

## “El corazón de la afición está contigo”: un acercamiento lingüístico-discursivo a los himnos oficiales de fútbol catalanófonos, lusófonos e hispanófonos en la Península Ibérica

Jannis HARJUS (Innsbruck)

### Summary

Based on the analysis of Portuguese, Spanish, and Catalan anthems of football clubs, this article demonstrates the way Iberian football clubs construct collective identities in a linguistically discursive manner. With special regard to the use of toponyms and quantifiers in this field of text music, the Catalan discourse community of the Iberoromania differs from the Castilian discourses in central, southern, and northern Spain. For the most part, however, the analysis that is predominantly conducted in a text-centric and discourse-linguistic way shows convergences in the use of lexical fields such as war or virtue as well as personal and possessive pronouns in the anthems of all three languages. This result underscores the similarities between the Portuguese and Spanish discourse communities, the latter being extended by means of the Catalan region.

---

### Introducción

Desde sus primeros inicios, el deporte y, por consiguiente, también el fútbol, ha sido un plano de proyección para ‘identidades colectivas’<sup>1</sup> que ha provocado ciertas tensiones entre grupos diferentes (cf. Ackermann 2013, 19). Este término está opuesto a otros tipos de identidades modernas o posmodernas ya que el individuo no se auto-determina en relación al contexto social (cf. Dimbath <sup>2</sup>2011, 194). Al contrario, la identidad colectiva como una forma de auto-descripción de determinados grupos sociales ofrece al individuo la posibilidad de elegir si quiere pertenecer a este grupo social. Siguiendo a Melucci (1989), definimos ‘identidades colectivas’ como un tipo difuso de construcciones de comunidades que, a pesar de su evidente vaguedad, es más que real para los propios individuos que forman parte de los actos colectivos. Éstos son necesarios para que los colectivos y los individuos

pertenecientes a éstos pueden asegurarse de su identidad a través de rituales (cf. Giesen 1999, 11), como a la hora de cantar el himno de fútbol entre aficionados de determinado equipo. De esta forma, un aficionado de cierto club de fútbol siente solidaridad con otra persona aficionada del mismo equipo y así, poco a poco, forman una ‘comunidad imaginaria’ (Anderson <sup>2</sup>1996).

Por lo tanto, también los equipos de fútbol pueden jugar un papel en la construcción de identidades de seres humanos. A pesar de que su factor de influencia en la construcción de identidades sólo puede ser parcial, tienen repercusiones tanto a nivel nacional como a nivel local o regional (cf. Brown/Crabbe/Mellor 2009, 2): en la importancia de los equipos de fútbol nacionales para algunas dictaduras sudamericanas y peninsulares del siglo pasado (cf. Ackermann 2013), en la composición político-izquierdista de la actual hinchada del FC St. Pauli alemán (Daniel/Kassimeris 2013; Totten 2014), o en el componente católico-irlandés del Celtic FC escocés (cf. Foer 2004, 35; McDougall 2013) tenemos claros ejemplos de identidades colectivas forjadas por el fútbol. Al igual que en la construcción de nacionalismos (cf. Anderson <sup>2</sup>1996, 146), una parte importante para la formación de identidades colectivas en el fútbol constituyen los determinados himnos que coexisten con cualquier actividad deportiva oficial ya desde la Antigüedad (cf. Loureiro Cornelsen 2012, 60). Mientras que poner himnos nacionales delante de los partidos de fútbol tiene la obvia función de una construcción de identidad nacional (cf. Kopiez/Brink 1998, 62; Anderson <sup>2</sup>1996, 146), la función de los himnos de equipos locales carecen a primera vista del componente nacional, pero también sirven para la construcción de una identidad colectiva entre los involucrados: “Football anthems express values, experiences and emotions which help define a group’s identity and promote solidarity.” (Krizan 2016, 16)

Con esta contribución analizamos algunos aspectos de la cuestión de qué forma los equipos de fútbol de la Península Ibérica construyen lingüístico-discursivamente identidades colectivas en sus himnos oficiales. Nos centramos en los himnos escritos y cantados en las lenguas portuguesa, española, y catalana para encontrar posibles convergencias y/o divergencias entre las lenguas iberorrománicas. Los clubes de fútbol gallegos usan el castellano como idioma de sus himnos. De esta manera, los equipos de Galicia ya dan una prueba de su regionalismo más débil en comparación, por ejemplo, con los catalanes (cf. Bernecker 1990, 219; véase también Eser 2013) y, por consiguiente, no podemos incluir ningún análisis de la lengua gallega. Además, el *euskera* no entra en esta investigación por falta de conocimientos por nuestra parte. No obstante, la lengua vasca aparece parcialmente a lo largo de la contribución como objeto de comparación en determinados momentos, ya que los equipos del País Vasco sí que demuestran su fuerte regionalismo (cf. Györi Szabó 2013) a través del uso de su lengua no-indogermánica en los himnos de fútbol.

Los himnos de equipos de fútbol como subelementos de canciones futbolísticas en general tienen también en la Península Ibérica la función de crear una identidad colectiva (cf. Krizan 2016, 16) y constituyen un ritual de *canto prescrito* antes de cada partido en casa (cf. Schiering 2010, 290; Ackermann 2013, 61). Podemos definir a los himnos en general siguiendo a Loureiro Cornelsen:

[...] hino é uma composição poético-musical de louvor ou exaltação. O ‘hino’ é expressão de entusiasmo elevado, originalmente, um poema ou cântico de veneração ou louvor à divindade, portanto, de cunho religioso, escrito especificamente para louvor ou adoração típicamente endereçado a deuses e heróis. (Loureiro Cornelsen 2012, 59)

Los himnos de fútbol, como ya dijimos, juegan un papel importante en el proceso de los equipos a implantar cierta identidad a sus seguidores. El acto de cantar junto con miles de personas intensifica el orgullo de pertenecer a cierto grupo y fortalece, por tanto, la identidad colectiva: “[...] in mass singing, the effect of common pride is intensified and the ego disappears.” (Krizan 2016, 17) Al contrario que los cánticos que aparecen a lo largo de un partido de fútbol que por un lado sirven de apoyo para el propio equipo pero por otro lado calumnian, siguiendo la tradición de la *blason populaire* (Luhrs 2008), a los adversarios, cantar el himno del equipo no es un acto espontáneo, sino que se encuentra tanto ritualizado como basado en textos escritos. Al basarse en textos escritos, en esta contribución definimos los himnos de fútbol como objetos de investigación de la música textual.

En el ámbito brasileño ya existen trabajos con un enfoque literario-cultural ligados a himnos de equipos de fútbol (Gomes Tubino/Castro de Souza/Valladao 2009; Loureiro Cornelsen 2012). En lingüística ha comenzado a apreciarse también un mayor interés por cuestiones relacionadas con el fútbol en general (Müller 2007; Lavric et al. 2008; Ziem 2010) y por cuestiones relacionadas con los cánticos de aficionados durante los partidos (Schiering 2008; 2010) e himnos de equipos en el ámbito anglófono (Krizan 2016) en particular. No obstante, hasta el momento, un análisis lingüístico de himnos de equipos de fútbol peninsulares no ha tenido lugar y constituye un desiderátum para la lingüística románica.

## La importancia del fútbol en la Península Ibérica

El fútbol es de gran importancia en la Península Ibérica: por eso, Coelho/Tiesler mencionan la “omnipresença” y la “importância social” del fútbol para Portugal (Coelho/Tiesler 2006, 519). Y Cáceres señala el enorme valor del fútbol para el análisis sociocultural de España porque se trata de una imagen reflejada de profundos conflictos sociales en la sociedad española (Cáceres 2006, 15). Diferentes análisis históricos (González Aja 1999; Colomé 1999), sociológicos (Ackermann 2013), psicológicos (Lühr 1999), y culturales (Cáceres 2006) así como diversos análisis de los medios de comunicación (Lopes Martins 2008; Pinheiro 2009; Schulze Schneider 2012) insisten en esta importancia tanto para Portugal como para España. Estos trabajos demuestran conflictos de diversa índole tanto entre equipos de distintas procedencias geográficas, aumentados por factores de regionalismos políticos, como los que podrían observarse en un Real Madrid vs. FC Barcelona, un SL Benfica vs. FC Porto, o un Real Madrid vs. Athletic Club, como entre clubes de un mismo ámbito local, intensificados por diferentes perspectivas políticas de sus aficionados ultras, como podría ser el caso de un Atlético de Madrid vs. Rayo Vallecano; los conflictos pueden

encontrar en las disputas hegemónicas político-provinciales otro elemento causal destacable como los que podrían ejemplificar un Real Oviedo vs. Real Sporting de Gijón o un Xerez Deportivo vs. Cádiz CF; asimismo existen aspectos socio-económicos e incluso étnicos entre las aficiones que explican el conflicto, sería el caso en un Real Betis Balompié vs. FC Sevilla en la capital hispalense (cf. Dmowski 2013, 334-335). Los medios de comunicación masiva, tanto los programas de televisión como los periódicos deportivos, utilizan estas controversias en un complejo conglomerado de intereses económicas y rivalidades deportivas (cf. Lühr 1999, 7). Especialmente, los diarios deportivos – tradicionalmente parciales en los países de la Península Ibérica – subrayan por un lado la importancia del fútbol para las sociedades de Portugal y España, donde periódicos portugueses como *A Bola*, *Record*, y *O Jogo* y españoles como *Marca*, *AS*, *Mundo Deportivo* y *Sport*, alcanzan números de tirada parecidos a los de los periódicos políticos más prestigiosos peninsulares (cf. Lopes Martins 2008; Schulze Schneider 2012). Por otro lado, la falta de una prensa deportiva imparcial y la parcialidad de los periódicos deportivos disponibles en la Península Ibérica refleja las duras rivalidades entre los aficionados de diferentes equipos: mientras que los diarios lusófonos *A Bola* y *Record* están relacionadas con SL Benfica y Sporting Clube, *O Jogo* escribe para los aficionados del FC Porto; mientras que los madridistas suelen comprar los hispanófonos *Marca* o el *AS*, los barcelonistas compran *Mundo Deportivo* o *Sport*; y mientras que *Superdeporte* está ligado al Valencia CF, y *Estadio Deportivo* al Real Betis y FC Sevilla, el catalanófono *L'Esportiu* refleja el día a día del FC Barcelona y del RCD Espanyol Barcelona.

La lingüística románica ha dado los primeros pasos en el análisis del fenómeno fútbol en la Península Ibérica, pero aún falta mucho por ver: a pesar de la ya mencionada existencia de trabajos ligados a aspectos socioculturales del deporte en España y Portugal, las investigaciones lingüísticas se centran hasta el momento en la entonación de narradores lusófonos e hispanófonos (Harjus 2017), en los campos lexicales en la prensa deportiva y en el uso de metáforas en el lenguaje periodístico hispanófono (Vivas Holgado 1999; Gil 1998) o catalanófono (Gil 1998). Evidentemente, el análisis del discurso lingüístico a través de los himnos de equipos de fútbol aún constituye un desiderátum.

## La metodología y el análisis lingüístico del discurso

Para la investigación de los himnos de equipos de fútbol recurrimos a diversos aspectos del análisis lingüístico del discurso. En su rama lingüística, el análisis del discurso pretende concebir, a través de análisis de textos, el saber colectivo de una determinada comunidad de discurso en cierto momento temporal sobre un tema específico (cf. Wrana et al. 2014, 80-82). Durante los años noventa, en el momento en que los lingüistas empiezan a investigar cuestiones intertextuales, este tipo de análisis lingüístico se desarrolla bajo el término de ‘semántica discursiva’ (Busse/Teubert 1994) en diversos trabajos de la Filología Alemana. Frecuentemente, estos trabajos científicos, ante todo Warnke (2007), remiten a la teoría de discurso expuesta en algunas obras del filósofo francés Foucault (1966; 1969). Por

consiguiente, se suele hablar de un análisis lingüístico del discurso *según Foucault*, aunque el propio filósofo no considera adecuada la disciplina de la lingüística como una herramienta para el análisis del mismo (cf. Danler 2017, 239; Spitzmüller/Warnke 2011, 76-77).

Especialmente en los últimos años, el análisis del discurso experimenta un auge en la lingüística, en la cual hay que distinguir entre diferentes tipos: el *Critical Discourse Analysis* (Fairclough 1995) y la *Kritische Diskursanalyse* (Jäger 2015) se acercan de manera crítica al discurso, mientras que la ‘linguistische Diskursanalyse’ (Warnke 2007; Warnke/Spitzmüller 2008; Spitzmüller/Warnke 2011; Spieß 2013) carece del factor crítico, siguiendo la ‘semántica histórica’ (Busse 1987) así como la ‘historia de mentalidades’ (Hermanns 1995), y se centra en aspectos analítico-descriptivos de un análisis lingüístico basado en textos:

Eine deskriptiv-analytische Diskurslinguistik wird [...] im Programm der historischen Semantik [...] und der Mentalitätsgeschichte [...] verfolgt, deren Erkenntnisinteresse es ist, die begriffliche Konstruktion der Wirklichkeit zu eruieren sowie semantische Tiefenstrukturen und verstehensrelevantes Wissen in Diskursen zu ermitteln. (Wrana et al. 2014, 113)

Aquí intentamos aplicar elementos de este último tipo menos valorizante en su forma contrastiva: el análisis lingüístico-comparativo del discurso es una continuación del análisis lingüístico del discurso por una componente comparativa lingüística y cultural. Mientras que existen unos primeros trabajos de este tipo para la comunidad de discurso alemana en comparación con la austriaca (Böke et al. 2000) o polaca (Czachur 2011), dentro de las comunidades de discurso de la Península Ibérica, apenas se encuentran trabajos que enfoquen un análisis lingüístico-comparativo del discurso (Schaffroth 2015; Schrader-Kniffki 2016). Por tanto, este artículo puede contribuir a un primer acercamiento lingüístico-comparativo del análisis del discurso en la romanística. El denominador común de los himnos oficiales como elemento de la música textual nos asegura, en el caso de Portugal y España, la comparabilidad internacional y, en el caso de los discursos catalanes y castellanos, la comparabilidad intranacional de discursos lingüísticos en diferentes idiomas.

Desde luego, no podemos realizar un exhaustivo análisis lingüístico de discurso en el número reducido de páginas de este artículo. Por consiguiente, nos centraremos en determinados aspectos lingüísticos que se analizan de manera puramente cualitativa: analizaremos los topónimos mencionados en los textos, el uso de pronombres personales y posesivos, la utilización de cuantificadores, y de ciertos campos lexicales. Por tanto, enfocamos el nivel léxico ya que las palabras, es decir las unidades de palabras aisladas, y las colocaciones, entendidas como unidades formadas por varias palabras (cf. Bubenhofer 2009, 112), son elementos básicos para construir realidades: “Das singuläre Wort ist als lexikalischer Abdruck und Gestaltungselement des Diskurses für zahlreiche Fragestellungen erklärungs-mächtig.” (Spitzmüller/Warnke 2011, 139)

La base del análisis forman los textos de los himnos de equipos de fútbol, obtenidos de la página web *musica.com*, de los cuales se ha generado un corpus.<sup>2</sup> Este corpus basado

en textos reales sólo es un extracto ejemplar de una realidad producida discursivamente: siguiendo a Busse/Teubert (1994), podemos diferenciar entre un ‘corpus imaginario’ que incluye todos los enunciados realizados sobre equipos de fútbol y sus himnos en la Península Ibérica, un ‘corpus virtual’ que incluye todos los textos de himnos de fútbol de todos los equipos de la Península Ibérica, y un ‘corpus concreto’ que incluye la selección de himnos hecha por nosotros para este artículo: tres himnos de equipos portugueses y 28 de equipos españoles, de los cuales cinco están escritos en catalán. Sólo la restricción en el corpus a estos tipos uniformes de textos determinados y accesibles nos posibilita un análisis comparativo de cualidad (cf. Böke et al. 2000, 15).

## Análisis lingüístico de los himnos de equipos de fútbol de la Península Ibérica

### *El uso de nombres propios*

Los textos de los himnos de equipos de fútbol peninsulares están repletos de nombres propios que conforman elementos básicos de enunciados y son de gran relevancia para la construcción discursiva (cf. Spitzmüller/Warnke 2011, 139). No obstante, llama la atención el uso restringido del nombre de los propios equipos de fútbol en la totalidad del corpus. Los únicos textos que reflejan la denominación completa del equipo son: “Atlético de Madrid”, “Real Sporting”, “Real Valladolid”, “Rayo Vallecano”, “Unión Deportiva Las Palmas” y “Getafe Club de Fútbol”. Otros se limitan a nombrarlo de forma parcial como sería el caso del Real Betis Balompié, “Betis”, o RCD Espanyol Barcelona, “Espanyol”. La gran mayoría menciona ante todo el nombre de la ciudad, es decir un topónimo. Y, por tanto, hace referencia a su procedencia urbana y/o provincial: “Madrid”, “Sevilla”, “Valencia”, “Córdoba”, “Zaragoza”, “Oviedo”, “Murcia”, “Huelva”, “Santander”, o “Porto”. De todas formas, ya Vivas Holgado indica una amplia lexicalización de nombres abreviados de equipos de fútbol en la prensa deportiva española a lo largo del siglo XX (cf. Vivas Holgado 1999, 415). No obstante, es llamativo que estos topónimos son muy abundantes en el corpus y no sólo se limitan a los nombres propios de las ciudades de los equipos, sino que también refieren a la procedencia provincial, como en “de la Plana” del Villarreal CF, a la regional, como en “Costa del Sol” del Málaga CF, o al barrio originario, como en “Chamartín” del Real Madrid, “Camp d’Algirós” del Valencia CF, y el propio nombre del barrio lisboeta de “Benfica”. Otros topónimos, como por ejemplo los nombres de ríos, como el “Manzanares” en el himno del Atlético, el “Turia” en el del Valencia, o el “Millars” en el del Villarreal,<sup>3</sup> o los nombres de plazas importantes de las ciudades originarias de los clubes, como por ejemplo “Las Tendillas” en el himno del Córdoba CF, son menos frecuentes. Cada mención de estos topónimos tiene claramente la intención de forjar la identidad colectiva urbana y/o provincial entre los aficionados.

Muy pocos textos excluyen cualquier alusión a la procedencia del equipo; no obstante, existen excepciones, tal es el caso de los himnos del Sporting Clube de Lisboa, Celta de Vigo, y Levante. Llama la atención la ausencia de referencias al origen urbano, provincial o

autónomo en los himnos del Real Betis y del FC Barcelona, ya que son dos clubes con un carácter – frecuentemente destacado por los medios de comunicación, sus mismas entidades y la investigación científica – bastante regionalista. Pero estos dos equipos, junto con el Atlético (“Atleti”) y Recreativo de Huelva (“Recre”) son los únicos que usan abreviaciones referentes a su misma entidad en sus himnos: “Barça” y “Beti”. Estas dos abreviaciones reflejan la identidad regional de estos clubes, ya que “Barça” es una abreviación catalana y la elisión de la /s/ final de palabra en “Beti”, al igual que la pronunciación fricativa [ʃ] de la africada española /tʃ/ expuesta en el texto como “musho” en vez de <mucho>, hace referencia a la fonética andaluza (cf. Harjus en prensa). Por consiguiente, tanto el FC Barcelona como el Real Betis usan otros elementos léxicos y, en el caso del Betis, fonéticos verbalizados, para reforzar la identidad regional y colectiva de sus seguidores a través de sus himnos. De todas formas sería interesante resaltar que ni los equipos portugueses, ni los españoles usan acrónimos en sus himnos, constituyendo un contraste significativo con los elementos esenciales de himnos alemanes, como el que hallamos en “Heja BVB” (*bvb.de*) o “FC Bayern, Stern des Südens” (*songtexte.com*).

Es importante mencionar que los topónimos que hacen referencia al origen nacional y autónomo de los equipos de fútbol peninsulares se distribuyen de manera muy clara entre equipos portugueses y españoles de las zonas monolingües en el centro-norte y los clubes de las regiones bilingües del reino de España: los textos portugueses del FC Porto y del Benfica incluyen el topónimo “Portugal”, en el caso del Benfica incluso con el pronombre posesivo “nosso” en sentido excluyente que construye una supuesta hegemonía nacional del club lisboeta. Pero más llamativa es la división dentro de España: mientras que los himnos del Real Sporting de Gijón, del Real Oviedo, del Racing de Santander y del Real Madrid, todos del centro-norte del país, incluyen el topónimo “España”, ninguno de los equipos de regiones bilingües lo incluye en los textos de sus himnos. Al revés, ellos mencionan su procedencia autonómica al usar los topónimos “Catalunya” en el caso del RCD Espanyol Barcelona, “Navarra” en el caso del Club Osasuna, y – aunque no se trata de una región bilingüe, sino de una con el dialecto histórico del aragonés y un pasado con un propio reinado – “Aragón” en el caso del Real Zaragoza. Ni los equipos gallegos,<sup>4</sup> ni los equipos de regiones catalanófonos, ni los equipos de zonas de habla vasca<sup>5</sup> utilizan topónimos nacionales relacionados con el lexema *españ\**, lo cual subraya la existencia de fuertes regionalismos en estas zonas de España (cf. Dmowski 2013, 340).<sup>6</sup>

Aparte del frecuente uso de topónimos, abundan en el corpus referencias a los propios estadios de los equipos, los cuales se pueden denominar ‘oicodomónimos’ (cf. Kamianets 2000, 48) o ‘crematónimos’ (cf. Calderón-Tichy 2008, 163) como “Vicente Calderón” (Atlético), “Sánchez Pizjuán” (FC Sevilla), “Mestalla” (Valencia CF), “La Rosaleda” (Málaga CF), “El Arcángel” (FC Córdoba), “La Romareda” (Real Zaragoza), “El Madrigal” (Villarreal CF), “El Molinón” (Real Sporting), y “Estadio Colombino” (Recreativo de Huelva). El himno del Sevilla, por su parte, hace referencia a la torre de la catedral hispalense, el antiguo minarete árabe denominado “Giralda” que el FC Sevilla también incorpora en su escudo, marcando así una identidad colectiva urbana entre sus aficionados. Éstos suelen ser de los

barrios más céntricos de Sevilla capital, es decir de los alrededores de la catedral, mientras que el adversario local, el Real Betis, que ni siquiera lleva la denominación de la ciudad en su nombre propio, genera sus simpatizantes en una gran parte de los barrios urbanos marginales de Sevilla y de las zonas más rurales de la Comunidad Autónoma de Andalucía en su totalidad (cf. Dmowski 2013, 335). Incluso los colores de los equipos, rojiblanco como la bandera de la ciudad (FC Sevilla) y verdiblanco como la bandera de la Autonomía de Andalucía (Real Betis), reflejan esta división local.

### *Los nombres apelativos y colectivos y el uso de pronombres personales y posesivos*

Los nombres apelativos y colectivos son otro elemento muy importante en el análisis de los textos de los himnos de equipos. En el corpus encontramos rara vez nombres apelativos tanto para los jugadores, como en “caballero del honor” (Real Madrid), “jugadors” (FC Barcelona), “equipo legendario” (Real Sporting), o “adelante jugadores” (FC Málaga), como para los aficionados, como por ejemplo en “bueno y fiel hermano” (Real Madrid), “seguidors” (FC Barcelona), “afició” (Villarreal CF) o “rapaziada” (Sporting Clube), o para la propia entidad del club, como en “campeón” (Real Betis; Xerez Deportivo; Celta de Vigo), “pucela” (Real Valladolid), “campeão” (FC Porto) o “luz clara y potente” (Real Murcia).

Más frecuentes son los nombres colectivos para referirse a los aficionados y/o jugadores. Entre los equipos catalanófonos encontramos: “gent blaugrana” (FC Barcelona), “els valencianistes” (Valencia CF), y “orgull de l’esport” (Espanyol). Entre los himnos hispanófonos existen: “veteranos”, “noveles” (Real Madrid), “hermanos”, “equipo de verdad” (Atlético de Madrid), “familia roja y blanca” (FC Sevilla), “malagueños”, “señores” (FC Málaga), “orgullo del pueblo canario” (UD Las Palmas), “los mañicos” (Real Zaragoza), “cuna hidalga del honor”, “club señor” (Real Murcia), “la afición”, “el seguidor” (Racing de Santander), “el once” (Osasuna), y “leones” (Getafe). Entre los textos de himnos portugueses hay “clube lutador”, “benfiquista” (Benfica) y “sportinguista” (Sporting Clube).

Aparte de los nombres propios y apelativos o colectivos usados en el corpus es necesario hacer un análisis acerca del uso de pronombres posesivos y personales. Los pronombres señalan por una parte a los participantes en el discurso (cf. RAE 2010, 299) y, por otra, indican la pertenencia de determinados objetos a cualquier persona, como por ejemplo de un equipo de fútbol a una afición:

[Es ist] entscheidend, dass das Personalpronomen der ersten Person Plural nicht etwa als reiner ‘Index’ fungiert, sondern dass die damit präsentierte Großgruppe [...] in immer neuen Anläufen durch Ko(n)textualisierung, (Nebenbei-)Prädikation und Attribuierung modelliert wird. (Müller 2009, 376)

En la lengua española los rasgos de persona también pueden ser expresados en la flexión verbal que, por lo tanto, también será analizada puntualmente en el corpus. Como es de esperar, el uso de la primera persona singular, independientemente del caso, se limita al

‘yo lírico’ que se encuentra en estrecha relación con los aficionados. Cuando un aficionado canta el texto en el estadio antes del partido, lo hace en la primera persona del singular, como si se tratara de su propio texto que enuncia. Abundan estos pronombres personales y posesivos en los textos portugueses y españoles: “Yo me voy” (Atlético de Madrid); “mi voz”, “mis colores”, “mi señal de identidad”, “mi alma” (Córdoba CF), “tus colores son los míos” (UD Levante), “mi Huelva marinera”, “mi Recre”, “mi Huelva choquera” (Recreativo de Huelva), “meu Porto” (FC Porto), y “gritem todos comigo” (Sporting Clube).

Otros textos de himnos de equipos de fútbol peninsulares usan la primera persona del plural que forja la identidad colectiva de los aficionados aún más que la primera persona del singular, al tratarse de una autorreferencia a la hinchada: “no ens podrà tòrcer” (FC Barcelona), “nostre cor” (Valencia CF), “nuestra afición” (Cádiz CF), “nostre anhel” (RCD Espanyol), “el nostres amors” (Villarreal CF), “club de nuestros amores”, “nos dió mil alegrías” (Real Murcia), “Nos conquista” (Benfica), “de todos nós” (FC Porto); “Nós aprendemos”, o “que é a de todos nós” (Sporting Clube). También usan la primera persona del plural cuando elogian la entidad del club, como en “nostres colors” (Valencia), “nostre crit” (Espanyol), “els nostres colors” (Villareal), “nuestra noble tradición” (Tenerife), “nuestros internacionales” (Santander) y “vitoria será nossa” (Sporting Clube), cuando alaban la ciudad o región local, como en “nuestra ciudad” (Sevilla), “la nostra vila” (Villarreal), “nostra terra” (Espanyol), “nuestro Aragón” (Zaragoza), “nostre València” (Valencia) y “nosso Portugal” (Benfica), o cuando glorifican a la plantilla, como en “nuestro equipo” (Cádiz; Las Palmas).

El único himno del corpus que se refiere con la segunda persona plural al propio aficionado es el del FC Porto portugués: “Tem no teu Porto” y “da tua ardiente voz” (FC Porto). Los otros usos de pronombres de segunda persona singular o plural remiten al equipo o a la entidad del club: “tus laureles” (Real Madrid), “para cantarte tu canción” (Betis), “vengo a verte” (Sevilla), “te anima” (Málaga), “teu rival” (Espanyol), “la afición os va a apoyar” (Deportivo), “tu historia” (Celta), “iré contigo” (Córdoba), “la afición te sigue” (Las Palmas), “prodigas Levante, tú” (Levante), “tu valor” (Tenerife), “tú le diste” (Sporting), “tu pecho” (Valladolid), “te sigue la hinchada” (Rayo), “te ofrendamos” (Murcia), “tu blusa” (Osasuna), “amb tú” (Mallorca), y “te llevan” (Getafe). Aparte de sus referencias a la afición, el ‘yo lírico’ del himno del FC Porto también se dirige con la segunda persona del singular al club: “teu pendão” y “o teu pasado” (Porto).

No obstante, muchos textos no son constantes en el uso de las primeras y segundas personas del singular o plural, alterando el uso de los pronombres con la tercera persona del singular que refuerza mucho menos la identidad colectiva que los otros, tanto cuando se refiere a los propios aficionados del equipo, como por ejemplo en “su Madrid” (Real Madrid), “con sus gritos” (Málaga), “de los gaditanos” (Cádiz), “su fé” (Levante), “por su afición” (Zaragoza), “esta noble afición” (Valladolid), “no le importa donde” (Rayo), y “los hinchas” (Osasuna), como cuando hace referencia al equipo, como por ejemplo en “el Madrid con su bandera” (R. Madrid), “lo que más quiero” (Betis), “su nombre fue” (Sevilla); “con su juego vencerá” (Cádiz), “su juego” (Las Palmas), “su regazo” (Murcia), “con su afición” (Recre), “fiel afición le sigue” (Santander), y “le siguen” (Osasuna).

### *Los campos lexicales*

En los ejemplos dados en los subcapítulos anteriores ya se pueden encontrar diferentes lexemas que están ligados a ciertos campos semánticos. Ante todo, llaman la atención los usos de palabras que forman un campo lexical que denominamos bélico y virtuoso. No es nada nuevo que el léxico del fútbol tome muchas palabras del campo lexical de la guerra:

[...] football is ritualised war: a stylised territorial battle, complete with casualties, which can only be resolved by the victory and defeat that produces winners and losers. The analogy is open to debate but what is beyond dispute is the crossover in vocabulary. Look at any football report: attack, defence, flanks, reserves, captain, [...]. (Seddon 2004, 26)

Tanto el vocabulario del propio deporte, como el lenguaje de la prensa deportiva peninsular reflejan este hecho para las lenguas románicas (cf. Gil 1998). En el corpus podemos encontrar palabras pertenecientes al campo semántico de la guerra en todas las lenguas iberorrománicas. Abundan en el texto en *defend*\* (Real Madrid, Atlético, Sevilla, Valencia, Tenerife, Valladolid, Osasuna) y *defens*\* (Málaga, Las Palmas). El tema de la defensa también está ligado a las formas “valla infranquable” (Getafe), “nunca se rinde” (Sevilla) o “se estrelle” (Las Palmas) y por tanto un tema en grandes partes del corpus hispanófono. Menos numerosas son las formas del verbo ‘atacar’ (Betis), ampliado por el término ‘vanguardia’ (Las Palmas). Pero casi todos los equipos peninsulares construyen los partidos de fútbol en sus himnos oficiales como una batalla, usando los lexemas *lucha*\*/*lluita*\*/*luta*\* (Atlético, Sevilla, Valencia, Málaga, Córdoba, Zaragoza, Villarreal, Sporting, Valladolid, Osasuna, Getafe, Benfica) o *pelea*\* (Atlético, Valladolid). Tampoco faltan sustantivos más arcaicos como ‘lid’ (R. Madrid, Sporting), ‘adald’ (R. Madrid) y ‘contienda’ (R. Madrid) para referirse al fútbol como si fuera una lucha. Además se nombra frecuentemente a un adversario ignoto y universal al cual hay que vencer: al “rival” (Sevilla, Tenerife, Sporting, Benfica), al “adversario” (Las Palmas) o al “contrario” (Las Palmas). A este supuesto “enemigo” (R. Madrid) hay que “vencer” (Zaragoza), “pulverizar” (Las Palmas), “desmayar” (Sporting), “conquistar” (Benfica) o “tòrcer” (Barcelona) con “balas de cañón” (Betis) y “caballeros” (R. Madrid) – incluso de forma “arrolladora” (Getafe) – para llevarse la “vitória” (Porto, SpoLis), “victoria” (Getafe, Las Palmas) y los “laureles” (Murcia, Sporting) de la “batalla” (Sporting) o del acto “bélico” (R. Madrid). Y para “campear” (R. Madrid) en su territorio, en algunos casos, hay que luchar “sin cesar” (Osasuna) incluso “hasta la muerte” (Sevilla) y hasta “sufocar” (Porto). Partes de este vocabulario bélico pasa intertextualmente a la prensa deportiva, como refleja la portada del periódico *AS* de 28 de abril 2016, cuando abre la edición con el título “porque luchan como hermanos” (*marca.com*), extraído del himno del Atlético de Madrid.

Aparte del léxico de carácter bélico, queremos destacar el vocabulario virtuoso de los textos de los himnos oficiales. Tanto para la propia plantilla como para la afición del equipo

abundan lexemas vinculados a la virtud que coadyuvan a la consolidación de una particular identidad colectiva. El subgrupo más importante dentro del campo semántico de la virtud constituyen los lexemas que caracterizan al honor y la honra, como por ejemplo en “honor” (Real Madrid, RCD Espanyol, Real Zaragoza, Real Valladolid, Getafe CF), “honra” (Real Valladolid, Getafe CF, FC Porto), “honraron” (Real Oviedo) y “honroso” (UD Levante). Entre estos lexemas referentes a la honra y al honor también se aprecian elementos lexicales relacionados por una parte al respeto que hay que tener hacia el adversario para ser honroso y, por otra parte, a la honra histórica de pertenecer a la clase más alta de la sociedad peninsular, como por ejemplo en “respeto” (Real Madrid, Real Valladolid, Rayo Vallecano), “señores” (Málaga), “noblesa” (RCD Espanyol), “nobleza” (Real Zaragoza, Getafe CF), “pundonor” (Osasuna), “castizo” (Real Madrid), “noble” (Celta de Vigo, Real Valladolid, Racing de Santander, FC Porto), “hidalga” (Real Murcia), “de abolengo” (Real Oviedo), “augusto” (Real Murcia), “real” (Real Sporting, Real Murcia, Recreativo de Huelva) y “respectes” (RCD Espanyol). Llama la atención que este tipo de palabras existe casi exclusivamente, con la excepción del FC Porto, del Málaga, del Rayo y del Osasuna entre los equipos que llevan en su nombre propio la denominación Real. Con la repetición de lexemas de este tipo, los himnos forjan una identidad colectiva ligada a lo noble y real de su club entre los aficionados.

Otro subgrupo virtuoso que aparece en numerosas ocasiones es el de la valentía y el coraje, como por ejemplo en “coraje” (Atlético de Madrid, Málaga, Levante, Tenerife, Rayo), “coratge” (Valencia CF), “valentía” (Celta de Vigo, Rayo, Osasuna), “valent” (FC Barcelona, RCD Espanyol), “valiente” (Osasuna) y “sin temor” (Tenerife). Estas ideas están asociadas a la juventud y fuerza de la afición y los equipos, otro subgrupo de lexemas que transmiten las virtudes del club a través de los himnos, como por ejemplo en “força” (FC Barcelona, Villarreal CF), “fuerza” (Real Valladolid, Rayo) “firmeza” (Málaga), “fuerte” (Osasuna), “ardor” (Levante), “juventud” (Rayo), “rapaziada” (Sporting Clube), y “mocidade” (FC Porto).

Otro subgrupo del campo semántico de las virtudes forman las ‘palabras que están’ relacionadas con duro trabajo, como por ejemplo en “afanys” (FC Barcelona), “tesón” (Málaga, Celta de Vigo, Real Valladolid, Real Oviedo, Osasuna), “porfía” (UD Las Palmas), “brío” (Levante, Osasuna), “industrial” (Villarreal), “marinera” (Recreativo de Huelva), y “llaurador” (Villarreal). El último subgrupo de las virtudes forman las palabras relacionadas con el “amor” (Levante, Villarreal CF, Real Murcia), como por ejemplo en “cor(azón)” (FC Sevilla, Málaga, Celta de Vigo, Córdoba CF, Tenerife, Rayo, Valencia CF) o “coração” (Sporting Clube), “fiel(es)” (Levante, Real Murcia, Racing de Santander), “fidels” (RCD Espanyol), “leal” (FC Porto) o “amá-lo” (Sporting Clube), y la religión cristiana, por ejemplo en “pasión” (Atlético de Madrid, Cádiz CF, Córdoba CF, Real Oviedo, Murcia) o “fervor” (Benfica), pero también en “fé” (Cádiz CF, Real Sporting) y “esperanza” (Tenerife) o “esperança” (Sporting Clube), que abundan en el corpus y parecen forjar una identidad colectiva entre los aficionados para que el equipo llegue a la “gloria” (Córdoba CF, Levante, Real Valladolid) o “glòria/es” (Valencia CF, RCD Espanyol) y los aficionados puedan sentirse “orgullo(sos)” (FC Sevilla, Málaga, RCD Espanyol, UD Las Palmas, Real Sporting, Real Oviedo, Real Murcia, Benfica) y “agermanats” (Villarreal CF).

Además, existe un campo lexical ligado a la propia entidad del equipo en el cual resumimos los más destacados lexemas de la “bandera” (Real Madrid, FC Barcelona, RCD Espanyol, Córdoba CF, Tenerife, Recreativo de Huelva, Osasuna), en portugués “pendão” (FC Porto) o “bandeira” (Sporting Clube), y del “color” (Real Madrid, Atlético de Madrid, Real Betis, Valencia CF, Málaga CF, Cádiz CF, RCD Espanyol, Córdoba CF, Levante, Real Zaragoza, Villarreal CF, Real Valladolid, Rayo, Recreativo de Huelva, Osasuna). Ambos lexemas representan el club de fútbol y refuerzan a la hora de cantar el himno la identidad colectiva de los respectivos aficionados.

### *Uso del cuantificador todos/tots y el uso de adjetivos calificativos*

Es muy llamativo que, aparte de dos clubes portugueses (FC Porto, Sporting Clube), son los equipos de regiones bilingües los que usan el cuantificador ‘tot(s)’ (FC Barcelona, Valencia CF, Villarreal, Mallorca) o ‘toda’ (Deportivo La Coruña, Celta de Vigo) en el corpus. También los himnos de equipos del País Vasco suelen usar este cuantificador en vasco, como por ejemplo en “danontzat zara zu geuria” (Athletic Club de Bilbao) o “guztioi garaipena eskaintzeko” (SD Eibar). Llama la atención que son los equipos de las regiones periféricas de España, que han desarrollado ciertos nacionalismos, los que utilizan mayoritariamente este cuantificador. Este uso de ‘todos’ refuerza la identidad colectiva ya que incluye a todos los aficionados de este equipo. Tomamos en cuenta que los himnos del Atlético y del Real Betis, aparte de los del Celta y Deportivo gallegos, son los únicos hispanófonos que utilizan ‘todos’ para referirse a su afición: ya hemos destacado el caso particular del Real Betis como club identificador para la región andaluza o, según Dmowski, incluso para la etnia gitana (cf. Dmowski 2013, 334). Sobre el Atlético hay que añadir que, al igual que en el caso del Real Betis, también se trata de un club con una hinchada con menos nivel socio-económico que el rival local, es decir el Real Madrid. El Atlético genera sus seguidores, los llamados ‘colchoneros’, frecuentemente de la zona sur de la Comunidad Autónoma madrileña, tradicionalmente habitada por trabajadores de sectores menos privilegiados e inmigrantes hispanoamericanos (cf. Cáceres 2006, 151). Por consiguiente, no debe extrañarnos que tanto el Atlético como el Real Betis como equipos hispanófonos, con una fuerte base de aficionados procedentes de zonas más periféricas que sus rivales locales más exitosos, intenten forjar la identidad colectiva de su afición de manera parecida a la de aquellos clubes con un color más regionalista de las zonas bilingües española.

### *La construcción de identidades colectivas a través de himnos de equipos de fútbol*

Como sucede en el himno nacional que se emplea en determinado estado nacional (cf. Anderson <sup>2</sup>1996, 146), los himnos de equipos de fútbol son un símbolo de acciones culturales que produce homogeneidad entre los diferentes individuos que lo cantan y asisten al partido de fútbol. Por consiguiente, sirve para la construcción de una identidad colectiva (cf. Krizan 2016, 27). La tarea de esta contribución ha sido analizar de qué manera lingüístico-discursiva

los himnos de equipos de fútbol peninsulares construyen estas identidades colectivas entre sus aficionados. La contribución, que en absoluto ha pretendido acaparar un análisis del discurso exhaustivo, nos lleva a la conclusión de que existen muchas convergencias entre los himnos de lenguas catalana, portuguesa y española. No obstante, hemos encontrado ligeras diferencias entre el uso léxico-semántico que subrayan una división entre las comunidades de discurso de regiones monolingües castellanas y la zonas bilingües de España con un carácter regionalista.

Al igual que en Inglaterra (cf. Krizan 2016, 27), existe dentro de los textos de los himnos una amplia gama de rasgos lingüísticos para construir una identidad colectiva entre los aficionados: respecto al propio club se usan frecuentemente los pronombres personales y posesivos inclusivos en la primera persona del plural ‘nosotros’, ‘nós’ o ‘nosoltres’ y ‘nuestro’, ‘nosso’ o ‘nostre’ con los cuales se crea en el sentido integrador solidaridad entre la afición y el equipo, sea la mera institución o la plantilla. Pero también, el uso exclusivo de la primera persona del plural, que deja aparte la institución o el plantel, fortalece la identidad colectiva entre la propia hinchada. Incluso la utilización de la primera persona del singular de los pronombres personales o posesivos ‘yo’ y ‘mi’, cuando aparecen en el texto en relación con el equipo de fútbol al cual se anima, acapara al individuo para la institución del club. Ante todo, el uso de los imperativos demuestra un momento deóntico en los himnos que impele al aficionado a apoyar a su equipo, fortaleciendo así una identidad colectiva con el resto de personas que también responden a los actos directivos. Además, la mayoría de los himnos incluye adjetivos cualitativos positivos hacia el propio club y plantel, pero también hacia los propios aficionados lo cual crea solidaridad y familiaridad entre el individuo y el equipo. Estos actos se ven fortalecidos por las numerosas menciones de topónimos y crematónimos locales y regionales en casi todos los himnos. Mientras que el uso frecuente de elementos lexicales ligados a la cuestión de la virtud refiere a la propia entidad y los propios aficionados, el campo semántico de la guerra refleja la rivalidad con el contrario. Como la identidad de un ser humano se constituye a través de una reflexión de uno mismo en contacto con otros individuos, la rivalidad construida por el campo lexical de la guerra en los himnos establece una involucración con la propia entidad, lo que fortalece la pertenencia a determinada institución deportiva y refuerza la identidad colectiva en la hinchada.

A pesar de las convergencias lingüísticas mencionadas entre todos los himnos peninsulares, que constituyen cierto discurso lingüístico que cubre a las comunidades de discurso de los países Portugal y España así como las Comunidades Autónomas catalanófonas de España, hemos encontrado también divergencias lingüísticas entre ellas: ante todo, llaman la atención el uso frecuente de cuantificadores y la falta de utilización de determinados topónimos en los himnos de equipos de fútbol catalanes. La falta del topónimo ‘España’ en los textos catalanes, al igual que en los himnos de clubes gallegos y vascos, remite claramente a una disociación entre los ámbitos bilingües de España y el estado central: a través de los textos de himnos de fútbol se hace visible el regionalismo catalán. También el uso aumentado de cuantificadores como ‘tots’ en los textos catalanes frente a ‘todos’ en los himnos hispánicos parece ser una herramienta para fortalecer el componente regionalista en la forja de la

identidad colectiva de los aficionados, ya que los equipos son presentados como “la illusió de tot un poble” (Villarreal).

Esta contribución sólo es un primer paso hacia un análisis lingüístico-discursivo de himnos de fútbol en la Península Ibérica ya que carece – aparte de un análisis pormenorizado de las metáforas y de los modos enunciativos – de un análisis multimodal de éstos. La multimodalidad (Kress/Van Leeuwen <sup>2</sup>2006; Kress 2010) de los himnos debería llevar a futuros investigadores a un análisis que debería tener en cuenta no sólo el texto verbal, sino también los tectos y las voces de los cantantes de los himnos. Este tipo de investigación podría resultar bastante fructífero, ya que el himno del FC Porto es el único de los aquí analizados que llega al oído de los aficionados a través de la voz de una cantante femenina. Este hecho subraya una asombrosa exclusión de las mujeres de los textos de los himnos de fútbol peninsulares los cuales parecen dirigirse exclusivamente a varones: “els valencianistes”, “aquí estamos todos”, “malagueños y señores”, “gaditanos” o “los mañicos”. Pocas son las excepciones de este machismo subliminal: “gent blaugrana”, “familia roja y blanca”, “rapaziada” y “mocitas madrileñas”. En este último caso, el uso del diminutivo para hablar de las mujeres madrileñas deja entrever – otra vez – cierta degradación de la mujer que debería ser investigada más a fondo.

## Notas

- 1 Para obtener mas informaciones acerca del término ‘identidad colectiva’, el estado de cuestión y las críticas hacia este tipo de identidad cf. Straub 1998, Giesen 1999, Niethauer 2000 y Dimbath <sup>2</sup>2011, 194-195.
- 2 Se evita citar en el análisis las fuentes exactas para facilitar la lectura y mejorar la estética del texto. Reiteramos: todos los textos del corpus se han obtenido de la página web *música.com*, <https://www.musica.com/letras.asp?letras=16039> (consulta 07.06.2017).
- 3 El mismo nombre propio del Real Betis refiere al río Guadalquivir, denominado por los romanos como *Betis*.
- 4 Curiosamente, el texto del himno del Deportivo La Coruña es el único que hace referencia a una procedencia continental al usar el topónimo “Europa”.
- 5 Aunque no forman parte del análisis en este trabajo, hay que mencionar que en los textos de himnos vascos se encuentran topónimos que refieren a la procedencia regional, autónoma, local y provincial de los equipos, como en “euskalerrria” o “euskaldun” en el himno del Athletic Club de Bilbao y en “donosti” y “gipuzkoa” en el texto de la Real Sociedad de San Sebastián.
- 6 Para obtener más informaciones acerca de los regionalismos catalanes y vascos remitimos ante todo a la reciente monografía de Eser 2013 que abarca tanto el desarrollo histórico como aspectos de la actualidad.

## Bibliografía

- Ackermann, Jürg: *Fußball und nationale Identität in Diktaturen. Spanien, Portugal, Brasilien und Argentinien*. Berlin: LIT Verlag, 2013.
- Anderson, Benedict: *Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines folgenreichen Konzepts*. Frankfurt a.M./New York: Campus, 2<sup>1996</sup>.
- Bernecker, Walther L. et al. (eds): *Spanien-Lexikon. Wirtschaft – Politik – Kultur – Gesellschaft*. München: C.H. Beck, 1990.
- Böke, Karin / Jung, Matthias / Niehr, Thomas / Wengeler, Martin: “Vergleichende Diskurslinguistik. Überlegungen zur Analyse national heterogener Textkorpora”. In: Niehr, Thomas / Böke, Karin (eds): *Einwanderungsdiskurse. Vergleichende diskurslinguistische Studien*. Wiesbaden: Springer, 2000, 11-36.
- Brown, Adam / Crabbe, Tim / Mellor, Gavin (eds): *Football and Community in the Global Context. Studies in Theory and Practice*. London: Routledge, 2009.
- Bubenhof, Noah: *Sprachgebrauchsmuster. Korpuslinguistik als Methode der Diskurs- und Kulturanalyse*. Berlin/New York: De Gruyter, 2009.
- Busse, Dietrich: *Historische Semantik. Analyse eines Programms*. Stuttgart: Klett-Cotta, 1987.
- Busse, Dietrich / Teubert, Wolfgang: “Ist Diskurs ein sprachwissenschaftliches Objekt?”. In: Busse, Dietrich / Hermanns, Fritz / Teubert, Wolfgang (eds): *Begriffsgeschichte und Diskursgeschichte*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 1994, 10-28.
- Cáceres, Javier: *Fútbol. Spaniens Leidenschaft*. Köln: Kiepenheuer und Witsch, 2006.
- Calderón-Tichy, Marietta: “Kaká, Gallinas, Gent Blaugrana and Other Soccer-Related Onymic Phenomena in the Teaching of Onomastics”. In: Lavric, Eva / Pisek, Gerhard / Skinner, Andrew / Stadler, Wolfgang (eds): *The Linguistics of Football*. Tübingen: Narr, 2008, 157-170.
- Coelho, João Nuno / Tiesler, Nina Clara: “O paradoxo do jogo português: a omnipresença do futebol e a ausência de espectadores dos estádios”. In: *Análise Social* 41, 179 (2006), 519-551.
- Colomé, Gabriel: “Fußball und Nationale Identität in Katalonien: F.C. Barcelona und Español”. In: Gehrman, Siegfried (ed.): *Fußball und Region in Europa. Probleme regionaler Identität und die Bedeutung einer populären Sportart*. Münster: LIT Verlag, 1999, 119-128.
- Czachur, Waldemar: *Diskursive Weltbilder im Kontrast. Linguistische Konzeption und Methode der kontrastiven Diskursanalyse deutscher und polnischer Medien*. Wrocław: ATUT, 2011.
- Daniel, Petra / Kassimeris, Christos: “The Politics and Culture of FC St. Pauli: From Leftism, Through Anti-Establishment, to Commercialization”. In: *Soccer & Society* 14,2 (2013), 167-182.
- Danler, Paul: “Knowledge and Power Through Discourse and How to Gain Insights into Rhetorical Strategies Through Linguistic Analysis – Despite Foucault”. In: Zaleska, Maria / Okulska, Urszula (eds): *Rhetoric, Discourse and Knowledge*. Frankfurt a.M.: Peter Lang, 2017, 231-250.
- Dimbath, Oliver: *Einführung in die Soziologie*. München: Fink, 2<sup>2011</sup>.
- Dmowski, Severyn: “Geographical Typology of European Football Rivalries”. In: *Soccer & Society* 14,3 (2013), 331-343.
- Eser, Patrick: *Fragmentierte Nation – globalisierte Region? Der baskische und katalanische Nationalismus im Kontext von Globalisierung und europäischer Integration*. Bielefeld: Transcript, 2013.

- Fairclough, Norman: *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. Harlow: Pearson, 1995.
- Foer, Franklin: *How Football Explains the World*. London: Arrow, 2004.
- Foucault, Michel: *Les mots et les choses. Une archéologie des sciences humaines*. Paris: Gallimard, 1966.
- Foucault, Michel: *Archéologie du savoir*. Paris: Gallimard, 1969.
- Giesen, Bernhard: *Die Intellektuellen und die Nation*. Vol. 2: *Kollektive Identität*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1999.
- Gil, Alberto: “Metaphorik bei der Fußballberichterstattung: Vergleichsstudie Französisch – Katalanisch – Spanisch”. In: Fuchs, Volker (ed.): *Von der Unklarheit des Wortes in die Klarheit des Bildes? Festschrift für Johannes Thiele*. Tübingen: Stauffenburg, 1998, 271-284.
- Gomes Tubino, Manoel / Castro de Souza, Bruno / Valladão, Rafael: “Uma análise acerca do conteúdo dos hinos oficiais e populares dos principais clubes cariocas de futebol da Primeira República ao Estado Novo”. In: *Fitness e Performance* 8,1 (2009), 56-67.
- González Aja, Teresa: “Fußball und regionale Identität in der Zeit der Franco-Diktatur”. In: Gehrman, Siegfried (ed.): *Fußball und Region in Europa. Probleme regionaler Identität und die Bedeutung einer populären Sportart*. Münster: LIT Verlag, 1999, 129-146.
- Györi Szabó, Robert: “Basque Identity and Soccer”. In: *Soccer & Society* 14,4 (2013), 525-547.
- Harjus, Jannis: “Expressive Intonation bei Fußballkommentatoren in Weltmeisterschaftssprachen (Portugiesisch, Spanisch, Deutsch, Englisch, Niederländisch und Neugriechisch)”. In: Vejmelka, Marcel (ed.): *Brasilianische Spielkunst. Untersuchungen zu Sprache und Literatur im Land des Fußballs’ und darüber hinaus*. Berlin: Trafo Verlag, 2017, 155-189.
- Harjus, Jannis: *Sociolingüística andaluza y lingüística perceptiva de la variación. El español hablado en Jerez de la Frontera*. Madrid/Frankfurt a.M.: Iberoamericana Vervuert (en prensa).
- Hermanns, Fritz: “Sprachgeschichte als Mentalitätsgeschichte. Überlegungen zu Sinn und Form und Gegenstand historischer Semantik”. In: Gardt, Andreas / Mattheier, Klaus J. / Reichmann, Oskar (eds): *Sprachgeschichte des Neuhochdeutschen. Gegenstände, Methoden, Theorien*. Tübingen: Niemeyer, 1995, 69-99.
- Jäger, Siegfried: *Kritische Diskursanalyse – eine Einführung*. Münster: Edition DISS, 2015.
- Kamianets, Wolodymyr: “Zur Einteilung der deutschen Eigennamen”. In: *Grazer linguistische Studien* 54 (2000), 41-58.
- Kopiez, Reinhard / Brink, Guido: *Fußball-Fangesänge. Eine FANomenologie*. Würzburg: Königshausen & Neumann, 1998.
- Kress, Gunther: *Multimodality. A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London/ New York. Routledge, 2010.
- Kress, Gunther / Van Leeuwen, Theo: *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. London/New York: Routledge, 2006.
- Krizan, Agata: “The Language in British and Slovene Football Anthems”. In: *ELOPE* 13,1 (2016), 15-29.
- Lavric, Eva / Pisek, Gerhard / Skinner, Andrew / Stadler, Wolfgang (eds): *The Linguistics of Football*. Tübingen: Narr, 2008.

- Loureiro Cornelsen, Elcio: “Hinos de Futebol nas Gerais: dos hinos marcais aos populares”. In: *Aletria* 22,2 (2012), 59-71.
- Lopes Martins, Hugo Miguel: *Imprensa Desportiva. Uma análise comparativa entre Portugal, Espanha e Itália*. Setúbal: Instituto Superior de ciências do trabalho e da empresa, 2008.
- Lühr, Frithjof: *Die Bedeutung des Fußballs als Ausdruck regionaler Identitäten in Spanien am Beispiels der Vereine Fútbol Club Barcelona, Athletic Club de Bilbao und Real Madrid*. Dissertation. Freie Universität Berlin, 1999.
- Luhrs, Joanne: “Football Chants and ‘Blason Populaire’: The Construction of Local and Regional Stereotypes”. In: Lavric, Eva / Pisek, Gerhard / Skinner, Andrew / Stadler, Wolfgang (eds): *The Linguistics of Football*. Tübingen: Narr, 2008, 233-244.
- McDougall, William: “Kicking From the Left: the Friendship of Celtic and FC St. Pauli Supporters”. In: *Soccer & Society* 14,2 (2013), 230-245.
- Melucci, Alberto: *Nomad of the Present*. Philadelphia: Temple University Press, 1989.
- Müller, Marcus: “Die Grammatik der Zugehörigkeit. Possessivkonstruktionen und Gruppenidentität im Schreiben über Kunst”. In: Felder, Ekkehard / Müller, Marcus (eds): *Wissen durch Sprache. Theorie, Praxis und Erkenntnisinteresse des Forschungsnetzwerkes ‘Sprache und Wissen’*. Berlin/New York: De Gruyter, 2009, 371-418.
- Müller, Torsten: *Football, Language and Linguistics. Time-Critical Utterances in Unplanned Spoken Language. Their Structures and their Relation to Non-Linguistic Situations and Events*. Tübingen: Narr, 2007.
- Niedhammer, Lutz: *Kollektive Identität. Heimliche Quellen einer unheimlichen Konjunktur*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 2000.
- Pinheiro, Francisco: *História da imprensa periódica desportiva portuguesa (1875-2000)*. Dissertation. Universidade de Évora, 2009.
- Real Academia Española: *Nueva Gramática de la lengua española. Manual*. Madrid: Espasa Libros, 2010.
- Schaffroth, Elmar: “Vergleichende Diskursanalyse als romanistische Forschungspraxis. Zur Rezeption des Sarrazin-Diskurses in französischen, italienischen und spanischen Printmedien”. In: Heinemann, Anja / Schlaak, Claudia (eds): *Politische und mediale Diskurse. Fallstudien aus der Romania*. Berlin: Frank & Timme, 2015, 57-82.
- Schiering, René: “Regional Identity in Schalke Football Chants”. In: Lavric, Eva / Pisek, Gerhard / Skinner, Andrew / Stadler, Wolfgang (eds): *The Linguistics of Football*. Tübingen: Narr, 2008, 221-232.
- Schiering, René: “Bricolage und Ritualisierung: Zur Semiotik der Fan-Gesänge”. In: Ziem, Alexander (ed.): *Fußball als Leitdiskurs*. Tübingen: Stauffenberg, 2010, 287-304.
- Schrader-Kniffki, Martina: “Krisendiskurs und Konflikt im romanisch-sprachigen Europa: Das Beispiel der ‘Gurkenkrise’. Vergleichende Diskursanalyse auf der Basis von Internet-Korpora”. In: Vogel, Friedemann / Luth, Janine / Ptashnyk, Stefaniya (eds): *Linguistische Zugänge zu Konflikten in europäischen Sprachräumen. Korpus – Pragmatik – kontrovers*. Heidelberg: Winter, 2016, 263-290.

- Schulze Schneider, Ingrid: “Der Medienmarkt in Spanien”. In: Mecke, Jochen / Pöppel, Hubert / Junkerjürgen, Ralf (eds): *Deutsche und Spanier – ein Kulturvergleich*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2012, 395-405.
- Seddon, Peter: *Football Talk. The Language & Folklore of the World's Greatest Game*. London: Robson Books, 2004.
- Spieß, Constanze: *Diskurshandlungen. Theorie und Methode linguistischer Diskursanalyse am Beispiel der Bioethikdebatte*. Berlin/New York: De Gruyter, 2013.
- Spitzmüller, Jürgen / Warnke, Ingo: *Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorien und Methoden der transkulturellen Sprachanalyse*. Berlin/Boston: De Gruyter, 2011.
- Straub, Peter: “Personale und kollektive Identität. Zur Analyse eines theoretischen Begriffs”. In: Assmann, Aleida / Friese, Heidrun (eds): *Identitäten*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1998, 73-104.
- Totten, Mick: “Sport Activism and Political Praxis Within the FC Sankt Pauli Fan Subculture”. In: *Soccer & Society* 16,4 (2015), 453-468.
- Vivas Holgado, Jesús: *El fútbol. Léxico, Deporte y Periodismo*. Cáceres: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura, 1999.
- Warnke, Ingo (ed.): *Diskurslinguistik nach Foucault. Theorie und Gegenstände*. Berlin / New York: De Gruyter, 2007.
- Warnke, Ingo / Spitzmüller, Jürgen (eds): *Methode der Diskurslinguistik. sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene*. Berlin/New York: De Gruyter, 2008.
- Wrana, Daniel / Ziem, Alexander / Reisigl, Martin / Nonhoff, Martin / Angermüller, Johannes (eds): *DiskursNetz. Wörterbuch der interdisziplinären Diskursforschung*. Berlin: Suhrkamp, 2014.
- Ziem, Alexander (ed.): *Fußball als Leitdiskurs*. Tübingen: Stauffenberg, 2010.

## Fuentes de internet

*bvb.de*: <http://www.bvb.de/Aktionen/Liederbuch/Heja-BVB> (consulta 09.06.2017).

*marca.com*: <http://www.marca.com/futbol/2016/04/28/572140c6ca4741ae7e8b45e9.html> (consulta 07.06.2017).

*musica.com*: <https://www.musica.com/letras.asp?letras=16039> (consulta 07.06.2017).

*songtexte.com*: <http://www.songtexte.com/songtext/bayern-fans-united/stern-des-sudens-bffe1d2.html> (consulta 09.06.2017).