

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA ROMANISTIKU
KATEDRA ZA ŠPANJOLSKI JEZIK

Anglizmi u španjolskom ekonomskom diskursu

Studentica: Martina Labor

Mentorica: dr. sc. Mirjana Polić Bobić

Komentorica: dr. sc. Anita Skelin Horvat

Zagreb, rujan 2016.

UNIVERSIDAD DE ZAGREB
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS ROMÁNICOS
CÁTEDRA DE LENGUA ESPAÑOLA

Los anglicismos en el discurso económico del español

Estudiante: Martina Labor

Mentora: dr.sc. Mirjana Polić Bobić

Comentora: dr.sc. Anita Skelin Horvat

Zagreb, septiembre del 2016

Sažetak

U ovom diplomskom radu se istražuje upotreba anglizama u španjolskom ekonomskom diskursu. Teorijski dio se bavi pitanjem važnosti engleskog jezika u današnje vrijeme, kontaktom između engleskog i španjolskog jezika te klasifikacijom termina „anglizam“ prema različitim autorima. Nadalje, u ovom dijelu rada se prikazuju etape kroz koje anglizmi moraju proći kako bi se prilagodili španjolskom jeziku. Također se opisuju i osnovne karakteristike ekonomskog jezika te su naposljetku uključene preporuke Španjolske kraljevske akademije (RAE) o anglizmima koji su uvršteni u rječnik. Praktični dio podrazumijeva istraživanje anglizama u području ekonomije španjolskog jezika. Provedena je komparativna analiza između ekonomskih, tehničkih i televizijskih članaka kako bismo saznali na koji način se upotrebljavaju anglizmi te u kojoj rubrici se najčešće koriste.

Ključne riječi: anglizam, globalni jezik, ekonomija, tehnologija, televizija

Resumen

En esta tesina se investiga el uso de los anglicismos en el discurso económico del español. La parte teórica trata el tema de la importancia de la lengua inglesa hoy en día, el contacto entre el inglés y el español y diversas clasificaciones del término *anglicismo* según varios autores. Además, se muestran las etapas por las que los anglicismos tienen que pasar para adaptarse al español. Asimismo, se describen las características básicas del lenguaje económico y, finalmente, se incluyen las recomendaciones de la Real Academia Española (RAE) acerca de los anglicismos incorporados al diccionario. La parte práctica implica la investigación de los anglicismos en el ámbito económico de la lengua española. Se ha hecho un análisis comparativo entre artículos económicos, tecnológicos y televisivos con el fin de averiguar cómo se utilizan los anglicismos y cuál de las secciones los utiliza con mayor frecuencia.

Palabras clave: anglicismo, lengua global, economía, tecnología, televisión

Índice

1. Introducción	1
2. Lenguas en contacto.....	2
2.1. Contexto histórico.....	2
2.2. Neologismos	3
2.2.1. Préstamos lingüísticos	4
2.2.2. Proceso de integración de los préstamos.....	6
3. Importancia de la lengua inglesa.....	7
3.1. El inglés como lengua internacional.....	7
3.2. El inglés en diferentes medios de comunicación.....	8
4. Los lenguajes de especialidad	9
4.1. Características del lenguaje económico.....	10
4.2. El estilo de los textos periodísticos.....	11
5. Los anglicismos	12
5.1. Definición del término.....	12
5.2. Penetración directa e indirecta de los anglicismos	13
5.3. Posturas sobre el anglicismo.....	14
5.4. Clasificación de los anglicismos.....	15
5.4.1. Anglicismo léxico	15
5.4.1.1. Campos léxicos más comunes.....	18
5.4.2. Anglicismo sintáctico	19
5.4.2.1. Voz pasiva con ser	20
5.4.2.2. Verbos con preposiciones	21
5.4.2.3. Preposiciones	21
5.4.2.4. Adverbios	22
5.4.2.5. Formación de los plurales	23
5.4.2.6. Falsos amigos.....	24
6. Adaptación de los anglicismos.....	24
6.1. Adaptación fonética	25
6.2. Adaptación gráfica.....	26
6.3. Adaptación morfológica	27
6.4. Adaptación semántica.....	29
7. Anglicismos en el <i>Diccionario de la Real Academia Española (DRAE)</i>	30

7.1. Recomendaciones de la Real Academia Española (RAE) ante el uso de ciertos anglicismos	30
8. Investigación sobre los anglicismos en el discurso económico del español en el periódico <i>El País</i>	32
8.1. Corpus.....	32
8.2. Objetivos y propósito de la investigación.....	34
8.3. Hipótesis de la investigación	34
8.4. Metodología.....	35
8.5. Delimitaciones	36
9. Análisis de los resultados.....	36
9.1. Análisis cuantitativo de los resultados.....	37
9.1.1. Frecuencia de anglicismos	37
9.1.2. Anglicismos más frecuentes	39
9.2. Análisis cualitativo de los resultados.....	40
9.2.1. Frecuencia de los anglicismos en las tres secciones de <i>El País</i>	40
9.2.2. Adaptación fonética y gráfica de los anglicismos	44
9.2.3. Categorías gramaticales.....	47
9.3. Asimilación morfológica –género y número.....	49
9.4. Aspectos tipográficos	52
9.5. Uso de anglicismos.....	55
10. Conclusión.....	58
11. Bibliografía.....	60
12. Anejo 1: Lista alfabética de los anglicismos encontrados en <i>El País</i>	64

1. Introducción

El inglés, debido a su difusión, se ha convertido en una lengua global, y como tal tiene influencia sobre muchos idiomas del mundo. Asimismo, afecta al español penetrando en diversos aspectos de la vida cotidiana pero también en algunas esferas profesionales. Los anglicismos entran en la lengua española a través de la tecnología, sobre todo Internet, televisión, economía –que es el área principal de nuestra investigación– deporte, ciencia, etc.

Esta tesina investiga, como indica el título, los anglicismos en el discurso económico del español. Se trata de un campo que está en constante evolución y como el sistema económico está dirigido principalmente desde y por los EE.UU., muchos conceptos nuevos en este ámbito se introducen justamente desde ese país. Los términos ingleses se prestan muchas veces por la necesidad de referirse a conceptos nuevos que no existen en otras lenguas. Sin embargo, a veces ocurre que se presta un término económico ya existente en español introduciendo así un término equivalente y, por lo tanto, innecesario.

Hemos dividido la tesina en dos partes, la parte teórica y la parte práctica. La parte teórica trata los términos importantes para el análisis de los anglicismos en el discurso económico del español. Esto incluye la definición del término *anglicismo* así como sus clasificaciones según varios autores y diferentes criterios. A continuación, se explican los cuatro tipos de asimilaciones: fonética, gráfica, morfológica y semántica. Luego nos dedicamos a las características del lenguaje económico y, finalmente, a la incorporación de los anglicismos al *Diccionario de la Real Academia Española (DRAE)* y sus recomendaciones acerca de ellos.

En la parte práctica investigamos, como ya hemos mencionado, el fenómeno de los anglicismos en el discurso económico de la lengua española. Lo conseguimos mediante el análisis comparativo de los anglicismos en la sección de *Economía* con los de la sección de *Tecnología* y de *Televisión* que, según la opinión de la autora de esta tesina, abundan en términos de origen inglés. La parte práctica también está dividida en dos partes. En la primera parte se observa el análisis cuantitativo de los anglicismos en las tres secciones mientras que en la segunda se muestran las diferentes asimilaciones de los términos ingleses en las áreas mencionadas, la manera en la que se marcan en los artículos y la razón de su uso deduciendo así ciertas conclusiones lingüísticas.

A base de la parte teórica de esta tesina se han formulado cuatro hipótesis principales, y son las siguientes: existen varios anglicismos en el periódico *El País*; el mayor número de

vocablos ingleses se encuentra en el ámbito tecnológico y no en el económico o televisivo; se prestan principalmente sustantivos, adjetivos y verbos; y, finalmente, los anglicismos se utilizan por falta de equivalentes españoles. Nuestra intención es confirmar o refutar las hipótesis planteadas.

2. Lenguas en contacto

2.1. Contexto histórico

Hoy en día es un hecho normal que las lenguas estén en contacto y generalmente se considera que dos lenguas están en contacto si se usan por los miembros de la misma sociedad al mismo tiempo aunque también existen otras definiciones. Sala (1995) mantiene que el contacto entre lenguas existe desde la antigüedad y que en ningún lado se ha encontrado una lengua totalmente aislada porque debe haber un contacto entre los vecinos. Según Klee y Lynch (2009), el fenómeno del contacto lingüístico, dentro del campo de la sociolingüística, empieza a desarrollarse a partir de 1953 con la publicación del libro de Weinreich *Languages in contact* en el que se pone énfasis en el análisis de la perspectiva lingüística y social del contacto entre lenguas.

Prácticamente todas las lenguas de hoy están en contacto con alguna otra y este es el caso del español. A través de su historia este idioma ha entrado en contacto con varias lenguas lo que le ha permitido una expansión inimaginable. A lo largo de la Edad Media muchos extranjerismos entran en el español, primero con las lenguas germánicas durante la época visigoda (*guerra, guardia, espía, ganso, casta, jabón*, etc.). Después de los visigodos llegan los árabes que dejan una huella profunda en la lengua española por lo cual su léxico hoy abunda en palabras de procedencia árabe como *azotea, aldea, arrabal, adarga, algodón, naranja, azúcar, alcalde*, etc. (Aguilar, 1992). Durante el Renacimiento el vocabulario español está influenciado por el italiano (*escopeta, piloto, centinela...*) hasta el siglo XVIII en el que el francés se convierte en un lenguaje popular en Europa con el centro de la vida cultural, económica y social en París (*homenaje, lenguaje, dardo, galope, batalla...*). (Medina López, 2004). Según la opinión de Medina López, se trata de “la primera gran lengua moderna de cultura con la que el español entra en contacto de forma importante” (2004: 10). Después de la Segunda Guerra Mundial, la popularidad e influjo del francés empiezan a retroceder y la influencia norteamericana aumenta. Sin embargo, el español no pierde el

contacto con el francés debido a muchas palabras de origen inglés que entran en español a través del francés (*parking, leasing, smoking, rally, etc.*)

A principios del siglo XX el francés deja de ser la lengua culta preferida y su lugar lo ocupa el ámbito anglosajón, es decir, el inglés, una lengua no románica. A diferencia del francés que se extiende principalmente a través de la escritura, los anglicismos entran en el español por causa de las dos guerras mundiales, la hegemonía de los EE.UU., el predominio político, económico y científico de los países de habla inglesa, la prensa, los medios de comunicación, la industria, la informática y muchos otros ámbitos. Puesto que los Estados Unidos se convierten en un país dominante después de la guerra, se aprovechan de la situación, mientras que otros países están debilitados y sufren enormes pérdidas económicas. Junto con el crecimiento del poder de los EE.UU. aumenta la necesidad de la lengua inglesa. Se admira, prefiere e imita todo de procedencia americana.

Hoy en día, debido a su importancia global, es prácticamente necesario el conocimiento del inglés. Aunque este idioma se desconocía durante los siglos XVI y XVII, poco a poco ha obtenido la posición de una lengua internacional. Según Alegeo y Acevedo Butcher (2013), entre todas las lenguas del mundo el inglés es el más influyente. Crystal (2003) añade que el inglés está en el tercer lugar en cuanto al número de los hablantes que lo hablan como su lengua materna, después de la lengua china y española, pero cuando se habla del inglés como lengua global, está, sin duda, en primer lugar. Observando todo esto podemos ver por qué el inglés desempeña hoy el papel de una lengua internacional y por qué el interés por este idioma es mayor que por ninguna otra lengua.

2.2. Neologismos

Es un hecho normal que el léxico de una lengua cambie rápidamente debido a la constante aparición de nuevas palabras o el desuso y la desaparición de otras. Sin embargo, un idioma crea o adopta muchas palabras más de las que pierde. Esto ocurre porque cada día aparecen nuevos conceptos que se deben denominar, y que son necesarios en ciertos sectores. Principalmente se trata del campo tecnológico que produce nuevos términos prácticamente a diario y por esta razón resulta casi imposible traducirlos con tanta rapidez. El ámbito de la tecnología no es el único que tiene necesidad de crear nuevos términos, también lo requieren otros sectores como economía, deporte, etc. Estos tipos de palabras son conocidos como *neologismos*, es decir, palabras nuevas que se incorporan al léxico de una lengua. Eso se puede conseguir cambiando el significado o la forma de un vocablo ya existente en la lengua

o se le puede dar un significado nuevo. Es posible también formar palabras nuevas utilizando derivación, composición o parasíntesis, o se pueden adoptar palabras de otros idiomas. La adopción de palabras es la solución que parece más sencilla. La cantidad de vocablos nuevos que hay que traducir aumenta rápidamente y, por consiguiente, resulta mucho más conveniente prestarlos de otros idiomas que tener que producirlos de elementos nativos.

2.2.1. Préstamos lingüísticos

Según Campbell (1998), el préstamo lingüístico es un elemento léxico o una palabra que se ha prestado de otra lengua, es decir, que originalmente no era parte del vocabulario de la lengua receptora. Westall (2001: 317), por otra parte, define el préstamo como “palabra tomada de otra lengua o elemento tomado de otra cultura”. Estas palabras se utilizan para llenar los vacíos en el léxico de un idioma. Lo que hay que destacar es que para que un préstamo pueda incorporarse a la lengua, debe existir un cierto grado de la receptividad (*ibid.*).

Muhvić – Dimanovski (2005) sostiene que los préstamos lingüísticos forman la parte más grande del léxico neológico porque no es posible que cada palabra nueva que aparezca en una lengua se traduzca de inmediato. Añade que tampoco se pueden sustituir inmediatamente las palabras extranjeras por las nativas. Es por esta razón que en cada lengua se produce una multitud de préstamos adaptados en mayor o menor medida a esa lengua.

Los préstamos o extranjerismos más prestigiosos y utilizados hoy en día son los anglicismos. El inglés, tal como proporciona muchos préstamos a otros idiomas, así presta muchas palabras de ellos. Por eso, los neologismos en la lengua inglesa ofrecen una serie de palabras procedentes del italiano, francés, español y otros.

En español también existen muchos préstamos de otras lenguas, como por ejemplo, del francés (*jardín, chófer, restaurante, film, etc.*). Considerando la influencia que este idioma tenía durante el siglo XVIII, no sorprende el número de préstamos en español procedentes justamente del mismo. Asimismo, muchas palabras inglesas vienen al español a través del francés, como *parking, smoking, autostop, etc.*

Además, entre los préstamos en español existen también algunas abreviaturas procedentes, en mayor parte, del inglés, como *NAFTA* (North Atlantic Free Trade Area) o *FBI* (Federal Bureau of Investigation).

Guerrero-Ramos (2013) afirma que, sin duda alguna, el fenómeno del préstamo, o extranjerismo como lo llama en algunos casos (palabra no asimilada), es inherente a todas las

lenguas de hoy. Con el desarrollo de las nuevas tecnologías aparece la necesidad de denominar términos y conceptos nuevos cuyas denominaciones se prestan y difunden a través de los medios de comunicación. Como ya se ha mencionado previamente, en cuanto a los conceptos y términos nuevos que emergen casi cada día, hay tres posibilidades: crear un concepto nuevo utilizando el material de la lengua propia, prestar la forma extranjera o dar un significado nuevo a una forma ya existente en la lengua.

Existen tres formas de integrar las palabras extranjeras en la lengua receptora. En primer lugar, un término se puede tomar en forma original, es decir, tal y como se escribe y pronuncia, como en los ejemplos *byte*, *bit*, *e-mail*. La segunda manera es la adaptación del término extranjero según las reglas del sistema lingüístico propio, como por ejemplo, la palabra inglesa *football* se transforma a *futbol* o *fútbol* en español. Por último, se puede hacer un *calco*, es decir, traducir un término directamente. Así se han formado los términos *rascacielos*, *baloncesto*, *ratón*, etc. (Westall, 2001).

Campbell (1998) argumenta que las palabras se adoptan de otras lenguas principalmente debido a la necesidad y el prestigio. Continúa diciendo que cuando los hablantes de una lengua adquieren elementos o conceptos extranjeros, también necesitan términos nuevos que los acompañan. Esto ocurre muy a menudo, es decir, se toma un nombre extranjero junto con el concepto nuevo.

Los préstamos en una lengua pueden ocurrir mediante el contacto lingüístico. Westall (2001) mantiene que el contacto entre lenguas implica un cierto grado de bilingüismo, pero en muchos casos se debe también a los medios de comunicación y es precisamente a través de ellos que los elementos lingüísticos extranjeros pueden entrar en la lengua, es decir, a través de la prensa, la televisión, la radio (aunque mucho menos en la actualidad), pero sobre todo Internet.

Los lingüistas españoles no están de acuerdo en cuanto a los préstamos de otras lenguas, especialmente cuando se trata de préstamos del inglés. Los puristas los rechazan porque están preocupados por el futuro y la pureza del español, o porque opinan que influyen negativamente en la lengua. También mantienen la postura de que existe el problema de los anglicismos innecesarios cuya entrada en la lengua debe ser evitada. Por otro lado, existen los lingüistas que mantienen una posición más moderada según los cuales los préstamos, más precisamente los anglicismos, no presentan una aportación negativa a la lengua española, sino que amplifican y enriquecen su léxico (Medina López, 2004).

2.2.2. Proceso de integración de los préstamos

La introducción de un vocablo extranjero en un idioma requiere mucho tiempo. Para que un extranjerismo logre adaptarse a la lengua, tiene que pasar por tres etapas. En la primera, la palabra que logre entrar en una lengua debe integrarse y difundirse entre los hablantes. En esta etapa, el préstamo tiene que combatir las posibles sustituciones, es decir, sus equivalentes en la lengua receptora. Si la palabra extranjera no consigue eliminar los equivalentes nativos, su uso se limita solo a algunos campos o cae en desuso por completo. Por otra parte, frecuentemente el uso de los préstamos resulta ser más apropiado que el uso de las voces nativas, es decir, sus equivalentes (Janičková, 2008).

En la segunda etapa las palabras extranjeras se incorporan a la lengua receptora. Dejan de ser extranjerismos y pasan a ser préstamos (Gómez Capuz, 2005). Se acomodan a la lengua nativa mediante la asimilación fonética, ortográfica, semántica y morfológica. En cuanto a la asimilación gráfica (u ortográfica), cada palabra que entre en el léxico tiene que adaptarse según las reglas ortográficas del español. No obstante, aunque el extranjerismo haya entrado en la lengua receptora, no significa que los hablantes lo hayan aceptado. La asimilación fónica casi cayó en el olvido a causa de la importancia otorgada a la asimilación ortográfica, pero todavía existen algunas reglas. La asimilación morfológica supone la acomodación de las palabras extranjeras a las categorías gramaticales del español y su incorporación al sistema morfológico. Los vocablos nuevos se unen generalmente con las desinencias pertenecientes al español. Sin embargo, muchas palabras del campo técnico no obtienen nuevas desinencias sino conservan su forma inicial u original. Finalmente, las palabras que entren en la lengua española normalmente llegan con un significado, pero tienen que adaptarse semánticamente, es decir, acomodarse al campo semántico del español.

En las primeras dos etapas los extranjerismos tienen que adaptarse a la lengua receptora aceptando varios cambios, es decir, todos los tipos de adaptaciones para llegar a la tercera etapa. En la tercera y última fase las palabras se han adaptado a la lengua y empiezan a caracterizarse como nativas. Ya no se ve que se trata de vocablos extranjeros sino parecen ser elementos pertenecientes a la lengua receptora. Es posible explorar el origen de estas palabras solamente por medio del análisis diacrónico y etimológico. En la última etapa las palabras tienen que desarrollarse, es decir, extenderse en la lengua mediante la derivación o composición.

3. Importancia de la lengua inglesa

3.1. El inglés como lengua internacional

Se puede decir, sin duda alguna, que el inglés es la lengua más influyente del mundo. Medina López (2004) lo confirma cuando dice que, salvo los hablantes nativos, se trata de un idioma hablado por millones de hablantes que lo aprenden como su segunda lengua (o tercera aún) y, además, el estilo de vida anglosajón sirve de ejemplo a muchos. El inglés se ha convertido en una lengua internacional debido a las circunstancias económicas, políticas y sociales que permitieron su expansión. Después del latín, que durante mucho tiempo fue la *lingua franca* del occidente, ese papel es ahora asumido por inglés que ha conseguido desplazar al francés en el siglo XVIII.

Crystal (2003) afirma que el inglés es una lengua global. En su opinión, una lengua alcanza el estatus auténticamente global cuando desarrolla un papel importante reconocible en todos los países. Ese papel de una lengua global es más evidente en los países con una gran cantidad de hablantes que lo tienen como su lengua materna. Sin embargo, ningún idioma es hablado por la mayoría de los hablantes nativos en más de unos cuantos países, así que el uso de la lengua materna no otorga el estatus global a la lengua. Para alcanzar tal estatus, el idioma, en este caso el inglés, debe convertirse en el medio de comunicación en otros países o en la lengua prioritaria en cuanto al aprendizaje de lenguas extranjeras a pesar de no tener el estatus de la lengua oficial. De hecho, el inglés es hoy en día el idioma más enseñado como lengua extranjera en más de cien países (Crystal, 2003).

Además, Crystal (2003) asegura que el número de hablantes nativos no afecta el hecho de que una lengua se convierta en lengua global. Una lengua tampoco se hace global debido al tamaño de su vocabulario, las características estructurales intrínsecas o la gran literatura que tenía en el pasado. Según Crystal, una lengua se hace global gracias a una razón principal, el poder político y militar de su gente. Sin embargo, aunque sostiene que una lengua puede establecerse gracias al poder militar de su nación, para poder mantener y expandirla se necesita un estado económicamente poderoso (2003).

La lengua inglesa es una de las más habladas e importantes en el mundo, si no la más importante. Los únicos idiomas con mayor número de hablantes nativos son el español y el chino. Algunos autores mencionan el problema de la posible disminución del número de los hablantes nativos y, por otro lado, el aumento del número de los hablantes no nativos que podría causar un mayor número de los que aprenden el inglés como segunda o tercera lengua (Ruiz-Garrido, 2002).

El estatus de la lengua inglesa de hoy se debe a dos razones principales: la expansión colonial británica a finales del siglo XIX y el poder económico de los EE.UU. en el siglo XX. Con la evolución de la economía y tecnología, el inglés se encontró en medio de una difusión rápida. En el siglo XX los medios de comunicación, junto con la lengua inglesa, pudieron propagarse por todo el mundo, la tecnología progresó vertiginosamente, especialmente en el campo del cine, causando así el avance de la industria del entretenimiento (Crystal, 2003).

Es evidente que la expansión del inglés no se puede detener fácilmente ya que se utiliza como medio de comunicación en todos los ámbitos de la actividad humana. El inglés es el idioma de la ciencia y la tecnología, el comercio, la economía, la industria del transporte y la industria de entretenimiento. El inglés tiene un fondo político y económico más fuerte que el lingüístico. Si bien hay motivos para temer que se trata de un “idioma asesino” y una amenaza global, no hay suficientes argumentos para justificar este temor. Parece demasiado radical sostener que el inglés causará la muerte de otras lenguas, sobre todo en Europa donde el multilingüismo se ha hecho esencial (Pašalić y Marinov, 2008).

3.2. El inglés en diferentes medios de comunicación

Las palabras inglesas, en gran parte, entran en la lengua española a través de diferentes medios de comunicación. Esto se refiere principalmente a la prensa, Internet, la televisión, el cine y en menor medida a la radio. Los anglicismos en los periódicos aparecen marcados de diferentes maneras, como por ejemplo, mediante comillas, cursiva o letra normal de modo que no difieren de las demás palabras en el texto. Esta última manera de marcar, o más bien, no marcar anglicismos, normalmente ocurre si el anglicismo aparece por lo menos dos veces en el mismo texto. La primera vez la palabra aparece escrita entre comillas o en cursiva, pero la segunda vez se escribe normalmente, como todas las demás palabras en el texto porque se supone que el lector ya está familiarizado con el término (Kubanková, 2012).

Según Berglund (2008), algunos periodistas españoles utilizan anglicismos por falta de palabras nativas o por razones estilísticas y culturales. Hay anglicismos que se utilizan por necesidad, pero también existen aquellos que se usan por lujo; sin embargo, los resultados de su análisis confirman que los periodistas utilizan los anglicismos principalmente por la escasez de equivalentes españoles. Rodríguez González (1997, en Berglund, 2008), por otra parte, sostiene que los anglicismos entran en el idioma español por falta de palabras que explican los fenómenos nuevos, pero, sobre todo, por esnobismo.

Algunos creen que la multitud de préstamos ingleses en español se debe a las influencias económicas, culturales y políticas, y también a los avances en el ámbito tecnológico. Asimismo, Riquelme (1998, en Burglund, 2008) afirma que los préstamos ingleses entran en español por razones culturales y sociales, y que las tecnologías, sobre todo, Internet y vías digitales, han sido “importadores” principales de anglicismos. También añade que los medios de comunicación desempeñan un papel importante en la incorporación de los vocablos ingleses. En algunos casos no hay equivalentes en español para nuevos términos técnicos y es necesario escribirlos en sus idiomas originales; sin embargo, hay casos en los que las palabras inglesas tienen un equivalente español, pero ocurre muchas veces que se utilizan los anglicismos porque parecen más cultos, lo que es muy frecuente en periodismo.

Las investigaciones en el campo de la economía, tecnología e informática se escriben y publican principalmente en inglés; por otra parte, aunque los periodistas españoles suelen escribir en español, esos artículos normalmente contienen muchos anglicismos.

Hoy en día, debido al avance de la informática y las telecomunicaciones, se ha hecho imprescindible el uso de ordenadores personales o PC (*personal computer*) y, por consiguiente, el uso de toda una serie de posibilidades comunicativas: Internet, e-mail (correo electrónico), vídeo-conferencia, etc. Para poder usar estos tipos de tecnologías los usuarios deben conocer el idioma inglés ya que se trata de un idioma que sirve de intermediario (Medina López, 2004). Dado que la tecnología evoluciona constantemente es lógico que en este campo los conceptos nuevos se desarrollen mucho más rápido que en otros por lo que pueden adaptarse a la lengua receptora o tomarse en su forma original, es decir, como anglicismos. Sin embargo, aquí se trata de conceptos técnicos cuyos nombres no existen en otros idiomas o no se pueden traducir fácilmente y precisamente por esta razón en la mayoría de los casos se toman anglicismos.

4. Los lenguajes de especialidad

Antes de pasar a aclarar el término *anglicismo*, es importante también detenernos brevemente en los lenguajes de especialidad y la forma del lenguaje de la economía.

Según Álvarez García (2011: 280), se puede decir que “el conocimiento especializado es aquel que elaboran los especialistas, quienes crean los textos utilizando una fraseología concreta y un modo de formulación y de presentación especial”. En su estudio nos ofrece también definiciones de otros autores porque no se ha logrado formar una definición única ni

tampoco se ha encontrado algún aspecto que lo diferencie del lenguaje general por lo que ha sido difícil realizar una clasificación unificada. Álvarez García (2006) mantiene que la terminología, es decir, la presencia de los términos, es la característica más importante de los textos especializados. La traducción de este tipo de textos presenta algunos problemas, pero, en primer lugar, terminológicos. Para que un texto especializado pueda ser traducido y la información transmitida correctamente, es necesario que los traductores encuentren los medios adecuados que les permitan expresar la intención del texto.

4.1. Características del lenguaje económico

Es normal que cada uno de los diferentes campos de la actividad humana tenga su propio vocabulario, es decir, un lenguaje especializado utilizado únicamente en ese campo. Los ámbitos como la informática, la medicina u otros tienen su lenguaje especializado que uno debe aprender para que pueda entenderlo completamente. El lenguaje de la economía no es una excepción. Se trata de un lenguaje preciso que requiere el conocimiento de la terminología económica. Antes lo utilizaban únicamente los expertos, pero en la actualidad ha pasado a ser utilizado también por el resto de la sociedad, de la misma manera que se utilizan otros campos, como por ejemplo, las mencionadas informática o medicina, provocando las interferencias en el lenguaje dado que los términos, las estructuras y características del lenguaje de la economía aparecen en el lenguaje general y al revés.

En cuanto a los términos económicos, según Álvarez García (2006), se forman mediante diferentes mecanismos. Por una parte el lenguaje económico abunda en abreviaturas, tanto siglas como acrónimos, que sirven para nombrar procedimientos legales o designar nombres, especialmente de instituciones. Por otra parte, aparecen los calcos, préstamos y neologismo. Álvarez García (2006) también añade que está claro que muchos de los términos económicos al principio fueron neologismos, cultismos del latín o el griego, o términos tomados o más bien prestados de alguna otra lengua.

Gilarranz (2008) apunta que el lenguaje de la economía es uno de los ámbitos más prolíficos en cuanto a los préstamos lingüísticos. La mayoría de esos préstamos pertenece a la lengua inglesa, es decir, se prestan los anglicismos.

Hay muchas razones por las que el inglés se usa tan extensamente en el español de los negocios, o de la economía. Vélez Barreiro (2006: 196) considera algunas de las siguientes: la lengua inglesa es hoy la primera potencia económica porque los hablantes del inglés fueron los primeros en crear “los sistemas económico y financiero que rigen el mundo de hoy”.

Asimismo, las noticias mundiales normalmente se redactan en la lengua inglesa porque las agencias de información más importantes hoy en día son anglosajonas y, además, las nuevas tecnologías pueden distribuir todo tipo de información hasta los lugares más remotos del mundo, lo que suele hacerse mediante la lengua inglesa. Vélez Barreiro también destaca que el mundo económico está en constante desarrollo, se crea terminología nueva a enorme velocidad. Esto se refiere a la terminología de los nuevos productos, formas o estrategias de trabajo y organización empresarial que surgen diariamente y se añaden al léxico de la lengua inglesa (*ibid.*).

En su tesis doctoral, Vélez Barreiro (2003) dice que los estudios sobre los anglicismos de reciente incorporación al campo económico muy pronto se anticúan debido al gran número de términos nuevos que surgen en él. Afirma que la influencia inglesa en el ámbito económico es muy fuerte debido a la aparición de las nuevas tecnologías de origen anglosajón y también porque el sistema económico español está dirigido desde los EE.UU, es decir, desde allí procede la gran mayoría de las innovaciones y nuevos conceptos relevantes para el campo (*ibid.*).

La adopción lingüística, como ya hemos mencionado, ocurre por falta de términos para conceptos nuevos o realidades nuevas que se han creado en la lengua inglesa y no tienen sus equivalentes en otros idiomas. Lo mismo sucede en el periodismo, es decir, los periodistas que escriben las noticias, a veces, presionados por falta de tiempo para entregar el trabajo lo más rápido posible, prestan palabras de otras lenguas, en este caso del inglés. Por otra parte, hay artículos que, para que puedan ser publicados, deben ser traducidos del inglés en un corto plazo. En muchos casos sucede que las palabras procedentes del inglés están mal traducidas, se difunden en la lengua y son acogidas por los usuarios. Una vez que los hablantes comiencen a utilizar la palabra, será muy difícil, casi imposible, eliminarla por completo.

4.2. El estilo de los textos periodísticos

Los textos periodísticos son unos de los más influyentes medios de comunicación en la actualidad y más aún si se trata de los textos publicados en unos periódicos en Internet. Se dividen normalmente en cuatro géneros, el primero de ellos es la *noticia*, la que resulta ser la más frecuente. En general, para que la información de este tipo de texto se transmita al lector, debe responder a seis preguntas: *quién, qué, cuándo, dónde, por qué y cómo*, pero las preguntas más importantes son *qué y quién*. Aunque se trata de un género informativo que implica un cierto grado de objetividad, no es fácil encontrar textos completamente objetivos.

El segundo género es el *reportaje* caracterizado por ser más largo que la noticia y por ser escrito con más subjetividad, es decir, con un estilo más personal que la noticia. El tercer género periodístico es la *entrevista* que normalmente consiste en un diálogo entre el periodista y un personaje relevante, mientras que en el último grupo pertenecen los *géneros de opinión* que incluyen *editoriales*, *columnas*, *artículos de opinión*, etc. En esta tesina principalmente se van a analizar las *noticias* y algunas *entrevistas* porque se trata de las formas más frecuentes en los artículos.

En cuanto al lenguaje de los textos periodísticos, Martín (1996) mantiene que el lenguaje periodístico debe ser preciso, original, sencillo y, además, sin tecnicismos, extranjerismos y argot, aunque los datos en esta tesina indican lo contrario. Asimismo, los periodistas deben informar sobre los hechos con objetividad, es decir, mostrar la historia desde todos los puntos de vista, evitar los peyorativos, citar y transmitir los hechos correctamente, pero esto no es siempre el caso. Es preferible usar oraciones afirmativas en vez de la negación y oración activa en lugar de la pasiva. Sin embargo, últimamente se nota el empobrecimiento del lenguaje periodístico en la forma del uso excesivo e innecesario de los extranjerismos, anglicismos en particular, empleo de calcos de otras lenguas, pero también el uso de un lenguaje demasiado literario en textos periodísticos los que deberían informar y valorar los acontecimientos reales.

5. Los anglicismos

5.1. Definición del término

A finales del siglo pasado varios lingüistas estudiaron el fenómeno del anglicismo en el español peninsular. El pionero en este campo fue Criado que publicó varias investigaciones sobre este tema en la década de 1950 y continuó haciéndolo hasta el final del siglo XX. Pratt compartía muchas de las opiniones de Criado y, como él, se concentró principalmente en los anglicismos léxicos estableciendo así una clasificación de los préstamos ingleses (Cruz Cabanillas, Tejedor Martínez, 2012).

Cuando hablamos del fenómeno del anglicismo, hay que destacar que no existe una definición única de este término. Muchos lingüistas están interesados en este tema, pero no están de acuerdo en cuanto a la definición, de hecho, cada uno tiene su propia. A continuación, vamos a ver algunas de las definiciones del término.

Para Medina López (2004: 13), se trata de “la influencia directa o indirecta del inglés en las estructuras fónicas, léxicas o sintácticas de otra lengua”. El *Diccionario de la Real Academia Española* (2001)¹, por otra parte, ofrece tres definiciones diferentes del anglicismo, dice que se trata de ‘giro o modo de hablar propio de la lengua inglesa’; ‘vocablo o giro de esta lengua empleado en otra’; y por último, ‘empleo de vocablos o giros ingleses en distintos idiomas’. Por el contrario, López Morales (1987: 303, en Medina López, 2004: 14) dice que “los anglicismos no solo son las palabras que proceden del inglés, independientemente de que sean ya generales en español y de que hayan sido aceptadas por la Academia, sino también aquellas que proceden de otras lenguas, pero que han entrado al español a través del inglés”.

Álvarez (2001: 49) generalmente está de acuerdo con otras definiciones y afirma que el término anglicismo “tradicionalmente se ha usado para definir todas aquellas palabras o estructuras que llegan al español procedentes del inglés”.

En conclusión, podemos decir que no es fácil ofrecer una sola definición del anglicismo, pero sí podemos afirmar con seguridad la influencia del inglés sobre la lengua española, ya sea directa o indirecta, la que es más evidente en las estructuras léxicas, sintácticas y fónicas de la lengua.

5.2. Penetración directa e indirecta de los anglicismos

Las palabras que entren en el español del inglés no tienen que ser necesariamente de origen inglés. De hecho, es posible que las palabras que penetren en el español a través de la lengua inglesa sean de otro origen. Esto ya lo hemos mencionado al hablar de la influencia del francés y de algunas otras lenguas. Por lo tanto, es muy importante distinguir la penetración directa, que se refiere a las palabras que entran directamente de un idioma a otro, de la penetración indirecta en cuyo caso entre el idioma receptor y el donante existe un mediador a través del cual la palabra pasa de un idioma a otro (Novotná, 2007).

El lingüista americano Pratt fue el que prestó más atención a las vías de la importación de palabras extranjeras en un idioma. Según él, existen dos conceptos básicos, el *étimo último* y *étimo inmediato*. El *étimo último* indica el idioma en el que la palabra se origina, es decir, se trata de la penetración directa, mientras que el *étimo inmediato* indica el idioma que sirve de intermediario; por lo tanto, se trata de una penetración indirecta. Novotná (2007) nos ofrece un ejemplo con la palabra *té*. Según el *étimo último*, este vocablo procede de la lengua china y ha servido de modelo para la formación de palabras en otros idiomas como *tea* (inglés), *thé*

¹ En adelante, citado como *DRAE* (2001).

(francés), *tee* (alemán), *té* (español). Continúa que la cuestión del étimo inmediato para la lengua española no es tan obvia porque el mediador probablemente fue una lengua moderna del siglo XIX; por lo tanto, deberíamos investigar más profundamente la etimología de la palabra para poder descubrir de qué idioma se trata (*ibid.*).

5.3. Posturas sobre el anglicismo

Cuando hablamos de la importación de las palabras extranjeras en una lengua, siempre nos encontramos con distintas reacciones y posturas. Con respecto a los anglicismos, su máxima difusión empieza, como ya lo hemos mencionado antes, en el siglo XX después de la Segunda Guerra Mundial cuando los EE.UU. obtienen una posición dominante.

Los lingüistas no están de acuerdo en cuanto a los préstamos extranjeros, más bien, algunos rechazan los anglicismos porque consideran que tienen un impacto negativo sobre la lengua o porque temen por su futuro. También existe la cuestión de los anglicismos necesarios e innecesarios y todos mantienen que se debería prevenir la importación de los innecesarios, lo que resulta ser lo más lógico. Novotná (2007) mantiene que una actitud tan purista es más notable desde los años cuarenta hasta los años setenta del siglo XX.

Hoy en día, las actitudes hacia los anglicismos no son tan extremas. Los lingüistas de hoy toman una posición moderada, es decir, ya no creen que tengan una influencia negativa sobre el idioma español ni que lo deformen sino que lo enriquecen y amplifican su léxico. Sin embargo, todavía existen puristas que protegen el idioma español de la importación exagerada e innecesaria de las palabras extranjeras, sobre todo de los anglicismos (Novotná, 2007).

No obstante, hay varias razones por las que es muy importante prestar palabras extranjeras, algunas de las cuales ya hemos mencionado. Se trata de los extranjerismos provenientes de los campos que se desarrollan rápidamente, como la tecnología, economía, deporte, campo científico, etc. En tales casos cada lengua se ve obligada a aceptar los extranjerismos porque a veces no son capaces de crear sus propios equivalentes con tanta rapidez. Más aún, según Novotná (2007), la importación de las palabras extranjeras junto con el fenómeno nuevo definitivamente resulta ser mucho más fácil que tratar de crear una palabra nueva de elementos nativos. Sin embargo, en la mayoría de los casos se logran formar palabras nuevas usando los recursos de su propia lengua, aunque no de inmediato sino posteriormente. Lo que importa al final es el hecho de la aceptación o el rechazo de las palabras, en este caso de los anglicismos, por parte de los hablantes, es decir, si una palabra o expresión se adopta o no depende de la actitud de los hablantes.

5.4. Clasificación de los anglicismos

Esta tesina se limita al estudio de los anglicismos léxicos por lo cual no se incluye mucha terminología sobre los anglicismos sintácticos. También hay que mencionar que los autores ofrecen diferentes clasificaciones de los anglicismos, así que se van a presentar solamente algunas.

Como ya hemos mencionado, el término *anglicismo* se refiere a las estructuras o palabras que entran en la lengua receptora del inglés. Kubanková (2012) afirma que los anglicismos léxicos son unos de los más frecuentes. El español normalmente presta las palabras de la lengua inglesa, ya sea en su forma original, los llamados *anglicismos patentes*, o las acomoda a las reglas morfológicas, ortográficas y fonológicas formando de esa manera los *anglicismos adaptados*. Los pertenecientes al grupo de los anglicismos patentes son, por ejemplo, *home page*, *consulting* o *airbag*, mientras que los vocablos como *líder*, *futbol/fútbol*, *comité* pertenecen al grupo de los anglicismos adaptados.

5.4.1. Anglicismo léxico

Medina López (2004) clasifica los anglicismos, según una doble perspectiva, en anglicismos léxicos y anglicismos sintácticos. Los anglicismos léxicos incluyen el influjo del idioma inglés en el vocabulario de una lengua. Los anglicismos de este tipo son más fáciles de detectar y son el objeto de investigaciones con mayor frecuencia.

Los anglicismos léxicos se pueden clasificar según la frecuencia de uso y según las asimilaciones. El primero en utilizar la clasificación según la frecuencia de uso es Lope Blanch, quien utiliza el corpus de las encuestas del habla culta en México para establecer cinco tipos de anglicismos: *anglicismos de uso general*, *anglicismos muy usuales*, *anglicismos de uso medio*, *anglicismos poco usados* y *anglicismos esporádicos* (*ibid.*).

Antonio Quilis divide los anglicismos de una manera similar. Los clasifica en: *anglicismos utilizados por todos los hablantes*, *anglicismos empleados por más del 50 por ciento*, *anglicismos empleados entre el 25 y el 50 por ciento*, *anglicismos empleados entre el 12 y el 18 por ciento* y *anglicismos empleados por un solo informante* (*ibid.*).

Por otra parte López Morales divide los anglicismos en: *anglicismos de uso general*, *anglicismos muy usuales*, *anglicismos de uso medio*, *anglicismos poco usados* y *anglicismos esporádicos* (*ibid.*).

En cuanto a la clasificación según las asimilaciones, el primer autor que Medina López menciona es Emilio Lorenzo, quien divide los anglicismos en:

- *Anglicismos crudos*. Aquí se trata de las palabras y expresiones inglesas que mantienen la grafía y pronunciación más o menos original: *slogan, living, golf, club, show*, etc.
- *Anglicismos en período de aclimatación*. A este grupo pertenecen los anglicismos que ya han pasado por algunas adaptaciones en cuanto a la grafía o la pronunciación española: *fútbol, club/clubes, filme*, etc.
- *Anglicismos totalmente asimilados*. Los anglicismos en este grupo ya se han incorporado ortográfica, fonológica y morfológicamente a la lengua española: *interviú, inglés, líder*, etc.
- *Calcos*. Se trata de palabras o expresiones completamente traducidas de inglés a español: *rascacielos (sky-scraper), relaciones públicas (public relations), perro caliente (hot dog)*, etc.
- *Calcos semánticos*. Los calcos semánticos son préstamos semánticos en los que se presta el significado de otra lengua sin crear una palabra nueva. Esto significa que el significante de otra lengua se añade a otro ya existente en la lengua receptora: *ratón* (de un ordenador), *concreto* (cemento), *conferencia* (asamblea, congreso) (Medina López, 2004).

María Vaquero utiliza el corpus de la prensa de San Juan Puerto Rico para hacer una clasificación de los anglicismos. Los divide en:

- *Anglicismos semánticos*. A este grupo pertenecen palabras que se asemejan en las dos lenguas, pero con diferente significado: *to conduct/conducir*, etc.
- *Anglicismos en el significado y/o en la forma gramatical*. Se trata de categorías gramaticales que no existen en español, como nombres, verbos, adjetivos, adverbios, como por ejemplo *enfaticar* (resaltar).
- *Préstamos (lexías, calcos)*. Aquí aparecen las expresiones como *implementar (to implement)*, etc.
- *Interferencias manifestadas en determinadas combinaciones sintácticas, sobre todo de verbos*. En este grupo solo se han documentado tres casos: *desarrollar* (empleado como transitivo), *mezclar* (empleado como intransitivo), *reportar* (utilizado como pronominal + adj.).
- *Palabras usadas con significados que en español son secundarios: la interferencia consiste en favorecer estas acepciones*. Aquí pertenecen ejemplos como: *convención* (asamblea, reunión) (Medina López, 2004).

Pratt, por otra parte, divide los anglicismos en anglicismos léxicos y sintácticos. Los anglicismos léxicos, según él, se pueden dividir en los:

- *Anglicismos univerbales*: los anglicismos que consisten en una sola palabra. Los divide aún más en *anglicismos patentes* que se refieren a las palabras tomadas del inglés sin ningún cambio, ni en la ortografía ni en la pronunciación, por ejemplo, *ranking*, o palabras adaptadas, es decir, que son influidas por las reglas españolas, como *travelín*, *boicot*, etc.

Los anglicismos *no patentes* se pueden clasificar en voces tradicionales y voces neológicas. Las *voces tradicionales* se dividen en:

- *Parónimos* que consisten en dos o más palabras fonéticamente (en la mayoría de los casos) semejantes en español e inglés, como *administración* en vez de *gobierno*, *área* por *zona* o *sector*, *década* en vez de *decenio*, etc.
- *Calcos semánticos*: Se traducen los anglicismos al español sin que haya una relación etimológica entre las dos palabras, por ejemplo *mariposa* (*butterfly*, término de la natación), etc.

Las *voces neológicas* se dividen en:

- *Absolutas*: Se trata de las formas compuestas, grecolatinas y aquellas que se han acomodado ortográficamente, como por ejemplo, *autocoche*, *supermercado*, etc.
- *Derivadas*: A este grupo pertenecen los anglicismos que se caracterizan por la afijación, como por ejemplo *delimitar*, *extracurricular*, etc.
- *Anglicismos multiverbales*: los que contienen dos palabras y pueden ser *anglicismos compuestos bisustantivales* (*buque escuela*, *ciudad dormitorio*) o *anglicismos compuestos univerbales* donde un vocablo inglés compuesto por dos sustantivos se traduce con una sola palabra en español, como por ejemplo, *cortacésped* (*lawn mower*), etc.

En cuanto a los anglicismos sintácticos, Pratt habla solamente de la ampliación del uso de la estructura ya existente y la innovación sintáctica (Medina López, 2004).

Otro autor que se dedica a la investigación de los anglicismos es Jesucristo Riquelme, quien divide los anglicismos, es decir, los préstamos en dos grupos grandes, *los préstamos puros e híbridos*.

- *Puros*. Se dividen en:
 - *Préstamos no asimilados*. Aquí pertenecen los préstamos del inglés que no se han adaptado a la fonología del español, es decir, conservan la grafía inglesa y la pronunciación según las reglas del inglés, como por ejemplo: *marketing, stand, best-seller, etc.*
 - *Préstamos parcialmente asimilados*. A este grupo pertenecen las palabras que ya se han incorporado de alguna manera al español, como por ejemplo: *récord, sándwich, etc.*
 - *Préstamos asimilados*, como: *entreviú, eslogan, etc.*
- *Híbridos*. Se dividen en:
 - *Raíz híbrida*, en inglés *blend stem*, es decir, sustitución de sufijo no significativo.
 - *Derivado híbrido* o *blended derivative* en inglés, es decir, la sustitución del extranjerismo por el sufijo significativo o la nueva palabra está compuesta de un lexema extranjero (inglés) y un morfema español, por ejemplo: *rocker-o, líder-azgo, rank-eado, etc.*
 - *Compuesto híbrido*, *blended compound* en inglés, se forma por sustitución de morfemas independientes, normalmente está compuesto de dos o más morfemas libres, uno de ellos tomado de otra lengua (inglés), como por ejemplo: *casa trailer, etc.* (Riquelme, 1998, citado en Kubanková, 2012)

5.4.1.1. Campos léxicos más comunes

Medina López (2004) opina que los anglicismos léxicos y sintácticos se pueden encontrar en diferentes campos de la lengua española. Destaca que pueden aparecer en un ámbito con más frecuencia que en otros, luego desaparecer y del mismo modo reaparecer. Es posible también que aparezcan en un campo y después de un tiempo simplemente desaparezcan. De acuerdo con los estudios anteriores, los anglicismos no se limitan a la aparición en un solo ámbito, tampoco se distribuyen por igual en todos los terrenos. Según estos estudios, los anglicismos surgen mayoritariamente en las zonas del *deporte*, la *tecnología*, la *economía*, el *vestuario* o la *moda*, los *transportes* y los *viajes*.

Medina López (2004) indica que la aparición de los anglicismos en diferentes ámbitos ya se empieza a apuntar desde los años cincuenta del siglo XX. En esa época Stone (1957) observó la presencia de los anglicismos en varias áreas, como: *literatura*, el *mar*, los *viajes*, el

comercio, la *guerra*, los *deportes*, la *tecnología*, la *ciencia*, el *cine* y el *periodismo*. Huyke Freiría (1977), por otra parte, destaca que los anglicismos son más frecuentes en los *medios de comunicación y difusión*, seguidos de los *transportes y viajes*, la *prensa* (televisión, radio, circo, cine y teatro) y, en el último lugar, las *profesiones y oficios* (Medina López, 2004).

Lope Blanch (1977) dice que el mayor número de los anglicismos se puede encontrar en el campo del *deporte*, seguido por el terreno de la *tecnología* dentro de la cual es posible hallar los anglicismos también relacionados con la industria del *automóvil*. Asimismo, añade que los términos relacionados con el *vestuario*, la *alimentación* y la *bebida* aparecen en menor cantidad (*ibid.*).

Quilis (1984), en su trabajo sobre el habla culta de Madrid, destaca que el mayor número de palabras inglesas aparece en los terrenos del *vestuario*, el léxico del *deporte*, *transportes y viajes*, la *casa*, la *alimentación*, la *vida social*, la *política* y, finalmente, la *prensa*. Por el contrario, en algunos campos son casi inexistentes, como en: la *radio*, la *televisión*, las *profesiones y oficios* y el *comercio exterior* (*ibid.*). López Morales (1987) destaca que el mayor número de anglicismos surge en los *medios de comunicación*, seguidos por el *vestuario*, los *transportes*, la *vida social* y la *ciudad*, mientras que son inexistentes en los campos relacionados con la *iglesia*, la *agricultura* y los *animales* (Medina López, 2004).

Puesto que todos estos estudios fueron realizados en el siglo pasado sin tener la oportunidad de investigar algunos de los terrenos más recientes, está claro que son anticuados y que no reflejan la situación actual. Por lo tanto, para mi tesina he decidido analizar los anglicismos en la sección de la *Economía* en el periódico *El País* y compararla con otras dos, las de *Tecnología* y de *Televisión* porque creo que, además de ser contemporáneas, estas áreas abundan en anglicismos y, además, será muy interesante ver cuál de las categorías mostrará el mayor número de anglicismos.

5.4.2. Anglicismo sintáctico

Aunque los anglicismos sintácticos no se mencionan en la parte práctica de esta tesina, también es importante escribir algo sobre ellos para ampliar la información. Por lo tanto, a continuación vamos a mencionar algunas construcciones sintácticas españolas influenciadas por la lengua inglesa.

Medina López (2004) destaca que la influencia sintáctica, ya sea directa o indirecta, del inglés sobre la lengua española es bastante grande. Si analizamos el término “sintáctico”, podemos ver que su uso es bastante amplio, ya que abarca la zona de la sintaxis, pero puede

también suponer algunos aspectos de la morfología (verbos, voz pasiva, uso de adverbios, preposiciones, etc.). Sin embargo, aunque el impacto del idioma inglés en la sintaxis española es grande, hay mucho menos estudios realizados sobre este tema que sobre el de los anglicismos léxicos. El autor explica esta diferencia entre las dos perspectivas con una serie de hechos:

- *Cuantitativo* – existen muchos anglicismos léxicos más porque el área del vocabulario resulta ser más receptiva, abierta a las influencias y más amplia.
- *Metodológico* – la entrada de los anglicismos sintácticos en la lengua española requiere una mayor atención y profundidad en el tratamiento de la cuestión.
- *La estructura* de los elementos que componen la oración española permite que su posición varía por lo que a menudo coincide con algunas estructuras inglesas.
- Una cuestión de *principio* – la gramática, como la base de la lengua, está mucho menos sujeta a los cambios.

5.4.2.1. Voz pasiva con ser

La mayor influencia inglesa sobre el campo sintáctico de la lengua española se ve en el fenómeno de la *voz pasiva* con *ser*. En la actualidad esta estructura se produce principalmente en textos periodísticos y, como Medina López subraya, se ha convertido en “habitual y normal dentro de la prosa diaria” (2004: 73). También supone que muchos de los ejemplos pasivos del español en realidad no son anglicismos sintácticos ya que la pasiva española es una herencia latina. Algunos autores consideran esas construcciones gramaticalmente “casi correctas”, pero imposibles de escuchar (Lorenzo, 1996: 625; citado en Medina López, 2004: 74). Una de esas construcciones es *ser/estar + siendo + participio*:

“Esta posibilidad es una de las que *está siendo contemplada...*”.

“A. *estaba siendo investigado* por la Policía”.

“...El conde de Stauffenberg...no parece que *esté siendo muy escuchado...*”.

“El propio Jackson *está siendo vuelto* como un calcetín”. (Medina López: 2004: 74).

Otra construcción es la voz pasiva formada con *ser + participio*, posiblemente influida por la estructura inglesa *to be + past participle (ser + participio): be made, was done, was discovered, were given, etc.:*

“Él *fue dado* de alta”.

“David *fue robado* en un hotel de Harlem”.

“En el hospital las enfermeras *fueron gritadas* por los pacientes”.

“Cuando *son escritas* estas líneas...”. (*ibid.*)

5.4.2.2. Verbos con preposiciones

Algunas veces, la interferencia sintáctica entre el español y el inglés se produce al utilizar ciertos verbos y preposiciones. Medina López (2004) afirma que ciertos verbos pueden utilizarse con diferentes preposiciones, como por ejemplo: *advertir* (de, con, para...), *avisar* (a, de, para...), *colocar* (en, para...), *cuidar* (con, en, para...), *dudar* (de, con...), *estar* (de, en, para...), *hablar* (de, con, entre, hasta, por...), *hacer* (de, para...), *informar* (de, en, para...), *salir* (de, hasta, para, por...), *seguir* (de, por, tras...). Es precisamente por esta variedad que ocurren las coincidencias entre las estructuras españolas e inglesas o las traducciones erróneas por el uso distinto de algunas preposiciones.

Medina López (*ibid.*) señala como otra posible influencia del inglés la separación de las formas compuestas al poner entre auxiliar y auxiliado un adverbio (*haber + adverbio + participio*), sobre todo en el periodismo. Vamos a ilustrarlo en algunos ejemplos:

“Juan no *ha claramente advertido* esta situación”.

“Desde hace unos días, no *hemos lamentablemente podido* seguir atendiendo este asunto”.

“Considero que *ha suficientemente cumplido* con su labor”.

“Supongo que tú *has rápidamente comprendido* la situación”.

Sin embargo, se requiere la inserción de los adverbios en frases como:

“Se trata de un asunto del que se *ha más hablado*...”.

“Las importaciones se *han más que duplicado*”.

También existen casos en los que se requieren los adverbios para evitar las ambigüedades:

“No lo *hubiera soñado ni siquiera él* / No lo *hubiera ni siquiera soñado él*” (Medina López: 2004: 75-76).

5.4.2.3. Preposiciones

De acuerdo con su naturaleza gramatical, las preposiciones son palabras con una estructura inestable, es decir, son fónica y semánticamente inestables. El español contiene una serie de verbos que cambian de sentido dependiendo de la preposición que los acompañe. Este

hecho provoca que se hagan calcos y traducciones erróneas del inglés al español. Algunas veces la diferencia entre el régimen prepositivo en español e inglés resulta con traducciones erróneas. Esto ocurre con la construcción inglesa *consist of* que normalmente se traduce al español como *consistir de*, aunque debería traducirse como *consistir en*. Lo mismo sucede con la construcción inglesa *to be consistent* frecuentemente traducida al español como *ser consistente con* en vez de *ser congruente*, *ser consecuente* o *ser coherente* (Medina López, 2004). Asimismo, son posibles los casos de *elisión* o pérdida de la preposición como se puede ver en los siguientes ejemplos:

“Esta manera (< *this way*) / De *esta* manera”

“Jugar póquer (< *play poker*) / Jugar *al* póquer”

“Tocar guitarra (< *play guitar*) / Tocar *la* guitarra”

“Jugar tenis (< *play tennis*) / Jugar *al* tenis” (Medina López, 2004: 76).

En ciertos medios de comunicación la preposición *para* se usa frecuentemente para indicar el tiempo como en la construcción “quince *para* las ocho”, que proviene de la construcción inglesa *fifteen to eight*, en vez de emplear la forma española “las ocho menos cuarto”.

5.4.2.4. Adverbios

Los adverbios se confunden frecuentemente con las preposiciones o sintagmas verbales. Medina López (2004) menciona un ejemplo. Se trata del carácter prepositivo o conjuntivo que puede tener el adverbio *inmediatamente* a causa del adverbio inglés *immediately*, en vez de *tan pronto como*, *en el momento en que*:

“*Inmediatamente* de ocurrir el accidente” en lugar de “*Tan pronto como* ocurrió / *En el momento de* ocurrir...”.

“Se acordó que *inmediatamente* (*tan pronto como*) sea publicado el mencionado libro...”.

Lo mismo sucede con la forma *en otras palabras* influenciada por la forma inglesa *in other words* que se usa en lugar de *dicho de otro modo* (Medina López, 2004).

5.4.2.5. Formación de los plurales

Las palabras extranjeras que entran en la lengua española también causan problemas morfológicos en cuanto a la formación de los plurales. Aquí es importante destacar que el inglés no es una lengua románica y, por lo tanto, es obvio por qué su estructura morfológica difiere de la española. Para formar el plural normalmente se añade la *-s* o *-es* final. Además, algunas palabras tienen una sola forma para el singular y el plural. Sin embargo, muchos de los anglicismos que entran en español no logran adaptarse lo que resulta en la formación incorrecta de los plurales. Este es un caso habitual en la prensa diaria del mundo hispánico. Solo aquellos singulares y plurales que se hacen parte del uso normativo o los que se utilizan en los medios de comunicación son los que finalmente prevalecen. No obstante, el que quiera utilizar estas formas tiene la opción de ponerlas entre comillas, en cursiva o en negrita (Medina López, 2004).

Muchas de estas palabras extranjeras no siguen las reglas morfológicas españolas en cuanto a la formación de los plurales, como es posible ver en los ejemplos que proporciona Medina Lopez (2004): *airbag* / *airbags* (<*airbag* / *airbags*), *bar* / *bares* (<*bar* / *bars*), *barman* / *barman* (<*barman* / *barmen*), *beicon* / *beicon* (<*bacon*), *bisté* / *bisté* / *bisté*s (<*beef-steak* / *beef-steaks*), *bulldog* / *bulldog* (<*bulldog* / *bulldogs*), *camping* / *campings* (<*camping* / *campings*), *champú* / *champús* / *champú*s (<*shampoo* / *shampoos*), *chárter* / *chárter*s / *chárter*es (<*chárter* / *charters*), *cóctel* / *coctel* / *cóctel*es (<*coctail* / *coctails*), *eslogan* / *eslógan*es (<*slogan* / *slogans*), *esnob* / *esnobs* (<*snob* / *snobs*), *iceberg* / *icebergs* (*iceberg* / *icebergs*), *entreviú* / *entreviús* (<*interview* / *interviews*), *motel* / *moteles* (<*motel* / *motels*), *pub* / *pubs* (<*pub* / *pubs*), *puddín* / *puddines* (<*pudding* / *puddings*), *revólver* / *revólver*es (<*revolver* / *revolvers*), *test* / *tests* (<*test* / *tests*), etc. Algunos de los ejemplos encontrados en nuestro corpus son: *club* / *clubes* (<*club* / *clubs*), *estrés* / *estreses* (<*stress* / *stresses*), *hobby* / *hobbies* (<*hobby* / *hobbies*), *líder* / *líderes* (<*leader* / *leaders*), *póster* / *póster*s / *póster*es (<*poster* / *posters*), *sándwich* / *sándwiches* (*sándwich* / *sándwiches*) y *stock* / *stocks* / *stockes* (<*stock* / *stocks*).

Como se puede ver, la mayoría de los ejemplos se ha adaptado fónica y gramaticalmente al español. Pero, todavía hay que ver cómo se resolverán los plurales de los siguientes ejemplos: *airbag*, *barman*, *champú*, *chárter*, *pub*, *slip*, *stock*, etc. (Medina López, 2004: 79).

5.4.2.6. Falsos amigos

Casi todos los anglicismos que han entrado en la lengua española son vocablos y no giros (Novotná, 2007). Esto se debe a las diferencias sintácticas entre las dos lenguas. El problema se produce al traducir anglicismos que se parecen a las palabras españolas. Se trata de términos que tienen la forma casi idéntica en inglés y español, pero cuyo significado es completamente diferente, como por ejemplo: *candid*, *consistent*, *sensible*, etc. Estas palabras no se traducen como *cándido*, *consistente* y *sensible* porque su significado no es el mismo y la frase resultaría incomprensible. De hecho, estas palabras se traducen como *sincero*, *categorico* y *juicioso*. Otro ejemplo sería la palabra inglesa *assume* que suele traducirse como *asumir* en vez de *suponer*.

6. Adaptación de los anglicismos

Ya hemos explicado el proceso de la integración de los préstamos en el español, pero es importante también explicar cómo se adaptan los anglicismos a la lengua española. No vamos a entrar en profundidad para explicar la primera etapa de la integración de las voces inglesas ya que se trata del mismo proceso que de la integración de los préstamos. Sin embargo, podemos repetir algunos hechos significativos.

En la primera etapa, cuando la palabra extranjera, un anglicismo en nuestro caso, entra en la lengua española, al principio los hablantes no la quieren utilizar porque todavía no conocen las reglas ortográficas, morfológicas y fonéticas de la lengua de su origen (Gómez Capuz, 2005). Su uso está limitado a algunos campos. Durante el segundo paso los hablantes empiezan a conocer el significado del nuevo término. En el tercer paso el significado del anglicismo se limita aún más a un solo campo.

En la segunda etapa de la integración, el anglicismo deja de ser un extranjerismo y empieza a ser un préstamo. Se acomoda al español mediante la asimilación fónica, fonética, gráfica, semántica y morfológica (Gómez Capuz, 2004).

En cuanto a la asimilación fónica, no se le prestará mucha atención en la parte práctica. Este tipo de asimilación está añadido a esta tesina únicamente para mejor explicar la adaptación de los anglicismos al español. La asimilación fónica está relacionada con la asimilación ortográfica dado que la escritura de los anglicismos está ligada a la pronunciación.

La escritura y pronunciación de las vocales y consonantes en la lengua inglesa difieren considerablemente. Cuando los anglicismos entran en el español por vía oral, los hablantes tratan de imitar la pronunciación inglesa, pero en la mayoría de los casos no lo consiguen.

Algunas de las diferencias entre el inglés y el español son las siguientes:

- La pronunciación de la E final difiere en inglés y español, en inglés no se pronuncia, como por ejemplo en *please* [plis] o *diskette* [diskét].
- La J prepalatal africada sonora inglesa se imita en español con el fonema palatal sonoro /y/ en ejemplos *jazz* [yas] y *jockey* [yókei].
- Las geminadas EE se pronuncian [i] en *speed* [espíd] y *kleenex* [klínegs].
- Las geminadas OO se pronuncian [u] en *look* [luk] y *boom* [bum].
- EA normalmente se pronuncia [i], como en *please* [plis].
- Las vocales Y/I normalmente se pronuncian [ai] en sílaba tónica como *nylon* [náilon] y *light* [lait].
- H se pronuncia /x/ y no muda en *hippy* [xípi] y *heavy* [xébi] (Gómez Capuz, 2004: 20).

6.1. Adaptación fonética

Este tipo de adaptación, según Domínguez Mejías (2002), incluye el cambio de los fonemas y la utilización de tildes. Muchos de los anglicismos se han adaptado mediante la acentuación. La tilde puede caer en la vocal tónica de la lengua fuente, como en las palabras *champú*, *túnel* o *cómic*, aunque también es posible que caiga en otras sílabas, como en los siguientes casos: *bumerán* (*boomerang*), *magacín* (*magazine*) o *bacón* (*bacon*). En las tres palabras en inglés la primera sílaba es tónica, mientras que en español, tal vez deliberadamente, el acento cambia su posición. Además, algunas palabras tienen las dos formas aceptadas, con tilde y sin ella, como podemos ver en los casos de *fútbol* o *futbol* y de *pudin* o *pudín*.

Cuando hablamos de la adaptación fonética, se trata del cambio de los fonemas y de la pronunciación ortográfica. Domínguez Mejías (*ibid.*) relaciona la sustitución fonética con la escritura de los vocablos tal y como se leen en la lengua fuente. Esto lo podemos ver en los ejemplos *güisqui* (*whisky*), *escáner* (*scanner*), *eslógan* (*slogan*), *esprái* (*spray*), *váter* (*water*), u *overol* (*overall*). Si uno no conoce la lengua fuente, estos términos resultan difíciles de pronunciar. La pronunciación ortográfica, por otra parte, supone la lectura de los vocablos tal

y como se escriben, como en el caso de *iceberg*, *trust* o *jersey*. Estas palabras en el *DRAE* (2001) normalmente aparecen en redonda (*ibid.*). A pesar de que algunos vocablos han intentado imitar la pronunciación inglesa, no lo han logrado, como los siguientes ejemplos: *arruruz* (*arrowroot*), *guachimán* (*watchman*) o *seibó* (*sideboard*).

6.2. Adaptación gráfica

Cuando hablamos de la adaptación gráfica, vale repetir que la grafía está estrechamente relacionada con la pronunciación. Como ya hemos mencionado, en la lengua inglesa, la pronunciación y grafía de las consonantes y vocales se diferencian bastante. Incluso en español podemos encontrar algunas diferencias entre la pronunciación y grafía de las consonantes, pero las vocales siempre se pronuncian tal como se escriben.

En cuanto al grupo de las consonantes, con la entrada de los anglicismos en español, también entran muchas innovaciones, como por ejemplo las combinaciones consonánticas SH, PH, o TH. Sin embargo, muchos de los anglicismos al final sufren cambios consonánticos, como en los siguientes ejemplos:

- La simplificación de las consonantes geminadas inglesas: **NN** (*tennis* > tenis, *scanner* > escáner); **LL** (*football* > fútbol, *dollar* > dólar, *volleyball* > voleibol/ voley);
- La conservación de dígrafos ingleses:
 - **CK** (*cricket*, pero también *críquet*),
 - **SH** (*show*, *flash*),
 - **TH** (*thriller*).
- La conservación de las consonantes en posición final que no existen en español:
 - La terminación *-ing*, que es bastante habitual en inglés, se conserva al entrar en español: *downsizing*, *doping*, etc.
 - **-G** (que no sea *-ing*): *airbag*.
 - **-X**: *box*, *fax*, *remix*.
 - **-B**: *club*, *pub*.
 - **-T**: *test*, *jet set*.
 - **-P**: *pop*, *videoclip*.

- Las combinaciones de consonantes que no existen en español: LD (*holding*), LF (*golf*), KT (*cóctail*), NS (*transfer*), PH (*photoshop*), PT (*streptease*), RT y TS (*shorts*) (Gómez Capuz, 2005).

También se encuentran muchos cambios en el grupo de las vocales, como por ejemplo:

- La simplificación de las vocales geminadas inglesas:
 - Las vocales geminadas EE: *meeting* > mitin,
 - Las vocales OO: *football* > fútbol (futbol).
- La conversión de la vocal A en O: *baseball* > beísbol, *football* > fútbol (futbol).
- El paso de la vocal inglesa Y (que en español sirve como consonante) a I en español: *penalty* > penalti.
- La prótesis o adición de la vocal E- inicial a palabras inglesas que empiezan por S-: *slogan* > eslogan, *standard* > estándar, *scanner* > escáner.
- La paragoge o adición de la vocal –E final a algunas palabras que acaban en consonante: *film* > filme (*ibid.*).

Según Domínguez Mejías (2002), el *DRAE* (2001) admite la utilización de los guiones en la adaptación gráfica. Este hecho se puede observar en las palabras *top-model* (en inglés *top model*) o *kung-fu* (en inglés *kung fu*). En ocasiones, la RAE (Real Academia Española) admite tanto las formas con el guion como las formas sin él, por ejemplo: *foxtrot* o *fox-trot* (*fox-trot*), *topless* o *top-less* (*topless*), *ragtime* o *rag-time* (*ragtime*).

6.3. Adaptación morfológica

Esta etapa incluye la acomodación de los anglicismos a las categorías morfológicas de la lengua española. Según Gómez Capuz (2005), esas categorías son las siguientes:

- a) *Género*: Los anglicismos que entren en la lengua española deben ser asignados a uno de los géneros, masculino o femenino, e independientemente del género que poseían en la lengua fuente. Existen cuatro formas de la asignación del género:
 - La primera se relaciona con el *género natural* o *sexo del referente*, como se puede ver en los siguientes ejemplos: *el marine*, *el gangster*, *la nurse*, *la cheerleader*, etc.

- La analogía con sufijos o terminaciones ya existentes en la lengua receptora, en español *-a* y *-o*, pero este criterio solo se aplica a los exotismos en inglés como *la jungla* o *el polo*.
- La tercera forma se refiere a la relación de la palabra extranjera (anglicismo) con su sinónimo en la lengua española según el cual se establece el género, como por ejemplo: *el club* (el grupo/equipo), *el parking* (el aparcamiento), *la duty-free shop* (la tienda), etc.
- En algunos casos, sin embargo, hay excepciones, es decir, aunque el sinónimo tenga el género femenino en español, el anglicismo obtiene el género masculino: *el grill* (la parrilla), *el film* (la película), etc. (Gómez Capuz, 2005).

b) *Número*: En español existen dos tipos, el singular y el plural y las palabras extranjeras tienen que obtenerlos según las reglas de la lengua española, es decir, con las terminaciones *-s* o *-es*. En cuanto al número, se divide en cuatro subgrupos:

- La colocación de las desinencias *-s* o *-es* dependiendo de si el anglicismo termina en vocal o en consonante. Si termina en consonante, se añade la terminación *-es* y si termina en vocal, hay que añadir la terminación *-s*: *bares*, *goles*, *líderes*, etc.
- Existen los casos que usan las dos desinencias, *-s* y *-es*, para marcar el plural: *clubs/clubes*, *films/filmes*, *eslógans/eslóganes*, etc.
- Uso de la forma parecida a la de la lengua fuente, consonante + *s*: *clips*, *hits*, *pins*, *pósters*, *pubs*, etc.
- La última manera de marcar el número es mediante el artículo, o el llamado *plural cero* (\emptyset): *los compact disc*, *los test*, etc. (Gómez Capuz, 2005).

c) *Asimilación de los adjetivos*. Los adjetivos extranjeros no se asimilan morfológicamente a la lengua española, es decir, no cambian su forma, como en los casos *light* (*los productos light*) o *estándar* (*funciones estándar*) (*ibid.*).

d) *Asimilación de los verbos*. En cuanto a la asimilación de los verbos extranjeros, siempre toman la forma de la primera conjugación *-ar*: *flipar*, *chutar*, etc. (*ibid.*)

6.4. Adaptación semántica

Las palabras extranjeras (anglicismos) suelen entrar en la lengua española con un solo significado, es decir, como palabras monosémicas. Por lo tanto, los anglicismos tienen que integrarse en las estructuras lexemáticas o en los campos semánticos del español. La excepción ocurre con las palabras del campo técnico que no se adaptan semánticamente sino guardan su significado original, por ejemplo *láser*, *fax*, etc. Una situación similar se podrá ver en la segunda parte de esta tesina. En muchos casos el anglicismo comparte algunos rasgos semánticos con palabras nativas causando así una sinonimia parcial. Si las dos palabras sobreviven, el anglicismo y la palabra nativa, es necesario estabilizar la situación sinonímica mediante la *especialización semántica*. Este proceso puede llevar a tres situaciones:

- a) El anglicismo pasa a ser más marcado que su sinónimo español, el que mantiene el valor más amplio, genérico y cotidiano. Gómez Capuz (2005) nos ofrece el ejemplo *test* que tiene más de un significado. Puede significar ‘examen’, pero también ‘prueba objetiva con preguntas de opción múltiple’.
- b) El anglicismo y el término español reparten los significados de una manera equitativa. El término español normalmente toma el significado ya existente en la lengua, mientras que el anglicismo toma el significado un poco modificado. Gómez Capuz (2005) da un ejemplo con el anglicismo *póster* y la palabra patrimonial *cartel*. El término *póster* se utiliza en la ornamentación de interiores y *cartel* para los fines políticos.
- c) El anglicismo pasa a ser el término central del campo semántico en el que se acomoda. Gómez Capuz (2005) ofrece algunos ejemplos de tales anglicismos: *hándicap* con el significado de ‘cualquier tipo de obstáculo’, *estándar* en función de adjetivo que significa ‘normal, intermedio’.

Según Domínguez Mejías, al entrar el anglicismo en la lengua española se produce una restricción semántica. Esto quiere decir que los términos que en inglés tenían un significado más general, en español han obtenido un significado más concreto. La autora toma como ejemplo el anglicismo *Christmas*, marcado en el diccionario de la RAE con cursiva, que en inglés significa Navidad, sin embargo, en español pasa a significar ‘tarjeta ilustrada de felicitación navideña’ (2002: 31). Otro ejemplo es el término *lunch* que en inglés se utiliza como sinónimo de *almuerzo* mientras que en español significa ‘comida ligera que se sirve a los invitados en una celebración’ (*ibid.*).

7. Anglicismos en el *Diccionario de la Real Academia Española (DRAE)*

El impacto de la lengua inglesa como una lengua global ha llevado a la incorporación de los anglicismos a muchos idiomas del mundo. Debido a este hecho el número de anglicismos en español ha aumentado considerablemente durante los últimos años. Por lo tanto, la RAE ha decidido incorporar los anglicismos adaptados y los que se han quedado como préstamos a su vigésima segunda edición del diccionario (Domínguez Mejías, 2002).

Según Domínguez Mejías (2002), la mayoría de los anglicismos pertenece al lenguaje general, pero el área que abunda más en ellos es la del deporte la que contiene conceptos con varias denominaciones. Por ejemplo, el término *baloncesto* es posible sustituir con *básquet* o *basquetbol*, aunque la primera opción es la preferida. Muchos términos deportivos en el diccionario se refieren al *fútbol* o *futbol*, como por ejemplo: *chut*, *chutar*, *córner*, *linier*, *saque de esquina* o *penalti*. Además, el *DRAE* (2001) demuestra un gran número de anglicismos en las áreas de la física, la química y también de la economía con ejemplos como *cheque*, *corporación*, *crac* o *dólar*. Al diccionario se ha incorporado también una gran cantidad de anglicismos de la industria textil. Se trata de términos relacionados con prenda como *biquini*, *pareo*, *short*, *panty*, o con telas como *caqui*, *nailon*, *napa*, etc. Otro campo que abunda en anglicismos es el de la gastronomía con términos como *grill* o *sándwich* y la informática con términos como *CD-ROM*, *chip*, *hardware*, *software*, *web*, etc. Vale mencionar que la RAE admite el término *DNA* pero indica al término *ADN* y este a *ácido desoxirribonucleico*. Se incluye en el diccionario también un gran número de términos del área de transportes, en primer lugar marítimo, como por ejemplo, *catamarán*, *yate*, *single*, *chárter*, etc. Domínguez Mejías (2002) concluye que el *DRAE* (2001) ha incluido muchos anglicismos con el fin de seguir la evolución científica y lingüística de la lengua española; sin embargo, mantiene que algunos de esos anglicismos pertenecen a diccionarios especializados.

7.1. Recomendaciones de la Real Academia Española (RAE) ante el uso de ciertos anglicismos

Al explicar algún término en el diccionario, la RAE utiliza envíos o definiciones sinónimas las que luego remiten al uso preferido o recomendado por la RAE y este envía a la definición del término. En algunos casos es posible encontrar una definición del término que se añade solo cuando hay múltiples acepciones para la entrada. Aunque una parte de los anglicismos utilice este sistema, la mayoría se distribuye por áreas temáticas. Según

Domínguez Mejías (2002), se trata de un intento de obligar los especialistas a usar los términos ya existentes en la lengua española. Puesto que se debe ir buscando las entradas frecuentemente, es decir, a veces unas entradas remiten a otras y estas en ocasiones envían a otras más; la autora observa que sería conveniente marcar las recomendaciones de la RAE de otra forma y ofrecer la definición para cada una de ellas.

En lo relativo a la etimología de los anglicismos, la RAE prefiere utilizar el inglés americano que el británico. Esta preferencia se puede observar principalmente en la elección de los verbos del inglés americano acabados en *-ize* frente a los del inglés británico que terminan en *-ise*. Se puede deducir que la RAE prefiere utilizar la terminación americana debido a su similitud con las palabras españolas adaptadas, como por ejemplo: *digitalizar*, *presurizar*, *pauperizar* < *digitalize*, *pressurize*, *pauperize*.

Sin embargo, el inglés americano y el británico no son las únicas fuentes de anglicismos. Es posible también que procedan de otros países como de India que ha introducido en español palabras como *begum* o *curry*. El *DRAE* (2001), a veces, pone dos entradas para una misma palabra. Este es el caso con el término *galón* cuya etimología difiere según el significado. Si tiene el significado de ‘tejido fuerte y estrecho’, proviene del francés, sin embargo, si significa ‘medida de capacidad para líquidos’, proviene del inglés. El término *gin* es también marcado como un anglicismo, pero remite a la entrada *ginebra* cuya procedencia es francesa.

8. Investigación sobre los anglicismos en el discurso económico del español en el periódico *El País*

En la segunda, o parte práctica de esta tesina, como indica el título, vamos a investigar el fenómeno de los anglicismos en el discurso económico de la lengua española. Esto se va a conseguir mediante el uso de los artículos de las tres secciones del periódico *El País*. El estudio va a mostrar la frecuencia del uso de los anglicismos en la sección económica, pero también en otras dos, la aparición de diferentes anglicismos en cada de las tres secciones y el uso de los términos de procedencia inglesa en el ámbito económico, pero también en el área tecnológica y la televisiva. Se van a aplicar los métodos cuantitativo y cualitativo, es decir, se va a hacer un análisis comparativo y descriptivo de los anglicismos encontrados en los artículos de las tres secciones del periódico.

Como ya se ha mencionado, para el análisis se han elegido los artículos del periódico *El País*. Este periódico ha sido escogido por su popularidad, es decir, por ser muy leído en España. Además, los artículos se pueden acceder fácilmente a través de Internet lo que facilita la investigación, y por último, dado que el periódico trata temas bastante variados, es más fácil elegir los artículos entre ellos.

Teniendo en cuenta que sería prácticamente imposible tomar todas las secciones del periódico y leer cada artículo que contengan, y debido a la suposición de que contendrían más anglicismos que otras, se han tomado en cuenta solamente tres secciones, la de *Economía*, de *Tecnología* y de *Televisión*. De cada una se han elegido cien artículos para investigar el tema de los anglicismos.

8.1. Corpus

Como ya se ha señalado, el tema de esta tesina es la investigación de los anglicismos en el discurso económico del español. El análisis se ha hecho sobre un corpus de artículos encontrados en el periódico *El País* que ha sido escogido, como ya hemos mencionado, por su gran popularidad en España. Sin embargo, la razón por la que he elegido precisamente un periódico para la investigación es su accesibilidad y la variedad de temas que trata. Es decir, cada día es posible leer nuevos artículos de diferentes áreas, con noticias de todo el mundo y no solamente de España, y que, además, se pueden acceder fácilmente a través de Internet.

Aparte de los artículos de la sección de *Economía*, se han tomado también los de *Tecnología* y *Televisión* para ver si hay diferencia en el uso de anglicismos en esas áreas temáticas y para que haya variación en la investigación. Además, el análisis del campo económico, a menos que fuera comparado con otros campos, probablemente resultaría poco interesante.

Como ya se ha mencionado, no fue posible leer cada artículo de cada sección del periódico y por esta razón se leyeron y analizaron los artículos de dichas tres secciones de *El País* publicados entre agosto y noviembre de 2015. Se empezó por elegir 50 artículos de cada sección, pero al final fue necesario aumentar su número a 100 porque algunos de ellos fueron muy cortos. Por lo tanto, al final se analizó un total de 300 artículos durante el período de cuatro meses.

En cuanto al lenguaje de las secciones, en la sección de *Economía* se utiliza un lenguaje especializado con fraseología concreta. Al leer los artículos, se nota inmediatamente que se trata de un lenguaje preciso que requiere por lo menos un conocimiento mínimo de la terminología económica. Sin embargo, dado que el campo de la economía en la actualidad es utilizado por toda la sociedad, y no solamente por los expertos especializados, a veces ocurren las interferencias en el lenguaje. Asimismo, aparecen muchos extranjerismos, préstamos, calcos y neologismos, como vamos a ver en el análisis.

En lo relativo al lenguaje de la sección de *Tecnología*, se trata también de un lenguaje especializado, lleno de fraseología concreta y extranjerismos, más específicamente anglicismos, que se producen en el campo tecnológico con tanta rapidez, de modo que es prácticamente imposible traducirlos todos simultáneamente. Consecuentemente se prestan muchas palabras extranjeras o, en algunas ocasiones, se hacen calcos.

En la sección de *Televisión* se utiliza un lenguaje ligeramente especializado, se emplean expresiones y fraseología relacionada con el ámbito de televisión, pero también expresiones de otros campos y es precisamente por esta razón que las interferencias en el lenguaje son más evidentes en este campo.

Por lo que se refiere al corpus, una lista de todos los anglicismos, es decir palabras y expresiones de origen inglés, encontrados en los artículos de las tres secciones, se halla en el Anejo 1 al final de esta tesina.

8.2. Objetivos y propósito de la investigación

El objetivo de esta tesina es principalmente determinar el número de anglicismos encontrados en el periódico *El País*, investigar su uso y, finalmente, la influencia que la lengua inglesa tiene en la prensa española.

El propósito de esta tesina es realizar un estudio comparativo y descriptivo del empleo de los anglicismos en la prensa diaria española, o más precisamente, en las tres secciones del periódico *El País: Economía, Tecnología y Televisión*. También nos interesa examinar por qué los autores eligen los anglicismos, o sea, cuáles son sus motivos para ello. La intención es determinar si los autores optan por anglicismos debido a la falta de sus equivalentes en español o los utilizan aunque existe una sustitución nativa. Además de la forma en que los autores emplean los anglicismos, también estamos interesados en las adaptaciones que ocurren al entrar un anglicismo en la lengua española.

En primer lugar es necesario identificar las palabras extranjeras, o sea anglicismos, en los artículos de las tres secciones. En segundo lugar, hay que sacarlos y ordenarlos por orden alfabético en una lista (que se puede encontrar en el Anejo 1 al final de la tesina). Finalmente, es necesario clasificarlos de acuerdo con ciertos criterios para facilitar el análisis de los datos.

8.3. Hipótesis de la investigación

Gracias a la posición global de la lengua inglesa, a la fuerte conexión de todo el mundo en el sentido económico y a la influencia de los medios de comunicación (considerados la mayor fuente de importación de los anglicismos), la mayor parte de la terminología nueva en diferentes profesiones y muchas expresiones que encontramos en la vida cotidiana provienen justamente del idioma inglés.

Teniendo en cuenta la fuerte influencia de la lengua inglesa en los medios de comunicación, mi primera hipótesis es que dentro del periódico español también se puede encontrar un gran número de anglicismos.

Ya hemos establecido que el área de la economía abunda en anglicismos, sin embargo, el campo tecnológico también está en constante desarrollo y produce nuevos términos (principalmente en la lengua inglesa) con enorme rapidez, y, por consiguiente, es prácticamente imposible traducirlos de forma inmediata. Apoyándose en este hecho, mi segunda hipótesis es que, entre las tres secciones elegidas para la investigación, los préstamos ingleses son más frecuentes en el campo tecnológico. Es decir, la suposición es que los

anglicismos se emplean con más frecuencia en los artículos de tecnología que en los de economía o en los de televisión.

La tercera hipótesis se refiere al tipo de palabras que se prestan del idioma inglés. Más específicamente, la suposición es que, en lo referente a nuestro corpus, de la lengua inglesa se prestan principalmente sustantivos, verbos y adjetivos. Después de entrar en el lenguaje, estas palabras tienen que pasar por diferentes etapas y varios cambios con el fin de adaptarse al sistema lingüístico español.

La cuarta y última hipótesis se refiere a las razones para prestar palabras inglesas. Si bien es cierto que muchos periodistas utilizan anglicismos por razones estilísticas o por lujo, algunos estudios han demostrado que el uso de las palabras inglesas se debe principalmente a la necesidad. Es decir, los autores utilizan los anglicismos por falta de equivalentes en la lengua española (Berglund, 2008). Considerando este hecho, la suposición es que en los textos periodísticos de las tres secciones de *El País* los préstamos ingleses se usan por falta de equivalentes españoles, es decir, los periodistas optan por anglicismos porque la lengua española no ofrece sustituciones adecuadas.

Por lo tanto, en el presente trabajo hemos formulado cuatro hipótesis:

1. En las tres secciones del periódico *El País* se encuentran varios anglicismos.
2. Los anglicismos son mucho más frecuentes en la sección de *Tecnología* que en las de *Economía* y de *Televisión*.
3. De los anglicismos que se emplean en los artículos de *El País* se prestan principalmente sustantivos, adjetivos y verbos.
4. Los periodistas utilizan los préstamos ingleses por falta de equivalentes españoles.

8.4. Metodología

Para investigar el tema de esta tesina, como puntos de partida se tomaron cuatro hipótesis y se han empleado dos métodos, el cuantitativo y el cualitativo, en este caso comparativo, descriptivo y analítico. Después de identificar el problema, se ha hecho una investigación literaria para poder explicar el fenómeno de los anglicismos. Luego fue necesario buscar e investigar los artículos de *Economía*, de *Tecnología* y de *Televisión* en *El País*. Como hemos mencionado anteriormente, el corpus contiene 300 artículos publicados entre agosto y noviembre de 2015. Entre ellos se han buscado anglicismos que han sido clasificados alfabéticamente al final de la tesina (véase el Anejo 1). Se ha verificado la

frecuencia de aparición de los anglicismos en diferentes artículos, o sea, se han hecho comparaciones entre las secciones en cuanto a su frecuencia. Asimismo, se han consultado varios diccionarios para estudiar el significado de cada anglicismo y para ver si existe algún sinónimo con el mismo significado en la lengua española. Además, se han comparado las tres secciones del periódico para ver las similitudes y diferencias entre ellas en lo relativo al uso de los anglicismos. También se han analizado los artículos de las secciones para ver cómo se adaptan los anglicismos. A continuación, vamos a decir un poco más acerca de la metodología.

8.5. Delimitaciones

Esta tesina se ha delimitado a investigar anglicismos de solamente un periódico, *El País*. No se han examinado artículos de todas las secciones del periódico, sino de las secciones de *Economía*, de *Tecnología* y de *Televisión*. Finalmente, la tesina se ha delimitado a investigar los artículos publicados entre agosto y noviembre de 2015.

9. Análisis de los resultados

En la primera parte del análisis vamos a mostrar los resultados cuantitativos, es decir, vamos a mostrar cuántos anglicismos hemos encontrado en cada una de las tres secciones del periódico, pero también cuántos en total. También vamos a ver cuáles de ellos se utilizaron con mayor frecuencia.

En la segunda parte vamos a ver el análisis cualitativo. Esto significa que las palabras y expresiones de origen inglés que hemos encontrado en el corpus tienen que ser analizadas de acuerdo con ciertos criterios. En primer lugar, vamos a centrarnos en el criterio de la adaptación, por lo tanto, veremos si los anglicismos han sido adaptados a la lengua española de alguna forma. Para hacer esto, vamos a emplear una división de los anglicismos muy similar a la de Emilio Lorenzo (Riquelme, 1998, citado en Kubanková, 2012: 22). El primer grupo consiste en palabras y expresiones inglesas que mantienen la grafía y pronunciación más o menos original, o sea, se trata de anglicismos puros o no asimilados. Al segundo grupo pertenecen los anglicismos que han sufrido algunos cambios en cuanto a la grafía o la pronunciación española, es decir, los anglicismos parcialmente asimilados y también los anglicismos completamente asimilados, o sea, los que se han incorporado fonológica,

ortográfica y morfológicamente a la lengua española. El siguiente grupo incluye las palabras y expresiones directamente traducidas de inglés a español, también conocidas como calcos. En el último grupo vamos a incluir los pocos híbridos que hemos encontrado.

A continuación, vamos a ver cómo se adaptan diferentes anglicismos al español. Hemos mencionado en la primera parte de la tesina que los extranjerismos pueden adaptarse a la lengua española mediante la adaptación fonética, ortográfica, semántica y morfológica.

Después vamos a ver en qué categoría gramatical los anglicismos suelen entrar en la lengua española, es decir, veremos si se trata mayoritariamente de los sustantivos, adjetivos y verbos de acuerdo con la hipótesis planteada previamente. Veremos también cómo se adaptan los anglicismos que entran en español en cuanto al género y número. Entonces se van a analizar sus aspectos tipográficos, o sea, nos vamos a centrar en la forma en la que están escritos en nuestro corpus (entre comillas, en cursiva, en letra redonda o entre paréntesis). Finalmente, vamos a ver si los periodistas en las tres secciones de *El País* utilizan los anglicismos por falta de equivalentes españoles o existe alguna otra razón, y vamos a ofrecer las posibles sustituciones para los anglicismos innecesarios. Esto lo haremos utilizando el *Diccionario de la Real Academia Española (DRAE)* y el *Diccionario Panhispánico de Dudas*².

A continuación vamos a analizar y presentar los resultados de la investigación sobre los anglicismos en las tres secciones del periódico *El País*.

9.1. Análisis cuantitativo de los resultados

9.1.1. Frecuencia de anglicismos

Como ya hemos mencionado, el corpus, o sea, las secciones del periódico *El País* se investigaron durante cuatro meses, entre el agosto y noviembre de 2015. Durante este período encontramos un total de 261 anglicismos diferentes. Sin embargo, cuando incluimos todos los términos que se repitieron varias veces obtuvimos un total de 551 anglicismos. Por lo tanto, en la sección de *Economía* se encontraron 80, en la de *Tecnología* 265 y en la sección de *Televisión* 206 palabras de origen inglés. Dado que en la sección de *Televisión* hallamos demasiadas listas con títulos de películas o series en su forma original, más precisamente 120 nombres diferentes, excluimos del corpus una gran parte que no había sido traducida, es decir, se incluyeron solamente aquellos nombres que se encontraron traducidos directamente y

² En adelante, citado como *DPD* (2005).

también en su forma original porque nos interesaba ver cuándo los periodistas optaban por anglicismos puros y cuándo traducían a un término. De esta forma excluimos enumeración innecesaria de todas las películas y series de origen inglés del Anejo 1.

Por otra parte, de este modo hemos comprobado nuestra primera hipótesis, que en las tres secciones del periódico *El País* se pueden encontrar muchas palabras que provienen de la lengua inglesa. También se ha comprobado nuestra segunda hipótesis, es decir, que el mayor número de anglicismos se utiliza en la sección de *Tecnología* como hemos esperado. Este caso se debe probablemente al constante desarrollo del área tecnológica, principalmente informática. Como ya se ha mencionado en la parte teórica, en este campo se producen nuevos términos rápidamente por lo que resulta bastante difícil formar equivalentes al mismo tiempo. Por lo tanto, es lógico que el número de anglicismos sea muy grande, en este caso más grande que en otras dos secciones. Hay que destacar que el menor número de anglicismos se ha encontrado en la sección económica, como hemos visto solamente 80 si contamos también los casos que se repiten; sin embargo, son suficientes para llevar a cabo nuestra investigación. Podemos ver la situación presente en el Gráfico 1.

Consideramos que una de las razones de este hecho es que la sección de *Economía* contiene muchos artículos que no son completamente asociados con este campo, o sea, carecen de anglicismos, especialmente los económicos.

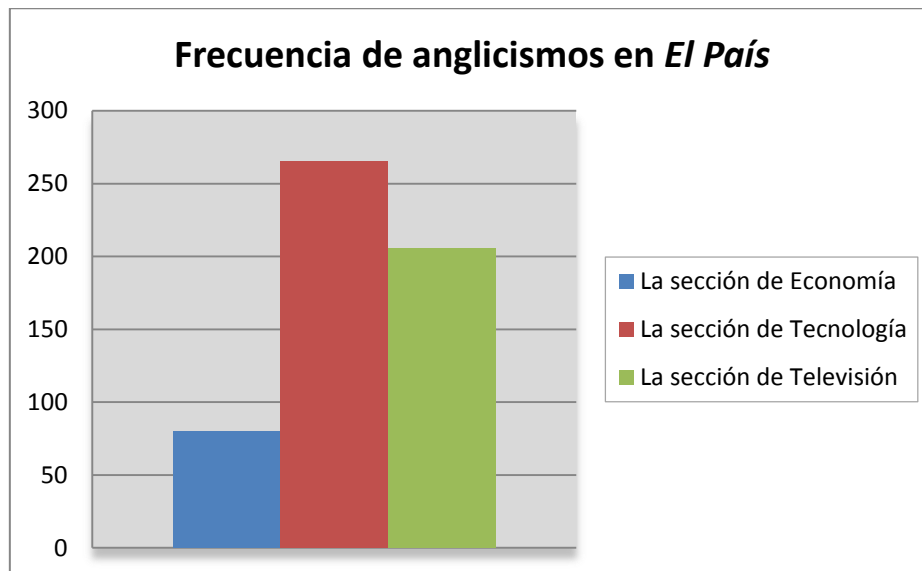


Gráfico 1 La frecuencia de anglicismos en *El País*

9.1.2. Anglicismos más frecuentes

Como ya hemos dicho, en el periódico *El País* se ha encontrado un total de 261 anglicismos diferentes. Sin embargo, ellos no aparecen con misma frecuencia, es decir, algunos se repiten muchas veces, mientras que otros aparecen solamente una o dos veces. Además, algunos aparecen solo en una sección y otros en dos o las tres. Hay que destacar que no nos hemos centrado en la frecuencia de los anglicismos en un solo artículo, sino en el número de artículos en los que aparece un anglicismo. Consecuentemente, si un anglicismo ha aparecido varias veces en el mismo artículo, se ha contado solo una vez. Así lo hicimos porque nos interesaba ver si los autores utilizaban solamente una o más versiones del mismo anglicismo, o sea, si utilizaban en el mismo artículo un anglicismo puro y un anglicismo asimilado o tal vez un calco. La siguiente tabla muestra los diez anglicismos más frecuentemente utilizados en los artículos.

	Economía	Tecnología	Televisión	Total
<i>Internet</i>	3	26	4	33
<i>Web</i>	2	18	5	25
<i>Software</i>	5	18	0	23
<i>Smartphone</i>	1	18	0	19
<i>Líder</i>	6	4	7	17
<i>Online</i>	0	11	5	16
<i>APP</i> (<i>application</i>)	0	14	0	14
<i>Tableta</i>	1	13	0	14
<i>Wifi</i>	1	9	0	10
<i>Fan</i>	0	1	8	9

Fig. 1 Los anglicismos más utilizados en los artículos de El País

Como podemos ver, el anglicismo que se utiliza con mayor frecuencia es *Internet*. También se puede ver que algunos términos aparecen en todas las secciones, como por ejemplo, los anglicismos *web* o *líder*, otros como *software*, *online* o *fan* aparecen en dos secciones, mientras que la sigla *APP* aparece solamente en la sección de *Tecnología*.

Entre los artículos de *Economía* hemos encontrado otras palabras que provienen de este campo. Algunas de ellas son *comité* (en 3 artículos), *hedge fund* (1), *tax ruling* (3), *think-*

tank (3) y *holding* (1). Sin embargo, se han encontrado también palabras que no pertenecen al área económica, como por ejemplo, *pick-up* (1), *food-truck* (1), *sándwich* (1) que podemos encontrar en la vida cotidiana, o *tableta* (1), *streaming* (1), la sigla *HD* de inglés “*high definition*” (1) y el verbo *tuitear* (1) que pertenecen al campo tecnológico. Además, el anglicismo más frecuentemente utilizado en la sección económica es *Internet* que también viene del área tecnológica, o más precisamente, de informática.

En la sección de *Tecnología* se han encontrado muchas palabras pertenecientes a este campo. El término que ha aparecido con más frecuencia es otra vez *Internet* (en 26 artículos). Otros que hemos encontrado son, por ejemplo: *web* (18), *software* (18), *hardware* (6), *selfie* (5) y *start-up* (5). En esta sección también hemos hallado algunos anglicismos que no pertenecen al campo tecnológico, como por ejemplo: *hippy* (1), *catering* (1), *grunge* (1), *scooter* (1), *fan* (1) o *heavy* (1) del inglés “heavy metal”.

En la sección de *Televisión* hemos tenido la misma situación, es decir, hemos encontrado palabras pertenecientes a este campo, pero también las que no pertenecen. Los anglicismos propios del área de televisión son por ejemplo: *prime time* (1), *revival* (1), *multichannel* (1), *spin-off* (3), *thriller* (7), *showrunner* (5), *spoiler* (4) o *remake* (2). Entre los anglicismos no pertenecientes a este campo hemos encontrado *cyber* (1) y *cyberbullying* (1) que corresponden al área tecnológica o, por ejemplo, *kayak* (1), *hábitat* (1), *pimpón* (1) pertenecientes a otros ámbitos de la vida. La palabra más frecuentemente utilizada en esta sección es el anglicismo *fan* (8) que pertenece justamente a este campo dado que se refiere a los seguidores o admiradores de las series y películas de televisión.

9.2. Análisis cualitativo de los resultados

9.2.1. Frecuencia de los anglicismos en las tres secciones de *El País*

Ya hemos dicho anteriormente que se han encontrado 261 anglicismos diferentes en el periódico *El País*; no obstante, se trata de un total de 551 anglicismos si sumamos los préstamos de las tres secciones, es decir, con repeticiones. Sin embargo, ahora vamos a ver cuántos préstamos hemos encontrado según los cuatro grupos previamente establecidos. Por lo tanto, el primer grupo consiste en préstamos puros o no asimilados, el segundo en los préstamos parcial y completamente asimilados, el tercero en los términos traducidos literalmente, o sea, los calcos. En el último grupo se encuentran los híbridos. Teniendo esto en cuenta, hemos encontrado en *El País* 411 anglicismos puros, 84 anglicismos parcial y

completamente asimilados, 44 calcos y solamente 12 híbridos. Esta situación se puede ver en el siguiente gráfico.

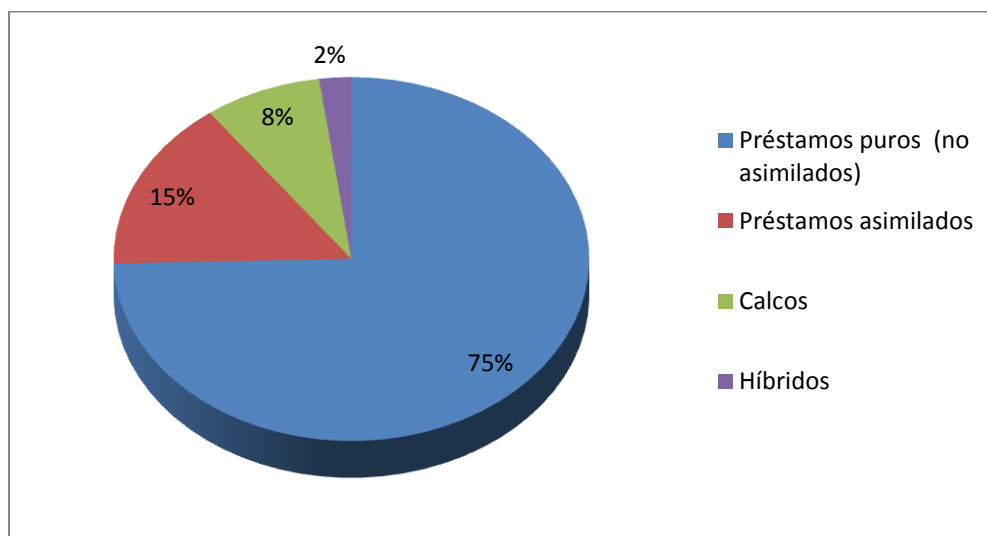


Gráfico 2 La distribución de anglicismos en *El País* según tipo de préstamo

Podemos observar en el Gráfico 2 que los préstamos puros, o sea, los no asimilados ocupan un 75% del número total de anglicismos encontrados en los artículos de *El País*, un 15% pertenece a los préstamos asimilados, un 8% a los calcos, mientras que solamente un 2% ocupan los híbridos.

El mayor número de anglicismos puros y anglicismos asimilados se ha encontrado en la sección de *Tecnología*, un total de 214 y 41 anglicismos asimilados, mientras que en la sección de *Televisión* se ha encontrado un total de 146 anglicismos puros y 25 asimilados, en la sección de *Economía* un total de 51 anglicismos puros y 18 anglicismos asimilados. La mayoría de los calcos se ha hallado en la sección de *Televisión*, un total de 33, mientras que en la de *Tecnología* solamente 6 y en la de *Economía* 5. En cuanto a los híbridos, en la sección de *Economía* han aparecido 6 veces, en la de *Tecnología* 4, y en la de *Televisión* solamente 2 veces.

Estos resultados indican que los periodistas de las tres secciones deciden utilizar anglicismos puros o no asimilados con mayor frecuencia. Consideramos que una de las razones para este hecho es la carencia de equivalentes españoles para la terminología nueva en los ámbitos de economía y de tecnología. Además, en la sección de *Televisión* se hallan, como ya hemos mencionado, muchos títulos de películas de origen inglés que hemos encontrado en su forma original, es decir, en forma de anglicismos puros (aunque es posible también encontrar algunas en forma de calcos), como por ejemplo, *The Great Gatsby*, *Avengers: Age of Ultron*, *Django Unchained*, o series como *Game of Thrones*, *Grey's*

Anatomy, The Misteries of Laura, etc. En el grupo de los préstamos puros también aparecen términos conocidos en general bajo su nombre original como canales de televisión *HBO, Discovery, Eurosport, National Geographic*, nombres de redes sociales *Facebook, Twitter, Instagram, Youtube* y términos que pueden aparecer como anglicismos puros (pero también en forma de calcos), como programas televisivos *MasterChef, MasterChef Junior, Big Brother*, nombres de premios como *Emmy Awards, Oscars*, etc.

En este grupo, en pocas ocasiones, aparecen también los términos relacionados con el mundo de la música. Estos términos no se adaptan a la lengua española, sino que se utilizan en su forma original. Se trata de palabras como *heavy, heavy metal, pop, rock and roll, hip hop, grunge, funk*, etc.

Dado que la mayoría de los préstamos en nuestro corpus pertenece al grupo de los anglicismos puros, vamos a mencionar algunos de ellos. Se trata de préstamos como: *adware, APP, back, back to basics, blog, bluetooth, booking, boom, buffering, cargo bike, casting, catering, chip, coach, cool, cover, cyber, cyberbullying, dial, drone, e-mail, emoji, fast track, flash, flashback, flashforward, food truck, footing, freak, gadget, gag, gif, GPS, HD, hacker, hedge fund, hifi, hippy, hi-tech, holding, home, kayak, kit, like, link, malware, microblogging, midseason, movie, multitasking, network, newsfeed, newsletter, off, offline, OLED, online, pack, PC, pick-up, pin, pit lane, player, post, post-it, prime time, rally, RAM, reality, remake, revival, sandwich, scroll, SD, selfie, SHELL, shock, showrunner, sitcom, spam, spin-off, spoiler, stand, tablet, tax ruling, think-tank, thriller, ticket, upcycling, USB, VGA, videoselfie, wereable, wifi, zoom*, etc.

Los préstamos parcial y completamente asimilados representan un 15% de los anglicismos encontrados en *El País*. Estos préstamos tienen que incorporarse de alguna manera a la lengua española, o sea, tienen que pasar por algunas adaptaciones, pero en general por adaptaciones fónicas y ortográficas. Podemos enumerar algunos de los anglicismos que pertenecen a este grupo. Se trata de términos como *chatear, chequear, club, comité, dólar, dron, emoticono, estándar, estrés, gánster, hackear, hábitat, interfaz, láser, líder, pimpón, píxel, ránking, récord, selfi, tableta, tatuador, tráiler, tuit, tuitear, vídeo, wasap, waterpolo, wéstern, yonqui, zombi*.

Los calcos ocupan un 8% de los anglicismos encontrados en *El País*. Entre ellos se hallan equivalentes españoles de algunos de los términos que ya hemos comentado en el grupo de los anglicismos puros. Se trata de los calcos de las películas y series previamente mencionadas que vamos a enumerar en orden de aparición: las películas *El Gran Gatsby, Vengadores: La era de Ultrón* y *Django Desencadenado*, las series *Juego de Tronos*,

Anatomía de Grey y *Los Misterios de Laura*. También hemos mencionado los programas televisivos, pero solamente se ha encontrado el calco *Gran Hermano* para *Big Brother* y de los premios *Premios Emmy* para *Emmy Awards*. Además, se han encontrado calcos de series y películas que no hemos mencionado, como por ejemplo: *El libro de la vida* (*The Book of Life*) *Insomnio* (*Insomnia*), *Invasión* (*The Invasion*), *Héroes* (*Heroes*), *Eres lo peor* (*You're the Worst*), *Mentes Criminales* (*Criminal Minds*), etc.

No obstante, se ha notado que en otros casos los autores utilizaban solamente la versión española, o sea, el calco de algunos términos, como por ejemplo, el premio *Globo de Oro* para *Golden Globe*, *alfombra roja* para *red carpet*, términos informáticos como *nube* en vez del inglés *cloud*, *red* en vez de *net*, *disco duro* en vez de *hard disc*, etc. En este caso podemos concluir solamente que se trata de las preferencias personales de los autores en un momento determinado.

Hasta ahora hemos mencionado los calcos léxicos; sin embargo, hay que mencionar también los calcos semánticos. Se trata de los préstamos semánticos en los que se presta el significado de otra lengua sin crear una palabra nueva. Como ejemplo tenemos la palabra *ratón* que, según el *DRAE* (2001), antes significaba ‘mamífero roedor de pequeño tamaño, de hocico puntiagudo y cola larga, de pelaje generalmente gris, muy fecundo y que habita en las casas’, ahora también tiene el significado de ‘pequeño aparato manual conectado a una computadora, cuya función es mover el cursor en la pantalla para dar órdenes’.

Los términos híbridos forman el último grupo, con solamente 2% del número total de los anglicismos encontrados en *El País*. En nuestro corpus aparecen algunos términos en forma de híbridos pero en algunos casos también en forma de anglicismos puros, como por ejemplo, el híbrido *página web*, refiriéndose a “la red informática”, que está compuesto de dos morfemas independientes, uno de ellos tomado de la lengua inglesa (*web*); sin embargo, en los artículos también aparece la forma *web*, o sea el anglicismo puro, con el mismo significado. Otros híbridos provienen principalmente del campo económico y son los siguientes: *agencias de rating*, *proyectos offshore*, *tarjetas black* y *aplicaciones web*.

Hay que mencionar que los anglicismos que aparecen en las tres secciones no pertenecen necesariamente al ámbito en el que se encontraron. De acuerdo con eso, no todos los anglicismos encontrados en la sección de *Economía* provienen justamente de esa área, por ejemplo, los términos *cargo bike*, *fast track*, *food truck*, *pit lane*, *sándwich*, *upcycling* vienen del campo de deporte y de tráfico, pero también de la vida cotidiana. Asimismo, algunos de los anglicismos encontrados en la sección de *Tecnología* provienen del campo económico, como por ejemplo, *líder*, *ranking*, *ránking*, *start-up*, pero también de otros, como *cool*,

grunge, hippy, heavy metal, tráiler, etc. Sin embargo, como en el mundo de la televisión existen diferentes tipos de lenguajes dependiendo del tipo de programa, así la sección de *Televisión* abunda en anglicismos pertenecientes a diferentes áreas. Se trata de términos como *blog, cyber, cyberbullying, Internet, online* o *web* propios del campo técnico, o más específicamente, del campo informático, u otros como *kayak, pimpón, rally* y *waterpolo* que provienen del campo deportivo, etc. Los términos económicos, sin embargo, no se han encontrado en esta sección.

9.2.2. Adaptación fonética y gráfica de los anglicismos

Como ya sabemos, los extranjerismos que entran en la lengua española pueden adaptarse mediante la adaptación fonética, ortográfica, semántica y morfológica. Sin embargo, durante nuestra investigación hemos encontrado anglicismos que se han adaptado gráfica, fonética y morfológicamente al español, pero no semánticamente.

Hemos consultado el *Diccionario de la Real Academia Española* (2001), el *Diccionario Panhispánico de Dudas* (2005) y la *Ortografía de la lengua española* (2010) disponibles en la red y también algunas publicaciones relacionadas con este tema con el fin de comprobar de qué manera se han adaptado ciertos anglicismos al español. En la parte teórica hemos mencionado que los anglicismos pueden adaptarse a la lengua española mediante la asimilación fonética. Según Domínguez Mejías (2001), este tipo de adaptación supone el cambio de fonemas y la utilización de las tildes, es decir, la acentuación. La tilde en este caso puede caer en la vocal tónica de la lengua de partida pero también en otras. En nuestro corpus hemos encontrado algunos anglicismos que al entrar en español reciben solamente una tilde. En el área económica ha aparecido solo un ejemplo de este tipo, la palabra *récord* del inglés *record*. En otros dos campos han surgido los siguientes ejemplos: *ránking* del inglés *ranking* aunque en nuestro corpus se han encontrado las dos versiones de este anglicismo, *tráiler* (*trailer*), *píxel* (*pixel*), *wéstern* (*western*), *vídeo* (*video*) y *hábitat* (*habitat*). Como puede observarse, en todos los ejemplos la tilde ha caído en la vocal tónica de la lengua de partida.

La adaptación fonética no implica solamente la utilización de la tilde sino también el cambio de los fonemas, o sea, la sustitución fonética, y la pronunciación ortográfica. Ya sabemos que la sustitución fonética consiste en escribir las palabras tal y como se leen en la lengua fuente. Por otra parte, la pronunciación ortográfica implica la lectura, o la pronunciación, de los vocablos tal y como se escriben. En cuanto a la sustitución fonética, en nuestro corpus hemos encontrado algunas palabras que en español se escriben tal como se

pronuncian en inglés. Por ejemplo, en la sección económica aparecen los anglicismos *dólar* (*dollar*), *líder* (*leader*), *estrés* (*stress*), *sandwich* en este caso sin tilde aunque normalmente se escribe *sándwich* y se pronuncia [sánduich o sánguich]. En otras dos secciones también aparecen algunos ejemplos de sustitución fonética, como *tuit* (*tweet*) o *selfi* (*selfie*), etc. Además, hay casos de palabras que no cambian la grafía o la pronunciación, es decir, se escriben y pronuncian de la misma manera que en inglés. En la sección económica estas palabras son *boom*, *pack*, *shock* y *web* que además aparece en todas las secciones, *blog*, *chip*, *fan*, *kit*, *pack*, *PIN* y *post* en la sección tecnológica, y en la televisiva los términos *link*, *off* y *pop*. Dado que se trata de palabras monosílabas su pronunciación resulta bastante fácil por lo que probablemente no había necesidad de adaptarlas.

En lo relativo a la adaptación gráfica, ya sabemos que los sistemas gráficos español e inglés difieren en gran medida. Cuando los anglicismos entran en la lengua española, se trata de adaptar su grafía al sistema gráfico español. Este proceso es necesario porque ciertas combinaciones de letras en inglés resultan difíciles o aún imposibles de pronunciar para los hispanohablantes. Por consiguiente, al entrar en español se simplifican las consonantes geminadas inglesas. Esto se refiere a los dígrafos *ll* y *nn* que en algunas ocasiones se simplifican a *l* y *n*. En *El País* hemos encontrado solamente dos ejemplos, *dólar* adaptado del anglicismo *dollar* que aparece en la sección económica y *fútbol* del inglés *football* que hemos encontrado en el ámbito de televisión.

Se conservan los dígrafos ingleses *ck*, *sh* y *th* lo que se puede notar en los ejemplos como *pack*, *pick-up*, *SHELL*, *shock* y *think-tank* encontrados en la sección de *Economía*; *back*, *stock*, *tracking*, *flash* y *share* que aparecen en la sección tecnológica y *flashback*, *flashforward*, *rock and roll*, *slapstick*, *share* y *thriller* en la sección de *Televisión*.

Asimismo se conservan algunas consonantes en la posición final que no existen en español. Se trata de la terminación *-ing* como se muestra en los siguientes ejemplos: *holding*, *microblogging*, *ranking*, *streaming*, *tax ruling* y *upcycling* encontrados en la sección económica; *booking*, *buffering*, *catering*, *code switching*, *multitasking*, *networking*, *ranking/ránking* y *tracking* hallados en la sección tecnológica y *casting*, *cyberbullying* y *footing* en la sección televisiva. No obstante, la *Ortografía* (2010) y el *DRAE* (2001) proponen que estos anglicismos se escriban omitiendo la *-g* final. Así, por ejemplo, para el término *ranking* el *DRAE* (2001) sugiere que se escriba *ranquin*, para *catering* ofrece la versión *cáterin*, para *casting* propone la versión *castin*, etc. Sin embargo, en nuestro corpus, en la sección económica, hemos encontrado solamente un anglicismo de este tipo, la palabra *mitin* que se ha adaptado de *meeting*.

Además, se conservan las consonantes *-b*, *-g*, *-p*, *-t* y *-x* en posición final que no existen en español, como en los siguientes ejemplos *pick-up*, aunque el *DRAE* (2001) sugiere la escritura *picop*, *pit lane*, *web* y *tax rulings* encontrados en la sección económica; *club*, *blog*, *gag* e *hip hop* en la sección de *Televisión* y *chip* encontrado en la sección tecnológica.

Se conservan también las combinaciones de consonantes *LD*, *LF*, *KT*, *NS*, *PH*, *PT*, *RT* y *TS* que no existen en español. Hemos encontrado los ejemplos *holding* e *Instagram* en la sección económica, aunque el anglicismo *Instagram* se repite en todas las secciones, y *selfi/selfie*, *gánster* y *sensor* en la sección tecnológica.

En el grupo vocálico también ocurren algunos cambios. Se simplifican las vocales geminadas inglesas *EE* y *OO*. En la sección económica aparece el anglicismo *mitin* que se ha adaptado de *meeting* y en la sección de televisión la palabra *football* llega a ser *fútbol*. En el último ejemplo se puede ver también la conversión de la vocal *A* en *O*, o sea, *football* > *fútbol*.

Se han encontrado solo 2 ejemplos de la prótesis o adición de la vocal *E-* inicial a anglicismos que empiezan por *S-*, uno en la sección económica *stress* > *estrés*, y otro en la sección tecnológica *standard* > *estándar*.

En cuanto a la paragoge o adición de la vocal *-E* final a algunas palabras que acaban en consonante, hemos encontrado solamente un ejemplo en la sección de *Televisión*, se trata del mismo ejemplo que hemos mencionado en la parte teórica *film* > *filme*; sin embargo, este anglicismo se emplea mucho más en su forma pura, es decir *film*, o se utiliza la palabra española *película*.

Domínguez Mejías (2002) sostiene que la RAE admite la utilización de los guiones en la adaptación gráfica. Este hecho lo podemos observar en un ejemplo encontrado en la sección de *Televisión*, se trata del título de la serie *Kung-Fu* que se ha adaptado añadiendo solamente un guion (en inglés *kung fu*). Sin embargo, este ejemplo ha aparecido solo una vez en esta forma, o sea, con guion, mientras que en el resto de los casos se ha encontrado en su versión pura.

Este análisis ha demostrado que al entrar en español, algunos anglicismos se adaptan fonética o gráficamente, sin embargo, la mayoría se queda en su forma original como hemos visto en la sección sobre la frecuencia de anglicismos. También hemos notado que en ciertos casos los autores de los artículos de *El País* utilizaban dos variantes del mismo anglicismo, o sea, la versión adaptada y la versión pura a pesar de las recomendaciones de la *Ortografía* (2010) y el *DRAE* (2001) que las palabras extranjeras deberían adaptarse si existe un equivalente.

Hay que señalar también que, aunque se hayan encontrado algunos anglicismos adaptados en el área económica, los artículos de esta sección abundan principalmente en anglicismos puros indicando al hecho de que sus autores no muestran el deseo de utilizar los equivalentes españoles.

9.2.3. Categorías gramaticales

Antes de pasar a la asimilación morfológica, es importante analizar la distribución de las categorías gramaticales en nuestro corpus. Por lo tanto, en el siguiente gráfico vamos a ver cómo se han distribuido los anglicismos en las tres secciones de *El País* según las categorías gramaticales.

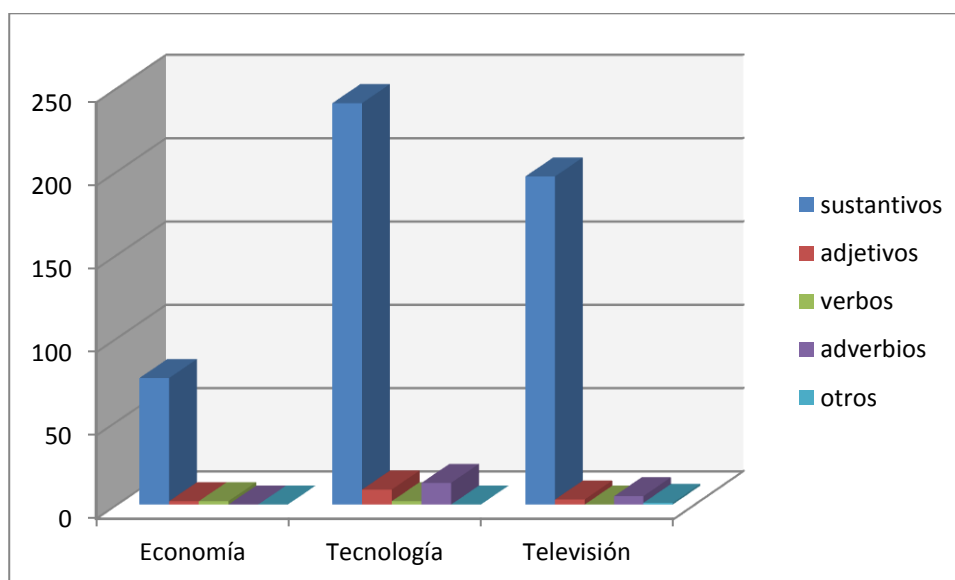


Gráfico 3 La distribución de los anglicismos en *El País* según las categorías gramaticales

Se puede ver en el Gráfico 3 que los anglicismos más frecuentes en las tres secciones de *El País* son sustantivos, o sea, un total de 94%, mientras que los adjetivos, verbos y adverbios aparecen en una cantidad mucho menor. Sin embargo, en este grupo también hemos incluido los casos de sintagmas nominales ya que es el sustantivo que forma su núcleo. Se trata de los ejemplos como: *alfombra roja*, *correo electrónico*, *disco duro*, *página web*, *prime time*, *TV movie*, etc. Los adjetivos forman el segundo grupo en el gráfico aunque ocupan solamente un 2% de todos los anglicismos en nuestro corpus. Puesto que se han encontrado en una cantidad muy baja, podemos enumerarlos todos. Se trata de los siguientes términos: *offshore* y *black* encontrados en la sección económica, *bluetooth*, *cool*, *wearable*, *start-up* y *freemium* encontrados en la sección tecnológica y finalmente *cyber* y *slapstick* hallados en la

sección de *Televisión*. Los verbos forman el tercer grupo en el gráfico aunque representan solo 1% de todos los anglicismos hallados en las secciones, o sea, se ha encontrado un total de solamente cuatro verbos y son los siguientes: *tuitear* y *chequear* hallados en la sección de *Economía* y *chatear* y *hackear* en la sección tecnológica. Como podemos ver, los verbos se han adaptado principalmente mediante la sufijación y en el caso de *tuitear* también mediante la sustitución fonética (*tweet*). Los adverbios ocupan un 3% de todos los anglicismos encontrados en el corpus, aunque se trata de solamente tres ejemplos que se repiten a través de los artículos: *back*, *offline* y *online*. En cuanto al último grupo, o sea, las otras categorías gramaticales, se ha encontrado solamente un modismo *back to basics* que no hemos podido incluir en ninguna otra categoría.

Hay que mencionar también las dificultades que hemos tenido al clasificar los anglicismos. Primero, algunas palabras han aparecido en singular y en plural por lo que no sabíamos cómo clasificarlas, es decir, si clasificarlas dos veces, tanto en singular como en plural, o solo una vez. No obstante, hemos decidido enumerarlas solamente una vez, en singular, dado que se trata de la misma palabra. También, algunas palabras pueden tener más de una función, o sea, pueden funcionar, como por ejemplo, adjetivos y adverbios por lo que a veces resulta difícil clasificarlas según categorías. Por ejemplo, la palabra *offshore* puede funcionar como adjetivo y como adverbio, pero en nuestro corpus aparece como un adjetivo “*proyectos offshore*”. De igual manera el término *wearable* normalmente funciona como un adjetivo, pero nosotros lo hemos encontrado en función de sustantivo *los wearables*. Sin embargo, no es difícil de determinar la categoría cuando se trata de solamente un ejemplo, sino cuando tenemos una palabra que aparece más de una vez y en diferentes funciones. En nuestro corpus esto ocurre con los anglicismos que designan tipos de música *heavy*, *hip-hop* y *pop* que a veces aparecen como sustantivos *el heavy*, *el hip-hop*, *el pop* y a veces como adjetivos *música heavy*, *hip-hop*, *pop*, pero los hemos clasificado como sustantivos porque en la mayoría de los casos aparecen justamente como sustantivos.

Ya hemos establecido que en las tres secciones de *El País* se prestan mayoritariamente los sustantivos y después los adverbios, mientras que los adjetivos y los verbos se toman en una cantidad insignificante. Por lo tanto, se ha confirmado parcialmente nuestra tercera hipótesis sobre las categorías gramaticales. Es decir, hemos verificado que, tanto en la sección económica como en otras dos, el número de sustantivos es mucho mayor que el de otras categorías; sin embargo, el número de los adverbios en todas las secciones juntas sobrepasa el de los adjetivos y los verbos. Por consiguiente, podemos concluir que se prestan mayoritariamente sustantivos y adverbios.

9.3. Asimilación morfológica –género y número

En este capítulo nos centraremos en los cambios morfológicos que ocurren al entrar los anglicismos en la lengua española. Dado que ya hemos establecido que el mayor número de los anglicismos encontrados en las tres secciones de *El País* pertenece a los sustantivos, ahora vamos a ver cómo obtienen el género y número.

A los anglicismos que entren en la lengua española se les asigna el género masculino o femenino. Con el fin de verificar este hecho, hemos consultado el *DRAE* (2001), el *Diccionario Panhispánico de Dudas* (2005) y el Banco de Neologismos del Centro Virtual Cervantes. Se ha mostrado que, tanto en la sección económica como en otras dos, los sustantivos de origen inglés se adaptan mayoritariamente como sustantivos masculinos.

En el campo económico se han encontrado los siguientes ejemplos (aunque no todos pertenecen a este ámbito) que han sido marcados como sustantivos masculinos en el *DRAE* (2001), el *DPD* (2005) y el Banco de Neologismos del Centro Virtual Cervantes: *boom, cargo bike, commodity, food truck, holding, microblogging, pack, ranking, sandwich, scroll, shock, smartphone, software, streaming, tax rulings, think-tank* y las siglas *ESM* (European Stability Mechanism), *GPS* (Global Positioning System), *TPP* (The Trans-Pacific Partnership) y *TTIP* (The Transatlantic Trade and Investment Partnership). En cuanto a los anglicismos asimilados en esta sección, hemos encontrado los ejemplos *comité, dólar, estrés, panel, récord, tatuador*, y los calcos *correo electrónico, disco duro y pad de control*.

En la sección tecnológica se repiten algunos de los sustantivos marcados como masculinos que acabamos de mencionar por lo que vamos a enumerar aquellos que hemos encontrado solamente en esta sección. Se trata de los siguientes ejemplos: *blog, catering, chip, dial, drone, e-mail, flash, gadget, grunge, hacker, home, kit, lobby, malware, newsfeed, paper, pin, player, PC, post, post-it, selfie, smartwatch, spam, stand, stock, ticket, troll, USB y zoom*. En lo relativo a los anglicismos asimilados, en la sección tecnológica hemos encontrado los ejemplos *dron, emoticono, estándar, gánster, láser, píxel, robot, selfi, sensor, tráiler, tuit, tuitero*, y los calcos *ratón y disco duro externo*.

En la sección de *Televisión* también se repiten algunos de los sustantivos marcados como masculinos que ya hemos mencionado. Por lo tanto, enumeraremos algunos de los anglicismos puros que hemos encontrado solamente en esta sección: *casting, cover, cyber, flashback, footing, funk, gag, hip hop, kayak, rally, revival, share, show, sketch, spin-off, spoiler y thriller*. Además, hemos hallado los siguientes anglicismos asimilados marcados como sustantivos masculinos: *club, pimpón, vídeo, waterpolo, wéstern*. En cuanto a los calcos

en esta sección, hemos encontrado solamente títulos de películas y nombres de programas en forma de sustantivos masculinos y, por consiguiente, no hay necesidad de enumerarlos.

En lo relativo a los anglicismos marcados como sustantivos femeninos, se ha encontrado un número muy pequeño en todas las secciones. Se trata de los términos: *hi-fi*, *interfaz*, *movie*, *network*, *nube*, *red*, *remake*, *tableta* y *web*. Sin embargo, algunos anglicismos hallados en el corpus han sido marcados como sustantivos comunes, como por ejemplo, *coach*, *fan*, *Internet*, *líder*, *scooter*, *yonqui* y *zombi*. Al ver los resultados, podemos concluir que los sustantivos, al entrar en español, mayoritariamente obtienen la forma masculina, tanto en la sección económica como en otras dos.

El proceso de formar los plurales, que ocurre al introducirse los anglicismos en la lengua española, además de ser interesante, presenta un problema. Dado que el inglés no es una lengua románica, su estructura morfológica difiere bastante de la española. Medina López sostiene que los términos ingleses no se adaptan al español de igual modo “por lo que sus plurales son utilizados con cierta irregularidad tal y como se comprueba con frecuencia en la prensa diaria de todo el mundo hispánico” (2004: 77). Lo mismo ocurre con los anglicismos en la sección económica de *El País*, pero también en otras dos.

Muchos de los anglicismos en nuestro corpus se escriben en plural de la misma manera que en el idioma inglés, es decir, sin adaptarse al sistema fonético y morfológico de la lengua española. Algunos de los ejemplos encontrados en la sección económica son los siguientes: *commodities*, *packs*, *rankings*, *shocks*, *smartphones*, *tax rulings*, *think tanks* y *webs*. En la sección tecnológica hemos encontrado más ejemplos: *APPS*, *chips*, *drones*, *e-mails*, *flashes*, *gadgets*, *gifs*, *hackers*, *kits*, *newsfeeds*, *posts*, *smartphones*, *smartwatches*, *spams*, *stands*, *tickets*, *trols*, etc. En la sección de *Televisión* también hemos encontrado algunos ejemplos, como: *gags*, *hackers*, *links*, *movies*, *rallies*, *remakes*, *revivals*, *showrunners*, *teasers*, *thrillers*, etc. Por otra parte, han surgido algunos casos de adaptación morfológica, como por ejemplo: *comités*, *dólares*, *líderes*, *paneles*, *pinos*, *tráileres*, etc.

Además hay casos de anglicismos adaptados fonéticamente al español que reciben solamente el acento, como *récords* o *wésterns*. También aparecen ejemplos del plural cero, o sea, el plural que se marca mediante el artículo. Se trata de ejemplos como: *los bluetooth*, *los post* (pero también *los posts*), *los spin-off* y *los software*. En algunos casos el anglicismo puede aparecer en la versión pura y en la adaptada, como ocurre en la sección de *Tecnología* con los ejemplos *selfies/selfis* y *tablets/tabletas*.

Como ya hemos mencionado, para el análisis morfológico, hemos consultado el *DRAE* (2001), sin embargo, este diccionario no incluye los plurales de los anglicismos por lo que

también hemos utilizado el *Diccionario Panhispánico de Dudas (DPD)*. En este diccionario tampoco hemos podido encontrar los plurales de todos los anglicismos, probablemente porque se trata de la primera versión disponible en Internet desde 2005. No obstante, hemos podido encontrar algunos ejemplos y también algunos consejos útiles en cuanto al uso de los anglicismos.

Ni el *DPD* (2005) ni el *DRAE* (2001) ofrecen el plural del anglicismo *ranking*, sin embargo, el *DPD* (2005) nos propone la utilización de la adaptación gráfica *ranquin* y, en este caso, el uso del plural *ránquines*. Pero, en nuestro corpus, más precisamente, en la sección económica, este anglicismo aparece solo en su versión pura y, según el *DPD* (2005), el plural debería ser *rankings* puesto que los sustantivos terminados en grupo consonántico, procedentes todos de otras lenguas, forman el plural con *-s*. Lo mismo ocurre con las palabras *holding* > *holdings*, *récord* > *réconds* y *wéstern* > *wésterns*. La excepción de esta regla son los anglicismos *test* y *trust* que no cambian su forma en plural sino permanecen invariables, o sea, *los test* y *los trust* porque añadiendo otra *-s* la pronunciación de estas palabras sería difícil. Los diccionarios tampoco proporcionan los plurales de los anglicismos *buffering*, *multitasking* y *streaming* encontrados en la sección tecnológica. No obstante, si aplicamos la misma regla en estos ejemplos, los plurales serán *bufferings*, *multitaskings* y *streamings*.

Los sustantivos terminados en *-d*, *-j*, *-l*, *-n*, *-r*, *-z*, si no van precedidos de otro consonante, forman el plural con *-es* como ocurre con los anglicismos *interfaz* > *interfaces*, *líder* > *líderes*, *pin* > *pinés*, *píxel* > *píxeles*. La excepción de esta regla es el término *catering*. El *DPD* (2005) nos remite a *cáterin* y recomienda que el plural permanezca invariable, o sea, *los cáterin*, por ser una palabra esdrújula.

En cuanto al anglicismo *rally*, el *DPD* (2005) nos remite a *rali* y propone que su plural se escriba con *-s*, o sea, *ralis*, en vez de *rallies* como en inglés. Esto ocurre con todas las palabras extranjeras terminadas en *-y* precedida de consonante. El *DPD* (2005) requiere que se adapten gráficamente al español sustituyendo la *-y* por *-i*. Ni el *DPD* (2005) ni el *DRAE* (2001) ofrecen el plural del anglicismo *reality*; sin embargo, si seguimos la regla que acabamos de mencionar, este anglicismo debería adaptarse gráficamente a *realiti* y, por consiguiente, su plural debe ser *realitis* y no *realities* como en inglés. Sin embargo, en la sección económica hemos encontrado el ejemplo *commodity* cuyo plural, siguiendo esta regla, debería escribirse *commoditis*, pero según el *DPD* (2005) y los ejemplos encontrados en nuestro corpus, su plural permanece como en inglés, *commodities*.

Los diccionarios tampoco ofrecen el plural para el anglicismo *stress*; sin embargo, el *DPD* (2005) propone el uso de su adaptación gráfica *estrés* y el plural *estreses* como para otros sustantivos y adjetivos terminados en *-s* o en *-x*.

Los sustantivos terminados en *-ch* se mantienen invariables en plural o forman el plural añadiendo *-es* como se ha hecho con los ejemplos de nuestro corpus. Se trata de los anglicismos *coach*, *sandwich*, *sketch*, y *smartwatch*. En cuanto al anglicismo *sandwich*, el *DPD* (2005) propone que se utilice su adaptación gráfica *sándwich* y el plural *sándwiches*, o sea, con tilde, dado que se trata de una palabra llana acabada en consonante distinta de *-n* o *-s*. Los diccionarios no ofrecen el plural de otros tres ejemplos; sin embargo, en el corpus se han encontrado ejemplos del plural en *-es*, es decir, *coaches*, *sketches* y *smartwatches*.

Podemos concluir que, en lo respecto al género, la mayoría de los sustantivos procedentes del inglés, encontrados en nuestro corpus, entran en la lengua española como sustantivos masculinos. En cuanto al número, la situación es un poco más complicada ya que muchos de los anglicismos (en nuestro corpus) mantienen el plural como en la lengua inglesa, es decir, sin adaptarse al español, pero hay también casos en los que se siguen las reglas sobre la formación del plural en español. Esta situación ocurre en la sección económica pero también en otras dos; por lo tanto, no hemos podido establecer ninguna diferencia entre las secciones en cuanto a la adaptación de los anglicismos a la lengua española según género y número.

9.4. Aspectos tipográficos

En esta parte de la tesina nos centraremos en la manera en la que están marcados los anglicismos en las tres secciones de *El País*. Esto se refiere principalmente a los anglicismos puros dado que la *Ortografía de la lengua española* (2010) exige que las voces extranjeras estén marcadas con algún tipo de marca gráfica para que puedan ser reconocidas como palabras extranjeras y propone que se marquen con cursiva o entre comillas. Sin embargo, los anglicismos que se han adaptado de alguna forma a la lengua española no tienen que estar marcados con ningún tipo de marca gráfica.

En nuestro corpus los anglicismos están marcados de cuatro maneras, mediante la cursiva, las comillas, mediante las letras en redonda y entre paréntesis. En la mayoría de los casos el anglicismo, si aparece en el título, se escribe entre comillas. La segunda vez que aparezca en el texto, normalmente se escribe en cursiva, mientras que, si aparece alguna vez más, se escribe en redonda porque el autor considera que el lector ya está suficientemente

familiarizado con el término y, por lo tanto, no es necesario marcarlo otra vez. En cuanto a los anglicismos entre paréntesis, esto se produce solamente cuando algún término se quiere aclarar aún más.

Los anglicismos en *El País* también se marcan de varias maneras. Al comparar los aspectos tipográficos en las tres secciones, hemos notado que en la sección económica los anglicismos se escriben principalmente en redonda, en pocas ocasiones en cursiva y solamente un anglicismo aparece escrito entre comillas. Este es el caso porque los lectores de los temas económicos están generalmente familiarizados con los términos económicos, muchos de los cuales, como ya sabemos, provienen de la lengua inglesa y, dado que se repiten constantemente a través de los artículos, no necesitan una marca especial.

En cuanto a la sección tecnológica, el número más grande de anglicismos puros se escribe en cursiva, luego en redonda, mientras que un pequeño número se pone entre comillas y solamente uno aparece entre paréntesis y en cursiva como explicación de otro término inglés que podría resultar desconocido para algunos lectores. Se trata del término *malware* que explica el concepto de *software malicioso*.

En la sección de *Televisión* la mayoría de los anglicismos se escribe en cursiva, entonces en redonda, y al final entre comillas.

Hemos notado que los periodistas en nuestro corpus no siguen las reglas de la *Ortografía de la lengua española* en cuanto al modo de la escritura de las palabras que provienen del idioma inglés. A veces una palabra, que se menciona solo una vez, se escribe de una manera en un artículo, mientras que en el otro se escribe de otra manera. Sin embargo, cuando hablamos de los anglicismos en un solo artículo, es normal que aparezcan por primera vez en cursiva y otras veces en redonda, mientras si se encuentran en el título, se entrecomillan. Uno de tales ejemplos encontrados en la sección de *Economía* es el anglicismo *software* que aparece entre comillas en el título del artículo y la primera vez que se menciona en el texto aparece en cursiva, mientras que la segunda vez se escribe en redonda. Sin embargo, este mismo ejemplo en otros artículos de la misma sección, en la mayoría de los casos, aparece en redonda aunque debería estar escrito en cursiva. No hemos podido encontrar la razón de esto y, por lo tanto, solamente podemos suponer que se trata de las preferencias personales de los periodistas.

Además, algunos anglicismos siempre se escriben en redonda dado que se trata de conceptos generalmente conocidos, como *Internet*, *fan* y *web*; los canales de televisión *Discovery*, *Eurosport*, *HBO* y *National Geographic*; plataformas de Internet *Facebook*,

Instagram, Twitter y YouTube y al final siglas y acrónimos *GPS, HD, OLED, OTA, RAM, SD, USB y VGA*.

Hemos señalado al principio que los aspectos tipográficos se refieren principalmente a los anglicismos puros, mientras que los anglicismos adaptados no tienen que estar marcados de ninguna manera. Sin embargo, hemos hallado algunas excepciones en la sección de *Tecnología* y en la de *Televisión*, pero no en la sección económica. Es decir, algunos términos adaptados aparecen escritos en cursiva o entre comillas en la sección de *Tecnología* y en la de *Televisión* mientras que el campo económico respeta las reglas tipográficas de la *Ortografía de la lengua española* en este aspecto.

En las primeras dos secciones aparecen en cursiva los siguientes ejemplos: *gamificación, hackeado, selfi, tráiler*, mientras que entre comillas aparecen *generación wasap, récords* y otra vez *selfi*. En cuanto a los calcos, el anglicismo *nube* (del inglés *cloud*) se escribe varias veces en cursiva y una vez entre comillas. En cursiva se escriben también los títulos de algunas películas y series como: *El código Da Vinci, El Gran Gatsby, Juego de Tronos, Anatomía de Grey*, etc. Asimismo, el programa televisivo *Gran Hermano* en la mayoría de los casos aparece escrito en cursiva probablemente porque se trata de un programa conocido generalmente bajo su nombre original –*Big Brother*– y el periodista quiere que los lectores identifiquen el calco con su versión pura o tal vez quiere que se sepa que se trata de un extranjerismo.

Comparando los aspectos tipográficos de las tres secciones, se ve que en la sección económica los anglicismos se ponen mucho menos en cursiva o entre comillas que en otras dos secciones. Por lo tanto, se puede decir que en la sección de *Tecnología* y en la de *Televisión* se respetan las reglas de la *Ortografía de la lengua española* mucho más que en la de *Economía* salvo cuando hablamos de anglicismos adaptados donde esta zona sigue las reglas ortográficas del español por completo. Sin embargo, dado que los anglicismos puros en esta sección se escriben mayoritariamente en redonda, no podemos esperar que los anglicismos adaptados se marquen de forma especial. Tampoco debemos ignorar el hecho de que en el ámbito económico aparece el menor número de anglicismos, y por lo tanto, no podemos saber si habría alguna diferencia si se hubieran encontrado más palabras de procedencia inglesa.

9.5. Uso de anglicismos

Nuestro análisis del corpus ha mostrado que algunos de los anglicismos, utilizados por los autores de los artículos, tienen por lo menos un equivalente en español, o sea, un sinónimo. Pero, hay también aquellos que no se pueden sustituir puesto que no existen sustituciones adecuadas. Con el fin de comprobar qué anglicismos pueden ser reemplazados por sus equivalentes españoles, hemos consultado el *DRAE* (2001) y el *DPD* (2005) dado que el primero no reconoce algunas palabras inglesas.

En la sección económica muchos de los anglicismos no se hallan en ninguno de los diccionarios previamente mencionados, como por ejemplo: *cargo bike*, *fast track*, *food truck*, *hedge fund*, *pit lane*, *scroll*, *streaming*, *tatuador*, *tax ruling*, *think-tank*, *upcycling*, etc. Algunos de estos vocablos no se pueden sustituir con un equivalente español y por consiguiente, su uso se considera necesario. No obstante, algunos anglicismos están incluidos en el *DRAE* (2001) como *boom*, *comité*, *GPS*, *Internet*, *líder*, *software* o *web*, sin embargo, solamente unos pocos se encuentran en el diccionario sin que se haya ofrecido un equivalente español para ellos. Se trata de los vocablos: *estrés*, *Internet* que se ha hallado también en otras dos secciones, *tableta* (del inglés *tablet* – dispositivo electrónico portátil) y *tuítear* (del inglés *tweet*). En cuanto a otras voces inglesas en esta sección, los diccionarios ofrecen por lo menos un equivalente para todas ellas. Por ejemplo, el término *commodities* puede ser sustituido por *productos básicos/mercancías/bienes de consumo*, *software* por *programas informáticos* o *aplicaciones informáticas*, *comité* por *comisión*, *chequear* por *revisar/comprobar/examinar*, etc. A veces el *DPD* (2005) no ofrece una explicación del término inglés sino que nos remite a otro término recomendado por la RAE. Esto ocurre con las siguientes palabras: *holding* donde el *DPD* (2005) nos remite a *grupo*, *pack* > *lote/paquete/envase*, *pick-up* > *picop*, *ranking* > *ranquin*, *shock* > *choque*, etc.

Una situación similar se produce en la sección tecnológica. Aquí también se ha encontrado un gran número de anglicismos que no están incluidos en el *DRAE* (2001) ni el *DPD* (2005), como *APP*, *bluetooth*, *booking*, *buffering*, *cool*, *gadget*, *gif*, *HD*, *home*, *malware*, *multitasking*, *newsfeed*, *post*, *RAM*, *smartwatch*, *start-up*, *streaming*, *wearable*, etc. Ya que la mayoría de los términos mencionados pertenece al área de la informática y, posteriormente, al campo tecnológico, es fácil de comprender por qué muchos de ellos no tienen una sustitución adecuada en español. Como ya hemos indicado en la parte teórica, el campo de la tecnología evoluciona rápidamente y, por lo tanto, es muy difícil mantener el ritmo con todos los nuevos términos que emergen a diario. Por otra parte, algunos términos

como *dial*, *emoticono*, *píxel*, *tableta*, *tuit* o *wifi* sí están incluidos en el *DRAE* (2001), sin embargo, no se ofrece ninguna sustitución para ellos lo que significa que estos anglicismos son necesarios. No obstante, los diccionarios proponen por lo menos un equivalente para algunos de los términos encontrados en esta sección. Así, por ejemplo, la palabra *e-mail* puede ser sustituida por *correo electrónico*, *kit* por *estuche*, *lobby* por *vestíbulo*, *pack* por *lote*, *paquete* o *envase*, *spam* por *correo basura*, etc. A veces el *DPD* (2005) nos remite a otros términos, como por ejemplo, nos recomienda el empleo de *bum* en vez de *boom*, *cáterin* en vez de *catering*, *en línea* en vez de *on-line*, *pirata informático* en vez de *hacker*, *pósit* en vez de *post-it*, *scúter* en vez de *scooter*, *zum* en vez de *zoom*, etc.

En la sección de *Televisión* también hay varios términos que no están incluidos en los diccionarios, como *cover*, *cyberbullying*, *freak*, *movie*, *multichannel*, *reboot*, *showrunner*, *sitcom*, *spoiler*, *stand-up*, *teaser*, etc. Algunos de los vocablos mencionados no tienen sustitución adecuada en español y, por lo tanto, son necesarios. Sin embargo, en el *DRAE* (2001) se han incluido solamente unos pocos anglicismos en su forma original y, por consiguiente, se consideran como adaptados a la lengua española. Se trata de los siguientes términos: *gag*, *kayak*, *reality* y *sketch*. No obstante, para algunas palabras inglesas el *DPD* (2005) sugiere posibles equivalentes españoles. Por ejemplo, el término *fan* puede ser sustituido por *admirador* o *seguidor*, *prime time* debe sustituirse por *horario de máxima audiencia* u *horario estelar*, el anglicismo *link* puede ser sustituido por *enlace* o *vínculo*, *remake* por *nueva versión* o *adaptación*, *show* por *espectáculo*, *thriller* por *película de suspense*, etc. Del mismo modo, el *DPD* (2005) nos sugiere que no empleamos algunos anglicismos puros por lo que nos remite a otros términos adaptados. Este es el caso con el anglicismo *casting* donde el diccionario nos remite a *castin*, o *share* donde nos remite a *cuota de audiencia*, etc.

Hemos llegado a la conclusión que en la sección económica, de igual forma que en otras dos secciones, hay términos que no pueden ser sustituidos por un equivalente español ya que no existe ninguno. Sin embargo, hemos visto que para muchos anglicismos existen sustituciones adecuadas en la lengua española. Además, consideramos que todos los vocablos enumerados, con la excepción de los que están incluidos en los diccionarios pero para los que no existe un equivalente, son innecesarios. Por lo tanto, se ha refutado nuestra última hipótesis de que los periodistas en las tres secciones de *El País* utilizan los términos ingleses por falta de equivalentes españoles, o sea, los utilizan incluso cuando existen sustituciones adecuadas. Sin embargo, en el ámbito económico, la mayoría de los anglicismos se utiliza por falta de términos españoles para los conceptos innovadores. Solamente una pequeña parte de los

vocablos ingleses en esta sección se emplea aunque existen equivalentes españoles, pero, como ya hemos mencionado varias veces, esto sucede porque los lectores de los artículos económicos están bien familiarizados con la terminología que se produce muy a menudo en el idioma inglés y que además se repite a través de los artículos. Por lo tanto, no hay necesidad de emplear o crear nuevos conceptos en la lengua española.

Como hemos podido ver, la influencia de la lengua inglesa en el ámbito económico es bastante fuerte. Aunque no hemos encontrado muchas palabras de procedencia inglesa, hemos podido concluir que los autores de los artículos utilizan los anglicismos en este campo incluso cuando existen sustituciones adecuadas en español. Sin embargo, para poder comprender mejor la influencia de la lengua inglesa en el discurso económico de la lengua española, proponemos que las posibles futuras investigaciones amplíen el corpus para que los resultados tengan aún más credibilidad.

10. Conclusión

Esta tesina ha servido para ver la influencia inglesa en el discurso económico de la lengua española. Hoy en día el influjo del mundo anglosajón es muy fuerte en muchas áreas de la vida cotidiana, pero también en diversas zonas profesionales como es el caso con el ámbito de la economía. El inglés constantemente crea términos para conceptos nuevos en la zona económica mientras que otras lenguas los prestan. Lo mismo ocurre en la lengua española.

La tesina está dividida en dos partes. La primera, es decir, la parte teórica presenta diversas definiciones y clasificaciones del término *anglicismo* según varios autores. Asimismo, se describen las etapas por las que los anglicismos tienen que pasar para adaptarse al español. Se trata de las adaptaciones fonética, gráfica, morfológica y semántica, aunque la última se ha introducido solamente para ampliar la información. Además, se describen las características básicas del lenguaje económico y, finalmente, la incorporación de los anglicismos al *DRAE* (2001) y las recomendaciones acerca de ellos.

La segunda, o sea, la parte más importante de esta tesina implica la investigación de las voces inglesas en el discurso económico del español. Esto se ha logrado mediante la búsqueda y el análisis de los anglicismos en la sección económica del periódico *El País* y la comparación de su uso con aquel de los términos ingleses encontrados en la sección de *Tecnología* y de *Televisión*.

Nuestra suposición inicial, que dentro del periódico *El País* había anglicismos, se ha confirmado al comienzo de la investigación dado que se ha encontrado una gran cantidad de vocablos ingleses. Se ha confirmado también nuestra segunda suposición, es decir, los anglicismos se han encontrado más frecuentemente en la sección tecnológica como hemos esperado. Esto sucede porque los conceptos nuevos en este ámbito, pertenecientes a la lengua inglesa, se crean muy rápidamente y, por lo tanto, resulta difícil de crear nuevos vocablos en la lengua española con tanta rapidez. Sin embargo, el menor número de anglicismos se ha encontrado en la sección económica. Consideramos que esto sucede porque en este ámbito han aparecido muchos artículos que no estaban enteramente asociados con este campo, por lo cual carecían de anglicismos, especialmente los económicos.

Además, hemos visto que la gran mayoría de las palabras inglesas encontradas en las tres secciones de *El País* son anglicismos puros, o sea, un 75% de todas las palabras de origen inglés. También se ha encontrado un 15% de anglicismos parcial y completamente asimilados, un 8% de calcos y solamente un 2% de híbridos. Como hemos podido ver, en la

sección económica han prevalecido los anglicismos puros indicando que los autores carecen del deseo de utilizar los equivalentes españoles en ocasiones en que haya alguno.

Por otra parte, en el ámbito económico se prestan mayoritariamente los sustantivos, adjetivos y verbos, mientras que en otras dos secciones prevalecen los sustantivos y luego adverbios. Así se ha confirmado solo en parte nuestra tercera hipótesis dado que hemos supuesto que los sustantivos, adjetivos y verbos se prestan con mayor frecuencia en todos los tres campos. También hemos llegado a la conclusión de que en todos los tres ámbitos la mayoría de estos sustantivos al entrar en español obtiene el género masculino. Asimismo, los sustantivos en todas las secciones frecuentemente conservan la forma inglesa del plural. Consecuentemente, hemos podido mostrar la diferencia entre las secciones solamente en cuanto al tipo de palabras que se presta mayoritariamente, pero no en cuanto al género y número que estas palabras obtienen.

Con respecto a los aspectos tipográficos, en el campo económico los anglicismos se ponen mucho menos en cursiva o entre comillas, salvo cuando hablamos de la categoría de los anglicismos adaptados en la que esta sección sigue las reglas ortográficas del español por completo. No obstante, hemos concluido que otras dos zonas respetan las reglas de la *Ortografía* mucho más que el campo económico.

Nuestra última hipótesis de que los autores utilizan los anglicismos por falta de equivalentes españoles se ha refutado dado que los utilizan aun cuando existen equivalentes españoles. Como ya sabemos, la mayoría de los lectores de la sección económica conoce muy bien la terminología, incluso aquella que se toma del inglés, por lo que, aunque posible, no es necesario utilizar los equivalentes españoles o crear términos nuevos.

Al final podemos concluir que la lengua inglesa afecta tanto al discurso económico del español, como al de la tecnología y de la televisión. Sin embargo, su impacto podría ser reducido simplemente acelerando el proceso de la acuñación de nuevas palabras en español.

Cabe destacar que los resultados de esta investigación no son aplicables en forma general dado que el estudio se realizó en una muestra relativamente pequeña. Por lo tanto, los posibles futuros estudios deberían ampliar el corpus con el fin de obtener una mejor comprensión del impacto de la lengua inglesa en el discurso económico español.

11. Bibliografía

AGUILAR, C. (1992). *El español a través de los tiempos*. Madrid: Arco/Libros, S.A.

ÁLVAREZ GARCÍA, C. (2011). “Estudio del lenguaje de especialidad económico: el lenguaje del comercio internacional”. *Entreculturas*, No. 3. URL: <http://www.entreculturas.uma.es/n3pdf/articulo15.pdf> (01.08.2015.)

ALEGEO, J., ACEVEDO BUTCHER, C. (2013). *The Origins and Development of the English Language*. Boston: Wadsworth, Cengage Learning.

ÁLVAREZ, I. (2001). “Anglicismos semánticos en el español peninsular actual”. *Español Actual: Revista de español vivo*, No. 76, pp. 49-60. URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=6610f20e-ea9a-45e6-b4d0-cc611ef95bd0%40sessionmgr120&hid=118> (26.08.2015.)

BERGLUND, M. (2008). *¿Mailing, por necesidad o por lujo? Un estudio sobre anglicismos en la prensa española*. Högskolan Skövde, Institutionen för kommunikation och information Spanska. Handledare: David Mighetto, fil.dr. URL: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:133317/FULLTEXT01.pdf>

CAMPBELL, L. (1999). *Historical Linguistics: An Introduction*. Cambridge: The MIT Press.

CRISTAL, D. (2003). *English as a Global Language*. New York: Cambridge University Press.

DE LA CRUZ CABANILLAS, I., TEJEDOR MARTÍNEZ, C. (2012). “Email or correo electrónico? Anglicisms in Spanish”. *Revista española de lingüística aplicada*, Vol. Extra 1, pp. 95-118. URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4125136> (22.08.2015.)

DOMÍNGUEZ MEJÍAS, E. (2002). “Los anglicismos en el Diccionario de la RAE (2001)”. *Panacea*, Vol. 3, No. 8. URL: <http://www.medtrad.org/panacea/IndiceGeneral/n8-DominguezMejias.pdf> (13.09.2015.)

- DRLJAČA, B. (2006). "Anglizmi u ekonomskome nazivlju hrvatskoga jezika i standardnojezična norma". *Fluminensia: časopis za filološka istraživanja*, Vol. 18, No. 1, pp. 65-85. URL:
<http://hrcak.srce.hr/6224> (20.08.2015.)
- GILLARANZ, M. (2008). "Franchising, holding, joint venture, pool. Anglicismos en diccionarios generales españoles e italianos. Contraste con el diccionario especializado inglés". *Anuario de Letras Hispánicas: Glosas hispánicas*, Vol. 1, pp. 115-124. URL:
<http://www.journals.unam.mx/index.php/alh/article/view/31796/29361> (20.09.2015.)
- GÓMEZ CAPUZ, J. (2005). *La inmigración léxica*. Madrid: Arco/Libros.
- GUERRERO-RAMOS, G. (2013). "El préstamo lingüístico, uno de los principales procedimientos de creación neológica". *Quaderns de Filologia. Estudis lingüístics*. Vol. XVIII (2013), pp. 115-130. URL:
<http://mobiroderic.uv.es/bitstream/handle/10550/45648/5135513.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (24.06.2015.)
- JANIČKOVÁ, K. (2008). *Préstamos en la gastronomía* Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav románských jazyků a literatur, Španělský jazyk a literatura. Bakalářská diplomová práce. Vedoucí práce: Mgr. Ivo Buzek, Ph.D. URL:
https://is.muni.cz/th/180918/ff_b/bakalarka_janickova.pdf (02.07.2015.)
- KLEE, C., LYNCH, A. (2009). *El español en contacto con otras lenguas*. Washington, D.C.: Georgetown University Press. URL:
https://books.google.hr/books?id=KQ98DtEoqFkC&pg=PR7&hl=hr&source=gbs_selected_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false (27.07.2015.)
- KUBANKOVÁ, V. (2012). *Anglicismos en la prensa*. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta, Katedra romanistiky. Magisterská diplomová práce. Vedoucí diplomové práce: Mgr. Radim Zámeč, Ph.D. URL:
http://theses.cz/id/ap4kle/diplomov_prce.pdf (12.08.2015.)
- MARTÍN, J. (1996). *Los lenguajes especiales*. Granada: Comares.

- MEDINA LÓPEZ, J. (2004). *El anglicismo en el español actual*. Madrid: Arco/Libros, S.L.
- MUHVIĆ DIMANOVSKI, V. (2005). *Neologizmi: problemi teorije i primjene*. Zagreb, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Zavod za lingvistiku.
- NOVOTNÁ, M. (2007). *El anglicismo en la lengua española*. Brno: Masarykova Univerzita, Filoofická fakulta, Ústav románských jazyků a literatur. Bakalářská diplomová práce. Vedoucí práce: Hana Valiková, PhDr. URL: https://is.muni.cz/th/145734/ff_b/bakalarska_diplomova_prace.pdf (20.09.2015.)
- PAŠALIĆ, M., MARINOV, S. (2008). "The English Language and Globalisation". Školski vjesnik 57, No. 3-4, pp. 249-258. URL: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=122908 (15.07.2015.)
- RUIZ-GARRIDO, M. F. (2002). *El inglés como lengua internacional*. Congreso de los Diputados. Madrid. URL: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10435/cap1.pdf;sequence=3> (05.07.2015.)
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22^a ed.). Consultado en: <http://dle.rae.es/?w=diccionario> (30.07.2016.)
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2005). *Diccionario panhispánico de dudas* (1^a ed.). Consultado en: <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/dpd> (30.07.2016.)
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2010). *Ortografía de la lengua española*. Consultado en: <http://aplica.rae.es/orweb/cgi-bin/buscar.cgi> (21.06.2016.)
- SALA, M. (1995). "Lenguas en contacto en el ámbito hispánico". AIH. Actas XII. Centro Virtual Cervantes. URL: http://cvc.cervantes.es/literatura/aih/pdf/12/aih_12_1_006.pdf (12.09.2015.)

VÉLEZ BARREIRO, M. (2003). *Anglicismos en la prensa económica española*. Universidade de Coruña, Facultade de Filoloxía. Departamento de Filoloxía inglesa. Tesis Doctoral. A Coruña. URL: <http://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/7166> (28.07.2015.)

VÉLEZ BARREIRO, M. (2006). “La popularización del lenguaje español de la economía, la empresa y las finanzas”. *Garoz*: revista de la Sociedad Española de Estudios Literarios de Cultura Popular, No. 6, pp. 195-208. URL: <http://webs.ono.com/garoz/G6-Velez.pdf> (28.07.2015.)

12. Anejo 1: Lista alfabética de los anglicismos encontrados en *El País*

	Economía	Tecnología	Televisión
A			
Adware		+	
Agencias de rating	+		
Alfombra roja			+
Anatomía de Grey			+
Aplicaciones web		+	
APP		+	
Atrapa el fuego			+
B			
Back		+	
Back to basics			
BEPS	+		
Big Brother			+
Blog		+	+
Blogger		+	
Bluetooth		+	
Booking		+	
Boom	+	+	

Buffering +

C

Cargo bike +

Casting +

Catering +

Chatear +

Chequear +

Chip +

Club +

Coach +

Code switching +

Comité +

Commodities +

Cool +

Correo electrónico +

Cover +

Crónicas Vampíricas +

Cyber +

Cyberbullying +

D

Dial +

Disco duro	+	+	
Discovery			+
Django Desencadenado			+
Dólar	+		
Dron		+	
Drone		+	
<hr/>			
E	<hr/>		
El código Da Vinci			+
El Gran Gatsby			+
El libro de la vida			+
E-mail		+	
Emmy Awards			+
Emoji		+	
Emoticono		+	
Eres lo peor			+
ESM	+		
Estándar		+	
Estrés	+		
Eurosport			+
<hr/>			
F	<hr/>		
Facebook	+	+	+

Fan		+	+
Fast track	+		
Filme			+
Final feliz			+
Flash		+	
Flashback			+
Flashforward			+
Food truck	+		
Footing			+
Freak			+
Freemium		+	
Funk			+
Fútbol			+

G

G-20	+		
Gadget		+	
Gag			+
Galáctica: Estrella de Combate			+
Gamificación		+	
Gánster		+	
Generación wasap			+

Gif		+	
Giga		+	
Globo de Oro			+
GPS	+		
Gran Hermano			
Grunge		+	

H

Hábitat			+
Hackear		+	
Hacker		+	+
Hardware		+	
HBO			+
HD	+	+	
Heavy		+	
Heavy metal		+	
Hedge fund	+		
Héroes			+
HIFI	+		
Hip-hop			+
Hippy		+	
Hi-tech		+	

Holding	+		
Hollywood			+
Home		+	
<hr/>			
I			
<hr/>			
Insomnio			+
Instagram	+	+	+
Interfaz		+	
Internet	+	+	+
Invasión			+
<hr/>			
J			
<hr/>			
Jon Nieve			+
Juego de Tronos			+
<hr/>			
K			
<hr/>			
Kayak			+
Kit		+	
<hr/>			
L			
<hr/>			
Láser		+	
Líder	+	+	+
Life photo		+	
Like		+	
Link			+

Lobby		+	
Los Misterios de Laura			+
Los Simpson			+
Los Soprano			+

M

Malware		+	
MasterChef			+
MasterChef Junior			+
Mentes Criminales			+
Microblogging	+		
Midseason			+
Mitin	+		
Movie			+
Multichannel			+
Multitasking		+	
Must			+

N

National Geographic			+
Network			+
Networking		+	
News		+	

Newsfeed			+
Newsletter			+
Nube	+		+
<hr/>			
O			
<hr/>			
Off			+
Offline			+
OLED			+
Online			+
Oscars			+
<hr/>			
P			
<hr/>			
Pack	+		+
Pad de control	+		
Página web	+		+
Panel	+		
Paper			+
PC			+
PEP	+		
Perdidos			+
Phablet			+
Pick-up	+		
Pimpón			+

Pin		+	
Pit lane	+		
Píxel		+	
Player		+	
Pop			+
Post		+	
Post-it		+	
Predicador			+
Premios Emmy			+
Prime time			+
Proyecto offshore	+		

Q

QE	+		
----	---	--	--

R

Rally			+
RAM		+	
Ránking	+		
Ranking	+	+	
Ratón		+	
Reality			+
Reboot			+

Récord	+		+
Red	+		
Reloj inteligente		+	
Remake			+
Revival			+
Robot		+	
Rock and roll			+

S

Sándwich	+		
Scooter		+	
Scroll	+	+	
SD	+		
Selfi		+	
Selfie		+	
Sensor		+	
Share			+
SHELL	+		
Shock	+		
Show			+
Showrunner			+
Sitcom			+

Sketch				+
Slapstick				+
Smartphone	+		+	
Software	+		+	
Spam			+	
Spin-off				+
Spoiler				+
Stand			+	
Stand-up				+
Start-up			+	
<hr/>				
Star Wars: El despertar de la fuerza				+
<hr/>				
Stock			+	
Streaming	+		+	+
<hr/>				
T				
<hr/>				
Tablet			+	
Tableta	+		+	
Talent				+
Tarjetas black	+			
Tatuador	+			
Tax ruling(s)	+			

Teaser			+
Think-tank	+	+	
Thriller			+
Ticket		+	
TPP	+		
Tracking		+	
Tráiler		+	+
Trending topic			+
Trol		+	
TTIP	+		
Tuit		+	
Tuitero		+	
Turno de Noche			+
Tv movies			+
Twitter			+
<hr/>			
U	<hr/>		
Upcycling	+		
USB		+	
<hr/>			
V	<hr/>		
Vengadores: LA era de Ultrón			+
VGA		+	

Vídeo				+
Videoselfie				+
Vikingos				+
<hr/>				
W	<hr/>			
Waterpolo				+
Wereable			+	
Web	+		+	+
Wéstern				+
Wifi	+		+	
<hr/>				
Y	<hr/>			
Yonqui				+
YouTube				+
<hr/>				
Z	<hr/>			
Zombi				+
Zoom			+	
<hr/>				