



Neologismos estilísticos en los titulares de la prensa deportiva española: “NP + -azo/ -ada”

Susana Guerrero Salazar¹

Recibido: 21 de febrero de 2017 / Aceptado: 23 de julio de 2018

Resumen. Este artículo se centra en un tipo de neologismo estilístico muy frecuente en la prensa deportiva, concretamente los sustantivos que presentan la estructura “nombre propio (NP) + -azo/-ada”. El objetivo es, en primer lugar, determinar la función de estos neologismos en la titulación deportiva; en segundo lugar, analizar la relación que existe entre los sufijos -azo/-aza, -azo y -ada, catalogar los distintos valores que aportan y demostrar el grado de fijación de algunos de los términos que generan. La muestra analizada procede de titulares de los principales diarios deportivos españoles (*Marca, As, Mundo deportivo y Sport*), en un marco temporal que abarca desde 2003 hasta 2017.

Palabras clave: nombre propio, neologismo, sufijo, titular deportivo.

[en] Stylistic neologisms in Spanish sports newspapers: “PN + -azo/ ada”

Abstract. This article focuses on a type of stylistic neologism very frequent in the sports press, specifically the nouns that present the structure “proper noun (PN) + -azo/-ada”. The objective is, first, to determine the role of these neologisms in sports headlines; second, to analyze the relation between the suffixes -azo / -aza, -azo and -ada, to catalog the different values that they contribute and to demonstrate the degree of fixation of some of the terms that they generate. The sample analyzed comes from the headlines of the main Spanish sports dailies (*Marca, As, Mundo deportivo and Sport*), from 2003 until 2017.

Keywords: proper noun, neologism, suffix, sport headline.

Índice. 1. Introducción: corpus, metodología y estado de la cuestión 2. Funciones de los neologismos formados por NP + -azo/-ada. 3. Valores de -azo/-ada en el corpus. 4. Conclusiones. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Guerrero Salazar, S. (2018) Neologismos estilísticos en los titulares de la prensa deportiva española: “NP + -azo/-ada”. *Círculo de Lingüística aplicada a la comunicación* 75, 173-190. <http://webs.ucm.es/info/circulo/no75/guerrero.pdf>, <http://dx.doi.org/10.5209/CLAC.61358>

¹ Universidad de Málaga (España)
Correo electrónico: salazar@uma.es

1. Introducción: corpus, metodología y estado de la cuestión

La siguiente investigación es de corte analítico y se centra en un tipo de neologismo estilístico muy frecuente en la prensa deportiva, concretamente en sustantivos que presentan la estructura “nombre propio (NP) + *-azo/-ada*”. Los objetivos son, por un lado, determinar la función de estos neologismos en la titulación deportiva; y, por otro, estudiar la relación entre los sufijos *-azo/-aza*, *-azo* y *-ada*, catalogar sus valores y comprobar hasta qué punto generan términos de carácter efímero.

Bien es sabido que los neologismos estilísticos se caracterizan por ser idiolécticos, por ser bastante efímeros y por necesitar para su análisis interpretativo de la motivación pragmática o extralingüística, es decir, de conocimiento sobre el referente expresado. Al tratarse de creaciones individuales, en general, tienen menos posibilidades de pasar al vocabulario común de la jerga que otro tipo de creaciones léxicas; sin embargo, son tan numerosos y característicos en el periodismo deportivo que es precisamente en este discurso donde, por un lado, tienen más posibilidades de asentarse (Guerrero Salazar 2018a: 90-91 y 2018b: 169-217), y, por otro, donde se constata una tendencia a crear voces mediante ciertos sufijos y a activar ciertas combinaciones metonímicas y no otras, lo que justifica lo relevante del análisis (Gutiérrez Rubio 2014: 142).

Tras llevar a cabo una investigación exploratoria sobre 2000 titulares deportivos, con la finalidad de reconocer los principales procedimientos léxicos que afectan a los nombres propios, decidimos estudiar los sufijos *-azo* y *-ada*, que son los más utilizados: 102 titulares presentaban como núcleo o palabra clave un neologismo con la estructura “NP + *-azo/-ada*”. Los ejemplos seleccionados proceden de los diarios *Marca*, *As*, *Mundo deportivo* y *Sport* (tanto en su versión digital como en papel), ya que son los más leídos en España (según datos del EGM). Hemos analizado solo titulares porque, debido a la función claramente seductora de la titulación deportiva y a su papel de gancho, se convierten en un espacio fundamental para la creatividad léxica. Hemos optado por abarcar un espacio temporal amplio (desde 2003 hasta 2017) para poder probar el carácter efímero o no de los términos (basándonos en las repeticiones registradas en los distintos años). Aunque para su ejemplificación e interpretación se han utilizado los neologismos más relevantes y reiterados, al final aportamos un cuadro donde aparecen todos los que hemos registrado, así como el número de veces que aparecen repetidos en el corpus.

Muy pocos trabajos han abordado los recursos de creación léxica que afectan a los nombres propios. Entre ellos, destacamos el de García Gallarín (2000), que analiza los mecanismos de apelativización en el periodismo hablado de los 90; el de Díaz Rojo (2001), que estudia los derivados y compuestos a partir de nombres propios en la neología científica; el de Cabré et al. (2001), que cataloga los sufijos y prefijos que se adjuntan a antropónimos y topónimos, tanto en español como en catalán, en dos corpora distintos, uno lexicográfico y otro neológico procedente de la prensa; el de Lucero Sánchez (2007), que trata las variaciones del nombre propio como estrategia política; el de Guerrero Salazar (2007: 242-257), que analiza las

distintas manipulaciones a que son sometidos en la prensa (flexión, derivación, composición, siglación, acortamiento, cruce, superposición, juegos semánticos –polisemia, homonimia–, juegos fónicos...); y el de Hernández Corchete (2014), que aborda la antonomasia vossiana, esto es, la recategorización de un nombre propio en uno común en los titulares periodísticos.

Algunos trabajos sobre el discurso deportivo han destacado la importancia de los nombres propios (Hernández Alonso 2003: 97-99 y 2012: 132-133), pero ninguno ha profundizado en los recursos de creación léxica a los que son sometidos. A lo sumo, se han constatado las lexicalizaciones producidas cuando, a través de una recategorización, se convierten en nombres comunes (epónimos). Alexandre Benavent et al. (2007: 122-123) ejemplifican los siguientes casos: *pichichi* ('en el fútbol máximo goleador de un torneo, campeonato o equipo'; proviene del apodo *Pichichi*, del jugador Rafael Moreno Aranzadi), *zamorana* ('despeje del balón que efectúa el portero ayudándose del codo y del antebrazo'; procede de Ricardo Zamora, portero de la selección española de fútbol entre 1920 y 1935), *maracanazo* ('victoria frustrada en el propio campo', proviene del estadio brasileño Maracaná. En él se jugó la final del mundial de 1950, donde el Uruguay venció al Brasil, truncando así las expectativas de victoria de los brasileños) y *panenka* ('penalti ejecutado al modo del jugador checoslovaco Panenka', famoso en la Eurocopa de 1976 por su estilo particular de lanzar los penaltis'). Estos términos forman parte de la jerga deportiva y la prensa recurre a ellos a sabiendas de que los aficionados saben interpretarlos sin problemas:

PIJAMA DE INVIERNO DEL BARÇA
PRÓXIMO FIN DE SEMANA LA CARTILLA

CONSIGUE HOT LAMBORGHINI MURCIELAGO VERDE
Pala Negra
www.garciacarrion.es

SPORT
Nº 12.975 DOMINGO 18 DE OCTUBRE DE 2015 1 EURO

5-2
BARÇA BRAVO
MARCÓ CUATRO GOLES Y DIO EL QUINTO A SUÁREZ

PICHICHI NEYMAR

El Barça goleó pero faltó control y Bravo salvó varios goles

DEDICADO A MESSI
Hay más de 1.000 fanáticos en el mundo que celebran su cumpleaños. Una demostración más de la pasión que existe entre ambos

EL MADRID APROVECHÓ LOS REGALOS DEL RIVAL
SALEN DE LA CRISIS CON UNA GOLEADA

- (1) *Pichichi* Neymar (*sport*, 18-X-15)
- (2) Alexis entra en el club de los *panenka* perfectos (*sport.es*, 5-VII-15).

De estos términos, solo *pichichi* está registrado en el diccionario académico: ‘1. m. En el fútbol, jugador que marca más goles durante la liga española y, por ext., goleador. 2. m. En el fútbol, distinción honorífica que se concede al pichichi’; también es el único que aparece en el *Diccionario terminológico del deporte* (Castañón Rodríguez 2004), cuya definición (‘máximo goleador de una competición o de un equipo’) indica que el término se ha generalizado y, por tanto, se utiliza también en otros deportes; el sustantivo *pichichi* se incluye, además, en *Términos deportivos en el habla cotidiana* (Castañón Rodríguez et al. 2005), donde se añade una segunda acepción (‘persona o entidad que ocupa el primer lugar en una tabla de resultados de una actividad’), que muestra que este sustantivo se ha instalado en la lengua común. En los titulares de prensa es usual verlo aplicado a otros deportes, fuera del ámbito futbolístico:

- (3) LeBron asciende entre los ‘Pichichis’ históricos de la finales NBA (marca.com, 17-VI-16).

Este proceso de recategorización puede llevarse a cabo con nombres propios que han sufrido previamente un proceso de sufijación, como sucede con *maracanazo* (que, como vamos a comprobar, ha generado por analogía otros sustantivos creados mediante el mismo procedimiento). Una vez convertidos en epónimos, pueden sufrir otros procesos de creación léxica, como prefijación en *minimaracanazo* (se refiere a la victoria de la selección española en Brasil ante la anfitriona en la final del Mundialito de fútbol, citado por Rojas Torrijos 2012: 44), cruce léxico en *Neymaracanazo* (se refiere al penalti decisivo que marcó Neymar en los Juegos Olímpicos de Río, gracias al cual Brasil derrotó a Alemania y consiguió la medalla de oro), o sufijación en *Panenkazo* (alude a un penalti lanzado por Sergio Ramos, al estilo del jugador Panenka, el cual resultó decisivo para conseguir el triunfo del Real Madrid en la eliminatoria de octavos de final de la Copa del Rey):

- (4) Neymaracanazo (marca.com, 21-VIII-16).
 (5) El ‘Panenkazo’ de Sergio Ramos” (sport.es, 13-I-17).

2. Funciones de los neologismos formados por NP + *-azo/-ada*

En general, el nombre propio no modificado carece de significado analizable y se emplea como término referencial, pues tiene como función señalar deícticamente al poseedor de dicho nombre, sin informar de sus rasgos de contenido (Herrero Ruiz de Loizaga, 2002: 225). No obstante, los nombres propios están dotados también de contenido predicativo, lo que explica que funcionen como nombres comunes en determinados contextos y que adquieran usos metafóricos tanto contextuales como lexicalizados (Fernández Leborans 1999: I, 103). Concretamente, referido al discurso de la prensa, el trabajo de Cabré et al. (2001) ha demostrado cómo, a través de un proceso de metaforización, los nombres propios son dotados de un contenido descriptivo que sirve como prototipo de una determinada característica; en todos estos casos, para la interpretación correcta del término, es necesario que el referente sea compartido.

Como ha advertido García Gallarín (2000: 39-40), el eco de la creación deonomástica depende de su rendimiento como recurso de interpretación o de valoración (que puede indicar actitud de aprobación o de disensión), así como de la recurrencia del procedimiento en el discurso.

Todos los neologismos formados mediante “NP + *-azol/-ada*” en los titulares deportivos registrados tienen en común, por un lado, que poseen función estilística, es decir, que tienen su razón de ser en la voluntad de estilo del periodista; se trata de términos de carácter expresivo y/o lúdico, marcadores de un discurso diferenciador y sorprendente que sirve de reclamo, bien para captar la atención, producir extrañamiento o con una finalidad claramente tendenciosa.

Por otro lado, todos funcionan como recurso de intensificación, pues constituyen un procedimiento expresivo que denota la subjetividad del emisor, quien realiza una evaluación o juicio de la realidad a la que alude (Albelda Marco 2007: 146-147; Guerrero Salazar 2017a: 197), en muchos casos, con el deseo de exagerar. De hecho, los titulares analizados se caracterizan no solo por describir o informar, sino por evaluar situaciones, hechos, palabras y actitudes. La evaluación no se encuentra en la información del enunciado, sino en el juicio de valor que lleva asociado el neologismo y que hace presente el punto de vista del periodista.

Hay que tener en cuenta que en la titulación periodística, y en concreto en la deportiva, conviven implicaciones estilísticas –como la voluntad de estilo o la economía lingüística (Guerrero Salazar 2007)– e ideológicas (Cuvardic y Vargas 2010). Los neologismos estudiados prueban este hecho, pues el término resultante de la derivación permite la condensación del sentido y contribuye a la concisión que exige el titular; de hecho, muchos de los titulares, sobre todo de portada, están constituidos únicamente por el nombre propio derivado (ejs. 7, 8, 13, 17, 27, 28, 42, 44).

En cuanto a las implicaciones ideológicas, no podemos olvidar que la prensa analizada se caracteriza por un marcado posicionamiento, bien con los clubes deportivos de Madrid (*Marca*, *As*), bien con los clubes deportivos de Barcelona (*Mundo Deportivo*, *Sport*), por lo que no es de extrañar que todos los casos registrados del término *Cristianazo* (referido a Cristiano Ronaldo, jugador del Real Madrid 2009-2018) procedan de *Marca* y de *As* y los de *Iniestazo* (referido a Andrés Iniesta, jugador del Barça 2003-2018), de *Mundo deportivo* y de *Sport*.

3. Valores de *-azol/-ada* en el corpus

Entre los mecanismos morfológicos de intensificación que marcan la función expresiva en los titulares deportivos, destaca la derivación intensificadora. De todos los sufijos apreciativos, en el ámbito deportivo, el más productivo es *-azol/-aza*, que se une a nombres propios de personas, de lugares (estadios) y de equipos. Le siguen *-azo* y *-ada*. El análisis de los datos demuestra que la frontera entre apreciación y no apreciación se diluye en el comportamiento de estos tres sufijos, ya que los tres conforman términos evaluativos. Por otro

lado, los sufijos “no apreciativos” *-azo* y *-ada*, cuando se unen a determinadas bases léxicas, aportan valores similares.

El sufijo *-azo/-aza*, adjuntado al nombre propio del deportista o a su apodo (*tikotazo* está creado sobre el apodo *Tiko*, referido a Roberto Martínez Rípodas), produce una intensificación positiva, pues expresa un juicio de valor sobre su actuación, es decir, evalúa positivamente el hecho realizado (una jugada, un tanto...), el cual resulta decisivo y conlleva consecuencias positivas. Se trata de creaciones léxicas por metonimia, ya que se toma el nombre o apodo del autor para aludir a las consecuencias o resultado de su acción:

(6) Un tikotazo que decidió el derby (as.com, 28-IX-03).

La fuerza evaluativa de estas formaciones hace que puedan por sí solas constituir un titular (sobre todo de portada) y que, con frecuencia, se unan a expresiones de sorpresa o se acompañen de exclamaciones (ejs. 7 y 8). El valor que aporta el sufijo en estos casos es el de ‘actuación decisiva realizada por el NP’. De este modo, si Rafinha es el jugador del Barça que marcó el único gol ante el Granada y le dio la victoria al equipo, *Rafinhazo* sería, por tanto, ‘golazo decisivo marcado por Rafinha’; este mismo procedimiento es el que usamos para interpretar en el ámbito futbolístico otros términos creados de modo similar, como *Moratazo*, *Puyolazo*, *Neymarazo*, *Radojazo*, etc.; en el caso de *Lebronazo* (ej. 12) sería ‘puntos decisivos marcados por el jugador de baloncesto Lebron’:



(7) ¡Rafinhazo! (*Mundo Deportivo*, 30-X-16).

(8) ¡Moratazo! (*As*, 15-IX-16).



- (9) Puyolazo (*Sport*, 2-II-12).
- (10) A semis con un Neymarazo (*Sport*, 28-I-16).
- (11) 'Radojazo' en Balaídos (*as.com*, 15-I-17).
- (12) LeBronazo' de 44 puntos para evitar que los Blazers de Rudy tumben a los 'Heatles' (*marca.com*, 10-I-11).

El valor intensificador de este sufijo es aún mayor cuando se aplica a un apodo con diminutivo, transformándolo en aumentativo, es lo que sucede con *Pipita* (referido a Higuaín), sobre el que se genera *Piponazo* (ej. 13), y con *Manolito* (referido a Emmanuel Adebayor), sobre el que se construye *Manolazo* (ej. 14):



(13) Piponazo (*Marca*, 3-X-11).

(14) El equipazo de Manolazo (*Marca*, 4-IV-11).

El valor apreciativo del sufijo *-azo/-aza* destaca también cuando toma como base el nombre del equipo; en estos casos indica ‘gran victoria’, como comprobamos en *Malagazo*, término que celebra la victoria del Málaga (debido a un golazo de Ontiveros que fue decisivo), y en *Cacereñazo*, que alude al triunfo del Cacereño sobre el Málaga:

(15) Malagazo de Ontiveros (marca.com, 26-XI-16).

(16) A por el ‘Cacereñazo’ en La Rosaleda (marca.com, 26-XI-12).

Este mismo valor apreciativo positivo se aprecia en el sustantivo *Neptunazo*, cuyo lexema base es *Neptuno*, nombre de la fuente donde el Atlético de Madrid celebra sus victorias, el cual se emplea por metonimia para aludir al triunfo de la Copa del Rey por parte de dicho equipo; el ejemplo 18 demuestra que el carácter del término no es tan efímero como se podría intuir, pues, un año más tarde, se utiliza como recordatorio de una ocasión deportiva memorable:



(17) Neptunazo (*Marca*, 18-V-13).

(18) Un año del Neptunazo

365 días después, el destino ha querido que pueda proclamarse campeón de Liga en el Camp Nou (marca.com, 17-V-14).

Como explica la *Nueva Gramática de la lengua española* (Academia Española 2009: I, 398), en ocasiones, la frontera entre apreciación y no

apreciación se desdibuja entre el sufijo apreciativo *-azo/ -aza* y el no apreciativo *-azo*, cuyo valor es ‘golpe dado’ y ‘acción inesperada y autoritaria o acontecimiento de carácter abrupto, violento’. En el lenguaje deportivo este hecho se constata frecuentemente (Vivas Holgado 1999: 558), pues el término *Neptunazo* aúna la apreciación positiva con la acción inesperada, ya que el Atlético ganó al Real Madrid después de catorce años gracias a un gol marcado en el minuto ocho de la prórroga; ambos valores también se desdibujan en el siguiente ejemplo, donde el sustantivo *Cristianazo* evalúa positivamente un gol al mismo tiempo que destaca la potencia del golpe dado:

(19) ‘Cristianazo’ a 105 km/h [titular]

Cristiano Ronaldo volvió a marcar ayer uno de sus ‘Cristianazos’. Su disparo alcanzó la portería de Leo Franco a 105 kilómetros por hora. El balón tomó una velocidad que, por tener una referencia, sería solo 10 kilómetros inferior a la velocidad del guepardo (marca.com, 13X-II-10).

El análisis llevado a cabo ha puesto de manifiesto que no todas las formaciones de este tipo son efímeras, ya que algunas permanecen en la jerga deportiva con grandes posibilidades de afianzarse, en cuanto que se convierten en términos recurrentes que sirven de recordatorio de momentos pasados. Un ejemplo es el sustantivo *Tamudazo*, que se refiere al futbolista Raúl Tamudo, que marcó dos goles, frustrando la consecución del título de Liga al Barça en su propio campo (2007), hecho que ha quedado grabado en los anales del fútbol:

(20) Los precedentes de Barça-RCD Espanyol. Recordando ‘El Tamudazo’ [titular]

[...] En la memoria de los aficionados culés con más batallas a sus espaldas, en ocasiones como la de este domingo siempre vuelven a la memoria los dos goles de Tamudo en el Camp Nou, que pasaron a conocerse como ‘El Tamudazo’ (mundodeportivo.com, 7-XII-14).

Este término se ha seguido usando de forma reiterativa tanto para aludir a goles decisivos marcados por este futbolista a lo largo de su carrera (ej. 21), como a situaciones en las que su equipo vuelve a poner en peligro una victoria del Barça (sin que Tamudo intervenga), como comprobamos el ejemplo 22 con *minitamudazo*, referido el empate a cero entre el Barça y el Espanyol.

Otro caso similar es el sustantivo *Iniestazo*, con el que se nombra al gol marcado por Iniesta ante el Chelsea en Stamford Bridge en 2009, gol que fue clave para pasar a la final de la UEFA Champions; como comprobamos, años más tarde, no solo se sigue recordando el hecho (ejs. 23, 24 y 25), sino que este mismo término se usa para situaciones similares, pero en las que no interviene Iniesta, como sucede en el ejemplo 26, que se refiere a un gol marcado por Bazoer:

(21) Un ‘Tamudazo’ en el último minuto deja al Rayo en Primera (sport.es, 13-V-12).



(22) Minitamudazo en Cornellá (*Marca*, 18-IV-10).

(23) 'Baby-boom' por el 'Iniestazo' [titular]

Nueve meses después, hay un 45% más de partos

Entre los efectos colaterales del primer triplete de la historia del Barça puede encontrarse un notable 'baby boom'. La próxima semana se cumplirán nueve meses del 2-6 en el Bernabéu y el Iniestazo en Stamford Bridge y, según un estudio efectuado por COM Ràdio en cuatro hospitales y clínicas de Barcelona, se producirá un aumento del 45% en el número de nacimientos respecto a otras semanas del resto del año [...] (*mundodeportivo.com*, 28-I-10).



- (24) Con el espíritu del Iniestazo (*Sport*, 16-IV-12).
 (25) Siete años del Iniestazo en Stamford Bridge (mundodeportivo.com, 6-V-16).
 (26) Iniestazo del holandés Bazoer (mundodeportivo.com, 8-II-16).

Este hecho no impide que el término *Iniestazo* se emplee, en cualquier momento, como neologismo estilístico ocasional, el cual debemos interpretar según el contexto; de este modo, en la portada de *Sport* (ej. 27), supone un mecanismo de creación léxica a través del cual se ensalza un gol del futbolista (valor apreciativo); sin embargo, en la portada de *Mundo deportivo* (ej. 28), el término se refiere a que Iniesta ha sido elegido mejor jugador de Europa, superando a Messi y a Ronaldo, por lo que se enfatiza el logro de Iniesta (valor apreciativo), al mismo tiempo que se subraya el perjuicio provocado a los otros aspirantes (valor de ‘golpe anímico’):



- (27) ¡Iniestazo! y otro gol de Messi (*Sport*, 1-IV-12).
 (28) Iniestazo (*Mundo deportivo*, 31-VIII-12).

Hay formaciones todavía más complejas: en el ejemplo 29 el sustantivo *Pepazos* juega con la dílogía del término según lo interpretemos como nombre común, pues *pepazo* se emplea en el ámbito futbolístico (sobre todo en Hispanoamérica) como sinónimo de *golazo*; o como nombre propio, ya que *Pepazo* está construido sobre el antropónimo del exentrenador del Barça, Pep Guardiola. En el siguiente ejemplo el término *Pepazo* alude a los goles marcados por Messi y Neymar, que han ocasionado la derrota del Bayern de Múnich y han puesto en evidencia a Guardiola, entrenador de dicho equipo en ese momento; los *pepazos* (‘golazos’), precisamente marcados por su exequipo a su equipo actual, suponen un golpe moral, como si su propio estilo de juego se hubiera vuelto contra él:

- (29) Las portadas del Barça-Bayern: “3 Pepazos para Guardiola” (mundodeportivo.com, 7-V-15).

La *Nueva Gramática de la lengua española* (Academia Española 2009: I, 400) dice, referido al sufijo no apreciativo *-azo*: “Las extensiones figuradas hacen referencia muy a menudo a caídas, fracasos, derrotas, contratiempos, percances y otras situaciones de adversidad repentina o sobrevenida que pueden interpretarse como golpes anímicos [...]”. Este valor es muy frecuente en términos que se generan en el discurso deportivo en los que el sufijo *-azo* se une a nombres propios de equipos y, sobre todo, de lugares (estadios). De hecho, algunos términos que designan victorias sonoras (sobre todo aquellas que han invertido los pronósticos y han supuesto un golpe anímico para el equipo derrotado) han quedado en la memoria deportiva y se convierten en recurrentes. Tal es el caso de los términos *Alcornocazo* (denomina la hazaña llevada a cabo por el equipo de fútbol Alcorcón, cuando venció al Real Madrid por 4-0 en el Estadio Santo Domingo, eliminándolo de la Copa del Rey el 27 de octubre de 2009) y *Lyonazo* (denomina la hazaña del Lyon cuando eliminó al Real Madrid en octavos de la Liga de Campeones en marzo de 2010). En estos casos también se desdibuja la frontera entre la apreciación (pues se destaca positivamente la acción realizada por el equipo ganador) y la no apreciación (se pone de manifiesto lo inesperado de la acción llevada a cabo y el golpe moral ocasionado sobre el equipo derrotado):

(30) ‘Alcorconazo’, siete años después (marca.com, 27-X-16).

(31) ¿Quién apuesta al ‘Lyonazo’? (marca.com, 15-III-11).

Algo similar sucede cuando *-azo* se adjunta a topónimos, concretamente a nombres de estadios deportivos, generando términos que resaltan eventos que se truncan contra todo pronóstico. El primer caso documentado en este sentido es el ya aludido *maracanazo* (1950), vocablo que se ha seguido usando para designar victorias frustradas en el propio campo, las cuales han resultado inesperadas y han supuesto un golpe anímico para el equipo que esperaba ganar basándose en su superioridad:

(32) Portugal hace historia con un ‘Maracanazo’ en París (sport.es, 11-VII-16).

Por analogía, han surgido términos con el mismo valor de ‘golpe anímico sufrido por la derrota en propio campo’; el procedimiento de formación de palabras es el mismo: se toma como base léxica el nombre propio del lugar donde se ha celebrado el encuentro (el nombre del estadio deportivo) y se le añade el sufijo *-azo*; tal es el caso de *Rosaledazo* (se refiere a un partido que el Cacereño estuvo a punto de ganar al Málaga en su propio campo, la Rosaleda), *Mestallazo* (construido sobre Mestalla, nombre del estadio del Valencia Club de Fútbol; se refiere al gol que marcó Eissen con el Chelsea y que eliminó al Valencia en la Champions 2006-2007), *Mineirazo* (se refiere al partido de la semifinal de la Copa Mundial de 2014 entre Brasil y Alemania en el estadio Mineirão, que culminó en 7 goles a 1 a favor de la selección europea), *Alvaradazo* (se refiere a la derrota sufrida por el Sporting de Lisboa en su estadio José Alvalade, en la final de la UEFA de 2005):

(33) El Cacereño estuvo cerca de pegar un Rosaledazo (As, 28-XI-12, p. 10).

(34) El ‘Mestallazo’ de Essien (marca.com, 19-I-13).

(35) Se cumple un año del ‘Mineirazo’, Brasil 1-7 Alemania (marca.com. 8-VII-15).

(36) El Sporting busca revancha ante el CSKA por el “Alvaradazo” del 2005 [titular]

Lisboa, 7 ago (EFE).- El Sporting de Lisboa se medirá de nuevo al CSKA ruso, esta vez en la eliminatoria de acceso a la Liga de Campeones, con sed de venganza por la dolorosa derrota de la final de la UEFA del 2005, sucedida en su estadio José Alvalade.

El golpe de aquel 18 de mayo del 2005, del que se cumplieron diez años hace tres meses, aún resuena en la afición verdiblanca, que vivió aquel revés casero (1-3) como su particular “Maracanazo” (mundodeportivo.com, 7-VIII-15).

No obstante, la interpretación de este tipo de términos es contextual, pues *carmenazo* alude a la pérdida del Barça contra el Granada en el estadio de este último, Los Cármenes; por tanto, cuando *-azo* se une al nombre del estadio indica que se produce una derrota inesperada, bien porque se trata del equipo de casa o bien porque se trata del equipo favorito o al que se le considera superior:

(37) El carmenazo: todo es posible [titular]

[...] Solo un tropiezo del Barça en Los Cármenes y una victoria del Madrid propiciarían un vuelco de nivel 10 en la escala Richter. Un Carmenazo en toda regla [...] (marca.com, 9-V-16).

Por último, queremos señalar el valor de ‘acción inesperada y autoritaria’ del sufijo *-azo* cuando se une a personajes públicos de cierta relevancia; en estos casos el sufijo remite a la idea de lo brusco de determinadas decisiones o comportamientos (Falcinelli 2007: 33), y aporta un matiz disfemístico (García Platero 2015: 152-153). De nuevo, la frontera entre apreciación y no apreciación es difusa. Nuestro corpus ha revelado que, en el lenguaje deportivo, este valor es usual cuando la base léxica es el nombre de un entrenador, cuya actuación se pone en cuestión, como es el caso de *koemanazo*:

(38) Prueba al ‘koemanazo’ [titular]

[...] Mucho se juega el entrenador, tras arriesgar en sus drásticas decisiones técnicas y su ya famoso “Koemanazo”. Su crédito, de volver hoy a hacer el ridículo en la Copa del Rey, entraría en números rojos (as.com, 19-XII-07).

En cuanto al sufijo *-ada*, solo se adjunta a NP antropónimos, generando términos con valores similares a los que acabamos de analizar en *-azo*, pues ambos sufijos convergen en algunos de sus significados (Santiago Lacuesta y Bustos Gispert 1999: 4518-4520). Como señala la *Nueva Gramática de la lengua española* (Academia Española 2009: I, 392):

Los sentidos figurados del concepto ‘golpe’ característicos del sufijo *-azo* están presentes asimismo en *-ada*, aunque esta pauta posee una vitalidad algo menor. Así pues tienen sentido general de acción brusca y violenta algunos sustantivos derivados con *-ada* [...]. Los sustantivos en *-ada* derivados de nombres propios de persona reciben típicamente la interpretación de ACTO PROPIO O CARACTERÍSTICO de alguien [...].

Los términos surgidos con *-ada* en el ámbito deportivo aluden a un acto característico que es llamativo, tanto en sentido negativo como positivo. Los neologismos en los que se aprecia un claro matiz negativo son aquellos que ponen en cuestión una toma de decisión, lo cual afecta, sobre todo, a entrenadores o

presidentes de clubes (*Guardiolada*, *pellegrinada*, *Mourinhada*). Solo el contexto puede ayudarnos a decodificar el sentido:

(39) Sergio Busquets, bendita 'Guardiolada' [titular]

Muchos nos quedamos helados cuando, en la segunda jornada de Liga, Pep Guardiola, por entonces un entrenador en período de pruebas que venía de perder en Soria, tuvo las narices de alinear a Sergio Busquets y a Pedrito en el once titular. La valentía de aquel acto (hay que recordar el momento para valorar las agallas del ahora indiscutible entrenador) quedó en entredicho porque el partido acabó en empate en casa contra el Racing, pero, vista con perspectiva, aquella 'Guardiolada', como tantas otras (viajar el mismo día del partido, concentrar al equipo una hora y media antes de empezar, hacer rotaciones impensables...), se ha revelado como un gran descubrimiento. Sergio Busquets, centrocampista tocador y pegador de una madurez impropia de su edad, huele a pedazo de futbolista (mundodeportivo.com, 8-I-09).

(40) Aguirre no hizo una pellegrinada [titular]

El bravo técnico mexicano Javier Aguirre no hizo lo que su homónimo Manuel Pellegrini, esto es, no adulteró la competición, no regaló tres puntos, como sí lo hizo Pellegrini, llevándose su Málaga un siete en el Bernabéu (mundodeportivo.com, 7-III-11).

(41) Las 10 'Mourinhadas' más célebres [titular]

El posible retorno de Mourinho al Real Madrid revive el recuerdo de las polémicas protagonizadas por el luso (mundodeportivo.com, 24-XII-15).

Como sucede con los términos en *-azo*, los neologismos creados con *-ada* se bastan por sí solos para constituir titulares, sobre todo de portada (ej. 42). Los ejemplos siguientes cuestionan (negativamente) las decisiones de Florentino Pérez (*Florentinada*) y de Mourinho (*Mourinhada*):



(42) Florentinada

Keylor se queda en el Madrid cuando tenía la maleta para irse al *United* (*As*, 1-IX-15).

(43) Mourinhada y lo de siempre (*As*, 19-I-12).

Aunque García Platero (2015: 139) ha señalado que *-azo* y *-ada* entran en confluencia en el valor de apreciación negativa, nuestro corpus revela que también lo hacen en la positiva, sobre todo cuando se une a nombres de deportistas para elogiar su actuación (*Alonsada*, *Gasolada*...), comportamiento similar al del sufijo apreciativo *-azo/-aza* (*Puyolazo*, *Moratazo*...), pues ambos producen una intensificación positiva y expresan un juicio de valor hacia el deportista:

(44) Una remontada de ¿13 puestos! Es una... 'ALONSADA' (*Marca*, 5-IV-04).

4. Conclusiones

Muy pocos trabajos han abordado los recursos de formación de palabras en los que intervienen los nombres propios, a pesar de que la prensa en general, y la deportiva en particular, siente predilección por este fenómeno de manipulación léxica que convierte, sobre todo a los antropónimos, en elementos de gran ductilidad.

La mayoría de los nombres propios derivados que aparecen en la titulación deportiva conforman neologismos estilísticos, cuyo carácter es efímero, ya que sus bases pueden dejar de ser actuales o de servir como modelos. Para la interpretación de este tipo de realizaciones es fundamental conocer la motivación extralingüística y el contexto al que se aplican. Aunque la mayoría de los casos que llegan a lexicalizarse es porque se convierten en epónimos (*pichichi*, *zamorana*, *paneka*,

maracanazo...), no es extraño que algunas formaciones de nombres propios derivados se asienten en el discurso deportivo y se conviertan en palabras recurrentes en situaciones parecidas, como hemos comprobado con algunas formaciones en *-azo* (*Tamudazo, Iniestazo, Lyonazo...*).

Todos los neologismos formados mediante NP + *-azo/-ada* en los titulares analizados poseen función estilística, pues se trata de términos de carácter expresivo, marcadores de un discurso que sirve de reclamo, bien para captar la atención, producir extrañamiento o con una finalidad claramente tendenciosa. Se trata, por tanto, de un recurso de intensificación, a través del cual se realza la actitud del emisor-periodista, quien manifiesta abiertamente el acuerdo o desacuerdo hacia un hecho, equipo o personaje deportivo concreto, o subraya lo llamativo del hecho en cuestión.

De todos los sufijos apreciativos, en la titulación deportiva, el más productivo es *-azo/-aza*, que se une a nombres propios de personas y de equipos para elogiar sus actuaciones. Le siguen *-azo* (que se adhiere tanto a nombres de persona como de lugares) y *-ada* (que se adjunta solo a antropónimos). Este último comparte con *-azo/-aza* el valor de apreciación positiva y con *-azo* el valor de ‘acción inesperada y autoritaria’.

Como hemos comprobado, la frontera entre apreciación y no apreciación en estos tres sufijos se desdibuja, pues los neologismos resultantes son casos de creación léxica connotada, bien de manera positiva (sobre todo cuando la base léxica es el nombre de un deportista, cuya acción se evalúa positivamente como en *Puyolazo* o *Alonsada*), o bien de manera negativa para denigrar a algún personaje o algún hecho concreto relacionado con él (sobre todo si se trata de entrenadores o presidentes de clubes, cuya actuación se pone en cuestión, como sucede con *Koemanada, Mourinhada, Florentinada*, etc.). No obstante, una misma forma puede interpretarse de manera positiva o negativa, según el contexto.

A pesar del carácter ocasional y efímero que se le presupone a este tipo de neologismos estilísticos, hemos comprobado que algunas formaciones se han lexicalizado (*maracanazo*) y otras manifiestan cierto grado de fijación, lo que ha probado el hecho de que el mismo término, con el mismo significado, haya sido registrado en diferentes años, bien para recordar la ocasión deportiva memorable a que ha dado nombre (razón por la que ha pasado a engrosar la historia del deporte), o bien para aplicarlo por analogía a otras situaciones deportivas similares (*Iniestazo, Lyonazo, Alcorconazo...*).

Por último, nuestro análisis constata otra serie de datos relevantes, como que existe una gran fluctuación a la hora de escribir estos neologismos, sobre todo en cuanto al uso de mayúsculas o minúsculas (aunque abundan los primeros) y a marcarlos o no mediante comillas; que ningún neologismo presenta variación de género (no tenemos registrado ningún NP al que se le adjunte el apreciativo femenino *-aza*), aunque sí de número, tanto para *-azo* (*Cristianazos, Pepazos*) como para *-ada* (*Mourinhadas, Guardiolaadas*); finalmente, que los nombres propios de persona que conforman las bases léxicas son todos masculinos, lo que no es de extrañar teniendo en cuenta que solo el 7 % de la información deportiva versa sobre mujeres (Guerrero Salazar 2017b).

Tabla. 1. Términos registrados

-azo + NP (persona) 'gran actuación'	<i>Tamudazo</i> (7) <i>Iniestazo</i> (6) <i>Panenkazo</i> (4) <i>Puyolazo</i> (4) <i>Moratazo</i> (3) <i>Cristianazo</i> (2) <i>Adrianazo</i> (2) <i>Neymarazo</i> (2) <i>LeBronazo</i> (2) <i>Pericazo</i> <i>Robinhazo</i> <i>Raulazo</i> <i>Carvalhazo</i> <i>Manuelazo</i> <i>Manolazo</i> <i>Maradonazo</i> <i>Bebetazo</i> <i>Rafinhazo</i> <i>Radojazo</i> <i>Piponazo</i> <i>Tikotazo</i> <i>Pepazo</i>	-ada + NP (persona) 'gran actuación'	<i>Alonsada</i> <i>Gasolada</i>
-azo + NP (persona) 'acción característica'	<i>Koemanazo</i>	-ada + NP (persona) 'acción característica'	<i>Mourinhada</i> (5) <i>Guardiolada</i> (2) <i>Florentinada</i> (2) <i>Pellegrinada</i>
-azo + NP (equipo) 'gran persona'	<i>Alcorconazo</i> (8) <i>Lyonazo</i> (3) <i>Malagazo</i> (2) <i>Cacereñazo</i>		
-azo + NP (figurado) 'gran victoria'	<i>Neptunazo</i> (2)		
-azo + NP (estadio) 'gran derrota del equipo de casa o del favorito'	<i>Maracanao</i> (20) <i>Mineirazo</i> (3) <i>Neymaracanao</i> <i>Mestallazo</i> <i>Rosaledazo</i> <i>Carmenazo</i> <i>Alvaradazo</i>		

Referencias bibliográficas

- ACADEMIA ESPAÑOLA (2014). *Diccionario de la lengua española*, Madrid: Espasa, 23ª ed.
- ACADEMIA ESPAÑOLA Y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2009). *Nueva gramática de la lengua española*, Madrid: Espasa, 2 vols.
- ALBELDA MARCO, M. (2007). *La intensificación como categoría pragmática: revisión y propuesta*, Frankfurt y Main: Peter Lang.
- ALEXANDRE BENAVENT, R., AGULLÓ ALBUIXECH, R., AGULLÓ CATALAYUD, V. y VALDERRAMA ZURIÁN, J. (2007). "Terminología y lenguaje deportivo del fútbol", *Cultura, Ciencia y Deporte: Revista de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte de la Universidad Católica de San Antonio*, 6, 2, pp. 117-123. <<http://www.redalyc.org/pdf/1630/163017580003.pdf>>

- CABRÉ, M. T., DECESARIS, J., BAYÀ, M. R. y BERNAL, E. (2000). “Nombre propio y formación de palabras”, en Din Wotjak, G. (ed.), *En torno al sustantivo y al adjetivo en el español actual. Aspectos cognitivos, semánticos, (morfo)sintácticos y lexicogenésicos*, Frankfurt-Madrid: Vervuert-Iberoamericana, 191-206. <https://www.upf.edu/pdi/df/elisenda.bernal/docums/n_pr.pdf>
- CASTAÑÓN RODRÍGUEZ, J. (2004). *Diccionario terminológico del deporte*, Gijón: Trea.
- CASTAÑÓN RODRÍGUEZ, J., GARCÍA MOLINA, E. T. y LOZA OLAVE, E. (2005). *Términos deportivos en el habla cotidiana*, Logroño: Universidad de la Rioja.
- DÍAZ ROJO, J. A. (2001). “Nociones de neología. La formación de derivados y compuestos a partir de nombres propios de personas”, *Panacea@: Boletín de Medicina y Traducción*, 2, 5 septiembre. <http://www.medtrad.org/panacea/IndiceGeneral/n5_nocionesneologia.pdf>
- FALCINELLI, ALESSANDRO (2007). “Valores y funciones del sufijo -azo en el español actual y sus equivalencias en italiano”, *Linguae & Rivista di lingue e culture moderne*, 1, 23-52.
- FERNÁNDEZ LEBORANS, M. J. (1999). “El nombre propio”, en I. Bosque y V. Demonte (dirs.), *Gramática descriptiva de la lengua española*, Madrid: Espasa, I: 77-128.
- GARCÍA GALLARÍN, C. (2000). “Neologismos de origen onomástico en la prensa española de los años noventa (procesos de apelativización)”, en J. J. De Bustos Tovar et al., *Lengua, discurso y texto (I Simposio Internacional de Análisis del discurso)*, Madrid, Visor Libro, II: 1939-1949.
- GARCÍA PLATERO, J. M. (2015). *La innovación léxica en español. Perspectivas de análisis*, Vigo: Academia del Hispanismo.
- GUERRERO SALAZAR, S. (2007). *La creatividad en el lenguaje periodístico*, Madrid: Cátedra.
- GUERRERO SALAZAR, S. (2017a). “La intensificación como estrategia comunicativa en los titulares de las portadas deportivas”, *ELUA*, 31, 187-209. <<http://dx.doi.org/10.14198/ELUA2017.31.10>>
- GUERRERO SALAZAR, S. (2017b). *La prensa deportiva española: sexismo lingüístico y discursivo*, Córdoba: UCOPress.
- GUERRERO SALAZAR, S. (2018a). “La formación de neologismos mediante elementos compositivos en los titulares deportivos de la prensa española”, *Hispania*, 101.1, 89-98.
- GUERRERO SALAZAR, S. (2018b). *Creatividad y juego en el discurso deportivo de la prensa: aportaciones léxico-semánticas*, Madrid: Arco-Libro.
- GUTIÉRREZ RUBIO, E. (2014). *Metonimia y derivación sufijal en español*, Madrid: Liceus.
- HERNÁNDEZ ALONSO, N. (2003). *El lenguaje de las crónicas deportivas*, Madrid: Cátedra.
- HERNÁNDEZ ALONSO, N. (2012). *Tendencias en el lenguaje deportivo actual*, Madrid: Vision Libros.
- HERNÁNDEZ CORCHETE, S. (2014). “Cuando el nombre propio califica. El uso de la antonomasia vossiana en los titulares periodísticos”, en C. Pérez Salazar e I. Olza (eds.), *Del discurso de los medios de comunicación a la lingüística del discurso*, Berlín: Frank&Timme, 103-128.
- HERRERO RUIZ DE LOIZAGA, F. J. (2002). “El paso de nombres propios a nombres comunes en español”, *Lingüística Española Actual*, 24, 2, 225-252.
- LUCERO SÁNCHEZ, E. (2007). “Usos y variaciones del nombre propio como estrategia política”, *Discurso & Sociedad*, 1, 3, 439-481. <<http://www.dissoc.org/ediciones/v01n03/DS1%283%29Lucero.pdf>>
- ROJAS TORRIJOS, J. L. (2012). “Cruces léxicos en el deporte: entre préstamos anda el juego”, en S. Guerrero Salazar y R. Cremades García (coords.), *El discurso deportivo en los medios de comunicación*, Málaga: VG Ediciones, 37-57.
- SANTIAGO LACUESTA, R. y BUSTOS GISPERT, E. DE (1999). “La derivación nominal”, en I. Bosque y V. Demonte (coords.), *Gramática descriptiva de la lengua española*, Madrid: Espasa Calpe, vol. III, 4505-4594.
- VIVAS HOLGADO, J. (1999). *El fútbol. Léxico, deporte y periodismo*, Cáceres: Universidad de Extremadura.