



COMUNICACIÓN ACADÉMICA N° 1672

Del Académico Correspondiente en Paraná, don Miguel Ángel Andreetto, sobre

EL HABLA DE LOS ARGENTINOS DE HOY

Señor Presidente:

Con la comisión constituida por cuarenta y seis de sus miembros, y el importante concurso de figuras prominentes de la literatura contemporánea –entre ellas, Mario Vargas Llosa y Arturo Pérez Reverte–, la Real Academia Española de la Lengua está evaluando la posible adopción de medidas orientadas, estíbase, a la impresión de un sello más simple y moderno al español.

Por cierto, la tarea que se han propuesto los integrantes de la referida comisión no es nada fácil. Originada ella en el continuo fluir de formas y construcciones debidas a la urgencia con que se vive por estos días del siglo XXI, queda nuevamente demostrada la permanente creación característica de la lengua castellana, que ya ponía de manifiesto Emilio Lorenzo en una obra de sólidos fundamentos¹. Ese panorama continúa dándose cada vez más amplio entre los hispanohablantes, fenómeno de incontenibles proyecciones hasta en los propios Estados Unidos.

Frente a lo así expuesto, circulan en tan vasta comunidad lingüística versiones fonéticas de vocablos de raigambre inglesa como *merchandising*, *performance*, *chat*, por ejemplo, de virtual inclusión en la venidera edición del diccionario oficial. En favor de ese criterio, los académicos han ponderado y tenido cabalmente en cuenta la importancia del uso del vocabulario, nota que ya puntualizaba en la vieja Roma el poeta Quinto Horacio Flaco (65-8 a. C.) en su *Epístola ad Pisones*. Vale decir, al final de todas cuentas no decimos nada nuevo, que en ese aspecto finca la vida del lenguaje (del latín *linguam agere*, literalmente “mover la lengua”).

Para corroborarlo, una vez más, el director de la secular corporación con asiento en Madrid, don Víctor García de la Concha, ha sido gráficamente terminante: “Las lenguas que no avancen al ritmo de la realidad posiblemente desaparezcan”. Y agrega un concepto categórico, que ratifica en plenitud aquel aserto: “Para sobrevivir, una lengua debe ser usada por un gran número de personas, tener un sistema unitario y estar actualizada en la tecnología”². Su opinión conlleva, por así decir, la ineludible necesidad de ajustarse a la tónica social, específica, de los incesantes avatares de la vida de hoy.

La última edición del diccionario académico, publicada en 2001, registra algunas peculiaridades del español actual que irradian connotaciones con el habla de los argentinos, por lo que no podemos soslayarlas. Así, en el primer tomo figura el sustantivo “*chupóptero*. m. coloq. Persona que, sin prestar servicios efectivos, percibe uno o más sueldos”³. Más adelante aparece “*ñoqui*. [...] m. despect. coloq. Arg. Empleado público que asiste al lugar de trabajo solo en fecha de cobro”⁴.

Párrafo de otra naturaleza merece, por cierto, el sustantivo “*balotaje* (del francés *ballottage*). m. Arg., Bol., Par. y Ur. En el sistema electoral, segunda vuelta que se realiza entre los dos candidatos más votados cuando nadie ha obtenido la mayoría requerida”⁵. Sin embargo, pareciera que la grafía propuesta por la Academia no se hubiera consolidado entre los hablantes argentinos y su expresión escrita, al punto de que en la lengua informativa el uso vacila entre las dos formas. Nuestra observación se fundamenta cotidianamente en lugares de diarios metropolitanos, de los cuales ofrecemos dos: “Lacalle teje alianzas para el *ballotage*” (*La Nación* del 4 de octubre de 2009). “El Frente Amplio se impuso en el Uruguay, pero habrá *balotaje*” (*Clarín* del 26 de octubre de 2009).

Ha ganado notoria difusión en el deporte el término *sponsor*, proveniente del latín *sponsio, onis*, con la acepción de ‘fianza, garantía’, de frecuente empleo entre los clásicos Marco Tulio Cicerón (106-43 a. C.), Tito Livio (59 a. C.-17 d. C.) y otros⁶. Martín Alonso aventura las formas *esponsio* y *esponsor* por exigencias no ajenas a la ley del menor esfuerzo⁷. Por su parte, la Academia no incluye *sponsor*, ni su derivado *sponsoreo*; pero sí resulta posible reproducir lugares que acreditan su uso en diarios: “Los *sponsors* del equipo platense lograron resultados inesperados; otros patrocinantes podrían sumarse [...]” (*La Nación* del 13 de diciembre de 2009). “[...] tendrán una exposición mediática superior a la que se esperaba al momento de firmar los contratos de *sponsoreo*” (ídem). “Tiene un equipo de doce años [...] *sponsoreado* por la Embajada de nuestro país”. (*La Nación* del 17 de enero de 2010).

A pesar de la mencionada ausencia de esos registros, la Academia acoge en su diccionario las formas *esponsorización* 'acción y efecto de esponsorizar' y *esponsorizar* como sinónimo de 'patrocinar' en la acepción de 'apoyar o financiar una actividad'⁸. Ante lo expuesto, nos permitimos formular la siguiente pregunta, como aporte al vocabulario de gran número de hispanohablantes: ¿no habrá llegado la oportunidad de legitimar el empleo del sustantivo e incluirlo en la venidera edición del diccionario?

Paraná, 29 de marzo de 2010

MIGUEL ÁNGEL ANDREETTO
Académico Correspondiente

¹ Lorenzo, Emilio, *El español de hoy, lengua en ebullición*, Madrid, Gredos, 1971.

² Citado por Oppenheimer, Andrés, en "El español del futuro", aparecido en *La Nación*, Buenos Aires, 27 de octubre de 2009.

³ Real Academia Española de la Lengua, *Diccionario de la...*, Madrid, Espasa Calpe, 2001, T. I, p. 545.

⁴ Ídem, T. II, p. 1600.

⁵ Ídem, T. I, p. 278.

⁶ De Miguel, Raimundo, *Nuevo diccionario latino-español etimológico*, Madrid, Agustín Yubera, 1875, p. 876.

⁷ Alonso, Martín, *Enciclopedia del idioma*, Madrid, Aguilar, 1947, T. II, p. 1865.

⁸ Real Academia Española de la Lengua, op. cit., T. I, p. 983.