



## LA INFLUENCIA DEL INGLÉS EN LA COMUNICACIÓN DEPORTIVA ESPAÑOLA

Jesús Castañón Rodríguez (\*)



DIPUTACIÓN  
DE BADAJOZ

**I CONGRESO de COMUNICACIÓN DEPORTIVA**  
**ANTE LOS NUEVOS RETOS DEL SIGLO XXI**

### Taller de lenguaje

"La influencia del inglés en la comunicación deportiva Española"

### Jesús Castañón

Profesor y Escritor



con el patrocinio de

iberCaja



(\*) Texto del Taller impartido en el *I Congreso de Comunicación deportiva ante los nuevos retos del siglo XXI*, Badajoz, 14 de octubre de 2021.



Los días 13 y 14 de octubre de 2021, el Edificio Siglo XXI acogió en Badajoz el en el *I Congreso de Comunicación deportiva ante los nuevos retos del siglo XXI* con la participación de 30 personalidades y representantes del mundo de la información, la comunicación y el deporte. Organizado por la Diputación de Badajoz, cerró con el Taller “La influencia del inglés en la comunicación deportiva española” con un diálogo ameno entre el periodista Ángel Fernández y el profesor y escritor Jesús Castañón Rodríguez junto al apoyo gráfico de una presentación de PowerPoint.

◀ Cartel y programa del congreso.



## Ponentes

- 1 Juan Ignacio Gallardo, Director del diario deportivo Marca.
- 1 Vicente Jiménez Navas, Director del diario deportivo AS.
- 1 Arsenio Cañada Cornejo, Director de deportes de RTVE.
- 1 Luis Villarajo Alonso, Director de deportes de la Agencia EFE.
- 1 Felipe del Campo, Presentador del programa deportivo Directo Gol, de Gol TV.
- 1 Leticia Antúnez, Periodista deportiva Canal Extremadura.
- 1 Javier Guillán, Director general de Unipublic/Vuelta Ciclista a España.
- 1 Begoña Pérez Directora y cofundadora de la agencia 6 POINTER Sports Image & Communications.
- 1 José Luis Vela, Jefe de deportes de Cadena SER Extremadura.
- 1 Lucía Santiago, Asesora del Secretario de Estado para el Deporte.
- 1 Jesús Castañón, Profesor y Escritor, www.idiomaydeporte.com.
- 1 Jaime Zorita, Gestor de contenidos OTT LaLigaSportsTV.
- 1 Almudena Rivera, Redactora de Marca.com.
- 1 Juan Gutiérrez, Subdirector del deportivo AS.
- 1 Rocío Martínez, Presentadora de deportes Antena 3.
- 1 Patricia López, Redactora Jefe de 2Playbook.
- 1 Cristina Cubero, Directora en relaciones externas en Mundo Deportivo.
- 1 Emilio Contreras, Subdirector diario deportivo MARCA.
- 1 Julián Redondo, Presidente de la Asociación de la Prensa Deportiva España.
- 1 Urbano García Alonso, Director de innovación y digital de RTVE.
- 1 Olalla Cernuda Castro, Directora general de comunicación de la Fed. Internacional de Triatlón.
- 1 Rodrigo Fdez, Periodista y Youtuber deportivo.
- 1 Eleonora Giovió, Redactora de deportes El País.
- 1 Daniel Márquez Palomino, Director de comunicación de la Federación Española de Triatlón.
- 1 Carmen Menéndez Fernández, Periodista de la Agencia EFE.
- 1 Siro López Fernández, Periodista deportivo, Youtuber y colaborador en Estudio Estadio, Gol y Mediaset.
- 1 Roberto Gómez Chaves, Periodista deportivo.
- 1 Macarena Parejo Cuellar, Directora de comunicación Universidad de Extremadura.
- 1 Daniel Martín Pera, Director de Onda Campus.
- 1 Mariano Rodríguez Pérez, Responsable de Eventos de Mediapro.

### Miércoles 13 de octubre 2021 (mañana)

Horario	Actividad	Ponentes
De 10:00h a 11:30h	Recogida de acreditaciones	
De 11:30h a 12:15h	Inauguración del congreso	
De 12:15h a 13:15h	El reto prioritario es hacer periodismo.	Juan Ignacio Gallardo, Director del Diario Deportivo MARCA.



### Miércoles 13 de octubre 2021 (tarde)

Horario	Actividad	Ponentes
De 16:00 a 17:00h	IM Innovar para crecer.	Vicente Jiménez Navas, Director del diario deportivo AS.
De 17:00h a 18:15h	MR OTT y plataformas digitales, la TV a la carta	Jaume Zorita, Gestor de contenidos de OTT LaLigaSportsTV. Arsenio Cañada Cornejo, Director de Deportes de TVE. Mariano Rodríguez Pérez, Responsable de Eventos de Mediapro. Olalla Cernuda Castro, Dir. Com. Federación Internacional Triatlón.
De 18:15h a 19:30h	MR Transformación de los medios tradicionales.	Julián Redondo, Pte. de la Asociación de la Prensa Deportiva. Luis Villarajo, Director de deportes de la Agencia EFE. Cristina Cubero, Directora en relaciones externas en Mundo Deportivo. Eleonora Giovió, Redactora de deportes El País.
De 19:30h a 20:30h	PL Ponencias libres.	Daniel Martín Pera, Coordinador ponencias libres, David Cerrato - Pablo Garcia - Miriam Garriga Ismael Prudencio - Estela Chavalés - Rafa Ramos

### Jueves 14 de octubre 2021 (mañana)

Horario	Actividad	Ponentes
De 09:30h a 10:30h	MR La comunicación deportiva en femenino.	Carmen Menéndez, Periodista de la Agencia EFE. Almudena Rivera, Redactora del diario MARCA. Rocío Martínez, Presentadora de deportes de Antena 3. Patricia López, Redactora Jefe de 2Playbook.
De 10:30h a 11:15h	PM El estado del periodismo deportivo en tv. Un desafío permanente.	Felipe del Campo, Periodista de Gol TV y MARCA.
De 11:15h a 14:45h	Descanso	
De 11:45h a 13:00h	MR Las nuevas relatos del periodismo deportivo.	Juan Gutiérrez, Subdirector del Diario Deportivo AS. Urbano García, Director de innovación y digital de RTVE. Emilio Contreras, Subdirector del diario MARCA. Begoña Pérez, Directora y cofundadora de la agencia 6 POINTER.
De 13:00h a 13:45h	PM El reportaje en el deporte mundial	Roberto Gómez Chaves, Periodista Deportivo

### Jueves 14 de octubre 2021 (tarde)

Horario	Actividad	Ponentes
De 16:00h a 17:15h	MR El valor de la comunicación en el deporte.	Javier Guillán, Dir. Gen. de Unipublic/Vuelta Ciclista a España. Lucía Santiago, Asesora del Secretario de Estado para el Deporte. Daniel Márquez Palomino, Dir. Com. Fed. Española de Triatlón. José Luis Vela, Jefe de deportes de la Cadena SER Extremadura.
De 17:15h a 18:30h	MR Las nuevas plataformas del periodismo deportivo.	Macarena Parejo Cuellar, Dir. Com. Universidad de Extremadura. Leticia Antúnez, Periodista deportiva Canal Extremadura. Rodrigo Fdez, Youtuber deportivo. Siro López, Periodista deportivo y Youtuber.
De 18:30h a 19:00h	T La influencia del inglés en la comunicación deportiva española	Jesús Castañón, Profesor y escritor.



## Comunicación deportiva

### **¿Cómo se puede caracterizar idiomáticamente esta comunicación especializada?**

El deporte actual conforma un relato de aventuras con expresiones originales y una cultura propia que trata de la conquista de sus sueños en tierras lejanas. Cuenta con dinámicas como el derecho a la sorpresa, la vivencia en el clamor y la pasión inexplicable de una fiesta social sin exclusiones. Es un escenario para expresar la alegría popular y un espacio de convivencia lingüística entre sus manifestaciones cultas y populares.

Ha servido de inspiración para la información y el entretenimiento con expresiones que han saltado de los recintos deportivos a la vida cotidiana de la gente por su espontaneidad y expresividad. Gracias a su fácil comprensión y su capacidad de transmitir alegría, fervor y esperanza ha influido en la evolución de la historia deportiva en recintos específicos, espacios naturales, urbanos, tecnológicos y virtuales, en la historia cultural, en las conversaciones diarias, en la redacción de otras áreas informativas y en las estrategias comunicativas de otros ámbitos como la economía, la política o la religión...

Ha creado imágenes y sonidos que envuelven emociones hasta crear huellas imborrables y detener en el tiempo de la memoria personal y colectiva. Tanto en la información como en la publicidad que lo acompaña.

### **¿Por qué resulta difícil de analizar?**

El idioma del deporte es una compleja obra coral que en español, ha recibido aportaciones de 39 idiomas diferentes, que entra en combinación con otros 83 en recursos multilingües y en la que han intervenido deportistas, dirigentes, organismos y entidades, aficiones, medios de comunicación y otras manifestaciones artísticas.

### **¿El deporte genera lenguaje?**

El deporte ha sido un generador de lenguaje que ha sabido adaptarse a la sociedad de cada tiempo y que es reconocido por las instituciones lingüísticas como un observatorio de las nuevas tendencias.

Ha contribuido al enriquecimiento del idioma mediante la renovación semántica, la creación de onomatopeyas, la incorporación de voces ajenas y la formación de nuevas palabras. Ha divulgado terminologías específicas, eslóganes y términos que imitan situaciones de la naturaleza, han sido importados de tierras remotas, se han formado a partir de situaciones curiosas o se han inspirado en personajes famosos.



Ángel Fernández y Jesús Castañón.

## Retos generales

En el siglo XXI, la comunicación deportiva se ha adaptado a varios retos.

### **¿Hay una nueva sociedad que consume comunicación deportiva?**

Primero, ha adaptado su forma de expresión a la aceleración del ritmo de la vida, la inmediatez y los entornos lúdicos y participativos con un estilo palpitante, inmediato y con tensión emocional.

En los dos primeros decenios del siglo XXI, la comunicación deportiva atendió nuevos retos: la gran diversificación de la actividad física y el deporte, la plena incorporación de la mujer, una función social, educativa y cultural que transmite valores sociales, la extensión de la alta competición a la edad adolescente desde los Juegos Olímpicos de la Juventud de 2010 con un nuevo marco para competir, aprender y compartir en un entorno moderno y la combinación del deporte con competiciones federadas con actos de carácter benéfico o solidario y eventos publicitarios basados en una actividad deportiva.

Los medios digitales y las redes sociales orientaron la expresión hacia una comunicación clara, breve y de rápida difusión asentada en microtextos de lectura rápida y fácil, redacción de mensajes en titulares, eliminación de signos de puntuación, uso de



abreviaturas, trajo aforismos, frases cortas, siglas, apócope... en combinación con géneros iconográficos y sonidos para sugerir ideas, destacar mundos envolventes y compartir emocionalmente experiencias y vivencias.

### **¿Qué cambios han introducido las aportaciones tecnológicas y de innovación?**

La nueva sociedad del siglo XXI ha dado paso a un tiempo en el que cada consumidor se puede convertir en difusor sin límites de horarios ni fronteras.

Los avances de la tecnología en capacidad de conectividad, logística e ingeniería han aportado innovaciones de imagen y sonido para el megaespectáculo global para acercar a los espectadores a la acción mientras vive la competición con emoción y recibe información sobre el rendimiento de los deportistas.

Desde los Juegos Olímpicos de verano de 2012 ha traído nuevos géneros, nuevas narrativas, plataformas de gestión, edición y ocio y la paulatina aplicación de inteligencia artificial, big data, la redacción automatizada de informaciones deportivas con robots difundidas de manera instantánea en sitios web, plataformas de noticias y redes sociales y la edición de libros de estilo piensan en el español para ediciones internacionales.

### **¿Son tiempos para una nueva interacción?**

Las tendencias de la *Agenda Olímpica 2020+5* y las líneas de trabajo del fútbol profesional se encaminan a una comunicación para transformar la sociedad y buscar su progreso a través del deporte aplicando diversos principios solidarios, económicos y que pasan por el crecimiento exponencial de la digitalización.

Estas estrategias globales e ideas tecnológicas ya han puesto en marcha en abril de 2021 la futura generación de contenidos en plataformas digitales y redes sociales, la primera OVS (Olympic Virtual Series) que une al Comité Olímpico Internacional con cinco federaciones internacionales (automovilismo, béisbol y sóftbol, ciclismo, remo y vela) para producir competiciones virtuales y físicas capaces de atraer a nuevos públicos y amplificar el entretenimiento digital.

Un mayor y permanente compromiso con los seguidores, el aprovechamiento del estadio inteligente, la monitorización de redes sociales o el desarrollo de activos digitales de los deportes electrónicos... irá acompañado de nuevos formatos para retransmitir, contenido personalizado e información en tiempo real sobre estadísticas y rendimiento.



Fotografía: Jesús Castañón.

## ¿Este panorama afecta también al idioma?

La inteligencia artificial, la realidad aumentada, el internet de las cosas y nuevos dispositivos darán paso a novedades en el ámbito lingüístico para escribir y comprender en castellano, así como para la traducción; recurren al uso de correctores, predictores del lenguaje, aplicaciones de resúmenes automáticos, chatbots, búsquedas inteligentes, motores de traducción y subtitulación automática. Es un proceso que recurre a modelos del lenguaje con minería de textos orientada hacia valores de defensa del patrimonio a partir de archivos de datos con las denominaciones de MarIA y LEIA en los que ya trabajan la Biblioteca Nacional de España y la Real Academia Española.

## El inglés y su influencia

Uno de los retos para esa digitalización es la influencia del inglés en el idioma español del deporte, dado que la alianza entre deporte, música y tecnología ha aportado una nueva oleada de anglicismos relacionados con la mejora de la condición física como tendencia social (*exergaming*, las nuevas posibilidades del fitness como estilo de vida social, *electrofitness*, *evolved fitness*, *immersive fitness*, *jymmin*), los deportes electrónicos o *e-sports*, los drones y la robótica orientada a la inclusión (peleas de robots y *Cyathlon* o Juegos Biónicos). Y también con la incorporación del sistema de competición *main round* para evitar la eliminación de algún favorito en octavos y cuartos de final.

Hay que partir de la base de que no existe ningún idioma que tenga voces para toda la realidad y que solo es posible aminorar esta presencia mediante la exaltación de la



responsabilidad social en la difusión del idioma y la capacidad para vertebrar recursos lingüísticos ante la inmediatez de la comunicación actual.

Son tiempos para superar el debate de la influencia del inglés como problema o como necesidad en unos tiempos en los que el inglés actúa como *lingua franca* para entenderse entre deportistas, para socializar eventos, para hacer marketing, para firmar contratos y desarrollar carreras de alta competición, para interactuar en redes sociales... Sirve como instrumento para llegar a una audiencia mayor.

El miembro correspondiente de la Real Academia Española Juan Gutiérrez Cuadrado indicó en 2006 en su artículo “¿Y si los anglicismos fueran como las bacterias”? que los anglicismos tienen un comportamiento parecido: son necesarios cuando incorporan nuevos referentes para nombrar realidades recientes, crean palabras derivadas, dan lugar a usos figurados o aportan novedosos matices de significado, pero en exceso perjudican; cuentan con útiles virtudes de gran expresividad y brevedad, de internacionalización como *lingua franca* de los deportistas, en especial en la reflexión multilingüe en la alta competición; se multiplican en nuevos grupos al calor de la diversificación y la innovación del deporte y tras un intenso trabajo de documentar, analizar y admitir solamente aquellos que son necesarios con propuestas de soluciones y alternativas en castellano como la adaptación, la traducción o la búsqueda de expresiones equivalentes.

### ¿Qué es posible hacer ante esta situación?

Sería recomendable romper tópicos relativos a ideas como la colonización e invasión que por el número de anglicismos desplaza y corrompe a la lengua española, el uso del inglés como elemento que dificulta la comprensión del mensaje o la falta de preparación lingüística de los hablantes que recurren a los anglicismos por comodidad.

Y promover, a cambio, la lealtad lingüística, la conciencia colectiva y el dominio del propio idioma como parte de la solución con el fin de asumir la fuerza del neologismo necesario en la renovación de la lengua general. Es un camino más largo y en él se puede aprovechar el trabajo de todos los agentes que intervienen en el deporte teniendo en cuenta la labor diaria de federaciones, clubes... con sus reglamentos y ordenanzas.





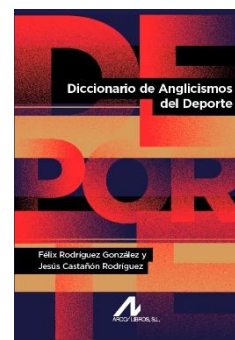
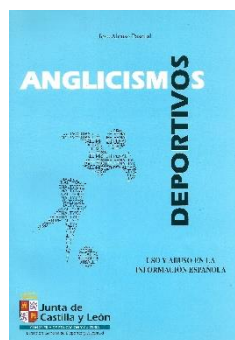
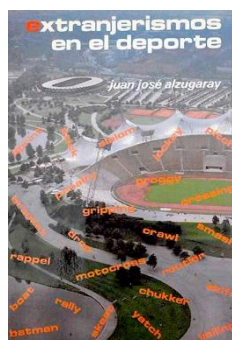
## ¿Qué sencillos criterios de actuación se pueden aplicar en comunicación?

Primero, comprender que en el momento actual, la parte objetiva e informativa que requiera tratamiento de datos tiende a la automatización con robots aunque hay varios ámbitos en los que el idioma español es imbatible y se escapan a la traducción automática de las máquinas: la creatividad, la ironía y el humor.

## ¿En qué aspectos lingüísticos se refleja esta influencia?

En tres grandes campos:

- La tipografía, en lo relacionado con el uso de letra cursiva y redonda.
- La ortografía, en el empleo de letra mayúscula y minúscula.
- El léxico para buscar soluciones en castellano mediante adaptación fonética y morfológica, la traducción y la búsqueda de expresiones equivalentes.



# fundéu RAE

Algunas fuentes de consulta sobre anglicismos.





## ¿Ha habido falta de preocupación de la comunicación deportiva por el buen uso del idioma en este campo?

Es una tarea que ha ocupado a los periodistas con constantes aportaciones desde 1902. Primero, fueron la comunicación y las enciclopedias, gracias a la labor de la *publicación Los Deportes* y los periodistas Antonio Viada y Josep Elías i Juncosa.

Segundo, se registraron voces autorizadas del periodismo que ingresaron en instituciones lingüísticas como Mariano de Cavia y Miguel Delibes. El primero como seguidor de actividades en Estados Unidos, Francia e Inglaterra y destacó en España por aportar 1908 la voz *balompié* para hispanizar el *football*. Y el segundo incorporó al lenguaje literario deporte tradicional y deporte moderno, pero que en su vivencia personal del tenis le llamaba la atención su peculiar jerga con barniz aristocrático, terminología que parecía vestirse de etiqueta y con anglicismos que se pronuncian con nasal acento cosmopolita. En *Un deporte de caballeros* proponía que el tanteo parcial de cada juego fuese «1, 2, 3 y juego».

Tercero, las escuelas de periodismo aportaron su granito de arena. De la jergonza exótica de la Escuela de El Debate a Escuela Oficial de Periodismo mostraron su preocupación y favorecieron una actitud reflexiva basada en líneas de actuación:

- Hispanizar adaptando el extranjerismo al sistema del español o sustituyéndolo por una traducción.
- Usar directamente el extranjerismo acompañado por la marca tipográfica de las comillas.
- Crear expresiones en español que puedan designar esa realidad.
- La crítica al empleo de palabras del español con un significado extranjerizante.

Término	Alternativa en castellano	
	Adaptación fonética	Expresión equivalente
<i>birdie</i>	<i>birdie</i>	uno bajo par, menos uno.
<i>bunker</i>	búnker	obstáculo de arena, trampa de arena.
<i>starter</i>	estárter	juez de salida.

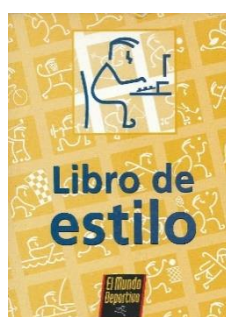


## ¿Y a partir de la experiencia de Barcelona con los Juegos Olímpicos de verano en 1992?

A partir de la cita olímpica de 1992 diversos medios han propuesto soluciones.

Entre 1988 y 2021, la Agencia Efe abordó el lenguaje deportivo en el documento *Informe sobre los Juegos Olímpicos (Análisis de los errores aparecidos en las noticias procedentes de Seúl sobre los Juegos Olímpicos)* y en los congresos *El idioma español en las agencias de prensa* y *El neologismo necesario* hasta llegar al congreso internacional *El idioma español en el deporte* en el que federaciones y periodistas deportivos aportaron de términos de los deportes olímpicos válidas para todo el mundo hispanohablante, ordenados por deportes y con sus respectivas definiciones.

Esta línea de trabajo iniciada por el Departamento de Español Urgente se ha mantenido en el tiempo con el *Manual de español urgente* y las modernas recomendaciones de la Fundación del Español Urgente y la Real Academia Española con recomendaciones tipográficas y ortotipográficas. Y también ha contado con las aportaciones de los libros de estilo de los diarios Mundo Deportivo, Marca y As.



Algunos materiales periodísticos de referencia para la consulta de anglicismos.

### Futuro inmediato

La tarea inacabada por el permanente estado de ebullición y renovación pues la eclosión de voces para esports y breakdancing llegará con los Juegos Olímpicos de invierno 2022 y de verano de 2024. Del mismo modo que en los recientes Juegos de verano 2020 encontraron su hueco escalada deportiva, skateboarding y surf y, desde las instituciones se están estudiando para las próximas décadas las posibilidades de ajedrez, pádel, polo, snooker y squash.



Además, la desenfadada carrera del mercado de fichajes también está dejando ideas como el *club-estado* o el *petroderbi* entre el París Saint-Germain y el Manchester City en su afán por realizar las transferencias más importantes de jugadores.

Otras tendencias curiosas están relacionadas con el cambio de imagen del golf y la vela a los que se supone una imagen elitista y con el nuevo panorama de puestos laborales que ofrece la digitalización del deporte en aspectos de supervisión, control, análisis y gestión de diferentes áreas.

### Un partido en dos tiempos

El futuro inmediato será tiempo para un partido de dos tiempos. Uno, como en el tenis, para girar la cabeza en el partido lingüístico entre el español y el inglés a la hora de traducir la terminología para la información.

Ace			Saque directo
Deuce			Iguales
Drive			Golpe de derecha
Game			Juego
Lob			Globo
Match-point			Punto de partido
Out			Fuera
Passing-shot			Golpe paralelo
Set			Manga
Set-point			Punto de manga
Smash			Mate, machete
Tie break			Juego decisivo

Ilustración: Jesús Castañón.

Y otro, para destacar la libertad, la creatividad y el humor y que todavía la automatización no puede traducir ni interpretar. Es el caso de la tendencia del juego de siglas que se ha desarrollado, en especial, desde 2013 tomando siglas de prestigio en inglés procedentes de los ámbitos del deporte, la comunicación y la informática para darles un nuevo sentido con intención humorística o feliz para los entornos lúdicos y participativos.



**ÑBA** (Selección Española de Baloncesto)

**BBC** (Delantera del Real Madrid formada por Bale, Benzema y Cristiano)

**MSN** (Delantera del Fútbol Club Barcelona compuesta por Messi, Suárez y Neymar)

**HD** (Delantera de la Juventus de Turín integrada por Higuain y Dybala)

**VARman** (analista de las decisiones del VAR)

## Epílogo

Del tendido de los sastres a la recuperación de información en dispositivos móviles, del telégrafo a las redes sociales, del micrófono de carbón a deportistas y entidades convertidos en marcas e iconos, la comunicación deportiva española ha puesto voz a su relato, ha llevado hacia el entusiasmo global a masas y ha creado una historia cultural que influye en comportamientos y valores sociales.

Por eso merece un estudio pausado, el reconocimiento de las aportaciones de una tarea coral y la reflexión con humildad y constancia sobre sus formas de expresión sin alarmismos ni pesimismo. Al igual que pasó con otras lenguas que influyeron en la historia del español, la obra coral del idioma del deporte y el tiempo acomodarán al castellano sus expresiones.