁴⁰Mayoral Asensio (1992) clasifica las onomatopeyas basándose en el inglés, con especial hincapié en la diferencia entre verbalización, articulación e imitación onomatopéyica. Reconoce cinco divisiones: formas inarticuladas no onomatopéyicas, formas inarticuladas onomatopéyicas, formas articuladas no onomatopéyicas y onomatopeyas articuladas.

⁴¹Las tres obras normativas tradicionales de la Real Academia Española (RAE) son: el *Diccionario de la lengua española* o *Diccionario de la Real Academia Española* (DRAE), la *Nueva gramática de la lengua española* (NGLE) y la *Ortografía de la lengua española* (OLE).

gramática de la lengua española, las onomatopeyas «no necesitan ningún destacado como cursivas o, a menos que se pueda considerar cita, comillas. Suelen ir con signos de exclamación, aunque no siempre, y cuando se quiere expresar un sonido especialmente ruidoso es normal la escritura con mayúsculas, sobre todo en cómics» (2009, p.2487-2490). La *Ortografía de la lengua española* afirma que «las onomatopeyas formadas por repetición de uno o varios elementos se escriben normalmente con comas, pero pueden unirse con guion si se trata de una sucesión unitaria y continua». Cuando la unión se efectúa mediante guiones, cada elemento es independiente a efectos de acentuación (*blablablá*, *bla-bla-bla* [cada elemento es un monosílabo]). Se pueden usar los puntos suspensivos para un largo espacio de tiempo entre sonidos (*ploc... ploc... ploc...*) (2010, p.544).

Finalmente, la estructuración de nuestro glosario por filas y columnas se distribuye de la siguiente manera. El glosario como documento Excel cuenta con once columnas y 506 filas. A pesar de que en el documento Excel se utilicen 506 filas, estas han sido agrupadas y combinadas según las necesidades de cada conjunto y en total el glosario contiene 150 onomatopeyas.

Cada lengua ocupa una fila, es decir, cada conjunto de equivalentes cuenta con tres filas y once columnas⁴². En cada conjunto de equivalentes, las filas y columnas se repiten. En las filas, la secuencia es triple porque se corresponde con las tres lenguas de estudio: en primer lugar aparece el español, seguido del inglés y, por último, el francés. Las columnas en Excel reciben una letra en orden alfabético y cada una de las once columnas recibe una función que aparece referenciada en la primera y segunda fila del documento, ya que algunas están subdivididas a su vez⁴³. A partir de la tercera fila, comienzan los conjuntos de equivalentes.

Las once columnas reúnen los apartados que hemos considerado más oportunos para la elaboración del glosario. Estos apartados y subapartados son *numeración*, *lengua*, *onomatopeya*, *significado* (sustantivo y verbo), *origen* (animal y artificial), *variaciones onomatopéyicas*, *fuentes*, *observaciones* y *sonido*.

- La primera columna (A) sirve para numerar los conjuntos de equivalentes. Su denominación es «Nº».
- La segunda columna (B) la aprovechamos para distinguir las lenguas en cada fila. Su denominación es «LENG» y está orientada en ángulo descendente dentro de la

⁴²Existen excepciones, ya que si la onomatopeya puede transmitir significados muy diferentes, hemos creído conveniente incluir una fila más para diferenciar el equivalente según su significado. Por ejemplo, las onomatopeyas número 7 (*jajá!*), 9 (*jay!*) o 52 (*¿eh?*, *¡eh!*).

⁴³Las dos primeras filas se mantienen como un panel inmóvil dentro del documento Excel para poder consultarlo sin perder de vista a qué corresponde cada columna.

celda por cuestiones de espacio. En cada conjunto, aparecen las abreviaturas ESP, ING y FR⁴⁴, en este orden.

- La tercera columna (C) contiene los términos onomatopéyicos, independientemente de sus lenguas y, por esto, su denominación es «ONOMATOPEYA».
- La cuarta y quinta columna (D y E) recogen el «SIGNIFICADO» de la onomatopeya. En la segunda fila se subdividen de forma que la columna D muestra el significado de la onomatopeya como «SUSTANTIVO» y la E como «VERBO».
- La sexta y séptima columna (F y G) sirven para especificar el origen de las onomatopeyas. La primera subdivisión en la columna F es «ANIMAL» y se refiere a las onomatopeyas producidas tanto por animales como por humanos. La segunda subdivisión, la columna G, especifica el origen o procedencia «ARTIFICIAL» de la onomatopeya. Hemos decidido sombrear en verde la celda según su procedencia e incluir una palomita o tic en el centro. Además, si conocemos el instrumento o animal que produce el sonido lo especificamos.
- La octava columna (H) contiene las variaciones onomatopéyicas y las alternativas si existen. Se denomina «VARIACIONES ONOMATOPÉYICAS».
- La novena columna (I), «FUENTE», sirve para referenciar la fuente o recurso mediante abreviaturas. La segunda hoja de cálculo contiene las fuentes, la abreviatura que se ha utilizado para nombrarlas y el enlace a la publicación. La hemos llamado «LEYENDA DE FUENTES».
- La décima columna (J) engloba un espacio extra de observaciones, por si se quiere incluir un ejemplo de uso o algún comentario al respecto de la onomatopeya o su estrategia de traducción. Se denomina «OBSERVACIONES».
- La undécima columna (K) incluye los sonidos originales que se pretende imitar o alfabetizar con la onomatopeya, en formato .mp3 y el rótulo de la celda es «SONIDO».

Respecto al hecho de que incorporemos una muestra del sonido imitado, nos gustaría aclarar que se trata simplemente de un ejemplo aislado y concreto que tiene el fin de clarificar el origen de la onomatopeya, es decir, el sonido que se pretende imitar al lexicalizar o alfabetizar la onomatopeya en las distintas lenguas.

A continuación, se desvelan las conclusiones que hemos extraído mediante y durante la elaboración de nuestro trabajo fin de grado. Nuestra perspectiva se ha afianzado con el tiempo y podemos asegurar que las onomatopeyas ya no son un campo ignoto al final de este recorrido.

⁴⁴Utilizamos abreviaturas para español (ESP), inglés (ING) y francés (FR).

7. CONCLUSIONES

Durante la investigación de este trabajo fin de grado, nos hemos percatado de que las onomatopeyas no son un campo de estudio muy frecuentado por los expertos de las lenguas, y algunos de los que las han abordado han declarado haberse rendido ante las innumerables complicaciones que surgen frente a ellas.

En primer lugar, su representación gráfica no corresponde con los convencionalismos tradicionales ya que, en muchas ocasiones, van acompañadas de llamativos e inusuales recursos de puntuación, tipográficos y gráficos. En segundo lugar, los intentos de clasificación de interjecciones y onomatopeyas divulgados hasta la fecha, no han resultado del agrado de todos. En tercer lugar, algunos autores ni siquiera coinciden en la categorización de estas formas, ya que la frontera entre ellas sufre solapamientos y lleva a confusión. Por último, su naturaleza holofrástica y características léxico-pragmáticas dificultan su traducción a niveles insospechados.

Hemos rastreado el origen de las onomatopeyas hasta la necesidad ancestral del hombre por reproducir sonidos de la naturaleza y plasmarlos por escrito mediante el lenguaje. Por otro lado, siguiendo con los objetivos del trabajo, creemos haber demostrado que existe cierta conexión entre los sonidos y las impresiones que pueden causar en quien los percibe. Evidentes representantes de este fenómeno son las expresiones que derivan de las onomatopeyas⁴⁵. No obstante, a pesar de las asociaciones establecidas por el simbolismo sonoro, las onomatopeyas son también signos arbitrarios, pues pueden representar los sonidos de forma variable en distintos idiomas, lo que redundaría en la dificultad de su traducción.

En la actualidad, siguen sin estar claros los límites entre interjecciones y onomatopeyas. Sin embargo, parece aceptarse que las onomatopeyas son palabras que representan sonidos o ruidos y no constituyen una categoría gramatical propia, a diferencia de las interjecciones que son una categoría gramatical de palabras y verbalizan impresiones, sentimientos o actos de habla apelativos.

Interjecciones y onomatopeyas comparten tendencias fónicas como secuencias de fonemas inusuales para el sistema fonológico del español y la repetición de fonemas para expresar continuidad, reforzar la percepción de dichos fonemas y marcar pautas prosódicas. Con todo, el alargamiento de consonantes es más frecuente en las onomatopeyas que en las interjecciones. La repetición mediante alternancia vocálica en las onomatopeyas pretende señalar una oposición, y es frecuente en inglés y español con

⁴⁵El adjetivo *gruñón* (*grr*: gruñir), los sustantivos *un plisplás* (*plas*: aplausos), el *runrún* (*rrr-rrr*: ronronear), un *tacatá* (*tacatá/tocotó*: galope de un caballo), la expresión adverbial *al tuntún* y el verbo *susurrar* (*sssh*: silencio).

alternancias iguales o diferentes, mientras que la repetición mediante alternancia consonántica es mucho más habitual en inglés que en español.

Junto con la invariabilidad morfológica, onomatopeyas e interjecciones poseen una marcada tendencia al monosilabismo, aunque también existen onomatopeyas polisilábicas. Las onomatopeyas se forman mediante mecanismos de formación de palabras particulares como la derivación y la composición que refuerzan el significado de la onomatopeya.

En relación con el nivel semántico-pragmático, los contenidos lingüísticos que codifican ambos fenómenos son distintos y merecerían un tratamiento de análisis individual, aunque puede haber solapamientos entre ellos, como cuando las onomatopeyas designan sonidos humanos. Al igual que las interjecciones, las onomatopeyas pueden estar establecidas en el lenguaje cotidiano y/o ser fruto de la capacidad creativa de un escritor, por lo que es complejo limitar su significado a una única acepción. Así, se ratifica también nuestra impresión de que estas «pequeñas palabras» significan mucho más de lo que parece. Para encontrar ese significado oculto, habrá que prestar atención a las características extralingüísticas que influyan en él. Como las interjecciones, las onomatopeyas tienen carácter convencional e idiomático, son reproducciones aproximadas de un sonido exterior en un idioma concreto y, por lo tanto, será necesaria la adaptación del sonido a las convenciones de la lengua meta.

Los principales problemas de traducción de las onomatopeyas derivan de los distintos significados que pueden tener según el contexto y la intención del emisor, las posibles pérdidas fonéticas en lengua meta, las distintas ortografías aceptadas, el alargamiento de los significantes mediante la repetición variable de vocales y consonantes, y la aparente ruptura de las normas gramaticales que parece acarrear el uso de estas pequeñas palabras.

Al traductor puede resultarle difícil encontrar la fórmula exacta en otro idioma, ya que más que palabras, tiene que traducir conceptos de naturaleza pragmática que son específicos de cada lengua y están determinados culturalmente. Por otro lado, cada lengua usa recursos diferentes para expresarlas, de hecho, el español no es tan creativo ni capaz de producir tantas onomatopeyas procedentes de verbos como el inglés. A veces, resulta complicado encontrar un equivalente en español porque no existe o no es muy habitual y el traductor debe formular la onomatopeya adecuadamente en español para que se entienda.

Nuestra postura final referente a la segunda hipótesis que planteamos en la introducción del trabajo ni es rotunda ni es inobjetable. Si bien es cierto que hemos observado cierta evolución hacia la adaptación en la traducción de onomatopeyas, con respecto a las tendencias de los años 80 y 90 donde el préstamo era la opción preferida

por los traductores; en la actualidad, la realidad es que son ellos, los creadores nacionales quienes con sus obras pueden arraigar las onomatopeyas propias del idioma y los equivalentes en trámites de consolidación, o bien decantarse por las universalizadas voces inglesas. Cada traductor elegirá su método, criterios y normas, e imprimirá su estilo personal en cada uno de sus trabajos.

Consideramos que el uso de la omisión acarrea la pérdida de la intención fonética del original. Creemos que podría responder a cierta falta de equivalentes en lengua meta, pues objetivamente el inglés tiene mayor predisposición para la creación de expresiones onomatopéyicas que el español y el francés.

Las nuevas corrientes de traductores priman la naturalidad del texto meta y su consiguiente aceptabilidad antes que la adecuación, por estos motivos, estrategias como la compensación y la equivalencia son más utilizadas hoy en día.

La tendencia predominante en la traducción de las onomatopeyas del inglés al español parece que sigue siendo el *préstamo*; no supone un problema lingüístico, pues el contexto parece suficiente para que el receptor comprenda el significado de la onomatopeya. Esta tendencia se ve favorecida también por el tratamiento gráfico de gran vistosidad, tamaño y relieve que reciben algunas onomatopeyas para aumentar su expresividad, que muchas veces hace imposible eliminarlas en las traducciones. Así, algunas onomatopeyas inglesas están más arraigadas en español que los propios equivalentes españoles.

Respecto al análisis de los ejemplos de anuncios publicitarios donde las onomatopeyas son las protagonistas, podemos concluir que no ha resultado tan interesante estudiar las onomatopeyas según los productos promocionados, ya que diferentes productos pueden usar las mismas onomatopeyas. Por el contrario, parece más provechoso estudiar las onomatopeyas por la función que cumplen los significados que transmiten, que subyacen en el propio significado de los anuncios y, finalmente, es el significado que habría que conservar en la traducción. Si algo han tenido en común la mayor parte de los anuncios analizados es el papel fundamental de la onomatopeya como figura trasmisora de la red de connotaciones positivas del producto anunciado en una especie de mecanismo metonímico.

Como conclusión a nuestra hipótesis de partida según la cual la comunicación contemporánea es cada vez más onomatopéyica, estamos de acuerdo con Jespersen (1929) en que el simbolismo sonoro es la forma más efectiva de comunicación. Por esto, cabría esperar que los seres humanos lo utilizaran como cualquier otra estrategia de comunicación durante los actos de habla orales o por escritos. El ser humano con estos comportamientos demuestra su tendencia a la imitación, como en las etapas más

tempranas de crecimiento. Por este motivo, futuras líneas de investigación podrían generar nuevas herramientas diagnósticas y terapéuticas que faciliten la adquisición del lenguaje a personas con dificultades en este ámbito y también podrían concebirse estrategias para mejorar el aprendizaje de segundas lenguas, lo que incumbe a traductores e intérpretes.

Por último, consideramos haber logrado el objetivo y propósito final de nuestro trabajo gracias a la realización del glosario trilingüe de onomatopeyas. Esperamos que sea una herramienta útil para los traductores que se enfrenten a la traducción de onomatopeyas y que puedan tomarlo como referencia o trampolín para hallar buenas soluciones traslativas. En un futuro a corto plazo, pretendemos publicarlo en una página web creada exclusivamente con ese fin y, de este modo, permitir a los usuarios alimentarlo y actualizarlo.

8. BIBLIOGRAFÍA

ABBOTT, D. (2004). *Multilingual list of Animal sounds*. School of Electrical & Electronic Engineering. Universidad de Adelaida (Australia). Disponible en <http://www.eleceng.adelaide.edu.au/Personal/dabbott/animal.html>

ALCINA FRANCH, J. y BLECUA, J. M. ([1975] 1982). *Gramática española*. Barcelona: Ariel.

ALMELA PÉREZ, R. (1990). *Apuntes gramaticales sobre la interjección*. Departamento de Lingüística Española. Murcia: Universidad de Murcia.

ALONSO-CORTÉS MANTECA, A. (1999). Las construcciones exclamativas. La interjección y las expresiones vocativas. En I. Bosque & V. Demonte (eds.) *Gramática descriptiva de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe, vol. 3, 3993-4050.

ANTOLÍN RATO, M. (2015). Onomatopeyas insonorizadas. *El Trujamán. Instituto Virtual Cervantes*. Disponible en https://cvc.cervantes.es/trujaman/anteriores/mayo_15/26052015.htm

AMEKA, F. K. (1992). The meaning of phatic and conative interjections. *Journal of Pragmatics*, 18, 245-71.

AMEKA, F. K. (2001). Ideophones and the nature of the adjective word class in Ewe. En F. K. E. Voeltz & C. Kilian-Hatz (eds.) *Ideophones*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, 25-48.

AMEKA, F. K. (2006). Interjections. En K. Brown (ed.): *Encyclopedia of Language and Linguistics*. Amsterdam: Elsevier, 743-746.

BATEY, M. (2013). *Significado de la marca, El: Cómo y por qué ponemos sentido a productos y servicios*. Ediciones Granica.

BELAIR, D. R. (2010). *Dictionnaire des onomatopées de bandes dessinées*. Disponible en <http://didier.belair.online.fr/dic/Entertainment/Onomatopoeias/dc-onomatopoeias.htm>

BLAVATSKY, H. P. (2004). *La doctrina secreta/The Secret Doctrine*. Editorial Kier.

BREMNER, A. J., CAPAROS, S., DAVIDOFF, J., DE FOCKERT, J., LINELL, K. J. y SPENCE, C. (2013). "Bouba" and "Kiki" in Namibia? A remote culture makes similar shape-sound matches, but different shape-taste matches to Westerns. *Cognition*, 126, 165-172.

BUTRAGUEÑO, P. y TABOADA REYES, V. (2008). Bibliografía comentada sobre el simbolismo sonoro. El Colegio de México. *Recursos y métodos lingüísticos*. Disponible en <http://lef.colmex.mx/Sociolingüística/Cursos/Bib%20comentadas/Simbolismo%20sonoro.pdf>

BUENO PÉREZ, M. L. (1994). La onomatopeya y su proceso de lexicalización: notas para un estudio. *Anuario de estudios filológicos*. Cáceres: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura, 17, 15-26.

CAMBRIDGE. *Cambridge Dictionaries*. Disponible en <https://dictionary.cambridge.org/es/>

CASAS-TOST, H. (2008). Estudio comparativo de las onomatopeyas chinas y españolas. *Nuevas perspectivas de investigación sobre Asia Pacífico*. CEIAP. Granada: Universidad de Granada, 339-53.

CASAS-TOST, H. (2015). La traducción de las onomatopeyas del chino al español: una aproximación cuantitativa y cualitativa. Grupo de investigación Inter-Asia. Universitat Autònoma de Barcelona. *Cruce de miradas, relaciones e intercambios*, 867-882.

CASTILLO CAÑELLAS, D. (1996). El discurso de los tebeos y su traducción. Disponible en <http://tebeosfera.com/1/Documento/Articulo/Academico/01/tebeostraduccion.pdf>

CHAPMAN, R. (1984). *The Treatment of Sounds in Language and Literature*. Londres: Blackwell/Deutsch.

CLAVE - Clave. Diccionario de uso del español actual, (1997), Madrid: Ediciones S.M.

COLLINS SPANISH DICTIONARY, (1999), Collins.

CUENCA, M. J. (2002). Translating interjections for dubbing, en *Studies in Contrastive Linguistics*. Proceeding of the 2nd International Contrastive Linguistics Conference, Santiago de Compostela: Servicio de Publicacións e Intercambio Científico, Universidad de Santiago de Compostela, 299-310.

CUENCA, M. J. (2006). Interjections and pragmatic errors in dubbing, en *Meta*, 51, 20-35.

CUERVO, I. (2011). «Oh, no: m'atopella». *Rinconete*. Instituto Virtual Cervantes. Disponibles en https://cvc.cervantes.es/el_rinconete/anteriores/enero_11/05012011_02.htm

DE BURON-BRUN, B. (2006). La onomatopeya, ¿mucho ruido para pocas nueces o un rompecabezas para el traductor? *La cultura del otro: español en Francia, francés en España*. Universidad de Sevilla, 768-784.

DE LA CRUZ CABANILLAS, I. y TEJEDOR MARTÍNEZ, C. (2009). La influencia de las formas inarticuladas, interjecciones y onomatopeyas inglesas en los tebeos españoles [versión electrónica]. *Revista Española de Lingüística y lenguas Aplicadas*, 4, 47-58.

DE LA FUENTE, J. M., IBORRA, O., DE CÓRDOBA, M. J. y GÓMEZ, E. (2016). *Una introducción a la psicología del lenguaje para logopedas*, 86-94.

DE SAUSSURE, F. (1945). *Curso de Lingüística General*. Buenos Aires: Editorial Losada.

DÍAZ ROJO, J. A. (2002). El fonosimbolismo: propiedad natural o convención cultural? *Tonos Revista electrónica de estudios filológicos*, 3. Disponible en <http://www.um.es/tonosdigital/znum3/estudios/fonosimbDiazRojo.htm>

ENCKELL, P. y REZEAU, P. (2005). *Dictionnaire des onomatopées*. PUF: Presses universitaires de France.

FRAILE, E. (2018). Formación en Moodle: *Traducción publicitaria* (Apuntes académicos). UVA Moodle.

FRANCO BADA, L. M. y ZURITA BAYATA, Y. (1992). Investigación sobre onomatopeyas de la lengua inglesa (glosario). ISIT: Estudio superior de intérpretes y traductores. *Estudios de Lingüística Aplicada*, 15.

FRANCOPOLIS (1999). Lexique des onomatopées les plus usitées dans la bande dessinée française. Disponible en <http://www2.hu-berlin.de/francopolis/ono.htm>

FUNDACIÓN DEL ESPAÑOL URGENTE (2011). ¡Tachán: 95 onomatopeyas! Disponible en <http://www.fundeu.es/escribireninternet/tatatachan-95-onomatopeyas/>

GARCÍA DE DIEGO, V. (1968). *Diccionario de voces naturales*. Madrid: Aguilar

GASCA BURGÉS, L. M. F. y GUBERN GARRIGA-NOGUÉS, R. (2008): *Diccionario de onomatopeyas del cómic*. Madrid: Ediciones Cátedra.

GASCA, L. & GUBERN, R. (2008). *Diccionario de onomatopeyas del cómic*. Madrid: Cátedra.

GUBERN, R. (1974). *El lenguaje de los Cómic*s. Barcelona: Ediciones Península. Disponible en http://grupsderecerca.uab.cat/txicc/sites/grupsderecerca.uab.cat/txicc/files/HCT_FEIAP_e_studiocomparativo_0.pdf

IBARRETXE ANTUÑANO, I. (2009). *Onomatopeyas del euskara: análisis y ejemplos*. Disponible en <http://www.unizar.es/linguisticageneral/articulos/Ibarretxe-Basqueonomatopoeia-09.pdf>

INOSE, H. (2009). La traducción de onomatopeyas y mimesis japonesas. Universidad de Granada. *Sendebarr*, 20, 31-47.

JESPERSEN, O. (1928). *Language: Its Nature, Development and Origin*. Londres: Allen & Unwin, 396-441.

KÖHLER, W. (1929). *Gestalt Psychology*. New York: Liveright.

KWON, N. (2015). *The natural motivation of Sound Symbolism*. (Tesis doctoral). University of Queensland. 39-71.

LAROUSSE - Diccionarios versión electrónica, Paris: Larousse. Disponibles en <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>

LÓPEZ BOBO, M. J. (2002). *La interjección. Aspectos gramaticales*. Madrid: Arco/Libros.

MAGAZZINO, R. (2008). *La traducción de las interjecciones en el habla juvenil audiovisual en contrastividad entre español e italiano*. Alma Mater Studiorum. (Tesis doctoral). Universidad de Boloña.

MARQUEZ PRIETO, C. (2016). *La onomatopeya y su traducción*. (Trabajo de fin de grado) Universitat Pompeu Fabra: Barcelona.

MARTINEZ, E.M. (2010) ¡Las onomatopeyas también se traducen! *El arte de traducir*. Disponible en <https://elartedetraducir.wordpress.com/2010/07/29/%C2%A1las-onomatopeyas-tambien-se-traducen/>

MARTÍNEZ DE SOUSA, J. (2007). *Manual de estilo de la lengua española*. Gijón: Trea, 441-444.

MAURER, D., PATHMAN, T., y MONDLOCH, C. (2006). The shape of boubas: Sound–shape correspondences in toddlers and adults. *Developmental Science*, 9, 316-322.

MAYORAL ASENSIO, R. (1984). Los cómics: de la reproducción gráfica del sonido a los verbos dibujados en inglés. Más sobre problemas de traducción, *Babel: revista de los estudiantes de la EUTI*, 2, 120-130.

MAYORAL ASENSIO, R. (1984). Notas sobre la traducción de cómics. *Babel: revista de los estudiantes de la EUTI*, 1, 92-101. Disponible en http://www.ugr.es/~rasensio/docs/Notas_Comics.pdf

MAYORAL ASENSIO, R. (1992). Formas inarticuladas y formas onomatopéyicas en inglés y español. Problemas de traducción. *Sendebarr*, 3, 107-139. Disponible en <http://www.ugr.es/~rasensio/docs/Onomatopeyas .pdf>

MAYORAL ASENSIO, R., KELLY, D. y GALLARDO, N. (1988). Concept of Constrained Translation. Non-linguistic Perspectives of Translation. *Meta: Translators' Journal*, 33, 354-367. Disponible en http://www.ugr.es/~rasensio/docs/Constrained_Translation.pdf

MOLINA, L. (2006). *El otoño del pingüino. Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas*. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.

MOLINER, M. (1979). *Diccionario de uso del español*. Madrid, Gredos.

MUÑOZ, J. (2005). *El Origen del Lenguaje a través de la Tradición y los Símbolos*. Portal de filosofía. Nueva Acrópolis España. Disponible en <http://www.nueva-acropolis.es/cultura/319-simbolismo/14412-el-origen-del-lenguaje-a-traves-de-la-tradicion-y-los-simbolos>

MUÑOZ-CALVO, M. (2013). ¡AY!, ¡HUY!, ¡PAFI!, ¡BOUM!, ¡ZASI!: Interjecciones, sonidos inarticulados y onomatopeyas en Astérix en Hispania y sus traducciones en las lenguas de la península ibérica. *Transfer: revista electrónica sobre traducción e interculturalidad*, 8:1-2, 117-152. Disponible en <http://www.raco.cat/index.php/Transfer/article/viewFile/269632/357168>

NGLE = RAE & AALE (2009)

OBERMAN, L. M. y RAMACHANDRAN, V. S. (2008). Preliminary evidence for deficits in multisensory integration in autism spectrum disorders: The mirror neuron hypothesis. *Social Neuroscience*, 3, 348-355.

OXFORD UNIVERSITY PRESS. *Oxford Dictionaries*. Disponibles en <https://es.oxforddictionaries.com/>

OZTURK, O., KREHM, M. y VOULOUMANOS, A. (2012). Sound symbolism in infancy: Evidence for sound-shape cross-modal correspondences in 4-month-olds. *Journal of Experimental Child Psychology*, 114, 173-186.

PABÓN VILLAMIZAR, G. (2008). Onomatopeyas comparadas español-inglés. *Rinconete. Instituto Virtual Cervantes*. Disponible en https://cvc.cervantes.es/el_rinconete/anteriores/abril_08/09042008_01.htm

PASCUA, I. y DELFOUR, C. (2005). *Traducción subordinada. Estudio de las onomatopeyas en Astérix*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria: Biblioteca Universitaria.

PÉREZ ÁLVARO, L. (2017). *La traducción de la onomatopeya en el manga. One Piece: tipología y técnicas*. Universitat Jaume I (Trabajo de final de grado).

PERNISS, P., THOMPSON, R. L. y VIGLIOCCO, G. (2010). Iconicity as a general property of language: Evidence from spoken and signed languages. *Frontiers in Psychology*, 1, 227.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2009). *Nueva gramática de la lengua española*. Madrid: Asociación de Academias de la Lengua Española

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2009). *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Asociación de Academias de la Lengua Española

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2014). *Diccionario de la lengua española*. (23.ª ed.). Disponible en <http://dle.rae.es>

RODRÍGUEZ GUZMÁN, J. (2011). Morfología de la onomatopeya. ¿Subclase de palabra subordinada a la interjección? *Moenia: revista lucense de lingüística y literatura*, 17, 125-178. Disponible en <https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/7330/5/Rodr%C3%ADguez%20Guzm%C3%A1n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ROUSSEAU, J. J. (1923). *Discurso sobre el origen de la desigualdad entre los hombres*, traducción de A. Pumarega. Madrid, España: Calpe.

RUBIO GARCÍA, L. (1986). Onomatopeyas en sentido de hablar. *Estudios románicos*, 3, 152-161.

SAFFI, S. (2008). Chants et cris d'animaux: corpus d'onomatopées et de verbes français et italiens. *Italies. Littérature-Civilisation-Société*, 12, 173-190.

SENZ BUENO, S. (2005). Tosa, por favor. Breve guía de recursos internéticos para la traducción de onomatopeyas, *Panacea*, 6:20, 195-197. Disponible en http://www.medtrad.org/panacea/IndiceGeneral/n20_resenas_senzbueno.pdf

SIERRA SORIANO, A. (1999). L'interjection dans la BD: réflexions sur sa traduction. *Meta: Journal des traducteurs/Meta: Translators' Journal*, 44:4, 582-603.

SIMPSON J. A. y WEINER E. S. C. (eds.) (1989). *The Oxford English Dictionary*. Disponible en <https://en.oxforddictionaries.com/>

SWIATKOWSKA, M. (2000). *Entre dire et faire. De l'interjection*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellonskiego.

TAYLOR, K. J. (ed.). (2006). *Ka-BOOM!: A Dictionary of Comic Book Words, Symbols & Onomatopoeia*. Lulu.

TERMIUM PLUS. (2015). Onomatopées et interjections. *BtB : Bureau de la traduction. TERMIUM Plus : Clefs du français pratique (89/111)*. Gobierno de Canadá. Disponible en <https://bit.ly/2sPslhK>

THOMPSON, P. D. y ESTES, Z. (2011). Sound symbolic naming of novel objects is a graded function. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 64, 2392-2404.

TSUBATA, A. (2013). *Análisis del procedimiento de traducción de onomatopeyas y mimesis del japonés al español y al inglés*. (Máster universitario en Traducción e Interculturalidad). Universidad de Sevilla.

ULLMAN, S. (1972). *Semántica. Introducción a la ciencia del significado*. Madrid, Aguilar.

VALERO GARCÉS, C. (1996). *Análisis comparativo del uso y traducción de formas inarticuladas y formas onomatopéyicas en cómics y tebeos. Some sundry wits gathered together*, 227-236. Disponible en http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/9513/CC_26_art_21.pdf?sequence=1

VALERO GARCÉS, C. (2000). La traducción del cómic: restos, estrategias y resultados, *Trans: Revista de traductología*, 4, 75-88. Disponible en http://www.trans.uma.es/pdf/Trans_4/t4_75-88_CGarces.pdf

VENUTI, L. (1995). *The Invisibility of the Translator. A History of Translation*. New York: Routledge.

VILLÉN RAYA, J. A., PÉREZ DÍAZ, F. J. y MARTÍN JIMÉNEZ, A. C. (2015). ¿Es realmente arbitraria la relación entre las palabras y sus significados? *Ciencia Cognitiva*, 9:2, 26-29.

YORKSTON, E. y MENON, G. (2004). A sound idea: Phonetic effects of brand names on consumer judgments. *Journal of Consumer Research*, 31:1, 43-51.