

TÍTULOS Y FRAGMENTOS DE CANCIONES: EN RECURSO LÚDICO EN LA PRENSA ACTUAL

SILVIA HURTADO GONZÁLEZ
Universidad de Valladolid

Title: Song Titles And Fragments: A Playful Tool In Current Press

Abstract: A very recurrent titling procedure in current press consists in the use of linguistic models found in the common cultural heritage (cinema, literature, songs, advertising, mass media, history or religion). On this occasion, we have focused on headings composed of song titles and fragments with or without variations, although we must point out that this approach is not limited to titling, since it can also be seen very often within the press text, thus reinforcing the cohesion of the whole press statement. It is a playful tool (even a humorous one) with a very special communicative efficacy, especially when the words from the original song have been changed or updated. The goal of this investigation consists in reflecting the vitality and possibilities of this linguistic procedure in the current press written in Spanish. The research sample includes newspapers and magazines, paper and digital, from several Spanish-speaking countries, collected from May to September 2011.

Key words: Headings. Titles. Songs. Cohesion. Press.

INTRODUCCIÓN

El proceso de la comunicación consiste en seleccionar aquellas palabras que el hablante, el periodista en nuestro caso, quiere o necesita para transmitir sus ideas a un receptor. Para ello dispone de un conjunto de unidades léxicas y gramaticales y de las reglas de su modificación y combinación en la oración; pero, además, como observa Coseriu (1977: 113), una lengua almacena y transmite todo un caudal de elementos significativos que no pertenecen ya a la “técnica del discurso”, sino a lo que él mismo denomina “discurso repetido”, cuyas unidades “son, como las citas explícitas, trozos de discurso ya hecho introducidos como tales en nuevos discursos.”

Pues bien, la incorporación de discurso repetido es un recurso habitual en la prensa escrita. Este mecanismo, consistente en reutilizar un modelo lingüístico procedente de diferentes ámbitos culturales o bien una expresión más o menos lexicalizada, le permite al periodista convocar en su enunciación a los diferentes locutores, anónimos o conocidos, del acervo colectivo tradicional o culto al que pertenecen dichas frases (Casado Velarde,

2008, 90). Por lo tanto, pueden establecerse dos grandes apartados: el de los modelos pertenecientes a nuestro acervo lingüístico (frases hechas, proverbios, dichos, refranes...), y el de los modelos procedentes del patrimonio cultural. Este último grupo, a su vez, puede ser subdividido en los siguientes campos o dominios semánticos (Hurtado González, 2003: 62): el cine, la literatura, la música, la publicidad, los medios de comunicación, la historia y la religión.

Dichos intertextos pueden aparecer literalmente transcritos o modificados en mayor o menor medida, si bien el hecho de que puedan aparecer en el texto periodístico con modificaciones no debe impedir que se reconozca su procedencia, puesto que es necesario el reconocimiento del texto-modelo para entender el sentido connotado de la expresión y el nuevo giro que toman esas palabras en el nuevo contexto. En efecto, este procedimiento solo tiene sentido si los lectores son capaces de restablecer la relación entre lo expresado y lo sugerido, captando el cambio de sentido que toman las palabras en el nuevo contexto, lo que exige del lector, como explica Guerra Salas (1997: 303), un esfuerzo adicional de ingenio y de actualización de los conocimientos compartidos.

Por lo tanto, la adecuada interpretación de la connotación analógica depende en gran medida de la cultura y de la competencia lingüística del receptor. Así, el lector entra en el juego consistente en “hallar el paralelismo entre el encabezamiento y el texto-modelo y a continuación buscar una relación entre ambos contenidos, para lo cual es imprescindible leer el artículo” (C. Muñiz Chacón, 1990: 221). Timofeeva (2009: 266) también destaca el hecho de que este procedimiento genera un interés especial hacia la noticia, pero además señala que la riqueza de inferencias que resulta del cambio o modificación se convierte en una importante razón para su utilización. Los profesionales del periodismo son conscientes de su potencial, y recurren a él en textos de temática y género muy variados. Ahora bien, hay que decir

que este recurso, fuente prácticamente inagotable de titulación, es de gran rendimiento en la elaboración del titular seductivo o llamativo, que encabeza textos interpretativos y de opinión, en donde, como es sabido, el margen moderadamente creativo y abierto a la imaginación de los periodistas es mayor.

Sin embargo, este recurso no se limita a ser una llamada de atención en el titular, sino que también puede prestar animación y expresividad en el cuerpo del texto periodístico, porque, como veremos, la utilización de los modelos lingüísticos o culturales preexistentes no se reduce al espacio de la titulación. Pueden intervenir, y es frecuente que así sea, en la configuración del texto en su conjunto, reforzando la cohesión de toda la noticia.

Desde un punto de vista prescriptivo, poco frecuente por otra parte, hay que señalar que el “buen estilo periodístico” desaconseja titular con otros títulos, aduciendo que se trata de un recurso demasiado fácil (Grijelmo, 1997: 473; López Hidalgo, 2001: 130) y que refleja poco interés por lo informativo (Folgar de la Calle, 1996: 360), pero condenar su empleo significa, en nuestra opinión, ignorar sus posibilidades expresivas, que las tiene, como vamos a intentar poner de manifiesto en este trabajo. Por otra parte, entendemos que esta utilización de los títulos y fragmentos de modelos culturales preexistentes puede entrar perfectamente en lo que se entiende por “intertextualidad”,¹ una propiedad básica de los textos que nunca ha sido caracterizada negativamente.

¹El término “intertextualidad”, acuñado por Julia Kristeva (1978) a partir de la lectura del ruso Bajtín, se ha relacionado tradicionalmente con el ámbito de la crítica literaria. Más recientemente, su interpretación ha sufrido una evolución desde que ha sido integrado en los estudios de la Lingüística del texto y en los de la Semiótica de la comunicación. La intertextualidad se puede definir “como una característica del discurso, entendido este como unidad comunicativa, que consiste en una relación de dependencia con otros discursos o clases de discurso en un juego intencional entre el emisor y los destinatarios de un mensaje que aportan al discurso - mediante la inferencia y la deducción de contenidos implícitos - una lectura adicional que se suma a la información proporcionada.” (López Mora, 2007: 4)

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Tomando como referencia el marco teórico expuesto, en este trabajo se analiza el funcionamiento de los títulos y fragmentos de canciones en la prensa actual. Pretendemos con ello avanzar en el conocimiento de las posibilidades discursivas de este procedimiento y, sin proyectar criterios prescriptivos, demostrar la vitalidad que ofrece este recurso tanto en los títulos como en el interior del texto periodístico.

La recogida de muestras conducente a la confección final del *corpus* de trabajo ha tenido dos momentos. En un primer momento, se expurgaron 50 números de prensa de información general durante el período comprendido entre mayo y septiembre de 2011. Como representantes de la prensa española, se eligieron los periódicos *El País* y *El Mundo*, tanto en papel como en soporte electrónico (suplementos incluidos). Pero, además, se expurgaron los diarios digitales de los siguientes países hispanoamericanos: *El Universal* (de México), *El Tiempo* (de Colombia), *El Nacional* (de Venezuela), *La Nación* (de Argentina), *La República* (de Perú) y *El Mercurio* (de Chile).

Debido a la escasez de la muestra obtenida (12 ejemplos en total), decidimos utilizar los motores de búsqueda que ofrece la red. El procedimiento seguido fue el de situar en el buscador letras o palabras clave de canciones, lo que dio como resultado un listado de direcciones web que contenían las palabras buscada. La selección y búsqueda en esta segunda fase de obtención de ejemplos se realizó de forma aleatoria, renunciando, por lo tanto, a la ventaja metodológica que supone manejar una muestra unificada y encuadrada dentro de unos límites precisos. Este sistema proporcionó un acceso más rápido a los datos y un ahorro sustancial de tiempo en la recolección de ejemplos. Pero lo más importante es que, utilizando los buscadores, obtuvimos un gran número de ejemplos, por lo que decidimos seleccionar 50 de ellos, cuidando que su procedencia geográfica fuera lo más variada posible. Sin embargo, el factor más relevante en la aparición de casos no es la proce-

dencia geográfica sino el hecho de que la mayoría de los ejemplos procede de revistas especializadas en música, deportes y, muy especialmente, en la vida social de los famosos. Por lo tanto, el dominio temático resulta crucial a la hora de localizar muestras del fenómeno analizado.

Es posible que el presente estudio hubiera tenido una mayor apariencia y rigor si se hubieran realizado análisis estadísticos que expresaran numéricamente el porcentaje de los ejemplos obtenidos por países y por medios, pero creemos que nuestra muestra sirve al propósito de mostrar las tendencias de uso de los títulos y fragmentos de canciones en la prensa de habla hispana actual.

3. ANÁLISIS DEL CORPUS Tras la presentación de la visión general del fenómeno y de la metodología adoptada, analizamos en este apartado las particularidades de su configuración y funcionamiento. Como hemos adelantado en la introducción, los títulos o fragmentos de canciones pueden aparecer literalmente transcritos o modificados de alguna manera.

Las diferencias verbales entre la expresión original y su utilización periodística pueden ser de diverso tipo.² Así, la adaptación puede consistir en el cambio de la modalidad del enunciado con respecto al título de la canción original, como en el siguiente ejemplo:

(t) Jennifer López y Marc Anthony, ¿**valió la pena?** (< <http://www.europapress.es>>, 23/7/2011)

El título de la canción de Marc Anthony, precisamente uno de los protagonistas de la noticia, no tiene una modalidad interrogativa, sino afirmativa: *Valió la pena*, pero lo que hace el periodista es adaptar la modalidad

²Si se trata del título periodístico, siempre anteponeamos (t). Cuando se trata de una porción de texto contiguo a él, o bien cuando se cita un fragmento del interior del cuerpo de la información aisladamente, no se indica nada. En todos los ejemplos, la negrita es nuestra.

del enunciado original a la idea central que se comenta en el texto periodístico: el divorcio de estos dos artistas.

En este otro caso, se recrea un fragmento de la canción *Derroche* de Ana Belén:

(t) Piqué y Shakira: **besos, ternura y derroche de amor en Italia** (< <http://www.elmundo.es> > , 12/5/2011)

Pero también, como ya hemos adelantado, puede aparecer el título de la canción sin modificación alguna, lo que ilustra el siguiente titular que se abre con el título de una conocidísima canción compuesta en los años 40 por la mexicana Consuelo Velázquez:

(t) **Bésame mucho**: Shakira y Piqué disfrutaron de candente sesión de arrumacos (< <http://elcomercio.pe> > , 18/8/2011)

Es posible, además, que aparezcan mezclados varios referentes musicales con lo que se demuestra la habilidad del periodista para engarzar como anillos de una cadena la letra de los distintos temas. Es lo que pasa en el siguiente texto periodístico, del cual solo reproducimos, obviamente, la parte que aquí nos interesa. El titular se inspira en el título del bolero *Se nos rompió el amor de tanto usarlo*, compuesto por Manuel Alejandro en los años 70, pero el redactor se ve obligado a introducir algunas modificaciones para vincularlo adecuadamente a la noticia: sustitución de “tanto” por la partícula negativa “no”, modificando de esta manera la modalidad de la oración, y del pronombre personal de primera persona por el de tercera persona del plural con el fin de que concuerde con el sujeto de la oración. La formulación final es esta:

(t) David Bisbal y Elena Tablada, **se les rompió el amor de no usarlo** (*El País*, 5/8/2011)

En el texto periodístico que acompaña a este título, son dos canciones de Bisbal, centro del hecho de actualidad que se comenta, las que enmarcan el acontecimiento relatado, situándose, respectivamente, en el primer y en el último párrafo:

Ave María, ricitos de oro Bisbal y Elenita porque yo lo valgo y mi mamá me lo paga Tablada se han separado, [...] "**Bulería, bulería**, Chenoa del alma mía, cómo me acuerdo de ti".

La mención del título de la primera canción de Bisbal, *Ave María*, cuyo modelo procede, a su vez, del ámbito religioso, es usada como elemento de apertura del texto periodístico y como apelativo para nombrar al cantante, junto al sintagma "ricitos de oro"; en tanto que al final del texto periodístico se adapta un fragmento de su no menos famoso tema *Bulería, bulería*, cuya letra original es cambiada para hacer referencia a la anterior pareja del cantante. Como el nuevo texto, que se inspira en la mencionada canción, está pensado para ser leído, y en ningún caso para ser cantado, no se busca el perfecto ajuste al patrón musical original sino que, en muchas ocasiones, basta con mantener la rima.

La estratégica colocación de los títulos o fragmentos de canciones refuerza la cohesión del enunciado periodístico. El siguiente ejemplo ilustra a la perfección cómo este recurso puede llegar a multiplicar y potenciar sus posibilidades expresivas, según donde aparezca. En este caso se trata de un artículo en contra de la fiesta del Toro de Vega cuyo titular es el título de una canción de un grupo de música pop formado en Barcelona en 1995. Más adelante, este título es retomado no solo al principio del texto periodístico en cuestión, en donde la cita musical aparece entrecomillada, sino también en el medio y hacia el final, con algún que otro retoque, y ya sin comillas:

(t) Hay un hombre en España "Hay un hombre en España que lo hace todo, hay un hombre que lo hace todo en España". Así comienza una genial canción del grupo Astrud. No les falta razón: hay un hombre en España que, verdaderamente, lo hace todo. [...] Pero ahora no quiero abandonar a ese

hombre con el que empecé, a ese hombre de España que lo hace todo, que se levanta una mañana de septiembre toma su lanza y ya en la calle se encuentra a otros hombres con lanza. [...] Pero ahí está ese hombre de España que lo hace todo, Zamorano, para alcanzarle, clavarle la lanza y sentirse como Dios. O como Ronaldo. Es el hombre que vuelve a casa con el rabo entre las manos. (*El País*, 18/9/2011)

En este otro ejemplo, el título que glosa o reproduce el periodista aparece únicamente en el cuerpo del texto periodístico (en concreto, en el inicio de la noticia) y es recreación de un fragmento del bolero *Historia de un amor*, compuesto en los años 50 por el panameño Carlos Eleta Almarán. Destaca la introducción de la partícula negativa “no” en la letra original:

Esta no es la historia de un amor como no hay otro igual sino una de tantas que, vulgares, se acaban. El ‘para siempre’ es lo excepcional. El bolero de Armando Manzanero es, según confesión propia, la canción favorita de David Bisbal (32 años) que el pasado jueves anunciaba oficialmente su cese de convivencia con Elena Montes Tablada, de 30 años, [...] (*El Mundo*, 18/6/2011)

Hay que fijarse en que, aunque se trata de un tema musical muy conocido, se cita explícitamente en el texto a uno de sus intérpretes más famosos, si bien lo interesante es que se trae a colación aquí porque, como se explica, se trata de una de las canciones preferidas del personaje del que se escribe.

Sin embargo, esta colocación en lugares estratégicos dentro del texto, es decir, fuera de la titulación propiamente dicha, no es una regla sistemática, y así, tanto los títulos de canciones como también fragmentos de ellas pueden aparecer en posiciones intermedias dentro de la información. Por ejemplo:

[...] Con Rubalcaba no se trata tanto de controlar la función del vicepresidente como de demoler a un candidato. Este propósito del PP, que permite a Zapatero silbar el “Only You” en su rinconcito, propicia las más intensas escaramuzas parlamentarias. [...] (*El Mundo*, 23/6/2011)

El éxito musical del grupo estadounidense “The Platters”, formado en 1953, le sirve al periodista para destacar el hecho de que todos los ataques políticos se centren en el entonces candidato a la futura presidencia del Gobierno, dejando en un segundo plano al presidente en aquellos momentos. Hay que decir que este es el único caso documentado en nuestro *corpus* que menciona una canción escrita en otro idioma (tenía que ser en inglés); pero, a pesar de ello, es perfectamente reconocible incluso para un lector que carezca de una sólida cultura musical o de unos conocimientos profundos de ese idioma.

También en los dos siguientes ejemplos los fragmentos de las canciones seleccionados (pertenecientes a *19 días y 500 noches* de Joaquín Sabina y *Mi gran noche* de Raphael, respectivamente) se sitúan en posiciones mediales en el conjunto del texto periodístico:

Guapa es. Un montón. Quizá sea buena actriz, no lo niego, aunque ahora no recuerdo el título de ninguna de sus películas. ¡A mí preguntadme por las letras de Sabina a las cuatro de la mañana y me las sé todas, podría bailarlas incluso. [...] ¡La frente muy alta, la lengua muy larga y la falda muy corta...! ¿Por dónde iba? Paz Vega. [...] (*El Mundo*, 18/6/2011)

En este caso, el fragmento de canción reproducido aparece sin ninguna marca tipográfica, es decir, sin entrecomillar, dejando que en el texto periodístico resuene el otro, a diferencia del siguiente, en donde sí se ponen comillas, alternancia que, como hemos visto, es habitual:

[...] El jueves al caer la noche, me acordaba de un amigo, Raphael. Otro grande que a golpe de voz ha recorrido el mundo españoleando. [...] “Qué pasará, qué misterio habrá, puede ser mi gran noche”, tataba para sumarme al coro de voces desde la distancia. Este mozo de Linares es mucho Raphael. [...] (*El Mundo*, 23/6/2011)

Ahora bien, la canción cuyo título, entero o una parte, ha sido más veces reproducida en nuestro *corpus* es la canción oficial del Mundial de

Sudáfrica de 2010: *Waka Waka (Esto es África)*,³ interpretado por Shakira. Merece que nos detengamos en este caso por las creaciones y ocurrencias varias a las que ha dado lugar el título de este tema musical. En realidad, lo que inspiró el movimiento denominado “wakakismo” por la propia cantante, no es la canción en sí misma, sino la historia que hay detrás de ella. Todo empezó cuando Shakira solicitó para el vídeo del himno oficial de la Copa la presencia del futbolista Gerard Piqué como representante por España. A partir de ese momento, la prensa empieza a rumorear con la posible relación entre la cantante colombiana y el deportista. Desde el rumor hasta lo que hoy todo el mundo sabe, que Shakira y Piqué son pareja, el “waka-waka”, sin significado en español, ha sido muy inspirador, como muestran los siguientes ejemplos, hecho motivado tanto por su poder evocador como por sus efectos acústicos:

(t) ¿Hay **waka-waka** entre Shakira y Piqué? (< <http://www.paginanoticias.es> > , 23/11/2010)

(t) No hay **Waka-Waka**: Piqué asegura que no tiene una relación con Shakira (< <http://depor.pe> > , 11/1/2011)

(t) ¡Sí hay **waka waka** entre Shakira y Piqué! (< <http://www.elpais.es> > , 17/1/2011)

(t) ¡**Waka, waka!**, Gerard Piqué termina con su novia (< <http://www.nuevaprensa.com.ve> > , 20/1/2011)

(t) Shakira se va a vivir a Barcelona: ¿**Waka-waka** con Piqué? (< <http://www.mediterraneodigital.com> > , 29/1/2011)

(t) Shakira y Piqué cumplen un año de lucrativo **waka-waka** (*El País*, 22/07/2011)

Al margen de esta utilización lúdica del “waka-waka” en la prensa, al socaire de unas declaraciones de la cantante colombiana surge, especialmente en la prensa escrita, toda una familia de palabras (o mejor dicho,

³Como se puso de manifiesto en su día en los foros de música de Internet, esta es una canción muy popular en los pueblos de África cuyo origen puede estar en otra utilizada para marchar y que fue heredada y repetida durante años por los niños, quienes la cantan con palos en el hombro, imitando a los soldados. Mientras algunos creen que “waka-waka” significaría algo así como ‘tú lo haces, tú lo haces’, otros piensan que es una expresión sin significado que simplemente emula el caminar de los soldados en la marcha.

seudopalabras) cuyo denominador común es la anteposición, como si de un prefijo se tratara, de “waka” (acortamiento del título del himno oficial de la Copa). Nos referimos a la entrevista que Shakira concedió tras ser elegida la nueva burbuja en el tradicional anuncio navideño de Freixenet. Sus palabras fueron muy repetidas en todos los medios. Veamos un ejemplo:

(t) Shakira y Piqué fue producto del “**wakakismo**” [...] El supuesto romance de Shakira y el futbolista del Barcelona Gerard Piqué ha sido tomado con mucha gracia por la cantante colombiana, quien ante la inminente pregunta de los reporteros españoles ha respondido así: “Todo viene del ‘**wakakismo**’. Hay un ‘**wakarumor**’ que se me **wakadjudica**’, pero son los gajes del ‘**wakaoficio**’.[...]”

Luego, por la noche, Shakira les regaló un impresionante concierto a sus fanáticos catalanes, en el Palau de Sant Jordi, en el que cantó sus éxitos “Te dejo Madrid”, “Hips dont lie” y, por supuesto, el famosísimo “Waka waka”, con lo que los asistentes quedaron ‘**wakacontentos**’. (< <http://globopop.com> > , 25/11/2010)

Interesa destacar el hecho de que, tras recoger las palabras de la artista, el redactor, para cerrar su información, introduce un término de su propia cosecha, utilizando el mismo recurso.

A partir de ese momento, la prensa explota al máximo este juego verbal e, incluso, algunas de estas “waka-palabras” (por llamarlas de alguna manera), que están llamadas a desaparecer, han llegado a gozar de cierta difusión, aunque hay que decir que de un tiempo a esta parte ya no se registran ejemplos de este tipo en la prensa, debido, sobre todo, a que la pareja formada por Shakira y Piqué, que recibió el dudoso honor de ser nombrada la pareja más empalagosa del año 2011, ya no generan tantas noticias como antes ni despiertan el mismo interés, a pesar de haber sido padres recientemente.

Espigamos a continuación unos cuantos casos, ordenados en esta ocasión cronológicamente, para demostrar la vitalidad de este procedimiento, pero los ejemplos podrían multiplicarse:

(t) La ruptura de Shakira y el **waka-rumor**

[...] Shakira se apresuró a desmentir su presunta relación con Piqué, en la presentación de la campaña de Freixenet, mediante una broma que quitaba trascendencia al asunto.

“Eso sí que es un **waka-rumor**”, aseguraba en diciembre la colombiana, haciendo un guiño al que ha sido el tema del año, el “Waka-waka”, [...]

Lo dicho, sólo el tiempo dirá qué hay de cierto en los **waka-rumores** o si todo es un invento de la waka-prensa. (< <http://www.europapress.es>> , 11/1/2011)

(t) Shakira-Piqué: la “**waka-noticia**” de la “**waka-semana**” (< <http://www.lavanguardia.com>> , 12/1/2011)

(t) Shakira y Piqué, “**waka-cumpleaños**” feliz < <http://www.abc.es>> , 2/2/2010)

Existen las waka casualidades o ¿será el waka destino? [...] Se descubriría él mismo [Piqué] en Twitter hace solo unos días con un mensaje enviado a su amigo Puyol (y que ha visto medio planeta). “Voy a comprar una cosa y no la encuentro! Me estoy poniendo muy nervioso. Ya he ido a cuatro tiendas y llevo dos horas dando vueltas!” ¿Sería acaso un **waka regalo**? (< <http://www.abc.es/>> , 3/2/2011)

(t) Shakira, Piqué y la “**Wakacasa**”

[...] De la casa puede decirse que es una **wakacasa**, y la verdad es que promete muy buena vida, solo que no sabemos quién o quiénes, al final, se darán ahí esa buena vida [...] (< <http://www.interviñ.es>> , 4/2/2011)

(t) Piqué-Shakira y Longoria-Cruz, ¡llega la primavera!

[...] Al menos en lo que a romances amorosos se refiere: la **waka foto** de Gerard Piqué y Shakira ha visto la luz por gentileza del jugador blaugrana [...]

Es la primera waka confirmación de ese rumor, que nació tras el Mundial de Sudáfrica y que se acrecentó con la ruptura de la relación de la cantante con Antonio de la Rúa. [...]

Lo ha hecho a través de su perfil social y aunque la imagen no es de gran calidad [...], tiene el valor de la confirmación de que el **waka rumor** del que hablaba la colombiana se haya convertido en una relación de pareja. [...] (< <http://www.europapress.es>> , 8/2/2011)

(t) or fin tenemos las fotos que confirman el **waka-rollete** de Shakira y Piqué

[...] todos teníamos esperanzas de que nuestro Gerard no hubiese caído en las **waka-fauces** de la colombiana, [...] (< <http://www.poprosa.com>> , 21/2/2011)

(t) La revista “Caras” publica el primer “**waka-beso**” oficial

[...] El ansiado **waka-beso** sale a la luz pública como primicia mundial en la revista latinoamericana “Caras” y ya está dando la vuelta al mundo.[...] (< <http://stilo.es>> , 14/3/2011)

(t) La **waka-caravana** se acerca a San Mamés (< <http://www.elcorreo.com>> , 30/5/2011) [se refiere a las mil personas y veinte vehículos pesados que mueve el show que Shakira presenta en cada uno de sus conciertos]

(t) Shakira, Piqué y el **waka-bebé** de dos meses

Tras las imágenes subidas de tono que protagonizaron Shakira y Piqué en el concierto de la artista en Barcelona —en el que, por cierto, el futbolista le tocaba la barriguita a su novia—, la artista, de gira por España, ha sido noticia estos días por los rumores de embarazo que rodean a la ‘**waka-pareja**’, sobre todo después de que Shak cancelara su concierto en Almería.

Así al menos lo asegura, en otros, la revista ‘inTouch’, que asegura que la colombiana podría estar embarazada de dos meses. Además, y de acuerdo con esta misma publicación, su novio, Piqué, se ríe cada vez que se le habla de su posible paternidad, algo que no hace sino alimentar las especulaciones sobre un posible ‘**waka-bebé**’. ‘El año que viene estaré embarazada’, dijo en 2010 la cantante antes de que se hiciera pública su relación con el blaugrana. ¿**Waka-embarazo** a la vista? (< <http://www.elpais.es>> , 8/6/2011)

Destacan, entre todos los ejemplos expurgados, dos. Uno de ellos, porque el elemento “waka” aparece antepuesto a una firma comercial para dar la noticia de que Piqué es su nuevo modelo:

(t) Shakira, Piqué y el **Waka-Mango** (< <http://www.elmundo.es>> , 1/3/2011)

El otro, porque “waka waka” se antepone al elemento “gate”, en alusión al famoso escándalo del “Watergate”:

(t) El **waka waka gate** (< <http://www.eluniversal.com.mx>> , 20/6/2011)

Con esta curiosísima creación por la mezcla de africano e inglés, se adelanta la información subsiguiente, a saber, que el cantante de salsa Wilfrido Vargas quiere demandar a Shakira, alegando que el coro de la canción oficial del Mundial es de su autoría.

Hay que señalar el hecho de que estas formaciones presenten fluctuaciones en su escritura. Así, al principio, “waka” aparecía unido a la palabra siguiente, pero lo que ha predominado es la separación, con o sin guion intermedio. Tampoco la marcación tipográfica es sistemática, aunque lo normal es que aparezcan entre comillas (simples o dobles). Son vacilaciones comprensibles, porque no existe, ni puede existir, una norma al respecto.

Al margen de este fenómeno, Shakira juega con las letras de otras de sus canciones, como se pone de manifiesto en las dos siguientes informaciones:

(t) Shakira: “Les presento a mi **sol**”

La frase remite también a su último disco “**Sale el sol**”, nombre de una de las canciones más hitteras de ese álbum cuya letra afirma: “**Después de la tormenta, sale el sol**” [En realidad, el tema dice textualmente: “Y un día después de la tormenta, cuando menos piensas, sale el sol” La metáfora es ahora clara, luego de terminar una relación que parecía para toda la vida, con Antonio de la Rúa, apareció en su vida un nuevo amor, y no teme ocultarlo. Es, según sus palabras, su nuevo sol”. [...] Los había advertido ya: “**Mis caderas no mienten**” [traducción de otro título musical de la cantante colombiana: “Hips don’t lie”][...] (< <http://www.hola.com.ar> > , 29/3/2011)

(t) Shakira a lo Isabel Pantoja: modifica sus canciones para nombrar a Gerard Piqué

Shakira no deja de sorprendernos. La colombiana ha pasado de negar su relación con Gerard Piqué y afirmar que todo era un producto del “**wakakismo**”, [...], a publicar a diestro y siniestro a través de las redes sociales que está profundamente enamorada del defensa del Barça. [...]

Así como en su día hiciera Isabel Pantoja cuando estaba tan enamoradísima de su Julián Muñoz, Shakira ha cambiado la letra de una de sus canciones más famosas “Hips dont lie” para dedicársela a la persona que ocupa su corazón.

“**Oh Pique, when you talk like that, you made a woman go mad, so be wise and keep on reading the signs of my body**”, es decir, “Oh Piqué, cuando hablas así haces que una mujer se vuelva loca, sé prudente y sigue atento a las señales de mi cuerpo”. Shakira simplemente cambió “baby” por Piqué, pero hizo enloquecer a los cientos de seguidores que se reunieron allí para mover las caderas al son de la colombiana. (< <http://www.diariofemenino.com> > , 23/5/2011)

Son muy socorridos otros títulos de canciones también famosas de esta cantante: *Loba*, *Loca*, *Rabiosa* o *Ciega, sordomuda*, de los que la prensa se sirve para relatar sus avatares amorosos. La diferencia entre los siguientes casos y los citados antes, relativos a esta misma cantante, es que en estos se opta por recurrir a las canciones más populares de la artista, que es, a su vez, centro de la noticia, con lo que el efecto es más potente. Ya hemos visto anteriormente ejemplos en los que se empleaba como recurso las canciones del cantante que protagonizaba el enunciado periodístico, pero otra vez el caso de Shakira es el que más destaca o llama la atención.

El siguiente titular precede a la información sobre un proyecto conjunto de la Fundación FC Barcelona, al que pertenece Piqué, y la Fundación “Pies Descalzos”, que preside Shakira:

(t) Miami, **loca, loca, loca**

Resulta inevitable que la presencia de la pareja más famosa del momento, Shakira y Piqué, irradie un magnetismo capaz de convertir Miami este lunes, como la canción, en una ciudad **loca, loca, loca**. [...] (< <http://www.mundodeportivo.com> > , 1/8/2011)

(t) Si se puede, ¡vamos a ver a Shakira!

[...] La **Rabiosa** cantará en nueve, ¡en nueve!, ciudades mexicanas [...] Así, el aullido de la **Loba** se oirá en varios sitios [...] (< <http://www.yucatán.com.mx> > , 13/6/ 2011)

(t) Con Poca Ropa y Muy Sensual, Shakira Pasó de ‘**Loca**’ a ‘**Rabiosa**’ (< <http://www.eltiempo.com> > , 21/4/2011)

(t) **Loca, Loba** y **Rabiosa**: Shakira hizo bailar al Barza [sic] (< <http://www.larepublica.pe> > , 29/5/2011)

(t) La ‘**loba**’ cazada

[...] La ‘**loba**’ se ha soltado la melena y, si no se ha quedado “**bruta, ciega, sordomuda, torpe, traste y testaruda**”, al menos sí ha hecho honor a la canción que la lanzó a la fama y, querido Piqué, Shakira se ha convertido “**en una cosa que no hace otra cosa más que amarte**”. Esperemos que la pasión no les salga ni a uno ni a otro demasiado cara. [Los fragmentos citados pertenecen, efectivamente, a la canción que lanzó a la fama a la cantante colombiana: **Ciega, sordomuda**] (< <http://www.elcorreo.com> > , 1/6/2011)

(t) Ni **ciega** ni **sordomuda**: los verdaderos motivos de la separación de Shakira

[...] Lo cierto es que la relación entre Shakira y Antonio de la Rúa duró más de lo que la mayoría especulaba y terminó cuando parecía que se había zafado de todas las tormentas. “**Me voy con mis piernas y mi juventud por ahí aunque te maten los celos**”, dice la canción “La loba”, de Shakira, por supuesto. (<http://www.eltiempo.com> > , 13/1/2011)

(t) La ‘**loba**’ Shakira, cazada con su tigre, Piqué (< <http://www.diariovasco.com> > , 22/2/2011)

Es tanta la abundancia de ejemplos que un periodista destaca la siguiente pregunta que se hace un tal Carlos Álvarez, que no sabemos si es crítico musical, descubridor de talentos o algo así, al momento de aparecer el nuevo vídeo del tema *Rabiosa* de Shakira:

[...] De manera sarcástica Carlos Álvarez trino: “El chiste de que Shakira es ‘**loba**’, ‘**loca**’ y ahora ‘**rabiosa**’ ya está muy quemado, ¿lo van a utilizar de nuevo cuando lance ‘**gordita**?’” [Lo de “**gordita**” hace referencia a un posible futuro embarazo de la cantante, que finalmente se produjo, como ya sabemos, pero mucho después de lo que apuntaban los rumores] (< <http://bogota.vive.in/musica> > , 7/6/2011)

CONCLUSIONES

Como conclusión de todo lo dicho, los títulos y fragmentos de canciones pueden servir en la prensa actual para construir relaciones semánticas en las que las palabras reflejan la interpretación del contenido o las intenciones del periodista o redactor, y obligan al lector a hacer esa conexión, para lo que se necesita, perentoriamente, del conocimiento previo de las canciones referidas. El reconocimiento del referente musical, al formar parte del saber popular, provoca que el mensaje sea captado con más cercanía y sea más expresivo y ameno. Así, este procedimiento de titulación, del que hemos querido destacar sus posibilidades y su vigencia actual, es un recurso lúdico-humorístico, y, como tal, especialmente rentable en la elaboración del titular seductivo o llamativo, que encabeza textos interpretativos y de opinión, en donde el margen moderadamente creativo y abierto a la imaginación de los periodistas es mayor. En estos textos la explotación del recurso, que guarda notables coincidencias por su función y mecanismo con el lenguaje literario, es mayor que en textos de información general, constreñidos por la necesidad de informar. Ciertamente, en ámbitos periodísticos de temática especializada (música, deportes, sociedad...) se tiende a emplear una titulación creativa, pues sus autores dan por supuesto que el lector sabrá interpretar adecuadamente ese guiño cómplice o ese juego de palabras que subyace tras el fenómeno analizado. Por otra parte, esta complicidad suele tener una eficacia comunicativa muy especial cuando hay algún cambio o actualización del modelo original. Son diferentes las operaciones de modificación: sustitución de elementos constitutivos del modelo para vincularlo adecuadamente a la isotopía central del texto periodístico o modificación que puede ser resultado de la sustracción o adición de algún elemento lingüístico. También hay que destacar que si el título o fragmento de la canción aparece en ciertos lugares destacados en el interior del texto periodístico, su función como elemento de apertura o de cierre refuerza la cohesión del

enunciado periodístico en su conjunto. Por último, al margen de su oportunidad, es un hecho de intertextualidad muy efectivo, porque periodista y lector establecen una suerte de confabulación a partir de un acervo cultural (en este caso concreto, musical) compartido.

BIBLIOGRAFÍA

- CASADO VELARDE, Manuel (2008), “Algunas estrategias discursivas en el lenguaje periodístico de hoy”, *Boletín Hispánico Helvético*, 12, pp. 71-97.
- COSERIU, Eugenio (1977), *Principios de semántica estructural del léxico*. Madrid: Gredos.
- FOLGAR DE LA CALLE, José María (1996), “Titulares de prensa sobre títulos de películas”, en Manuel Casado Velarde, Antonio Freire Llamas, José Eduardo López Pereira y José Ignacio Pérez Pascual (eds.), *Scripta Philologica in memoriam Manuel Taboada Cid*, La Coruña: Universidad de la Coruña, I, pp. 355-374.
- GRIJELMO, Álex (1997), *El estilo del periodista*, Taurus: Madrid.
- GUERRA SALAS, Luis (1997), “La ruptura de la frase hecha en el lenguaje periodístico y publicitario”, *Paremia*, 4, Madrid: Universidad Complutense, pp. 301-306.
- HURTADO GONZÁLEZ, Silvia (2003), *El uso del lenguaje en la prensa escrita*, Valladolid: Universidad de Valladolid.
- KRISTEVA, Julia (1978), *Semiótica*, 2, Madrid: Fundamentos.
- LÓPEZ HIDALGO, Antonio (2001), *El titular. Manual de titulación periodística*, Sevilla: Comunicación Social.
- LÓPEZ MORA, Pilar (2007), “La intertextualidad como característica esencial del discurso publicitario”, *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, 30, pp. 45-67.
- MUÑIZ CHACÓN, Carmen (1990), “Retórica en los titulares de prensa”, *Investigaciones semióticas*, III, 2, Madrid: UNED, pp. 215-222.
- TIMOFEEVA, Larissa (2009), “La desautomatización fraseológica: un recurso para crear y divertir”, *ELUA*, nº extra 1 (Ejemplar dedicado a “Investigaciones lingüísticas en el siglo XX”), pp. 249-270.

recibido: mayo de 2013
aceptado: noviembre de 2014