

1

Panorama de las principales tendencias lingüísticas en el fútbol español (2008-2021)

Jesús Castañón Rodríguez (Idiomaydeporte.com, Valladolid, España) (*)

(*) Director de Idiomaydeporte.com (info@idiomaydeporte.com)



Doctor en Filología Hispánica. Autor de 25 monografías y 19 capítulos de libro, entre los que están *Hinchas del idioma* y *El lenguaje periodístico del fútbol*. Colaboró con la Real Academia Española y la Organización del Bachillerato Internacional. Cuenta con el Premio de Poesía Deportiva Juan Antonio Samaranch y el Trofeo Rey Pelayo del Gobierno de Asturias. Su última publicación como coautor es *Diccionario de anglicismos del deporte*, publicado en Arco/Libros en 2021.



Imagen para el taller en línea *Sprache und Fußball II*, organizado por la Österreichische Linguistiktagung en Viena. La camiseta a rayas corresponde al Real Sporting de Gijón SAD y la oscura, a la edición conmemorativa que sacó la Real Federación Española de Fútbol en 2020 para festejar el triunfo de la Selección Española sobre Países Bajos en la Copa Mundial de Fútbol de la FIFA en 2010.

El período de 2008 a 2021 supone para el fútbol español una etapa de interés lingüístico dado el crecimiento de su interés al calor de los numerosos triunfos obtenidos. A nivel de Selección Nacional de Fútbol, entre el 29 de junio de 2008 en Viena y el 1 de julio de 2012 en Kiev fue el tiempo de una racha victoriosa al conseguir las ediciones de 2008 y 2012 del Campeonato Europeo de la UEFA y la Copa Mundial de Fútbol de la FIFA de 2010. Panorama que se ha completado con el reciente subcampeonato de la La Liga de las Naciones de la UEFA en 2021.

A nivel de clubes, las entidades deportivas españolas consiguieron 7 campeonatos en la Liga de Campeones de la UEFA y otros 8 en la Liga Europa de la UEFA reforzando el palmarés histórico de competiciones europeas en la que España encabeza en el primer torneo con 13 títulos y 11 subcampeonatos y en el segundo con 13 campeonatos y 5 vicecampeonatos.

Este éxito continuado generó una creciente mirada y extensa bibliografía sobre las formas de expresión del fútbol, especialmente, en tres ámbitos: las instituciones del idioma, las entidades deportivas y los medios de comunicación.

2

1 Reflexiones lingüísticas

1.1 Instituciones

La reflexión de las instituciones lingüísticas ha evolucionado desde su tradicional papel de observatorio de las tendencias más actuales del idioma a la presencia de nuevos enfoques relacionados con el aprendizaje de lenguas y la proyección de una imagen viva del idioma.

Real Academia Española

A lo largo de la historia, miembros de la Asociación de Academias de la Lengua Española y de la Real Academia Española orientaron sobre denominaciones, estudiaron la terminología para incorporarla al diccionario, hicieron propuestas de sustitución de extranjerismos, promovieron criterios de corrección lingüística y comentaron algunos aspectos de la actualidad.

Menos conocida es su constante labor de análisis, documentación y estudio en la que han intervenido la biblioteca, los discursos, las bases de datos y las publicaciones.

En la actualidad, el fondo general de la Biblioteca de la Real Academia Española dispone de 29 monografías balompédicas fechadas entre 1933 y 2018 con obras literarias, de carácter técnico, reglamentos, reflexiones sobre su repercusión social, diccionarios y estudios lingüísticos. Desde 1948, el fútbol ha estado presente en los discursos de ingreso a la Academia, para cumplir dos funciones: trazar perfiles humanos de grandes personajes y servir de referencia secundaria o ejemplo de fácil comprensión. Las bases de datos que recogen en sus corpus lingüísticos han aportado los siguientes resultados. El fútbol aparece documentado desde 1919 en el *Corpus del Nuevo diccionario histórico del español*, desde 1955 en el *Corpus diacrónico del español (CORDE)*, desde 1975 en el *Corpus de referencia del español actual (CREA)* y en el *Corpus del español del siglo XXI (CORPES XXI)*. En 2021, según refleja el Corpus Avanzado de Enclave RAE hay 21.103 documentos organizados en 10 temas, procedentes de fuentes escritas de ficción y no ficción en soportes variados como Internet, libros, misceláneas y prensa, así como clasificados en 10 zonas para el análisis de la lengua española entre las que destacan España, Río de la Plata, Caribe continental, los Andes y México y Centroamérica. En el caso de las publicaciones, el balompié está presente en revistas, gramáticas y diccionarios como el *Diccionario panhispánico de dudas* en 2005, la *Nueva gramática de la lengua española* en 2010 y el *Boletín de la Real Academia Española* con artículos sobre anglicismos y su adaptación a la lengua castellana (Nomdedeu 2019; Rodríguez González, 2012).

Hasta su llegada al *Diccionario de la lengua española*, el estudio de los términos balompédicos ha formado un rombo como el que dibuja la línea de mediocampo de un equipo. La mirada hacia la evolución del léxico en el tiempo y la historia de las palabras se halla en el *Nuevo diccionario histórico del español* que da continuidad al *Diccionario histórico de la lengua española*. La recogida de usos actuales verificados y las novedades se encuentran en las versiones electrónicas del *Diccionario de la lengua española* que han venido a hacer la tarea del *Diccionario manual e ilustrado de la lengua española* y el *Diccionario esencial de la lengua española*. La información geográfica, social y cultural del español de América se halla desde 2010 en el *Diccionario de americanismos*. Y la aclaración de la norma con

3

propuestas guiadas y resolución de dudas ortográficas, léxicas y gramaticales se realiza desde el Departamento de «Español al día» en línea con la labor que desarrolló el *Diccionario panhispánico de dudas*, así como desde la Fundación del Español Urgente-RAE que ha elaborado guías específicas para los Juegos Olímpicos de verano de 2012, 2016 y 2020, la Eurocopa de 2012 y 2016, la Copa Mundial de Fútbol de la FIFA de 2014 y puso en marcha la sección de orientación *La Liga del español urgente*.



Ilustración: Jesús Castañón.

En este período de 2008 a 2021, apareció en 2014 la vigésimo tercera edición del *Diccionario de la lengua española* que incluía 145 términos de fútbol. Una estadística que, con las nuevas versiones electrónicas, según registra el servicio Enclave RAE, alcanza en 2020 a 150 definiciones, 9 ejemplos, 9 lemas y 4 etimologías. Así, en la versión 23.1 del diccionario *Diccionario de la lengua española*, de 2017, se recogen términos como *deportividad*, *deportivo* y *fair play*; en la 23.2, de 2018, *casa*, *local*, *localía* y *visitante*; en la 23.3, de 2019, *centrocampismo* y *cobrar*; y en la 23.4, de 2020, *equipación* y *línea* aplicada tanto a la serie de jugadores de un equipo que desempeña una función como al juez de línea. En el camino hasta llegar a esta publicación intervienen los comentarios de las diferentes academias de lengua española, el Instituto de Lexicografía, cinco comisiones y la Unidad Interactiva (UNIDRAE) para analizar fuentes documentales, bancos de datos, ficheros históricos, obras de referencia y estudios sobre léxico.

4

Instituto Cervantes

El Instituto Cervantes ha encontrado en el mundo del deporte una vía para la promoción de la imagen de España, su lengua y su cultura a través de la relevancia mediática, social e internacional de este ámbito.

Desde 2019 llegó a acuerdos con LaLiga para la edición de diccionarios bilingües español-chino, español-árabe y español-indonesio, publicados en China, Egipto e Indonesia.

Y desde el 19 de febrero de 2021 ha firmado un acuerdo de colaboración con el Consejo Superior de Deportes para difundir una imagen del idioma y el deporte como activos universales gracias a la organización de diversas propuestas. Es el caso de actos con autores literarios, encuentros en torno al deporte en la literatura y programas sobre el deporte en los libros para la promoción de la lectura, actividades que relacionan expresiones artísticas con el deporte, acogida de deportistas o equipos españoles en los centros del Instituto Cervantes cuando compitan en un país extranjero, maratones, carreras y partidos con motivo de citas deportivas de alta competición, conferencias y campañas de promoción del deporte panhispánico y elaboración de diccionarios especializados.



Portada del diccionario español-árabe.

1.2 Universidades

La reflexión universitaria en artículos, libros y trabajos de investigación ha generado contribuciones en tres grandes líneas de trabajo.

Primero, estudios sobre lengua relacionados con 13 campos: anglicismos, creatividad, diccionarios con enfoque histórico y actual, enseñanza del español como lengua extranjera e influencia del lenguaje deportivo en el aprendizaje de idiomas, estudios comparativos con chino, francés, italiano, inglés y portugués, extranjerismos, fuentes bibliográficas, aspectos de gramática,

5

jerga de los futbolistas, cuestiones de semántica, sexismo, terminología multilingüe y traducción e interpretación. Es una variada cancha en la que, desde 2010, la enseñanza del español a través del deporte y el aprendizaje de lenguas de especialidad han ocupado un lugar destacado (Chiva et al, 2016; Díaz, 2010; Galindo, 2014; Palomero et al., 2017; Pilmark y Hakansson, 2011; Rodríguez Carril et al, 2010; Rojas Torrijos-Osorio-Palacio, 2020; Stabb, 2017; Universidad de Alicante, 2015; Vilachá, 2017).

Segundo, trabajos sobre el lenguaje periodístico de los medios de comunicación que han abarcado 7 líneas de actuación: caracterización de fraseología, metáforas y neologismos; libros de estilo y usos en prensa, radio, televisión e Internet; formas empleadas en medios digitales, redes sociales y blogs; expresiones de la gestión comunicativa de las entidades; el fútbol profesional y la economía; así como la práctica deportiva.

Y tercero, el análisis de las relaciones culturales del idioma del deporte en 4 ámbitos: la literatura, los lazos con otras manifestaciones artísticas, los vínculos con sociología, medios de comunicación y espectáculo, además de la formación de cultura deportiva.

1.3 Otras miradas

Otras visiones han comprendido una doble mirada. Un enfoque general ha estado relacionado con la reflexión general y la orientación hacia un uso decoroso del idioma gracias a la labor de correctores de estilo, lingüistas y traductores.

Desde 2008, lingüistas y profesionales de la actividad física y el deporte estudiaron las expresiones del fútbol con un enfoque histórico o actual y la influencia en el español de términos deportivos de origen extranjero (Loza y Castañón, 2010; Torrebadella y Nomdedeu, 2013 y 2018). También combinaron curiosidades del idioma, el comentario de errores y dudas y la explicación etimológica de términos y dichos (Alvar Ezquerro, 2014; Celdrán, 2009; Ortega, 2014 y 2016).

La orientación hacia un uso decoroso del idioma, llevada a cabo por periodistas, correctores de estilo, lingüistas y traductores, resaltó el papel del periodismo en el deterioro y alteración de la lengua, el exceso de neologismos y extranjerismo, el comentario de usos y abusos con incorrecciones e impropiedades. No obstante, propuso la glosa de hallazgos expresivos, su contribución a la elevación del nivel cultural general, las posibilidades del deporte como recurso para ofrecer una imagen más viva del idioma asociado a aspectos culturales. Comprendió la mirada de académicos (Álvarez de Miranda, 2008; Anson, 2009; Lorenzo, 2008; Pascual, 2013; Rodríguez Adrados, 2008), de estudiosos del idioma (Castañón Rodríguez, 2011, 2016, 2018, 2019 y 2021; Fundación del Español Urgente BBVA, 2015; González Ferrán, 2015; Guerrero Salazar, 2019; Hernán-Gómez Prieto, 2009; Lavric et al., 2008; Miguel 2014; Nomdedeu, 2009; Rodríguez González, 2013 y 2016; Rodríguez González y Castañón Rodríguez, 2021; Romeu, 2017; Solivellas Aznar, 2016), de servicios lingüísticos para difundir valores lingüísticos y culturales asociados al lenguaje del fútbol (Gallego Barbeyto, 2015; Universidad de Salamanca y Liga de Fútbol Profesional, 2016-2018; Universidad de Salamanca y Marca, 2020) y de numerosas

6

secciones de prensa escrita y de radio como las registradas en Cadena COPE, Cadena Ser, EsRadio, Libertad Digital, Onda Cero Radio y Radio Nacional de España con “El menosprecio de la lengua”, “Elena Hernández resuelve nuestras dudas” y “La Fundéu responde”, “La Lengua Viva”, “Palabras al aire”, “Palabras moribundas” y “Unidad de Vigilancia”.

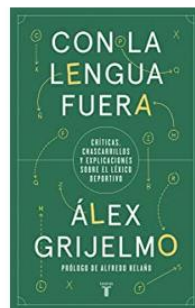
Con un enfoque especializado, lingüistas, correctores de estilo, humoristas, periodistas y sociólogos analizaron diversos giros y expresiones deportivas en *El español en el deporte* en La Página del Idioma Español en Brasil y Uruguay (1997-2017), *Literatura y Lingüística del deporte* en la plataforma Comunidad Virtual Ciencias del Deporte (2002-2021), *Palabras mayores* en el portal Basketconfidencial.com (2001-2013), *La cárcel de papel y de las ondas del lenguaje futbolístico* en Idiomyadeporte.com (2004-2009), *Palabras en juego* en el diario ovetense La Nueva España (2005-2008), *Libro de estilo del periodismo deportivo* en el canal de televisión La Sexta (2010), *Deporte con estilo* en el digital Sphera Sports (2014-2016), *La liga BBVA del español urgente*, en la Fundación del Español Urgente (2015), *Erratas de campo* en As.com (2016) y *Con la lengua fuera* en el diario As (2016-2019). En radio, junto a las colaboraciones esporádicas de Álex Grijelmo en el programa Carrusel deportivo, de la Cadena Ser (2016-2019), surgieron tres secciones específicas de lenguaje deportivo en el medio radiofónico entre 2009 y 2019: *Hinchas del idioma* en Radio Salamanca, de la cadena Ser (2009-2012); *El deporte del lenguaje* en las emisoras malagueñas Avance Deportivo Radio y Radio 4G Málaga (2014-2016); y un comentario sobre expresiones deportivas en el programa *A diario* en Radio Marca (2017-2018). Y aportaron datos sobre periodistas que promovieron el buen uso del idioma, además de comentar criterios de corrección de estilo y facilitar el acceso a recursos de utilidad.



La Nueva España



EL GRUPISTA



Algunas secciones con enfoque especializado.

7

Este panorama se ha complementado con la presencia de actividades y reflexiones lingüísticas en jornadas, cursos de verano, materias optativas, títulos de experto y maestrías en jornadas organizadas por diversas fundaciones y universidades (Bocos, 2009; Fundación del Español Urgente BBVA, 2012; Fundación San Millán de la Cogolla y Fundación del Español Urgente BBVA, 2012; Paniagua Santamaría, 2009; Rojas, 2005 y 2011).

2. La mirada de las entidades deportivas

Desde la década de los 30 del siglo XX, varias decenas de instituciones, federaciones deportivas y universidades con centros de ciencias de la Actividad Física y Deporte han contribuido al idioma español con obras multilingües, diccionarios, enciclopedias, estudios sobre extranjerismos, aspectos terminológicos, voces de aplicación didáctica y encuentros para atender a la comunicación de las noticias en español en la alta competición.

En el primer decenio del siglo XXI, entidades de Argentina, Austria, España e Italia aportaron pautas correctas de conducta que eviten las consecuencias no deseadas que puede generar la violencia verbal, destacaron el papel del idioma en la construcción mediática en la comunicación global, confeccionaron obras multilingües de equivalencias de terminología, reflexionaron sobre el uso metafórico del lenguaje deportivo en la comunicación, registraron la manifestación cultural del deporte en diccionarios y otras obras para favorecer su comprensión, editaron obras sobre el humorismo y sus mecanismos lingüísticos y favorecieron encuentros multilingües para caracterizar los rasgos del lenguaje deportivo en diferentes idiomas. Fue el caso de Afepe, Centro de Estudios Olímpicos de la Universidad Autónoma de Barcelona, Centro de Estudios Olímpicos José Benjamín Zubiaur, el Comité Organizador de los Juegos Olímpicos, Consejo Superior de Deportes, la Facoltà di Scienze Motorie e Facoltà di Lettere e Filosofia della Università degli Studi di Milano, Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de la Universidad de Valencia, International Association for Sports Information (IASI), Liga de Fútbol Profesional, Museo del Juego, Real Federación Española de Fútbol y la Universidad de Innsbruck.

En el segundo y tercer decenio, organismos y redes académicas de Austria, España y Noruega como Building the global anglicism database (GLAD), Consejo Superior de Deportes, Futbolistas On, Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya, Instituto Vasco de Educación Física, LaLiga, Real Federación Española de Fútbol, TERMCAT, Unió de Federacions Esportives de Catalunya y Universidad de Innsbruck se centraron en el tratamiento del idioma ante la plena incorporación de la mujer al deporte, los encuentros multilingües, la creación de recursos bibliográficos en línea, la elaboración de diccionarios terminológicos multilingües combinando de cuatro a ocho idiomas distintos y glosarios y otros recursos orientados a la mejora de la comunicación, a la divulgación del idioma a través del fútbol y al aprendizaje en inglés de la terminología futbolística más habitual.

8



Portadas de libros de entidades futbolísticas para el aprendizaje de terminología en inglés.

En este repaso llama la atención cómo el fútbol supo adaptarse a la digitalización de la sociedad multipantalla con las competiciones de videojuegos y su conversión en deporte electrónico con competiciones propias desde 2000. Combinó estrategias globales e ideas tecnológicas para atraer a nuevos públicos y amplificar el entretenimiento digital con la aportación lingüística de los *casters* o comentaristas de transmisiones por Internet, que han reproducido características del lenguaje periodístico dirigido a audiencias no especializadas y se han orientado a fórmulas en las que predominan la teatralidad, la actualidad en tiempo real, el uso como fuente informativa de las redes sociales y la interacción con los seguidores de las transmisiones vía Internet. Es una tendencia de éxito que ha sido adoptada en 2021 por la *Agenda Olímpica 2020+5* para la futura *Olympic Virtual Series* con la participación de cinco federaciones internacionales.

3. El lenguaje periodístico

El lenguaje de la comunicación ha aportado un original punto de encuentro y un seductor espectáculo de imágenes y sonidos que ha combinado ritmos, acentos, espontaneidad y expresividad para encajar las expresiones de la acción deportiva, los pasillos del poder, las emociones de la grada y las creaciones de los medios de comunicación. Ha atendido a una fiesta social para conquistar un sueño que es vivido en el clamor y cuyas emociones son divulgadas con valores históricos con significado social y cultural.

En este período de 2008 a 2021 se ha registrado además un cambio de paradigma, con interés para el estudio lingüístico, ya que responde a un nuevo modelo de organización del deporte dirigido a un consumo que comprende: el entusiasmo entre entidades, seguidores y futbolistas, la irrupción de gabinetes y agencias de comunicación y una gran comercialización que cubre desde el *naming* en los estadios -con nombres compuestos formados por el nombre tradicional y una denominación comercial- a la conversión de un nombre deportivo en marca registrada al generar derechos de imagen combinando las iniciales con el número de dorsal, como por ejemplo CR7.

9

Según se ha analizado en el *I Congreso de Comunicación Deportiva ante los nuevos retos del siglo XXI*, este tiempo de convivencia entre comunicación analógica y comunicación digital ha obligado a trabajar en global y transmedia, así como a combinar información con entretenimiento y medios reales con virtuales (Diputación de Badajoz, 2021).



Cartel del *I Congreso de Comunicación Deportiva ante los nuevos retos del siglo XXI*.

Ha dado lugar a un complejo panorama en el que intervienen marcas, relaciones sociales, marketing, publicidad, agencias de comunicación, aspectos de estructura logística, gabinetes de comunicación, departamentos de prensa, protocolo, redes sociales... Ha desarrollado la capacidad de la tecnología para producir, reproducir y amplificar el deporte e influir en nuevos hábitos de consumo con formas espectaculares y llamativas. Ha entrelazado la información a toda velocidad con la industria del ocio y ha llevado mensajes a la sociedad para crear avances sociales y formar valores.

Ha registrado una transformación de los medios tradicionales en plataformas digitales de deportes, entretenimiento y servicios y ha generado nuevos perfiles que han convertido al periodista en un ser social que atiende a una amplia comunidad de seguidores caracterizada por una nueva participación del público que demanda contribuir, crear y compartir información con formas innovadoras, creativas, divertidas y emocionantes. Hecho al que la comunicación ha

10

respondido con OTT, redes sociales, transmedia y un contenido atractivo, rápido y tecnológico con información sobre el rendimiento e infografías para estadísticas capaces de acercar al público a la acción y responder a su interés y curiosidad.

También ha aportado una permanente reinención, todo tipo de innovaciones en contenidos, formatos de comunicación en movilidad, productos, imágenes y sonidos. Ha generado cambios de flujo de trabajo, ha incorporado informaciones de servicio, la medición de los gustos de la audiencia en tiempo real, novedosos perfiles en una redacción (analistas, SEO, redes sociales y producto, periodistas de datos, infografías, fotógrafos, técnicos de vídeo y de audio, streamers...) y la irrupción de agencias y gabinetes de comunicación que representan a profesionales del deporte para contextualizar hechos, aminorar los excesos de redes sociales y monitorizar redes y noticias, especialmente en carreras deportivas que tienen lugar en una cultura, un país o un idioma ajenos al propio.

Se han registrado cambios de relato que, sin perder la esencia del periodismo, hacen converger audio, video y texto en una actualización continua e inmediata que, desde 2012, ha traído nuevos géneros, narrativas modernas, 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.

Para el futbolista es una nueva vivencia asentada en la charla digital para conversar, compartir experiencias y promover valores sociales; la interacción con sus seguidores mediante redes sociales y geolocalización; y una perspectiva global que obliga a una cobertura móvil y en línea de las competiciones. Y de paso, ver cómo su imagen y su figura se transforman en icono, marca y personaje de la cultura mediática para representar diferentes valores a través del deporte.

Esta convivencia entre las formas de hacer de los medios tradicionales y las aportaciones de la comunicación digital han supuesto varias novedades lingüísticas.

La transmisión de noticias sobre fútbol se lleva a cabo de forma fragmentada, coral y plural con múltiples puntos de vista que permiten no perder detalle, con un tono alegre y amistoso para crear un estado de ánimo ilusionado capaz de hacer al receptor sentirse en el centro de la acción y tener derecho a participar con una opinión.

Como principio general, los libros de estilo surgidos en la segunda década del siglo XXI han centrado sus esfuerzos en una adaptación al español global para la corrección de textos marcado por el uso de un léxico comprensible que se acerque a la norma culta, la consulta de las publicaciones de la Real Academia Española y la Fundación del Español Urgente, la promoción del vocabulario culto y evitar palabras malsonantes, eufemismos, localismos y extranjerismos, tópicos y frases hechas. Esta labor, en el caso de la radio, se ha concretado en diferentes criterios según los formatos de noticiario con un lenguaje formal, de magacín informativo que combina información objetiva con la opinión del director, de transmisión con una narración coral en directo de la competición junto a la expresión de emociones a la búsqueda de la máxima intensidad y espectacularidad y de carrusel que acopla información y entretenimiento (Abad,

11

2019; Cadena Ser, 2017; Fundación del Español Urgente-RAE, 2021; González-Palencia y Mendaña, 2012; Grijelmo, 2019; Real Academia Española, 2018; Rojas, 2011; Tascón, 2012).

La comunicación en movilidad ha generado nuevos espacios, sin límites de fronteras ni horarios, un nuevo estándar de escritura y una forma emocional de experiencias envolventes y compartidas que recurre a un lenguaje impaciente de expresiones ligeras y rápidas que sirven la información a toda velocidad, crean espectáculo a partir de la belleza de la imagen y atraen al público con elementos divertidos. En el podcast, las plataformas de radio, televisión a la carta y transmisión en *streaming* es habitual la eliminación de las referencias temporales. Y en el caso de la televisión lineal, ha llevado al uso de imágenes culturalistas para envolver en las tertulias un estado de alerta emocional que realce el espectáculo y el entretenimiento de las sensaciones de los aficionados.

Uno de los aspectos más significativos del cambio de paradigma ha consistido en intensificar emociones, compartir experiencias e interactuar apelando a dos formas de conocimiento: la que piensa y la que siente. Hecho que ha dado lugar a la convivencia de dos registros: un uso profesional y un uso personal.

El primero ha potenciado la interacción subjetiva para que el usuario se sienta protagonista y ha recurrido a la metáfora visual, la información esencial en alta velocidad, los microtextos de lectura rápida y fácil, la espontaneidad y la oralización, la precisión terminológica, el cuidado de las traducciones, el uso de hispanoamericanismos léxicos, las transcripciones de nombres desde diferentes alfabetos, el empleo de términos genéricos frente a los localismos del contexto particular, el resumen del hecho deportivo y sus emociones mediante titulares con juegos de palabras y sentido del humor y la descripción de acontecimientos con un léxico apto para audiencias no especializadas. Y también ha creado una estructura modular de redacción susceptible de ser automatizada, modificada y adaptada a las necesidades de diferentes productos.

Y el segundo ha registrado la simplificación de la sintaxis, la eliminación de palabras no significativas; la escritura colectiva en herramientas colaborativas; la redacción con titulares breves y concisos y estructuras de tres o cuatro párrafos de extensión en las que predomina el uso del indicativo. En el caso de las redes sociales y su charla digital se ha creado una nueva perspectiva asentada en tres ejes: el marcador cultural que genera estilo, imagen y reputación, el establecimiento de relaciones semióticas con colores y tamaños de fuentes y un nuevo estándar coloquial para entornos digitales mediante hilos de escritura con un lenguaje sintético de enlaces y etiquetas para su posible reutilización en otros entornos o su combinación con otras formas de comunicación. Se ha caracterizado por una forma de redacción con un titular descriptivo que incluye palabras clave, exposición de las conclusiones en la entrada, redacción de párrafos breves con una sola idea y uso de ladillos, encabezados, listas y palabras en negrita. Todo ello con un registro coloquial con particulares rasgos fónicos, gramaticales y léxicos.

En el nivel fónico, la comunicación tradicional y la digital comparten los sonidos inolvidables para describir y emocionar tienen en cuenta: el constante tono elevado y la modulación de la voz; la dicción y articulación de sonidos con énfasis; la expresividad de vocales y consonantes; la dicción expresiva de las vocales *u*, *i* para visualizar ideas de velocidad y peligro: el alargamiento expresivo de las vocales; la pronunciación enfática de las consonantes *f*, *s* y *z*; el uso de la

12

consonante *r* para provocar vibraciones; cambios en la entonación con sus curvas, cadencias y volumen; la creación de un ritmo especial emitiendo toda velocidad de un gran número de palabras; variaciones de ritmo, pausas y silencios; y la combinación de varios timbres de voz.

También conservan los sonidos para compartir la fiesta social y la publicidad con el fin de invitar a la ilusión de la audiencia en un ambiente de espectáculo, fiesta y alegría. Recurren a onomatopeyas, estribillos con rimas para ser cantados a coro, juegos de ritmo, figuras retóricas o técnicas de modificación de discurso repetido que usan citas célebres de la actualidad general para evocar en el fútbol una idea conocida procedente de otros anuncios y títulos de canciones populares, obras literarias o películas.

La nueva escritura digital ha registrado, entre otros fenómenos, la supresión de sonidos y sílabas finales, la pérdida de vocales, la omisión de signos de puntuación, el uso de mayúsculas para enfatizar.

Para atender a las nuevas necesidades comunicativas en breves espacios el nivel gramatical ha recurrido a la elipsis, la omisión de artículos, preposiciones y conjunciones, las interjecciones, los enunciados exclamativos e interrogativos, el empleo de frases escuetas y el predominio de las oraciones coordinadas, así como el uso de intensificadores de lenguaje para marcar el énfasis en valoraciones.

El breve espacio para la rápida difusión por diversos productos de Internet y redes sociales ha obligado en el nivel léxico al empleo de neologismos necesarios, abreviaturas y siglas que se aplican a todos los clubes en una imagen corporativa que permite la identificación corporativa de las entidades en todo tipo de rótulos y una lectura rápida, así como la redacción automática de noticias.

Y se ha dejado espacio a la fantasía para el recuerdo de líneas delanteras inolvidables mediante la formación de nuevos sentidos a siglas con prestigio: *BBC* hacía referencia a los delanteros del Real Madrid Bale, Benzema y Cristiano a partir de la abreviación de British Broadcasting Corporation y *MSN* aludía a los delanteros del Fútbol Club Barcelona Messi, Suárez y Neymar a partir de la abreviación de Microsoft Network.

La idea de conectar con el entusiasmo global y facilitar la comprensión de mensajes ha supuesto la eliminación de localismos, el uso de anglicismos por su brevedad y expresividad, la creatividad léxica por composición y sufijación, las expresiones apreciativas para valorar positiva o negativamente, términos y giros del lenguaje juvenil y el empleo de formas expresivas de otras formas culturales, políticas, comerciales y religiosas para ampliar el consumo de un megaespectáculo con una capacidad retórica para conectar la cancha con la calle mediante lenguajes figurados, apodos, giros, refranes y modificaciones de títulos de formas culturales con éxito social (música, televisión, cine y redes sociales). Y también a la sustitución de expresiones por su representación mediante emoticonos y símbolos.

13

4. Epílogo

En resumen, el período triunfal del fútbol español ha supuesto un motor de innovación social y una gran expansión del idioma con renovadas fuerzas en diferentes ámbitos.

En el mundo institucional, con la plena incorporación del lenguaje del fútbol para su orientación, análisis, documentación y estudio.

En la interacción del idioma con el mundo deportivo, ha apostado por el papel del fútbol en el aprendizaje de la lengua y la cultura, la proyección de una imagen viva del idioma a través de su relevancia mediática, social e internacional y el aprendizaje de lenguas de especialidad para el desarrollo de carreras deportivas de élite.

Y en la comunicación, la adaptación del idioma en la construcción mediática al cambio de paradigma hacia una comunicación global ha permitido mantener el legado de etapas anteriores y apostar por el disfrute del lenguaje culto y elegante, adaptar los diferentes niveles de los recursos idiomáticos al espacio de la comunicación en movilidad, establecer relaciones con otros elementos no lingüísticos que intervienen en la redacción periodística y la convivencia entre medios analógicos y digitales con la perenne influencia del inglés. La irrupción de nuevas estrategias globales e ideas tecnológicas traerán en breve 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... Y también a la aplicación de uso de correctores, predictores del lenguaje, aplicaciones de resúmenes automáticos, chatbots, búsquedas inteligentes, motores de traducción y subtítulos automáticos. Todo un reto para la traducción y la interpretación, así como para la creación de modelos del lenguaje con minería de textos orientada hacia valores de defensa del patrimonio cultural.

Referencias bibliográficas

Abad, M. (2019). El lenguaje impaciente: cada vez más corto, cada vez más rápido, *Archiletras*, 5, 86-88.

Alvar Ezquerro, M. (2014). *Lo que callan las palabras*. Madrid, J de J editores.

Álvarez de Miranda, P. (2008). Las discontinuidades en la historia del léxico. En *Actas del VII Congreso Internacional de Historia de la Lengua Española* (pp. 1-44). Madrid: Arco Libros, Vol. 1.

Anson, L. M. (2009, Julio 3). El idioma del periodismo. *El Cultural*.

Asociación de Academias de la Lengua Española y la Real Academia Española (2010). *Diccionario de americanismos*. Madrid: Santillana.

Bocos, F. (Dir.) (2009). *El deporte en la radio: lenguaje y formatos*, 6-10 de Julio, El Escorial, Universidad Complutense de Madrid.

14

Cadena Ser (2017). *En Antena. Libro de estilo del periodismo oral*. Barcelona: Taurus.

Castañón Rodríguez, J. (2011). *La comunicación deportiva y la lengua española*. Valladolid: edición del autor.

Castañón Rodríguez, J. (Mayo de 2016). La visión sobre el uso del idioma español en la comunicación deportiva en el siglo XXI. III Congreso Internacional de Educación Física y Deporte Escolar. Celebrado en el Instituto Cultural Argentino de Educación Superior en Villa Mercedes-San Luis (Argentina).

Castañón Rodríguez, J. (2018). *Hinchas del idioma: el fútbol como fenómeno lingüístico*, Madrid, Pie de Página.

Castañón Rodríguez, J. (2019). De carrileros y piscinazos, en Merino, J. M. y Á. Grijelmo (Coords.) (2019): *Más de 555 millones podemos leer este libro sin traducción* (pp. 263-278 y 340-345). Barcelona: Taurus- Penguin Random House.

Castañón Rodríguez, J. (2021). Aportaciones de la radio deportiva al lenguaje periodístico en España. En Mayorga, S. y F. Peinado y G. Sanahuja Peris (Coords.): *Deporte en las ondas: una mirada al fenómeno radiofónico español durante el siglo XXI* (pp. 27-39). Madrid: Fragua.

Castañón Rodríguez, J. (2021). La radio deportiva y el uso del idioma español. En Sanahuja Peris, G. y S. Mayorga y J. Herrero Gutiérrez (Coords.): *Deporte y comunicación: una mirada al fenómeno deportivo desde las ciencias de la comunicación en España* (pp. 73-94). Valencia: Tirant Lo Blanch.

Celdrán, P. (2009). *Hablar bien no cuesta tanto*. Madrid, Temas de Hoy.

Chiva Bartoll, Ó. y C. Salvador García (2016). *Aprendizaje integrado de educación física y lengua inglesa*. Barcelona: Inde.

Díaz, L. (Ed.) (2010). *Lenguas de especialidad y su enseñanza*. Monográficos Marco ELE, 11. Madrid: Ministerio de Educación y Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

Diputación de Badajoz (13 y 14 de octubre de 2021). I Congreso de comunicación deportiva ante los retos del siglo XXI. Celebrado en Badajoz.

Fundación del Español Urgente BBVA (2012). Juegos Olímpicos. Guía de Redacción, *Fundeu.es*, Madrid.

Fundación del Español Urgente BBVA (2015). *El español más vivo*. Madrid: Espasa.

Fundación del Español Urgente BBVA (2015). *Manual de español urgente*. Barcelona: Crítica.

Fundación del Español Urgente BBVA (2016). Juegos Olímpicos. Guía de Redacción, *Fundeu.es*, Madrid.

Fundación del Español Urgente RAE (2021). Juegos Olímpicos. Guía de Redacción, *Fundeu.es*, Madrid.

15

Fundación San Millán de la Cogolla y Fundación del Español Urgente BBVA (10 y 11 de mayo 2012). VII Seminario Internacional de Lengua y Periodismo: El español en el periodismo deportivo. Celebrado en San Millán de la Cogolla.

Galindo Merino, M. (2014-2016). *Lingüística aplicada a la enseñanza del español a través del deporte*. Proyecto de investigación de la Universidad de Alicante.

Gallego Barbeyto, D. (2015). *La liga BBVA del español urgente*. Madrid: Fundeu.es.

González Ferrán, J. (2015). *El español más vivo*. Madrid, Espasa.

González-Palencia, R. y J. C. Mendaña (2012): *Marca: Libro de Estilo*. Madrid: La Esfera de los Libros.

Grijelmo, Á. (coord.) (2019): *As: Libro de estilo*. Madrid: As.

Grijelmo, Á. (2021). *Con la lengua fuera*. Madrid: Taurus.

Guerrero Salazar, S. (2019). *Creatividad y juego en el discurso deportivo de la prensa: aportaciones léxico-semánticas*. Madrid: Arco/Libros.

Hernán-Gómez Prieto, Beatriz (ed.) (2009). *Il Linguaggio dello Sport, la Comunicazione e la Scuola*. Milán, Edizioni Universitarie di Lettere Economia Diritto.

LaLiga e Instituto Cervantes (2019): *Diccionario de fútbol español-chino*. Pekín (China).

LaLiga e Instituto Cervantes (2021): *Diccionario de fútbol español-árabe*. El Cairo (Egipto).

LaLiga, Instituto Cervantes y Embajada de España en Indonesia (2020): *Diccionario de fútbol español-indonesio*. Yakarta (Indonesia).

Lavric, E. y G. Pisek, A. Skinner y W. Stadler (Eds.) (2008). *The Linguistics of Football*. Tübingen: Gunter Narr Verlag Tübingen.

Lorenzo, E. (2008). *El observatorio de la lengua*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional.

Loza Olave, E. y J. Castañón Rodríguez (2010). *Términos deportivos de origen extranjero*. Logroño: Universidad de La Rioja.

Miguel, A. de (2014). *Hablando pronto y mal*. Madrid: Espasa.

Moreno, S. (2015). *Eleven hundred-a-side football words*. Madrid: Real Federación Española de Fútbol, 2015.

Moreno, S. (2019). *11 Football Topics*. Madrid: Futbolistas On.

Nomdedeu Rull, A. (2009). *Diccionario de fútbol*, en *Anexos de la Revista de Lexicografía*, 11, A Coruña.

Nomdedeu Rull, A. (2019). Las aportaciones de Antonio Viada (1902) a la estrategia españolizadora del lenguaje deportivo anglosajón. Estudio a propósito del *Diccionario Histórico de*

16

Términos del Fútbol. Boletín de la Real Academia Española, XCIX-CCCXX, 723-770.

Ortega, V. (2016). *Palabralogía*. Barcelona, Planeta.

Ortega, V. (2016). *Palabra dicción*. Barcelona, Crítica.

Palomero, R. y F. Torres y M. Mancebo (2017). *Speak football*. Madrid: Vaughan Systems.

Paniagua Santamaría, P. (2009). *Cultura y guerra del fútbol*. Barcelona: UOC.

Pascual, J. A. (2013). *No es lo mismo ostentoso que ostentóreo*, Madrid: Espasa.

Pilmark, K. y L. Hakansson (2011). *El deporte*. Copenhague: Glyldendal Uddannelse.

Real Academia Española (2014). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa Calpe.

Real Academia Española (2018). *Libro de estilo de la lengua española*. Madrid: Espasa.

Rodríguez Adrados, F. (2008). Notas sobre la evolución en nuestros días del léxico español. En Álvarez Tejedor, A. y otros: *Lengua viva. Estudios ofrecidos a César Hernández Alonso* (p. 471-476). Valladolid: Universidad de Valladolid.

Rodríguez Carril, N. y J. J. Feito Blanco (2010). *Enseñanza deportiva módulo de inglés, grado medio: fútbol, montaña, esquí alpino y snowboard*. Madrid: Paraninfo.

Rodríguez González, F. (2012). Anglicismos en el mundo del deporte: variación lingüística y sociolingüística, *Boletín de la Real Academia Española*, XCII-CCCVI, 261-285.

Rodríguez González, F. (2013). Pseudoanglicismos en español actual. Revisión crítica y tratamiento lexicográfico, *Revista Española de Lingüística*, 43-1, 123-169.

Rodríguez González, F. (2016). Usos metafóricos de anglicismos en el lenguaje futbolístico, *Puntoycoma*, 146, 34-39.

Rodríguez González, F. y J. Castañón Rodríguez (2021). *Diccionario de anglicismos del deporte*. Madrid: Arco/Libros.

Rojas Torrijos, J. L. y J. J. Osorio y E. Palacio. *El idioma y su campo de juego en el deporte*. Foro de conversación por Zoom. Medellín (Colombia), Universidad de Antioquia, 23 de abril de 2020.

Rojas, J. L. (2005). *La información y el deporte*. Sevilla: Aconcagua Libros.

Rojas, J. L. (2011). *Libros de estilo y periodismo global en español*. Madrid: Tirant lo Blanch.

Rojas, J. L. (2011). *Periodismo deportivo de calidad*. Madrid: Fragua.

Romeu, (2017). *Lo que el español esconde*. Barcelona: Vox/Bibliograf.

Solivellas Aznar, M. (2016). El lenguaje del fútbol en Italia y en España, *Puntoycoma*, 146, 40-42.

Stabb, M. (2017). *English for sport*. Madrid: Vaughan Systems.

17

Tascón, M. (Dir.) (2012). *Escribir en Internet*. Barcelona: Círculo de Lectores-Galaxia Gutenberg y Fundación del Español Urgente BBVA.

Torreadella Flix, X. y A. Nomdedeu Rull (2013). *Foot-ball, futbol, balompié...* Los inicios de la adaptación del vocabulario deportivo de origen anglosajón. *RICYDE-Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 30-9, 5-22.

Torreadella Flix, X. y A. Nomdedeu Rull (2018). Antonio Viada: regeneracionismo, deporte y lengua española. La institucionalización de las primeras voces del fútbol en España en el *Manual del Sport* (1903). *Arbor*, Vol. 194-789, a470.

Universidad de Salamanca y Liga de Fútbol Profesional (2016-2018). LaLiga USAL. *LaLiga.es*, Madrid.

Universidad de Salamanca y Marca (2020). El idioma es nuestro equipo. *Marca.com*, Madrid.

Vilachá, A. (2017). *English-spanish expressions for football*. Orense: Idiomas ITC.