

Los nombres de equipos brasileños en contacto con la prensa hispanohablante

PEREIRA DE SOUZA CRUZ, Vinícius / Universidade Federal de Minas Gerais -
vinicius.cruz986@gmail.com

Eje: Análisis del discurso/Sociolingüística - Tipo de trabajo: ponencia

Palabras claves: exónimos - fútbol - medios de comunicación - contacto lingüístico

> **Resumen**

A partir del interés de cómo se nombran los equipos brasileños de fútbol en los medios de comunicación hispanohablante, el trabajo recurrió al estudio de Raukko (2017) acerca de los exónimos para tratar de explicarlo dentro del ámbito de la Socionomástica. Generalmente se los recuerda por las adaptaciones de nombres de lugares o personas y esta investigación ha encontrado un hueco en los nombres deportivos en contacto con la lengua española. La metodología consistió en observar las ocurrencias de periódicos argentinos, además de las redes sociales que los referencian, y explicarlas considerando su labor. La temática resulta oportuna tal como su discusión pues se observan elementos extralingüísticos que se pueden sacar a través del fútbol desde la mirada de la Socionomástica. Asimismo, los constantes torneos continentales generan intercambio informativo mediático entre Brasil y Argentina que puede suscitar, por esta vía, el aprendizaje lingüístico.

> **Introducción**

La aparición de los nombres de clubes brasileños en los medios de comunicación hispanohablantes, motivada por los torneos continentales, siempre ha suscitado curiosidad entre los aficionados brasileños cuando se ponen en contacto con los periódicos extranjeros de lengua española. Para los nativos de lengua portuguesa, la ausencia de un acento gráfico (Gremio), una traducción o adecuación (San Pablo) o el intento de adecuación de sentidos (Los Galos y Los Peixes), para citar algunos ejemplos, pueden generar extrañeza a los hinchas brasileños y provocar discusiones acerca de las modificaciones. Son ejemplos en noticias:

(1) Si hablamos de historia, claro, el peso de Boca se impone por mucha diferencia con respecto a *los Galos*: seis Libertadores contra una. (Tossi, 2021)

(2) River le ganó 1-0 a *Paranaense* y se clasificó a cuartos de final de la Copa Libertadores. (Fernández Re, 2020)

(3) *Bahía* y Ceará, rivales de Independiente y Arsenal en la Sudamericana, terminaron a piñas en la final. (Redacción EG, 2021)

No obstante, puede que esos “cambios” también generen entusiasmo al hincha que nota su club internacionalizado en la prensa del exterior, ya sea por su nombre institucional o mediante una mención al apodo que lo represente.

A ese fenómeno lingüístico con el que se nombra lugares de manera distinta con relación a la lengua vernácula, la Real Academia Española lo define como exónimo. Raukko (2017) no los restringe solamente a lugares, sino que los amplía hacia los nombres de personas en general. Considerando las observaciones expuestas en su trabajo, esta investigación ha intentado ampliar este fenómeno hacia los nombres de clubes brasileños de fútbol que figuran en los medios de comunicación hispanohablantes. Se tiene en cuenta su fundamentación teórica y se la adecua, bajo criterios comparables, a las ocurrencias similares de los antropónimos de clubes en la prensa digital. La idea de este trabajo es, entonces, en primer lugar, ubicar el fútbol en el ámbito académico a través de la Socionomástica por considerarlo un fenómeno social y cultural. En segundo lugar, teniendo presente su poder de movilizar pasiones, hacerlo accesible a la enseñanza de lenguas.

> **Marco teórico**

Los nombres propios: perspectivas lingüísticas y extralingüísticas

Fernández Leborans (1999) recuerda la dificultad para clasificar a los nombres propios en las gramáticas tradicionales debido a su carácter extralingüístico. Los teóricos Trapero (1996) y Ariza (1993) han apelado a las explicaciones sobre las convenciones sociales como determinantes para diferenciar qué es propio o común. La complejidad de distinguirlos los ha llevado a sostener que en una conversación las personas se dan cuenta de qué se puede considerar digno de ser nombrado como propio (personas, lugares, instituciones, etc.) y en las manifestaciones del lenguaje escrito la adopción de la mayúscula sirve para referirse a este tipo de nombres. Ainiala (2016) y González (2004) argumentan que el acto de nombrar, además de ser una necesidad humana, sirve para distinguir y darle dignidad al nombrado, lo que caracteriza su capacidad de ser propio.

El contexto interactivo en que se insertan los nombres propios suena relevante en cuanto a su uso y variación, como se ve, en algunos casos, en la alternancia al nombrar el club (institución) por su propio

nombre o su apodo. Sobre esa base, se establecen categorías que permiten análisis. A esa posibilidad tipológica, Ainiala (2016) define la Socionomástica como la Sociolingüística que trata de los nombres propios, pues los factores motivacionales y su contexto social son el objeto de estudio. Raukko (2017) también ha llevado a cabo la categorización al tratar de los exónimos, como se abordará en el siguiente apartado.

Exónimos, traductología y correspondencias

La Real Academia Española define los exónimos como aquellos nombres propios distintos, en relación con la lengua vernácula, con los que se nombran lugares. Se ejemplifica Londres como exónimo de London, San Pablo como exónimo de São Paulo, entre otros. Raukko (2017) se detiene a investigar su relación social y cultural a partir de nombres de lugares, personajes literarios y personas. Según su explicación, el exónimo nace del contacto lingüístico entre diferentes culturas, por lo que las palabras, estructuras y otras propiedades lingüísticas pueden sufrir alteraciones de acuerdo con sus propiedades ortográficas. En algunos casos, también se dan por cuestiones de prestigio internacional. Se ejemplifican los lugares que se pueden nombrar con la lengua nativa, pero se opta por el uso del inglés. En otros casos, se toma en cuenta la necesidad alfabética, la referencia, el género gramatical, etc. Según los contextos que los forman, el teórico elabora criterios lingüísticos. A modo de ejemplificación, se exponen algunos fragmentos de su clasificación: aspectos fonológicos y morfológicos (*George Bush* en inglés - *Džordžas Bušas* en lituano); sintácticos (*Le Havre* en francés - *El Havre* en español); semánticos (Mar del Norte - *Nordsee* en alemán vs. Mar del Oeste - *Versterhavet* en danés). Con relación al primer ejemplo, se entendió el cambio determinado por una necesidad alfabética que es condicionada por la sonoridad y elementos gráficos de la lengua de llegada. En el segundo ejemplo, los artículos fueron transportados de una lengua a otra. En el tercero, la alteración semántica se da por el sentido geográfico a partir de la ubicación del mar con relación a los países.

De igual manera, se comenta que los exónimos pueden ser interpretados como adaptación, adecuación y, a veces, traducción. Acerca de esa última definición, Ozaeta Galvez (2002) disiente y aclara que, con excepción de los nombres transparentes, a los antropónimos no se traducen, sino que se encuentran correspondencias con otros nombres en consonancia con las normas del sistema lingüístico de cada lengua. En su opinión, es mejor considerarlos transcritos, naturalizados, transliterados y adaptados a la cultura de llegada. Contempladas sus observaciones, todo tipo de cambio que valora la cultura de llegada tiene la intención de comunicar algo de la partida. En el campo de la traducción, Hurtado Albir (2001) explica que una de las razones por las que se traduce se debe a las diferencias lingüísticas y culturales. Por lo tanto, su

rol es cumplir una finalidad comunicativa que disminuya las posibles barreras. Finalmente, la traducción en general está destinada a aquellos que no conocen la lengua y tampoco la cultura de origen.

Los apodos en el fútbol

Durante la investigación también ha llamado la atención las ocurrencias de clubes brasileños a los cuales se los mencionan por apodos, como veremos en las tablas destinadas a los criterios de análisis. Amaral y Seide (2020) aclaran que, al contrario de los nombres de registro civil, estos parten de motivaciones diversas. Surgen, por ejemplo, de la característica física de un individuo, su intelecto o su comportamiento social. Considerado su carácter arbitrario, pueden o no ser despectivos. Si bien la explicación se aplica a seres humanos, no está demasiado pensado en los clubes de fútbol, por la relación que se establece con el hinchas, como extensión de la identidad humana. El grado de pertinencia se refleja en páginas *web*, como ejemplo, a través de las expresiones Soy Boca¹, Somos River². Igualmente, cuando se trata de modo informal, sus equivalentes pueden darse por los apodos de Xeneize o Millonario, respectivamente.

En el caso de este trabajo, los ejemplos seleccionados surgen de una motivación regional (gentilicios) o por individualizadores conceptuados. Sobre estos últimos, según Cárdenas Maragaño (2015) son usados cuando se pretende individualizar un colectivo bajo un nombre. En su estudio incluso cita ejemplos del fútbol chileno, como *Las Madres* y *Los Zorros del Desierto* para referirse, respectivamente, a la colectividad de Universidad de Chile y Cobreloa.

Archetti (1991, p. 4-5) observa su uso en el mundo del fútbol como un elemento que sirve para romper con jerarquías sociales, crear héroes e identidades o resaltar una característica personal, sobre todo por el humor que produce el acto de apodar. Sin embargo, Santos y Costa (2016), acerca de apodar en el mundo deportivo, advierten que lo jocoso no siempre se traduce como afectuoso. En ese sentido, se tiene en cuenta la entidad que recibe el apodo desde otra colectividad. Esto es, que una colectividad rival le apode al otro puede resultar en un sentimiento negativo en lo apodado.

López y López (2012, p. 25) recuerdan que muchos de los apodos que se conocen hoy nacen del periodismo deportivo. Citan la revista *Crítica* como la precursora de los apodos Cuervos (San Lorenzo), Academia (Racing) y Millonarios (River Plate) como ejemplos. Se puede deducir, en este caso, que se trata de un uso afectuoso por el hecho de que perduran entre muchos de sus hinchas.

A diferencia de lo que ocurre en Brasil, donde en gran escala se recurre a mascotas –Raposa, Galo, Peixe, Urubu, etc.– (Schneider, 2015), el contacto lingüístico entre los dos idiomas (español y portugués) ha proporcionado nuevos nombres o adaptaciones en los medios de comunicación de la prensa

¹ Soy Boca. Disponible en: <http://www.soyboca.com.ar/>

² Somos River. Disponible en: <https://www.somosriver.com/>

hispanohablante, que pueden adaptarse a la tipología de criterios lingüísticos adoptados por Raukko (2017). Este trabajo pretende clasificarlos conforme a su literatura, como veremos a continuación en la sección metodológica.

> **Metodología y discusión de resultados**

El abordaje metodológico que se eligió es de carácter cualitativo y se explica por el análisis de su objeto a partir de las ocurrencias de los eventos anteriormente explicados. Como fuente de datos, se tomaron en consideración publicaciones de los diarios La Nación, El Gráfico, y de las redes sociales como Twitter, Facebook y otros blogs.

El periodo de recorte y búsqueda por los noticiarios contempla desde noviembre del 2020 hasta julio del 2021. La intención fue observar cómo los nombres de clubes brasileños eran adaptados a la lengua española, teniendo en cuenta el contexto de la disputa de los torneos de Copa Libertadores y Copa Sudamericana. El análisis consideró las apariciones en títulos, titulares y cuerpo de texto de las publicaciones: Atlético Mineiro, Santos, Athletico Paranaense, Bahia, Grêmio y São Paulo fueron los clubes analizados. Se tomó el estudio de Raukko (2017) como referencia para clasificar cada ocurrencia a partir de los fenómenos encontrados. De este modo, cada criterio lingüístico se dividió en cuatro tablas, como se discutirá a cada ejemplo.

Tabla 1 - Semánticos

Club	Ocurrencias	Referencia colectiva
Clube Atlético Mineiro	“ <i>Los Galos</i> ”	atleticanos (hinchas, equipo, cuerpo técnico)
Santos Futebol Clube	“ <i>los amigos Peixes</i> ”	santistas (hinchas, equipo, cuerpo técnico)

En los ejemplos de la Tabla 1, las ocurrencias son clasificadas como semánticas por el hecho de que las menciones son colectivizadas al que en el portugués se considera singular, por considerar sólo el nombre o apodo de la institución. *Galo* y *Peixe* son apodos de Atlético y Santos que en la lengua portuguesa están marcados por el artículo definido masculino singular con el fin de singularizar a todo el colectivo que le representa. La forma pluralizada (*Galos* y *Peixes*) encontrada en el periódico La Nación y en el tweet del Club Atlético Independiente se asemeja con la norma corriente en Argentina para nombrar a equipos locales, que no es común en Brasil. Ejemplo: los Cuervos (San Lorenzo), los Funebreros (Chacarita), etc.

Tabla 2 - Sintácticos y pragmáticos

Club	Ocurrencias	Estructuras
Clube Atlético Mineiro	“ <i>El Mineiro</i> ”, “ <i>Mineiro</i> ”	Artículo definido + gentilicio, Gentilicio
Clube Athletico Paranaense	“ <i>El Paranaense</i> ”, “ <i>Paranaense</i> ”	Artículo definido + gentilicio, Gentilicio

En la Tabla 2, la alteración se da por la elección de la parte del nombre. Esto es, mientras que en Brasil se opta por referir, sintácticamente, “Atlético + Gentilicio”, en las publicaciones de La Nación se ha optado por mencionar solamente el gentilicio de esos clubes (Mineiro y Paranaense), variando entre el uso del artículo definido o su ausencia. La posible explicación para esa adaptación se debe al hecho de que en Argentina por lo menos 40 clubes divididos entre la Primera y Segunda división del fútbol local, según los datos de la AFA³ (Asociación del Fútbol Argentino), llevan en su registro “Club Atlético”. Por lo tanto, una manera lógica y que hace que el portugués se convierta en exónimo en las publicaciones argentinas es nombrarlos tal como se hace con River Plate, Boca Juniors, San Lorenzo, entre otros clubes locales que llevan esa denominación asociativa.

Tabla 3 - Fonológicos y ortográficos

Club	Nombre en el extranjero	Cambio
Esporte Clube Bahia	<i>Bahía</i>	Se agrega la tilde
Grêmio Foot-ball Porto Alegrense	<i>Gremio</i>	Pérdida del circunflejo del portugués

De acuerdo con las explicaciones del estudio de Raukko (2017), hay cambios que se hacen para atender una necesidad alfabética. En el caso de la Tabla 3, estos se restringen a aspectos fonológicos y ortográficos, dado el criterio gramatical que se adopta en la lengua española, contrario al del portugués. A Bahía se le agregó la tilde por la necesidad de tonificar su vocal, mientras que en *Gremio* el circunflejo se cae por la innecesidad de tonificar la vocal y la inexistencia del circunflejo como acento gráfico del español.

³ AFA. Clubes afiliados. Nómina de Clubes. Clubes de la liga profesional de fútbol. Disponible en: <https://www.afa.com.ar/es/pages/clubes-afiliados>.

Tabla 4 - Empleos alternados

Club	Exónimos	Distancia
São Paulo Futebol Clube	<i>Sao Paulo</i>	Cerca
São Paulo Futebol Clube	<i>San Pablo</i>	Distante

La Tabla 4 es similar a la Tabla 3 en lo que respecta a la necesidad alfabética. El uso de *Sao Paulo* aparenta un grado de buscar el acercamiento a la sonoridad *São Paulo*, mientras que el uso de *San Pablo* es el que más se adecua a la lengua española. Hay que tener en cuenta que el nombre del club es un topónimo de una de las capitales más famosas del mundo, lo que puede determinar esa alternancia en el mundo hispanohablante considerada la difusión de ese nombre internacionalmente.

> ***A modo de cierre***

El trabajo ha tratado de analizar los exónimos, considerando el estudio de Raukko (2017), como un fenómeno lingüístico y extralingüístico a partir de nombres de clubes brasileños adaptados a la prensa hispanohablante. Se tomó como referencia teórica algunos de los estudios que se dedican a la Socionomástica y a los nombres propios como categoría gramatical.

En la sección metodológica vimos ejemplos de casos en los que los equipos se adecuaron a la clasificación tipológica. Sin embargo, se reconoce, para futuras investigaciones, la necesidad de un análisis más amplio que contemple un número significativo de clubes. Quedan algunos huecos con respecto a la frecuencia de ocurrencias. Valdría la pena, por ejemplo, consultar el manual de estilo de algunos diarios que dictan las publicaciones. Igualmente, tal cual la explicación de Hurtado Albir (2001, pp. 28-29), los fines comunicativos están cargados de intenciones y, en parte, se evidencian con el uso de los apodos como forma de mezclar la cultura futbolera brasileña adaptada a la argentina.

De esta investigación se desprende que el fútbol, tal como la música o el cine, entre otras artes, puede ser explotado para fines académicos y en la enseñanza de lenguas, debido a su carácter lingüístico, que se ofrece a partir de los nombres propios, y extralingüístico, en cuanto a su uso social y cultural. Entender los mecanismos gramaticales que distinguen una lengua de la otra puede volverse placentero desde ejemplos que involucran pasiones de multitudes que unen sociedades y culturas.

Bibliografía

Ainiala, T. (2016). Names in society. En C. Hough (editora). *The Oxford handbook of names and naming* (pp. 371-381). Oxford University Press.

- Amaral, E. T. R., & Seide, M. S. (2020). *Nomes próprios de pessoa: introdução à antroponímia brasileira*. Blucher.
- Archetti, E. P. (1991). Comedia y tragedia en el discurso de los hinchas argentinos. *Metodología de la investigación aplicada a la Educación Física* (pp. 1-18), Universidad de Oslo.
- Ariza, M. (1993). ¿Es propio el nombre propio? En E. R. Alcaide, M. M. Ramos, & F. J. Salguero (editores), *Estudios lingüísticos en torno a la palabra* (pp. 33-40). Universidad de Sevilla.
- Cárdenas Maragaño, B. (2015). Los apodos: individualizadores conceptuados. *Alpha*, 41, 159-176.
- Fernández Leborans, M. J. (1999). El nombre propio. En I. Bosque & V. Demonte (directores), *Gramática descriptiva de la lengua española* (pp. 77-128). Espasa Calpe.
- Fernández Re, A. (2020, 1 de diciembre). River le ganó 1-0 a Paranaense y se clasificó a cuartos de final de la Copa Libertadores. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/deportes/futbol/river-atletico-paranaense-octavos-final-copa-libertadores-horario-nid2525801/>
- González, D. (2004). Algunas consideraciones en torno al nombre propio. *Lengua y sociedad*, 7(2), 103-108.
- Hurtado Albir, A. (2001). *Traducción y Traductología: Introducción a la traductología*. Cátedra.
- López, A. & López, M. H. (2012). Primeros apuntes del periodismo deportivo en la Argentina. En A. López (editor), *Cuaderno de cátedra Periodismo Deportivo I* (pp. 1-51), Universidad Nacional de la Plata.
- Ozaeta Gálvez, M. R. (2013). Los antropónimos: nociones teóricas y modalidades de transferencia (francés-español). *Epos: Revista De filología*, 18, 233-255. <https://doi.org/10.5944/epos.18.2002.10216>.
- Raukko, J. (2017). Names in contact: linguistic and social factors affecting exonyms and translated names. En T. Ainiala & J. Östman. *Socio-onomastics: the pragmatics of names* (pp. 93-125). John Benjamins.
- Redacción EG (2021, 9 de mayo). Brasil: escándalo, batalla campal y caos en la copa do nordeste. *El Gráfico*. <http://admin.elgrafico.com.ar/articulo/1053/39970/brasil-escandalo-batalla-campal-y-caos-en-la-copa-do-nordeste>
- Santos, C. N., & Costa, C. F. T. (2016). O apelidamento de estádios de futebol em Sergipe. *Revista GTLex*, 2(1), 141-169.
- Schneider, G. (2015). Especial: As história por trás dos mascotes dos grandes clubes brasileiros. *Goal*. <https://www.goal.com/br/news/619/especiais/2015/03/20/9959122/especial-as-hist%C3%B3ria-por-tr%C3%AAs-dos-mascotes-dos-grandes>
- Tossi, F. (2021, 1 de junio). Ni el azar ayuda a Boca: su rival en octavos de final será Atlético Mineiro, el mejor de la Copa Libertadores. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/deportes/futbol/boca-juniors/ni-el-azar-ayuda-a-boca-su-rival-en-octavos-de-final-sera-atletico-mineiro-el-mejor-de-la-copa-nid01062021/>
- Trapero, M. (1996). Sobre la Capacidad Semántica del Nombre Propio. *Revista El Museo Canario*, 51, 337-353.