

SUSANA GUERRERO SALAZAR

CREATIVIDAD Y JUEGO EN EL DISCURSO
DEPORTIVO DE LA PRENSA:
APORTACIONES LÉXICO-SEMÁNTICAS



ARCO/LIBROS, S. L.

ÍNDICE

SIGLAS BIBLIOGRÁFICAS.....	11
INTRODUCCIÓN.....	13
1. CRÍTICAS AL DISCURSO DEPORTIVO.....	21
1.1. <i>Tendencia a la subjetividad</i>	23
1.2. <i>Recurrencia a clichés</i>	25
1.3. <i>Abuso de coloquialismos y vulgarismos</i>	29
1.4. <i>Alternancia de diferentes registros</i>	38
1.5. <i>Exceso de extranjerismos y de términos jergales</i>	41
1.6. <i>Proliferación de terminología bélica</i>	48
2. RIQUEZA DEL LENGUAJE DEPORTIVO.....	51
2.1. <i>Transferencia a otros lenguajes</i>	52
2.1.1. Traspaso léxico de un deporte a otro.....	57
2.2. <i>Campos semánticos</i>	62
2.2.1. La guerra.....	63
2.2.2. Los sentimientos.....	70
2.2.3. La religión.....	72
2.2.4. La mitología.....	77
2.2.5. Los héroes y superhéroes.....	79
2.2.6. La realeza.....	81
2.2.7. Los animales.....	82
2.2.8. El juego.....	85
2.2.9. La tauromaquia.....	87
2.2.10. La meteorología.....	89
2.2.11. La magia.....	91
2.2.12. La educación.....	92
2.2.13. La literatura.....	94
2.2.14. El cine y la televisión.....	97
2.2.15. La publicidad.....	103
2.2.16. La economía.....	105
2.2.17. La política.....	106
2.2.18. El espectáculo.....	107

2.2.19. El arte.....	111
2.2.20. Los medios de transporte.....	112
2.2.21. La caza y la pesca.....	115
2.2.22. El vestuario y la moda.....	116
2.2.23. La arquitectura.....	118
2.2.24. Las ciencias exactas y la geometría.....	119
2.2.25. Lo jurídico.....	120
2.2.26. La salud.....	121
2.2.27. La astronomía.....	124
2.2.28. La alimentación.....	126
2.2.29. Las profesiones.....	128
2.3. <i>Figuras retóricas</i>	129
2.3.1. Figuras de significado.....	130
2.3.1.1. <i>Metáfora</i>	134
2.3.1.2. <i>Metonimia y sinécdoque</i>	142
2.3.1.3. <i>Símil</i>	146
2.3.1.4. <i>Hipérbole</i>	147
2.3.1.5. <i>Dilogía</i>	150
2.3.1.6. <i>Personificación</i>	151
2.3.1.7. <i>Antítesis</i>	152
2.3.1.8. <i>Paradoja</i>	153
2.3.1.9. <i>Interrogación retórica</i>	154
2.3.2. Figuras de repetición.....	155
2.3.2.1. <i>Geminación</i>	155
2.3.2.2. <i>Anáfora</i>	158
2.3.2.3. <i>Epífora</i>	158
2.3.2.4. <i>Epanadiplosis</i>	158
2.3.2.5. <i>Anadiplosis</i>	159
2.3.2.6. <i>Antanaclasis</i>	159
2.3.2.7. <i>Paralelismo</i>	160
2.3.2.8. <i>Políptoton</i>	161
2.3.2.9. <i>Derivatio</i>	162
2.3.2.10. <i>Paronomasia</i>	164
2.3.2.11. <i>Aliteración</i>	165
2.3.2.12. <i>Rima</i>	166
2.3.2.13. <i>Onomatopeya</i>	167
2.4. <i>Creatividad léxica</i>	169
2.4.1. Derivación apreciativa.....	174
2.4.1.1. <i>Sufijación apreciativa</i>	175
2.4.1.2. <i>Prefijación apreciativa</i>	193
2.4.2. Composición.....	197
2.4.2.1. <i>Composición ortográfica</i>	197
2.4.2.2. <i>Composición sintagmática</i>	200

2.4.3. Cruces léxicos.....	209
2.4.4. Acortamientos.....	212
2.4.5. Siglas.....	214
2.5. <i>Desautomatización de unidades fraseológicas</i>	217
2.5.1. Desautomatización semántica.....	219
2.5.2. Desautomatización formal.....	222
2.5.2.1. <i>Sustitución</i>	222
2.5.2.2. <i>Supresión</i>	228
2.5.2.3. <i>Adición</i>	229
2.5.2.4. <i>Modificación</i>	231
2.5.2.5. <i>Alteración del orden</i>	232
2.5.2.6. <i>Cambio de modalidad oracional</i>	232
2.5.2.7. <i>Fusión</i>	232
2.5.2.8. <i>Combinación de varios procedimientos</i>	233
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	237

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este trabajo es poner de manifiesto, a través del análisis de la prensa deportiva, los aspectos léxico-semánticos más llamativos y creativos de su discurso. Como ha explicado Alcoba López (1993: 155), el deporte ha generado un lenguaje propio, con variantes lingüísticas y simbólicas que lo ha hecho, no solo subsistir, sino ocupar un lugar privilegiado en los medios de comunicación. Se trata de un lenguaje fuertemente connotado, un modo de comunicar creativo y atrevido, a través del cual el periodista muestra su punto de vista, su pasión y su emoción por el hecho deportivo¹. Es, según ha demostrado Labrador Méndez (2007: 39), un discurso, en gran parte épico, que posee tres funciones: divertimento, sublimación de la violencia (catarsis) y cohesión de la comunidad.

Filólogos expertos en el ámbito deportivo, como Castañón Rodríguez (1999a y 2011) o Hernández Alonso (2003 y 2012), y periodistas, como Rojas Torrijos (2012c, 2013), han puesto de manifiesto el extraordinario desarrollo de la información deportiva en todo el mundo hispánico, lo que ha propiciado la creación de un lenguaje sectorial con personalidad propia. De hecho, los medios de comunicación deportivos crean usos lingüísticos, vocablos y acepciones nuevas, muchos de los cuales, tras generalizarse, son sancionados por el diccionario académico.

Para Rojas Torrijos (2014b: 178), la información deportiva está en auge porque marca tendencias, crea un estilo propio (fundamentado en el color, la originalidad y la espectacularidad de sus propuestas) y aporta un nuevo modelo de presentación de las informaciones a través de un lenguaje que es visualmente atractivo y resulta común y accesible. Su éxito radica en usar una fórmula en

¹ El interés por este lenguaje ha suscitado diversas monografías, entre ellas, Trapero (1979), Rodríguez Díez (1981), Alzugaray Aguirre (1982), Polo (1992), Castañón Rodríguez (1993a y 1999a), Agencia Efe (1994), Vivas Holgado (1999), García Molina (2002), Hernández Alonso (2003 y 2012), Guerrero Salazar y Cremades García (2012), etc.

la que se combinan información con espectáculo, datos con emociones y un lenguaje universal que se acerca al público y produce complicidad entre practicantes, aficionados y medios de comunicación, de lo que se beneficia para captar y fidelizar clientes (Rojas Torrijos 2012a: 79).

En el presente trabajo entendemos el discurso deportivo como un subcódigo, variedad lingüística o lenguaje sectorial utilizado en un ámbito específico sociocultural y profesional (Guerrero Salazar 2006a: 1377). Pero este subcódigo, como ha advertido Colin Smith (1995: 76), incluye, a su vez, toda una serie de lenguajes sectoriales, pues de sobra es sabido que no es lo mismo un reportaje de fútbol, que de carreras de caballos, que de coches. Ni es lo mismo una crónica, que una entrevista o un reportaje². Lo que ocurre es que, a pesar de tanta heterogeneidad de códigos y géneros, es posible establecer un conjunto de características comunes propias del discurso deportivo, este que adquieren y manejan periodistas, deportistas y afición. Este discurso hace que la información deportiva, incluso en los medios generalistas, destaque, al establecer una relación de proximidad entre los interlocutores, un saber compartido que tiene como consecuencia un estilo informal, coloquial, conversacional y emotivo, el cual provoca una ruptura con el estilo discursivo más formal del resto del periódico, donde encontramos un lenguaje descriptivo, técnico o neutro. Como señala Hernández Alonso (2012: 216), el lenguaje deportivo posee claras diferencias frente a otros lenguajes especiales, también frente al periodístico, aunque parta de él, peculiaridades que afectan a todos los aspectos de la lengua (incluidos el fonético y el textual).

Existe, además, una terminología común para muchos deportes³, especialmente los de ámbito profesional, que se nutre en gran parte del trasvase léxico de unos deportes a otros, lo que desemboca, como veremos más adelante, en la creación de nuevos significados que se apartan de su significado original, en unas ocasiones

² Sobre los distintos géneros deportivos, véanse, entre otros, los trabajos de Sobrados León (2005), Hernández Alonso (2012: 59-66) y Rojas Torrijos (2013).

³ Para consultar la terminología deportiva resultan de gran interés los trabajos realizados por el Centro de Terminología TERMCAT, que dispone de 17 diccionarios deportivos que pueden consultarse de forma gratuita y en varios idiomas (la mayoría están en catalán, español, inglés y francés, si bien algunos figuran también en alemán e italiano). De todas esas obras, la más relevante es el *Diccionari general de l'esport* (2010): <http://www.termcat.cat/es/Diccionaris_En_Linia/3/Descarregues/>.

especificándose, en otras generalizándose⁴. Como ha explicado Hernández Alonso (2003: 57), podemos “hablar de un ‘supracódigo’, constituido por la interacción de los diferentes códigos de los deportes y de otro código, particular y exclusivo de cada deporte”⁵. No obstante, este mismo autor ha señalado la evolución del lenguaje deportivo en los últimos años, cada vez más globalizado y estandarizado, pues se va imponiendo lo general a lo particular, con una tendencia a la polisemia, lo que permite el empleo de los mismos términos en muchos deportes, sobre todo los más populares (no así los minoritarios). En la globalización de este lenguaje influyen:

[...] la extensión de la práctica deportiva, la facilidad para divulgarla, la facilidad que esto supone para el periodista, la asequible comprensión, la frecuencia en el uso de los tecnicismos y una tendencia histórica hacia lo general e internacional muy arraigada (Hernández Alonso 2012: 217).

Como bien afirma, con este lenguaje no se pretende enseñar modelos, sino fotografiar de forma emotiva el hecho deportivo (Hernández Alonso 2012: 13). Se trata, además, de un lenguaje en constante construcción, de hecho, el lenguaje periodístico del deporte, como ha apuntado también Castañón Rodríguez (2007 y 2008b), ha tenido que amoldar sus rasgos idiomáticos a la velocidad que imponen los medios digitales:

El lenguaje periodístico del deporte ha reajustado sus recursos idiomáticos y aborda una información esencial que se produce y transmite en alta velocidad, con microtextos de lectura rápida y fácil, en la que adquieren gran importancia la espontaneidad y la oralización, la precisión terminológica, el cuidado de las traducciones, el uso de hispanoamericanismos léxicos, el resumen del hecho deportivo y sus emociones mediante titulares con juegos de palabras y sentido del humor, la descripción de acontecimientos con un léxico apto para audiencias no especializadas y el uso de fórmulas breves de origen extranjero (Castañón Rodríguez 2008b).

⁴ Lo que se echa en falta, como ha demostrado Hernández Hernández (2012), es una normalización del léxico deportivo, sobre todo en el de los deportes considerados de masas. No obstante, Rojas Torrijos (2012d) se muestra optimista respecto a un lenguaje deportivo internacional en español, el cual se está gestando “gracias a la labor de las principales agencias de noticias y resto de medios de comunicación de vocación panhispánica, que se han encargado de fijar unos criterios estandarizados en el uso del idioma para una aplicación válida en el conjunto de países en lengua española”.

⁵ Hernández Alonso (2003: 57), en un estudio comparativo de crónicas deportivas, considera que el 60 % del léxico utilizado se puede considerar común, mientras que el 40 % restante tiene alguna particularidad: léxico argótico (7 %), léxico técnico (12 %) y léxico trasladado (21 %).