



Hipertexto 17  
Invierno 2013  
pp. 137-162

## El impacto del inglés y el empleo de anglicismos entre los jóvenes españoles

Carmen Luján-García

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

### Hipertexto

En la época en la que nos encontramos, que algunos califican de post-modernidad (Graddol: 2006; Blommaert: 2010), los flujos de capital, bienes, personas, imágenes y discursos son la tónica predominante. Nos encontramos en un mundo dominado por el manejo de las nuevas tecnologías y los medios de comunicación de masas, una comunidad y cultura internacional, en pocas palabras, en un mundo *globalizado*. En esta situación, el campo del lenguaje lógicamente también se ve profundamente afectado. En la actual era se tiende también a la unificación lingüística y, como es de esperar, el inglés juega el papel de lengua unificadora o *lingua franca*. Dewey y Jenkins (2010: 78) acertadamente afirman: “the situation of English in the world in the early 21<sup>st</sup> century, where NNSs (Non-Native Speakers) of the language are its majority users, is without historical precedent”.

La otra cara de la moneda es ofrecida por Phillipson (2009:85) quien critica la “venta de este producto”, es decir, la imposición de manera abierta o cubierta del inglés, en detrimento del desarrollo de otras lenguas (ya sean minoritarias o no) que no tienen el poder del inglés. En el caso concreto de Europa, donde se habla una gran variedad de lenguas, a pesar de que se reconocen tan solo 23 como oficiales (Phillipson, 2009:89-90), el inglés constituye la lengua predominante y el principal medio que permite a la mayoría de los europeos comunicarse entre sí. Es la lengua empleada en la mayoría de las empresas multinacionales, en reuniones de altos ejecutivos, entre políticos (en Bruselas- capital de la Unión Europea, la principal lengua usada es el inglés), en congresos y publicaciones científicas, entre otros foros.

Como señala Graddol (2006:72), el inglés se ha convertido en una herramienta básica, junto al dominio de la informática, para las generaciones más jóvenes de cualquier sociedad actual. Al referirse a la educación superior, este mismo autor (Graddol 2006:74) destaca la globalización a la que está expuesta el sistema universitario actual. El proceso de Bolonia es una clara prueba de ello, ya que con la progresiva implantación de este sistema se pretende unificar sistemas de enseñanza / aprendizaje, evaluación, titulación, etc. de tal manera que la titulación de un alumno español valga en cualquier país de la Unión Europea y viceversa. Como consecuencia,

esto favorece la movilidad estudiantil a través de toda Europa y no hay que perder de vista que el inglés está prácticamente presente en cada situación comunicativa, asignatura impartida, etc. en este proceso. Al referirnos al número de horas de enseñanza de este idioma en cualquier sistema educativo europeo se podría afirmar que la exposición al inglés en las aulas ha incrementado considerablemente en las últimas décadas. En lo que respecta al uso de anglicismos, hablemos del país que hablemos, la presencia de estos préstamos es una realidad en toda Europa. Prueba de ello es el número de artículos y volúmenes editados que tratan este asunto de primera mano y de los que citamos sólo algunos (Görlach: 2002; Anderman y Rogers: 2005; Fischer y Pulaczewska: 2008).

Como consecuencia directa de todo lo anteriormente planteado, debemos hablar del fenómeno del anglicismo al que autores de reconocido prestigio como Pratt (1980) o Lorenzo (1996) ya se referían hace varias décadas en España. Para ello, comenzaremos por ofrecer una definición del concepto anglicismo, término que, por otro lado, ha dado mucho que hablar. No obstante, aportaremos la definición de López Morales (1987:303):

[Anglicismos son] no sólo aquellas palabras que provienen del inglés, bien ya estén éstas ampliamente expandidas en el español o bien ya estén aceptadas por el diccionario de la Real Academia de la Lengua, [anglicismos] son también esos términos que vienen de otras lenguas y se han introducido al español a través del inglés.

De la misma manera, se han hecho varias categorizaciones de anglicismos léxicos, que constituyen el centro de este estudio. Emplearemos la tipología de Lorenzo (1987):

- 1) *Anglicismos crudos*: se trata de aquellos términos que mantienen en español la grafía inglesa y un reflejo de la pronunciación originaria. Por ejemplo, *feedback*, *backstage*, *fitness*, *best seller*, *piercing*, *overbooking*, *striptease*, *zapping*, *hooligan*, *thriller*, *set*, *look* (todos presentes en la segunda parte de este estudio).
- 2) *Anglicismos en período de aclimatación*: se trata de aquellas palabras en las que unas veces la grafía y otras la pronunciación, se han ido adaptando a las condiciones del español, como por ejemplo, *customizar*.
- 3) *Anglicismos totalmente asimilados*: términos que ya se han incorporado plenamente en la lengua española desde hace siglos, bien directamente del inglés bien a través del francés. Por ejemplo, *bote*, *chutar*, *suéter*, *túnel*, *fútbol*.
- 4) *Calcos*: Se trata de adaptaciones correspondientes a conceptos no reconocidos o desconocidos por el adaptador. Por ejemplo, *rascacielos* (*skyscraper*), *perro caliente* (*hot dog*).
- 5) *Calcos semánticos*: palabras españolas que por su similitud formal con otras inglesas reciben de este idioma acepciones que no tenían en español. Algunos ejemplos son *romance* (*amoríos*), *héroe* (*protagonista*).

El uso de anglicismos por parte de las generaciones más jóvenes se ha convertido en una tónica generalizada en numerosos países europeos. Las generaciones más jóvenes parecen ser las más susceptibles y abiertas a los influjos de

la cultura anglo-americana y la creciente presencia de la lengua inglesa en el mundo. De ahí que centremos este estudio entre los más jóvenes.

En el caso concreto de España, tal como afirma Reichelt (2006:3), las autoridades educativas españolas están decididas a aumentar los niveles de dominio en inglés y para ello progresivamente se van aportando más medios para que este deseo se convierta en una realidad. Prueba de ello es que la enseñanza del inglés se inicia desde los tres años en un gran número de centros educativos españoles, incluso antes de que comience la educación obligatoria. Asimismo, el número de horas de docencia del inglés ha incrementado en los últimos años en educación secundaria donde se ha pasado de tres a cuatro horas semanales. Del mismo modo, el inglés está presente en la gran mayoría de las carreras universitarias, ya bien sean de humanidades, técnicas o sanitarias. Y lo que es más, también el inglés es empleado como el medio de instrucción en algunas carreras como puede ser filología inglesa, traducción e interpretación o turismo, entre otras.

Se puede considerar que el inglés se encuentra presente en cada ámbito de nuestra vida cotidiana, de manera directa o indirecta. Es una realidad ya instaurada en nuestro estilo de vida, a través de los medios de comunicación, la moda, el cine, la comida, y un sinfín de aspectos que nos rodean a diario, que afecta a todas las generaciones, pero especialmente a las más jóvenes, que están más abiertas a estos influjos. Ya otros autores se han ocupado de investigar el papel que el inglés está jugando en distintos aspectos de la vida cotidiana de los españoles. Algunos trabajos son: Sánchez Reyes y Durán (2002) se han ocupado de estudiar la presencia de anglicismos en el ámbito legal; Olivares (2009) ha analizado el terreno de las revistas musicales; Pano (2007); Bolaños y Luján (2010) han estudiado los anglicismos en el campo de la informática; el terreno de la prensa cinematográfica ha sido examinado por Guzmán (2003); incluso el uso de anglicismos en los folletos de juguetes infantiles también ha sido trabajado (Luján-García: 2011). Sin embargo, y a pesar de que ha sido un tema abordado en algún estudio anterior (González-Cruz et al.: 2009), en este artículo nos centraremos en el análisis de anglicismos usados por las generaciones españolas más jóvenes. A diferencia de los estudios reseñados, en este trabajo se ha analizado una muestra de informantes más amplia y que abarca distintas zonas de España.

### **Objetivos**

Con el presente trabajo se pretende:

- Por un lado, determinar el grado de dificultad que una muestra de las generaciones más jóvenes españolas encuentran cuando tienen que usar el inglés en situaciones comunicativas cotidianas.
- Por otro lado, indagar el grado de conocimiento y uso de anglicismos por parte de una muestra de las generaciones jóvenes españolas.

### **Método y muestra**

El método consistió en la administración de un cuestionario a una muestra de jóvenes españoles tomada de las siguientes comunidades españolas (ver tabla 4). Los

informantes son estudiantes de primaria en sexto nivel (último año de educación primaria) y alumnos de secundaria (ESO<sup>1</sup> principalmente). Esto significa que los participantes rondan edades de 10 a 20 años. Para el análisis estadístico de los resultados se empleó el paquete informático SPSS19.

Es necesario señalar que, con las limitaciones que puede ofrecer el empleo de un cuestionario como herramienta de investigación, he considerado éste el método más apropiado para poder recopilar el corpus primario de esta investigación. Se ha intentado obtener una muestra (soy consciente de que es limitada) del mayor número de comunidades autónomas posible del territorio español. El número total de encuestados es de 133 y la distribución de éstos, atendiendo a diferentes variables, es la siguiente (tabla 1).

**Tabla 1. Edad de los sujetos**

	Porcentaje	Frecuencia	N
10-15 años	63.2	84	
16-20 años	34.6	46	
21-25 años	0.8	1	
26-30 años	1.5	2	
Número total			133

La razón primordial por la que se escogió encuestar a informantes de edades entre los 10 y los 20 años se debe a que consideramos que los jóvenes son las generaciones más expuestas a estos influjos y las protagonistas de la globalización. Como Berns et al. (2007:43) afirman “the younger generations are the key players in the process of globalisation- both in acting upon and reacting to it”.

En lo que respecta a la diferenciación entre los informantes atendiendo a la variable género, la muestra fue bastante equitativa, ya que se empleó casi el mismo número de encuestados de ambos géneros (65 varones y 68 mujeres).

**Tabla 2. Género de los sujetos**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Hombres	48.9	65	
Mujeres	51.1	68	

<sup>1</sup> ESO son las siglas de Educación Secundaria Obligatoria. En España, estos estudios constituyen la continuación de educación primaria o elemental y antecede al bachillerato, que es también educación secundaria, pero no obligatoria. Las edades de los alumnos de la ESO rondan entre los 12 y los 16 años.

Número total 133

---

La siguiente variable sociolingüística por la que se preguntó fue el nivel educativo de los informantes. Como se muestra en la tabla 3, el porcentaje mayor de participantes se encuentran estudiando en secundaria (tanto la ESO- Educación Secundaria Obligatoria- como Bachillerato), mientras que el segundo mayor número lo está haciendo en primaria (último curso-6º nivel).

**Tabla 3. Nivel educativo de los sujetos**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Primaria	42.9	57	
Secundaria	55.6	74	
Universidad	0.9	2	
Número total			133

---

Por último, la muestra fue tomada de distintas comunidades autónomas españolas, de tal manera que se pudiera tener una mínima representación de distintas regiones de este país. La tabla 4 ofrece el desglose de la muestra por comunidades autónomas.

**Tabla 4. Comunidad autónoma de los sujetos**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Andalucía	10.5	14	
Canarias	18	24	
Valencia	15	20	
Galicia	15	20	
Madrid	15	20	
La Rioja	14.3	19	
Cataluña	12	16	
Número total			133

---

## Resultados

El cuestionario constaba de dos secciones claramente diferenciadas que se ocupaban cada una de analizar en detalle los dos objetos de estudio del presente

artículo. La primera sección se centró en el uso del inglés por parte de los informantes en diversas situaciones comunicativas y la segunda se ocupó de examinar el grado de conocimiento y uso por parte de los informantes de un listado de 15 anglicismos.

#### 4.1. Uso del inglés en diferentes situaciones comunicativas

Por un lado, la primera parte se centró en aportar a los informantes una lista de situaciones en las que era necesario usar el inglés y éstos debían expresar el grado de dificultad que para ellos tenía enfrentarse a las distintas situaciones. Para ello, se les aportó a los encuestados una escala con cuatro opciones de las cuales debían elegir una: *fácil, difícil, bastante difícil y prácticamente imposible*.

La primera situación comunicativa era *dar indicaciones a turistas extranjeros en tu ciudad o pueblo* y los resultados ponen de manifiesto que el porcentaje mayor (46.6) es el de aquellos informantes que consideran *difícil* tener que dar indicaciones a turistas en inglés. Sin embargo, el segundo mayor porcentaje es el de aquellos jóvenes que lo encuentran *fácil* (35.9), como se puede ver en la tabla 6. Estos resultados muestran que aunque es deseable que sea mayor el porcentaje de jóvenes que puedan solventar una situación como esta usando el inglés, también es cierto que un porcentaje de casi un 36% de jóvenes podrían defender esta situación. Hace varias décadas, cuando en España la lengua extranjera principalmente estudiada era el francés (Rodríguez-González, 2002:134), probablemente los resultados hubiesen sido muy distintos.

**Tabla 6. Dar indicaciones a turistas en inglés**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Imposible	2.3	3	
Muy difícil	15.3	20	
Difícil	46.6	61	
Fácil	35.9	47	
Número total			131

La segunda situación comunicativa de uso del inglés era *leer un artículo de periódico sobre música o deportes*, a lo que los encuestados respondieron en su mayoría (55.7) que les resultaba *fácil*, frente a un porcentaje de 30.5 que encuentran esta tarea *difícil* de llevar a cabo (ver tabla 7). Al tratarse de un artículo de periódico de secciones específicas (música o deportes), podría considerarse que los jóvenes están bastante familiarizados con términos y expresiones propias de esos campos concretos o, dicho en otras palabras, aunque no entiendan la totalidad del contenido del artículo, su familiaridad con el campo del deporte o la música les ayuda a comprender buena parte de lo que se presenta en la sección de periódico.

**Tabla 7. Leer un artículo de periódico en inglés sobre música o deportes**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Imposible	2.2	3	
Muy difícil	11.4	15	
Difícil	30.5	40	
Fácil	55.7	73	
Número total			131

---

La tercera situación de comunicación era *comprender la letra de canciones pop en inglés* y los hallazgos manifiestan que el mayor porcentaje (43.5) es el de aquellos informantes que encuentran *difícil* entender la letra de las canciones en inglés. No obstante, un porcentaje también a considerar (38.2) es el de participantes que entienden con cierta facilidad la letra de las canciones pop en inglés, como se ve en la tabla 8. Es conveniente señalar que las generaciones jóvenes están bastante expuestas a la música pop, entre otras, y si bien es cierto que no son capaces de comprender la totalidad de lo que dice la canción, muchas veces entienden palabras y expresiones sueltas que les permite tener una idea del contenido de la misma.

**Tabla 8. Comprender la letra de canciones pop en inglés**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Imposible	3.8	5	
Muy difícil	14.5	19	
Difícil	43.5	57	
Fácil	38.2	50	
Número total			131

---

La siguiente situación era: *escribir una redacción corta sobre un tema cotidiano*. Los resultados prueban ser bastante similares en cuanto a porcentajes de informantes que encuentran esta tarea *fácil* (43.5) y *difícil* (42.7). Esto significa que la mayoría de los informantes está bastante acostumbrada a enfrentarse a la escritura de textos en inglés y, al parecer, comienza esto a sentirse como una tarea relativamente fácil de realizar como se puede observar en la tabla 9.

**Tabla 9. Escribir una redacción corta sobre un tema cotidiano en inglés**

	Porcentaje	Frecuencia	N
--	------------	------------	---

Imposible	3.8	5
Muy difícil	9.9	13
Difícil	42.7	56
Fácil	43.5	57
Número total		131

La quinta cuestión se ocupaba de indagar sobre qué grado de dificultad representaba para los encuestados el *comprender un documental o película de televisión en inglés sin subtítulos*. Los resultados demuestran que el mayor porcentaje (52.7) es el de participantes que consideran *difícil* la comprensión de películas o documentales en inglés si no contienen subtítulos (consultar tabla 10). A este respecto es importante matizar que España es un país con una larga tradición de doblaje de todo tipo de programas, películas, etc. Esto no facilita la familiaridad del público español con el inglés o cualquier otro idioma a través de la televisión, como sí ocurre en algunos países del norte de Europa (Noruega, Suecia, Holanda y Dinamarca, entre otros) donde sí se mantienen los programas y películas en versión original y, por consiguiente, existe una exposición al inglés por parte de la audiencia de estos países desde muy temprana edad. No obstante, también es conveniente señalar que a raíz de la implantación de la televisión digital en toda Europa, ya existe la posibilidad de ver buena parte de la programación televisiva en versión original con tan solo presionar un botón en el mando a distancia del televisor. Se trata de una opción reciente, pero probablemente con el tiempo podría conseguir que la audiencia española se acostumbre a escuchar más la televisión en versión original y, como consecuencia, mejore así la capacidad de comprensión de todo tipo de programas sin subtítulos.

**Tabla 10. Comprender un documental o película de televisión en inglés sin subtítulos**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Imposible	9.9	13	
Muy difícil	27.5	36	
Difícil	52.7	69	
Fácil	9.9	13	
Número total			131

La sexta situación comunicativa se centraba en la capacidad de los informantes de *mantener una conversación cara a cara sobre temas cotidianos en inglés*. Ante esta situación, la opinión de la mayoría de los informantes se divide entre los que encuentran esta actividad *difícil* (35.9) y los que la encuentran *fácil* (32.1), como se muestra en la tabla 11. Se trata ésta de una situación a la que los jóvenes han de enfrentarse en la clase de inglés necesariamente. En cuanto a fuera del aula,



dependiendo de la zona en la que vivan, muchos de los informantes han tenido que enfrentarse en alguna ocasión a una situación de esta índole. Los cuestionarios fueron administrados en zonas urbanas de las distintas comunidades autónomas españolas, así que las probabilidades de tratar con extranjeros son bastante altas. Además, no hay que perder de vista que España es el tercer destino turístico más visitado del mundo, seguido de Francia y EEUU (Phillipson y Milner 2006:98), por lo tanto, la presencia de extranjeros es constante por todo el país.

**Tabla 11. Mantener una conversación cara a cara sobre temas cotidianos en inglés**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Imposible	13	17	
Muy difícil	19.1	25	
Difícil	35.9	47	
Fácil	32.1	42	
Número total			131

La séptima situación se ocupaba de indagar sobre la capacidad de los informantes a la hora de *preguntar por indicaciones en inglés en un país extranjero*. En este caso, el mayor porcentaje (43.8) es el de participantes que parecen encontrar esta tarea *fácil* (ver tabla 12). Con la proliferación de las compañías que ofrecen vuelos a bajo coste, la posibilidad de viajar a países extranjeros es cada vez más accesible a cualquier persona, lo que favorece que la gente viaje más y, de ahí que los encuestados consideren esta situación relativamente fácil de abordar.

**Tabla 12. Preguntar por indicaciones en inglés en un país extranjero**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Imposible	5.4	7	
Muy difícil	14.6	19	
Difícil	36.2	47	
Fácil	43.8	57	
Número total			130

La siguiente cuestión preguntaba por el grado de dificultad que representaba para los encuestados el tener que *explicar lo que se necesita en una tienda extranjera y que sea en inglés*. Relacionada con la cuestión anterior está esta pregunta, es decir, cuando se viaja al extranjero es muy frecuente tener que ir a comprar y, por tanto, tener que explicar lo que se necesita (por ejemplo, tallas, colores, etc.). Una vez más, el

mayor porcentaje de participantes (48.5) parece encontrar esta tarea *fácil*. Esto, de nuevo, demuestra que los niveles de manejo y dominio de la lengua inglesa parecen ser bastante aceptables entre los más jóvenes.

**Tabla 13. Explicar lo que necesitas en una tienda extranjera en inglés**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Imposible	5.4	7	
Muy difícil	13.8	18	
Difícil	32.3	42	
Fácil	48.5	63	
Número total			130

La novena pregunta se centraba en saber cómo encontraban los informantes el tener que *pedir en inglés en un restaurante*. Los resultados demuestran que, sin lugar a dudas, el mayor porcentaje de informantes (71) encuentra *fácil* tener que pedir bien bebida o comida en un restaurante. Se trata de una situación comunicativa más con la que cualquier persona que viaje a un país extranjero tendrá que toparse. Los jóvenes españoles participantes parecen solventar esta situación sin mayores dificultades, tal como se puede ver en la tabla 14.

**Tabla 14. Pedir en un restaurante en inglés**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Imposible	1.5	2	
Muy difícil	7.6	10	
Difícil	19.8	26	
Fácil	71	93	
Número total			131

La siguiente pregunta se ocupaba de averiguar el grado de competencia de los encuestados en una situación en la que tendrían que *mantener una conversación con un nativo inglés que habla con rapidez y coloquialismos*. En este punto, las respuestas parecen ser bastante distintas que en las preguntas anteriores, ya que el porcentaje mayor (37.4) es el de informantes que consideran esta tarea *imposible*, seguida de *difícil* (39) y *muy difícil* (36). Si comparamos esta cuestión con la de la situación 6 (ver tabla 11), en la primera no especificamos si era una conversación con un nativo, mientras que en ésta sí. Además, también añadimos los “matices” de hablar con rapidez y utilizar coloquialismos. Estos son los principales motivos por los que los

jóvenes participantes consideran *prácticamente imposible* defender esta situación comunicativa. Esto prueba que los encuestados son también conscientes de sus limitaciones comunicativas en inglés, como se puede observar en la tabla 15.

**Tabla 15. Mantener una conversación con un nativo inglés que habla con rapidez y coloquialismos**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Imposible	37.4	49	
Muy difícil	27.5	36	
Difícil	29.8	39	
Fácil	5.3	7	
Número total			131

La próxima situación de comunicación indagaba sobre cómo se encontrarían los informantes al tener que *presentarse en una situación social y usar saludos adecuados*. Los resultados demuestran que, de nuevo, el mayor porcentaje (43.8) considera *fácil* tener que lidiar con una situación de este tipo, como aparece reflejado en la tabla 16.

**Tabla 16. Presentarse en una situación social y usar saludos adecuados**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Imposible	5.5	7	
Muy difícil	14.1	18	
Difícil	36.7	47	
Fácil	43.8	56	
Número total			128

La situación que venía a continuación se ocupaba de preguntar por la capacidad de los informantes al *participar en una conversación con un nativo, comprender oraciones sencillas como What is your name? o Where do you live?* En esta situación los participantes se muestran bastante optimistas o positivos, ya que la mayoría (87.8) de ellos consideran que es *fácil* tomar parte en una situación comunicativa donde se hable de temas triviales, aún cuando sea con un nativo con quien deben mantener esa conversación. Como se puede ver, los resultados obtenidos en esta cuestión contrastan en gran medida con los obtenidos en la situación 10 (ver tabla 15). A pesar de que en ambos casos se trata de una situación comunicativa con un hablante nativo inglés, existe un importante matiz diferenciador entre ambos casos; el tipo de lenguaje que se espera usar en ambas situaciones. Los participantes no se sienten capaces de emplear y, mucho menos, de entender coloquialismos y un lenguaje rápido y fluido,

pero sí se sienten capaces de emplear un lenguaje más pausado y con expresiones sencillas.

**Tabla 17. Participar en una conversación con un nativo, comprender oraciones sencillas como *What is your name?* o *Where do you live?***

	Porcentaje	Frecuencia	N
Imposible	1.5	2	
Muy difícil	1.5	2	
Difícil	9.2	12	
Fácil	87.8	115	
Número total			131

La próxima cuestión se ocupaba de preguntar por la competencia comunicativa de los informantes al *participar en un chat en inglés*. Los resultados muestran que el porcentaje más elevado (44.3) es el de aquellos informantes que consideran *fácil* tomar parte en un *chat* en inglés. El segundo número más alto (32.8) es el de aquellos participantes que consideran esta tarea *difícil*. Es interesante tener en cuenta que las generaciones más jóvenes están muy familiarizadas y acostumbradas a comunicarse con otras personas a través de nuevas tecnologías tales como el *chat*, *messenger*, *foros*, etc. De ahí que no resulte extraño el hecho de que escojan participar en *chats* extranjeros donde la comunicación va a ser en inglés. Esto constituye, además, un ejercicio de práctica del inglés que puede resultar bastante gratificante para el joven.

**Tabla 18. Participar en un *chat* en inglés**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Imposible	9.9	13	
Muy difícil	13	17	
Difícil	32.8	43	
Fácil	44.3	58	
Número total			131

La siguiente cuestión se centraba en la capacidad de *participar en un foro en inglés* y los resultados obtenidos reflejan que, en este caso, el porcentaje más alto (42.3) es el de aquellos informantes que consideran *difícil* la participación en un foro en inglés. A diferencia de la situación anterior, el porcentaje de jóvenes que encuentran *fácil* tomar parte en un foro en inglés es inferior al de aquellos que participan en un *chat*. Es curioso ver cómo los informantes sienten que usar un foro en inglés es más

difícil que participar en un *chat*. La explicación que podría darse a este hecho podría estar relacionada con el tipo de lenguaje empleado en ambas plataformas. Posiblemente, el tipo de lengua de un *chat* es más informal que el de un foro, ya que es más espontánea, instantánea y no queda registro de ésta, mientras que en un foro sí queda un registro, puesto que lo que se cuelgue en un foro, va a quedar publicado. Lógicamente, los jóvenes son conscientes de ello y, por ello, sienten que es más difícil participar en un foro.

**Tabla 19. Participar en un foro en inglés**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Imposible	10.8	14	
Muy difícil	20.8	27	
Difícil	42.3	55	
Fácil	26.2	34	
Número total			130

La última cuestión dentro de esta primera sección del estudio se ocupó de desvelar la capacidad de los informantes al tener que *entender la información que se te da en una página web en inglés*. En este punto, el porcentaje más elevado (39.7) es el de participantes que consideran *fácil* comprender la información desplegada en un sitio *web* en inglés, seguido desde cerca, con un 35.9 de participantes que ven esta tarea como algo *difícil*. Posiblemente, parte de la razón que explica esta diversidad de opiniones puede deberse a que cuando se habla de entender la información que se te da en una página *web* puede ser interpretado como la comprensión de la totalidad de la información colgada en la página o bien la comprensión parcial del contenido del sitio *web*. Es cierto que, a pesar de que aunque no seamos capaces de comprender la totalidad de un sitio *web*, sí podemos ser capaces de entender las informaciones más importantes o la información que nos ataña, bien porque estemos familiarizados con ella, bien porque nuestros conocimientos de inglés sean suficientes para permitirnos acceder a estas informaciones.

**Tabla 20. Entender la información que se te da en una página web en inglés**

	Porcentaje	Frecuencia	N
Imposible	9.9	13	
Muy difícil	14.5	19	
Difícil	35.9	47	
Fácil	39.7	52	
Número total			131

---

#### 4.2. Grado de conocimiento y uso de un listado de anglicismos

Esta sección del estudio se ocupa de indagar el grado de familiaridad de los informantes con el uso de anglicismos en su vida cotidiana. Además, se ha hecho una distinción entre *conocer* y *usar* los términos que se analizarán a continuación, ya que con frecuencia ocurre que conocemos un vocablo, pero no necesariamente lo empleamos en nuestra habla.

El listado que se presenta a continuación compila una serie de anglicismos que fueron seleccionados para ser incluidos en este trabajo por dos razones: primero, porque se utilizan de manera frecuente en el habla cotidiana de muchos españoles. Segundo, porque fueron empleados anteriormente en su mayoría en otro estudio realizado en Canarias (Luján-García: 2003) como resultado de su aparición elevada en un análisis de los titulares de cuatro periódicos durante cuatro años. Soy consciente de las limitaciones de la muestra empleada, pero a partir del listado empleado los resultados obtenidos nos pueden dar una idea del grado de conocimiento y uso de los términos analizados.

La primera palabra que analizaré es *airbag*. Se trata de un anglicismo crudo que ya ha sido aceptado por el diccionario de la RAE y cuyo significado es “dispositivo de seguridad para los ocupantes de un automóvil, consistente en una bolsa que se infla automáticamente en caso de colisión violenta”. Asimismo, este término también aparece recogido en el Nuevo Diccionario de Anglicismos (Rodríguez y Lillo 1997:38). El Diccionario Panhispánico de dudas ofrece la alternativa de “bolsa de aire”, pero hay que matizar que este vocablo no está tan extendido como el término proveniente del inglés.

Como se puede observar en la siguiente tabla, el porcentaje de participantes que conoce el término es muy elevado (94.7), frente a una minoría que no lo conoce (5.3). En cuanto al grado de uso, también un alto porcentaje de informantes (61.4) afirma usarlo, frente a un 38.6% de participantes que dicen no emplearlo en su habla cotidiana. Éste es, sin duda, un vocablo ampliamente extendido y asentado en nuestra lengua y estos resultados dan fe de ello.

**Tabla 21. Grado de conocimiento y uso de *airbag***

	Porcentaje	Frecuencia	N
No conozco	5.3	7	
Sí conozco	94.7	125	
<hr/>			
No uso	38.6	51	
Sí uso	61.4	81	

El segundo término por el que se preguntó fue *best seller*, otro anglicismo que está plenamente asentado en nuestra lengua y recogido en el diccionario de la RAE con la siguiente definición: “Libro o disco de gran éxito y mucha venta”. El diccionario Panhispánico de dudas ofrece la alternativa “superventas”, que también se emplea con bastante frecuencia.

En lo que se refiere al grado de conocimiento del término por parte de los informantes, aunque algo menos conocido que el término anterior, *best seller* es conocido por un 52.3% de participantes, mientras que 47.7% de estos afirman no conocer este anglicismo. En cuanto al uso, los porcentajes demuestran que una gran parte de los encuestados (71.2) no lo usan, frente a un 28.8 que dicen usarlo.

**Tabla 22. Grado de conocimiento y uso de *best seller***

	Porcentaje	Frecuencia	N
No conozco	47.7	63	
Sí conozco	52.3	69	
<hr/>			
No uso	71.2	94	
Sí uso	28.8	38	
Número total			132

El tercer vocablo por el que se preguntó fue *backstage*, que no está recogido ni en el diccionario de la RAE ni en el panhispánico, aunque sí en el Nuevo Diccionario de Anglicismos (Rodríguez y Lillo 1997:53) bajo la definición de “parte trasera del escenario, donde están los camerinos, las oficinas y demás servicios improvisados, y el depósito de materiales (instrumentos musicales y equipos de sonido)”.

Se trata éste de un término que, aunque no aceptado por la RAE, se encuentra bastante consolidado en español y prueba de ello son los resultados que se describen a continuación. Un porcentaje de 65.9 afirma conocer este anglicismo, frente a prácticamente la mitad de informantes (34.1) que dice no conocerlo. En cuanto al uso, los porcentajes varían, ya que casi un 70% (68.9%) dice no usar el término, frente a alrededor de un 30% (31.1) que sí emplea el vocablo. Al tratarse de una palabra asociada a un campo específico, es casi de esperar que no sea tan empleada, ya que a menos que uno vaya al teatro o a un espectáculo, no tendríamos por qué usar este término. No obstante, sí es cierto que si la palabra aparece en alguna conversación, una gran parte de los informantes sabe a qué se está haciendo referencia por *backstage*.

**Tabla 23. Grado de conocimiento y uso de *backstage***

	Porcentaje	Frecuencia	N
No conozco	34.1	45	
Sí conozco	65.9	87	
<hr/>			
No uso	68.9	91	
Sí uso	31.1	41	
Número total			132

El cuarto anglicismo incluido en el cuestionario fue *fitness*, que tampoco está recogido ni en el diccionario de la RAE ni en el Panhispánico. Sí está presente en el Nuevo Diccionario de Anglicismos con la siguiente definición: “gimnasia empleada para conseguir y mantener una buena forma física”. Una vez más los resultados son inequívocos, ya que dan muestra de lo ampliamente conocido que es el término (75), frente a tan sólo un porcentaje de 25 que no lo conoce. En lo que respecta al uso, los porcentajes no distan demasiado, aunque sí es algo superior entre los que no lo usan (54.5) frente a un 45.5 que afirman emplear este anglicismo.

**Tabla 24. Grado de conocimiento y uso de *fitness***

	Porcentaje	Frecuencia	N
No conozco	25	33	
Sí conozco	75	99	
<hr/>			
No uso	54.5	72	
Sí uso	45.5	60	
Número total			132

El término *step* no aparece recogido en los diccionarios de la RAE o el Panhispánico, pero sí está compilado en el Nuevo Diccionario de Anglicismos con la definición: “Ejercicio de aeróbic consistente en dar pasos sobre una plataforma especial”. Éste es, por tanto, un vocablo que a pesar de que es conocido por la mitad de los informantes (50.8), cuando se trata del uso, los porcentajes varían. Un 70.2 de participantes dicen no usar el término, frente a aproximadamente un 30% que sostiene que sí usa esta palabra (ver tabla 25). Al igual que *backstage* o *fitness*, éste es un término específico referido al deporte y los gimnasios. Esto implica que si no se está muy en contacto con este ambiente, no hay necesidad de emplear la palabra.



**Tabla 25. Grado de conocimiento y uso de *step***

	Porcentaje	Frecuencia	N
No conozco	48.8	64	
Sí conozco	50.8	67	
<hr/>			
No uso	70.2	92	
Sí uso	29.8	39	
Número total			131

El siguiente vocablo es *piercing*, que no lo recoge el diccionario de la RAE, pero sí el Panhispánico de dudas con la ortografía adaptada a *pirsin*. La definición que ofrece este diccionario es: “perforación hecha en una parte del cuerpo distinta del lóbulo de la oreja, para insertar pendientes, aros u otros ornamentos”. Este anglicismo, que podría considerarse bastante general, está muy extendido entre los jóvenes. Prueba de ello son los resultados obtenidos, pues 85.6 de los participantes conocen la palabra, frente a tan sólo un 14.4 que dice no conocerla. El uso está bastante extendido también, ya que 64.4 de los informantes lo emplean, frente a tan sólo un 35.6 que dicen no usar el término (tabla 26). Éste es otro término plenamente consolidado en nuestra lengua y que no tiene además una alternativa adecuada en español.

**Tabla 26. Grado de conocimiento y uso de *piercing***

	Porcentaje	Frecuencia	N
No conozco	14.4	19	
Sí conozco	85.6	113	
<hr/>			
No uso	35.6	47	
Sí uso	64.4	85	
Número total			132

El vocablo séptimo es *striptease*, que resulta curioso ya que está presente en el diccionario de la RAE con la ortografía anglosajona *striptease* y ofrece, además, dos acepciones: 1. “Espectáculo en el que una persona se va desnudando poco a poco, y de una manera insinuante”; 2. “Local en que se realiza este tipo de espectáculos”. Al consultar el Diccionario Panhispánico vemos que la ortografía ha sido adaptada con dos posibilidades “estriptis” o “estriptís”. En lo que se refiere al grado de conocimiento, la mayoría de participantes conocen el vocablo (78), frente a tan sólo un 22% de

participantes que dicen no conocerlo. El uso de este anglicismo también está bastante extendido, ya que el 54.5 afirma usarlo y un porcentaje algo inferior (45.5) no lo emplea, como se puede ver en la tabla 27. Estamos de nuevo ante un vocablo ampliamente conocido y usado en español por parte de las generaciones jóvenes encuestadas.

**Tabla 27. Grado de conocimiento y uso de *striptease***

	Porcentaje	Frecuencia	N
No conozco	22	29	
Sí conozco	78	103	
<hr/>			
No uso	45.5	60	
Sí uso	54.5	72	
Número total			132

La palabra *overbooking* fue la siguiente por la que se preguntó. Ésta aparece recogida en el Diccionario de la RAE con la definición: “Venta de plazas, especialmente de hotel y de avión, en número superior al disponible”. También el Diccionario Panhispánico lo recoge y afirma que es un anglicismo evitable y que, en su defecto, se podría usar “sobrecontratación” o “sobreventa”. Éste es otro término específico, bastante relacionado con el terreno de la hostelería y el turismo. A pesar de ello, más de la mitad de los encuestados (56.1) conoce el vocablo, frente a un porcentaje algo inferior (43.9) que no lo conoce. En cuanto al grado de uso, como es de esperar, un porcentaje bastante elevado de participantes (72.7) no lo usa, frente a un 27.3 de encuestados que afirma emplearlo, como se ve reflejado en la tabla 28. Nuevamente, estamos ante un vocablo que, a pesar de no ser tan usado, sí que es ampliamente conocido a pesar de su especificidad.

**Tabla 28. Grado de conocimiento y uso de *overbooking***

	Porcentaje	Frecuencia	N
No conozco	43.9	58	
Sí conozco	56.1	74	
<hr/>			
No uso	72.7	96	
Sí uso	27.3	36	
Número total			132

El siguiente vocablo examinado fue *zapping*, que aparece recogido en los diccionarios de RAE y Panhispánico con la ortografía adaptada a “zapeo” y bajo la definición de: “acción de cambiar reiteradamente de canal de televisión por medio del mando a distancia”. Aunque se ha propuesto este término de zapeo como alternativa al anglicismo *zapping*, es interesante señalar que muy pocas personas dicen zapeo. *Zapping* está ampliamente extendido en español y esto se demuestra en los resultados obtenidos en este trabajo. Un porcentaje de un 84.1 de participantes declara conocer el vocablo, frente a únicamente un 15.9 que dice no conocerlo. Con respecto al uso, un 71.2% de encuestados dicen que además de conocer el vocablo, también lo usan, frente a tan sólo un 28.8% de jóvenes que afirma no emplear la palabra (ver tabla 29). Se trata, pues, de un vocablo que, tal vez por su cotidianidad, es no sólo muy conocido y empleado, sino además preferido al término alternativo creado por las autoridades académicas.

**Tabla 29. Grado de conocimiento y uso de *zapping***

	Porcentaje	Frecuencia	N
No conozco	15.9	21	
Sí conozco	84.1	111	
<hr/>			
No uso	28.8	38	
Sí uso	71.2	94	
Número total			132

El décimo término es *hooligan* y éste está recogido en los diccionarios de RAE y Panhispánico con la definición: “Hincha británico de comportamiento violento y agresivo”. Es una palabra específica, utilizada principalmente en el argot del deporte, por tanto, los resultados determinan que se trata de un vocablo que no es demasiado conocido (62.1), frente a un porcentaje de 37.9 de encuestados que sí afirma conocerlo. En cuanto al uso, como cabría esperar, es bastante limitado, pues 84.8 de los encuestados dice no emplear la palabra, frente a una minoría (15.2) que, en cambio, sí usa este anglicismo, como se refleja en la tabla 30.

**Tabla 30. Grado de conocimiento y uso de *hooligan***

	Porcentaje	Frecuencia	N
No conozco	62.1	82	
Sí conozco	37.9	50	
<hr/>			
No uso	84.8	112	

Sí uso	15.2	20	
Número total			132

El siguiente vocablo es *thriller* y éste no aparece contemplado dentro del diccionario de la RAE, pero sí que aparece en el Panhispánico de dudas bajo la siguiente definición: “Obra cinematográfica o literaria que suscita expectación ansiosa por conocer el desenlace”. Se trata de un término que se encuentra asentado en nuestra lengua hace ya algún tiempo, de hecho la mayoría de los encuestados (78.8) afirma conocerlo, mientras que un porcentaje bastante inferior (21.2) dice que no lo conoce. En lo que respecta al uso del vocablo, exactamente el mismo porcentaje de encuestados (50) informa que usa y que no usa el término. Así pues, se podría decir que es una palabra relativamente específica, ya que se emplea en el ámbito del cine y las películas, pero, a pesar de ello es usado *fifty-fifty* (permítase el anglicismo) por los jóvenes informantes (ver tabla 31).

**Tabla 31. Grado de conocimiento y uso de *thriller***

	Porcentaje	Frecuencia	N
No conozco	21.2	28	
Sí conozco	78.8	104	
<hr/>			
No uso	50	66	
Sí uso	50	66	
Número total			132

Con respecto al siguiente anglicismo *set*, éste está recogido tanto en el Diccionario de la RAE como en el Panhispánico con tres acepciones distintas: 1. “Conjunto de objetos de las mismas características o destinados a un mismo fin”; 2. “Plató cinematográfico o televisivo”; 3. En el tenis y algunos otros deportes, “cada una de las partes con tanteo independiente en que se divide un encuentro”.

Se trata, por tanto, de un anglicismo que es bastante conocido entre los jóvenes españoles. De hecho, 65.9 de participantes afirman conocerlo, frente a sólo 34.1 de los encuestados que dice que no lo conoce. En relación con el uso, los resultados varían, ya que más de la mitad (56.8) de los informantes no lo emplea, aunque un 43.2 de los encuestados sí parece usarlo. Éste es un término bastante amplio, ya que no se limita a un entorno específico (como podría ser el del deporte), sino que es usado en diversos ámbitos.

**Tabla 32. Grado de conocimiento y uso de *set***

	Porcentaje	Frecuencia	N
No conozco	34.1	45	
Sí conozco	65.9	87	
<hr/>			
No uso	56.8	75	
Sí uso	43.2	57	
Número total			132

La palabra *look* es la siguiente a analizar. Ésta aparece recogida en el Diccionario de la RAE y en el Panhispánico con la siguiente definición: “Imagen o aspecto de las personas o de las cosas, especialmente si responde a un propósito de distinción”. El Diccionario Panhispánico, además, aclara que se trata de un anglicismo innecesario, ya que existen equivalentes en español para expresar este concepto: aspecto o imagen. A pesar de la existencia de palabras en español con el mismo significado, el anglicismo *look* está muy extendido. El 90.8 de los participantes afirman que conocen este término, frente a una minoría (9.2) que dice no conocerlo. En cuanto al uso, los resultados también reflejan que más de la mitad de los participantes (60.3) emplean *look* en su habla cotidiana, frente a un porcentaje inferior (39.7) que dice que no lo utiliza. Éste es uno de esos vocablos genéricos que, a pesar de contar con equivalentes castellanos, es tal vez elegido por los hablantes debido a que aporta un matiz de modernidad y *coolness* que las palabras aspecto o imagen no tienen.

**Tabla 33. Grado de conocimiento y uso de *look***

	Porcentaje	Frecuencia	N
No conozco	9.2	12	
Sí conozco	90.8	119	
<hr/>			
No uso	39.7	52	
Sí uso	60.3	79	
Número total			131

El siguiente vocablo es *feedback* y éste no aparece recogido en el Diccionario de la RAE, pero sí en el Panhispánico de dudas bajo varias acepciones distintas: 1. “retorno de parte de la energía o de la información de salida de un circuito o un sistema a su entrada”; 2. “acción que el resultado de un proceso material ejerce sobre el sistema físico o biológico que lo origina”; 3. “modificación de la actitud o estrategia inicial en un proceso a partir del análisis de sus resultados”. Este diccionario, además, aclara que se trata de un anglicismo innecesario que cuenta con equivalentes

castellanos: retroalimentación, realimentación y retroacción. Términos que, según este diccionario, están progresivamente reemplazando con éxito el vocablo inglés. Es posible que así sea, pues una mayoría de informantes (83.3) de los informantes afirman no conocer el término, frente a tan sólo 16.7 encuestados que sí lo conocen. Con respecto al uso, los resultados se autoafirman, pues el porcentaje de participantes que no conocen el vocablo es aún ligeramente superior (89.4), frente a 10.6 que parecen usar el anglicismo (ver tabla 34).

**Tabla 34. Grado de conocimiento y uso de *feedback***

	Porcentaje	Frecuencia	N
No conozco	83.3	110	
Sí conozco	16.7	22	
<hr/>			
No uso	89.4	118	
Sí uso	10.6	14	
Número total			132

El término *customizar* es el siguiente y éste no aparece recogido ni en el Diccionario de la RAE ni en el Panhispánico. Sí aparece compilado en el Nuevo Diccionario de Anglicismos con la siguiente definición: 1. “Hacer o adaptar un vehículo o aparato al gusto del cliente”. Se trata de un término híbrido entre la raíz *custom*, empleado para referirse a una motocicleta fabricada con un diseño especial, adaptado al gusto del cliente, más el sufijo español *-izar*, que indica que se trata de una acción. Es, pues, un término bastante específico asociado con un campo. No obstante, es cada vez más frecuente escuchar esta palabra asociada a otros objetos que no son motocicletas.

Los resultados demuestran que poco más de la mitad (52.2) de los informantes no conoce el vocablo, mientras que casi la mitad (47.7) afirma conocerlo. Frente al grado de conocimiento está el uso y hay que decir que *customizar* es usado por un porcentaje bajo (18.5) de los participantes. Mientras que un 81.5 de los encuestados afirman no usar este vocablo.

**Tabla 35. Grado de conocimiento y uso de *customizar***

	Porcentaje	Frecuencia	N
No conozco	52.3	68	
Sí conozco	47.7	62	
No uso	81.5	106	
Sí uso	18.5	24	

Conviene matizar que del listado de anglicismos léxicos empleados en este trabajo, la mayoría son anglicismos crudos, atendiendo la clasificación realizada por Lorenzo (1987). *Customizar* es el único término que se podría considerar en período de aclimatación o bien ha sido adaptado al español, ya que cuenta con una raíz inglesa *custom-* y un sufijo español *-izar*.

## Conclusiones

En el presente artículo, se ha llevado a cabo un análisis de dos aspectos importantes que se deben considerar al analizar con rigor el grado de influjo que la lengua inglesa está teniendo entre las generaciones jóvenes en España.

Uno de ellos es la valoración, por parte de los participantes, de su capacidad comunicativa en lengua inglesa ante determinadas situaciones. El segundo aspecto examinado es el grado de conocimiento y uso de un listado de 15 anglicismos por parte de los informantes. Insisto en la limitación de la muestra empleada, pero si bien es cierto que este trabajo no aporta una radiografía general del grado de conocimiento y uso de anglicismos por una muestra de jóvenes españoles, sí que pretende al menos aportar una idea sobre este hecho.

A continuación, emitimos las siguientes conclusiones.

En lo que atañe a la primera parte del estudio, considerando los resultados obtenidos se pueden distinguir tres grandes grupos de situaciones. En primer lugar, aquellos casos que los informantes consideran fáciles de defender usando la lengua inglesa y a las que pertenecerían las siguientes situaciones: leer un artículo de periódico sobre música o deportes en inglés; escribir una redacción corta en inglés sobre temas cotidianos; preguntar por indicaciones en inglés en un país extranjero; explicar lo que necesitas en una tienda en inglés; presentarse en una situación social y usar saludos adecuados; pedir en un restaurante en inglés; participar en un *chat* en inglés; participar en una conversación con un nativo y ser capaz de comprender oraciones sencillas como *What's your name?* o *Where do you live?* (estas dos últimas situaciones se consideran bastantes fáciles).

En segundo lugar, se encuentra el conjunto de casos donde los informantes sentirían que hay dificultad para enfrentarse a estas situaciones usando el inglés. Se trata de: dar indicaciones a turistas extranjeros en tu ciudad o pueblo; comprender la letra de canciones pop en inglés; comprender un documental o película de televisión en inglés sin subtítulos; participar en un foro en inglés; mantener una conversación con un nativo inglés que hable con rapidez y usando bastantes coloquialismos (esta última es considerada bastante difícil por los encuestados).

En tercer lugar, nos hallamos antes aquellas situaciones que están a medio camino entre la facilidad y la dificultad por parte de los informantes. Se trata de:

mantener una conversación cara a cara sobre temas cotidianos en inglés y entender la información que se te da en una página *web* en inglés.

Podemos concluir que esta sección del estudio refleja que los jóvenes españoles encuestados son conscientes de sus limitaciones idiomáticas al enfrentarse con determinadas situaciones. Sin embargo, también son conscientes de su capacidad para solventar la comunicación (algunas con más facilidad y otras con menos), usando el inglés. Las dos situaciones que presentamos en tercer lugar son aquellas en las que los participantes han mostrado mayor indefinición.

Con respecto a la segunda parte de este trabajo, en términos generales, hay que señalar que los anglicismos analizados en este trabajo son, en su mayoría, crudos, ya que no han experimentado un proceso de adaptación ortográfica. Algunas excepciones son *estriptis* o *estriptís* y *pirsin*.

En cuanto al proceso de aclimatación de estos términos a nuestra lengua, hay que señalar que 8 de los vocablos analizados están plenamente reconocidos por el Diccionario de la RAE y el Panhispánico de dudas. Tres de estos términos (*piercing*, *thriller* y *feedback*) aparecen recogidos únicamente en el Panhispánico. Finalmente, cuatro vocablos (*backstage*, *fitness*, *step* y *customizar*) no son reconocidos por ninguno de los dos diccionarios a los que nos hemos referido. Sí aparecen en el Nuevo Diccionario de Anglicismos. Este análisis puede ser significativo, ya que refleja el proceso en el que pueden encontrarse estos vocablos. Los que están incluidos en ambos diccionarios se encuentran plenamente aceptados y aclimatados en español. Los que aparecen sólo en el Diccionario Panhispánico se encuentran en proceso de adaptación al castellano. Por último, aquellos que no aparecen en ninguno de los dos diccionarios de la Real Academia, están aún en proceso de entrada en el español. Será el tiempo y el uso lo que determine si serán aceptados y adaptados en castellano.

En relación con las respuestas de los informantes, cabe señalar que los términos más conocidos y usados son: *airbag*, *piercing*, *striptease*, *zapping*, *set* y *look*. Por el contrario, otros vocablos son más conocidos que usados por los encuestados. Este es el caso de *thriller*, *backstage*, *fitness* y *overbooking*. Por último, aquellos que gozan de menor popularidad entre los informantes son: *best seller*, *step*, *hooligan*, *feedback* y *customizar*. Estos últimos anglicismos son más específicos que los anteriores, pues se refieren, en su mayoría, a actividades o campos determinados. Por tanto, podríamos afirmar que cuanto más específico es el término, menos conocido y menos empleado es por los informantes.

En resumen, se podría afirmar que los jóvenes españoles participantes en este estudio se muestran bastante seguros de qué son capaces de hacer, si ha de ser en lengua inglesa, y de qué no son capaces de hacer. Esto resulta muy positivo, ya que refleja una autoconciencia en el proceso de aprendizaje, que es, además, uno de los principios fomentados por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas. Asimismo, el grado de conocimiento y uso de anglicismos por parte de estos jóvenes varía dependiendo de su grado de especificidad. No obstante, también es innegable la



creciente presencia de anglicismos en el habla de los jóvenes españoles y esta sección del estudio da fe de ello.

En cuanto a futuras investigaciones, sería de gran interés realizar un estudio similar en un plazo de 5 ó 7 años para comprobar si los resultados siguen siendo similares o si los niveles de competencia en lengua inglesa por parte de los jóvenes españoles se han elevado.

### Obras

Anderman, Gunilla y Margaret, Rogers (eds.) *In and Out of English: For Better, For Worse?* Clevedon: Multilingual Matters, 2005. Impreso.

Bolaños, Alicia y Luján, Carmen. "Análisis de los anglicismos informáticos crudos del léxico disponible de los estudiantes universitarios de traducción." *Lexis* 34. 2 (2010): 241-274. Impreso.

Berns, Margie, de Bot, Kees y Hasebrink, Uwe. "English in Europe: The Presence of English. Media and European Youth." En: Berns, M. Kees de Bot y Uwe Hasebrink (eds): *In the Presence of English*. New York: Springer, 2007:15-42. Impreso.

Blommaert, Jan. *The Sociolinguistics of Globalization*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. Impreso.

Dewey, Martin y Jenkins, Jennifer. "English as a Lingua Franca in the Global Context: Interconnectedness, Variation and Change." En: M. Saxena and T. Omoniyi, (eds): *Contending with Globalization in World Englishes*. Bristol: Multilingual Matters, 2010: 72-86. Impreso.

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. Vigésima Segunda Edición. Web. <<http://www.rae.es/rae.html>.> 16 de junio, 2011.

Diccionario Panhispánico de Dudas. 2005. Real Academia de la Lengua. Web. <<http://buscon.rae.es/dpd/>.> 16 de junio, 2011.

Fischer, Roswitha y Pulczewska, Hanna. (eds.) *Anglicisms in Europe: Linguistic Diversity in a Global Context*. New Castle Upon Tyne. Cambridge Scholars Publishing: 2008. Impreso.

González Cruz, I., M<sup>a</sup> J. Rodríguez Medina y M<sup>a</sup> J. Déniz Santana. *Anglicismos en el habla juvenil de Las Palmas de Gran Canaria*. Madrid: La Factoría de Ediciones, 2009. Impreso.

Görlach, Manfred. (ed.) *English in Europe*. Oxford: Oxford University Press, 2002. Impreso.

- Graddol, David. *English Next?* British Council. Impreso.
- Guzmán González, Trinidad "The impact of lexical anglicisms in Spanish film magazines: a case study across time." *Historical sociolinguistics and sociohistorical linguistics*. University of Leiden: Leiden, 2003.
- López Morales, Humberto. "Anglicismos léxicos en el habla culta de San Juan de Puerto Rico." *Lingüística Española Actual IX*, 1987: 285-303. Impreso.
- Lorenzo, Emilio. *Anglicismos hispánicos*. Madrid: Gredos, 1996. Impreso.
- Luján-García, Carmen. *La lengua inglesa en Canarias: Usos y actitudes*. Gran Canaria: Ediciones Cabildo de Gran Canaria, 2003. Impreso.
- Luján-García, Carmen. "English invasion' in Spain: an analysis of toys leaflets addressed to young children." *English Today 105*, 27/1, 2011: 3-9. Impreso.
- Olivares Baños, María. "El anglicismo en el campo de la música en las revistas juveniles." *Revista Lindajara*, 23, 2009.  
<[http://www.realidadyfiction.es/Revista\\_Lindajara/revistalindajara.htm](http://www.realidadyfiction.es/Revista_Lindajara/revistalindajara.htm).>
- Pano, Ana. "Los anglicismos en el lenguaje de la informática en español. El 'misterioso mundo del tecnicismo' a través de foros y glosarios en línea". *Occasional Papers del CeSLIC*, Bologna: Università di Bologna, 2007: 3-18.
- Phillipson, Olly y Milner, Steve. *Longman Geography for IGCSE*. Harlow: Longman Pearson Education, 2006. Impreso.
- Phillipson, Robert. "The Tension Between Linguistic Diversity and Dominant English." En: Skutnabb, Kangas et al.(eds.): *Social Justice Through Multilingual Education*. Bristol: Multilingual Matters, 2009: 85-102. Impreso.
- Pratt, Chris. *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Madrid: Gredos, 1980. Impreso.
- Reichelt, Melinda. "English in a multilingual Spain." *English Today*, 22/3, 2006: 3-9. Impreso.
- Rodríguez-González, Félix y Lillo Buades, Antonio (1997): *Nuevo Diccionario de Anglicismos*. Madrid: Gredos. Impreso.
- Rodríguez-González, Félix. "Spanish." En: Görlach, Manfred (ed.): *English in Europe*. Oxford: Oxford University Press, 2002: 128-150. Impreso.
- Sánchez-Reyes, Sonsoles y Durán Martínez, Ramiro. "Una aproximación pragmática al uso de anglicismos en el derecho español," *ELIA*, 3, 2002: 249-258. Impreso.