

**Los anglicismos en los medios de comunicación:
una visión dinámica entre tradición y modernidad**

*(Anglicisms in the media: a dynamic vision
between tradition and modernity)*

DANIEL ABAD RUIZ

<https://orcid.org/0009-0001-2513-8781>

061711270x@alu.uma.es

Universidad de Málaga <https://ror.org/036b2ww28>

Fecha de recepción: 8 de octubre de 2025

Fecha de aceptación: 21 de octubre de 2025

Resumen: La presencia de los anglicismos supone una realidad constante, un paradigma que se adhiere a múltiples realidades que se manifiestan de manera multidisciplinar. El inglés se ha convertido en piedra angular en incontables campos teóricos, una lengua franca de impacto profundo en el resto de los idiomas. Este trabajo se ocupa de comprobar la recogida de anglicismos que se emplean en los medios de comunicación en distintas fuentes normativas de español, tomando como referente su presencia en los medios de comunicación, tanto tradicionales como en las nuevas redes sociales, que tanto éxito encuentran entre la población. Seguidamente se aportará un análisis de los anglicismos en los medios de comunicación españoles, basándose en los corpus CREA y CORPES, que ayudarán a clarificar cuáles son los anglicismos más recurrentes y esto se completará con otros datos que resultan de especial relevancia, como las directrices de los medios, los lenguajes de especialización o los efectos de los anglicismos en algunas comunidades y su valor emblemático. Por último, como consecuencia de un modelo global basado en la progresiva anglicización, se constata el aumento en la tipología de préstamos directos procedentes del inglés, tanto en la prensa generalista como especializada, así como sus variaciones, que forman parte del léxico popular.

Palabras clave: Anglicismos. Medios de comunicación. Préstamos lingüísticos.

Abstract: The presence of Anglicisms is a constant reality, a paradigm that adheres to multiple realities that manifest themselves in a multidisciplinary way. English has become a cornerstone in countless theoretical fields, a lingua franca

with profound impact on all other languages. This work examines the use of Anglicisms in the media in various normative sources of Spanish, taking as a reference their presence in the media, both traditional and in the new social networks, which are so successful among the population. Next, an analysis of Anglicisms in the Spanish media will be provided, based on the CREA and CORPES corpora, which will help to dictate which are the most recurrent Anglicisms and this will be completed with other data that are of special relevance, such as media guidelines, specialization languages or the effects of Anglicisms in some communities and their emblematic value. Finally, as a consequence of a global model based on progressive Anglicization, there is an increase in the typology of direct loans from English, both in the general and specialized press, as well as their variations, which are part of the popular lexicon.

Keywords: Anglicisms. Media. Communication. Loan word.

1. Introducción

El fenómeno del préstamo lingüístico ha supuesto una realidad y una necesidad social, además de lingüística y cultural, siempre que dos lenguas han entrado en contacto, a pesar de que sus primeras aportaciones se produjeron desde la prolífera Inglaterra en el siglo XIX. Según Rodríguez González (2017: 11) “tras la Segunda Guerra Mundial, especialmente a partir de 1950, la importación de voces inglesas se acrecienta sobremanera debido a la hegemonía que Estados Unidos ostenta en los órdenes más diversos, como el político-militar, económico, científico o cultural”.

La comunicación interlingüística y las huellas imperecederas de nuevas generaciones se dejan sentir y crean un impacto sensible en la sociedad.

Esta transmisión de la lengua y la cultura se construye a través de una visión emblemática y novedosa, cúmulo de elementos de renovación de códigos, en unos casos interpretados como legítimos, en otro adoptados indebidamente, encajan en una estructura rigurosamente escalonada que representa el campo del préstamo lingüístico, cuestión abordada por numerosos autores tales como por Pratt (1980), Rodríguez Segura (1999) Gómez Capuz (2005) o Luján García (2012) entre otros, los cuales han dado buena muestra con sus estudios de un mayor enriquecimiento de este fenómeno del lenguaje.

En las últimas décadas se ha acentuado más si cabe la difusión mundial del inglés, que abanderó la lengua global de la tecnología, el turismo, la divulgación científica, el comercio internacional, el deporte, la comunicación digital, la moda, la música y el cine, entre otros ámbitos. Actualmente es el idioma que se habla

en más lugares del planeta y ocupa el tercer lugar en cuanto al número de personas que lo hablan como lengua materna, después del chino mandarín (908 millones de hablantes) y el español (493 millones). Sin embargo, si se tienen en cuenta los 743 millones de hablantes no nativos de inglés, el número total de personas que pueden comunicarse se incrementa considerablemente, hasta alcanzar 1500 millones de estudiantes aproximadamente en todo el mundo¹.

Es importante señalar que, aunque la influencia del inglés en la lengua española se puede constatar en todo el mundo, hay regiones específicas en las que resultan de una fusión significativamente más sensible. Algunos ejemplos de estas zonas de exponencial influencia son Puerto Rico y México, el primero de ellos como estado asociado legitima el inglés dotándolo de oficialidad, el segundo, al establecer una relación fronteriza, supuso un flujo constante y tradición histórico-territorial profundamente arraigada.

Desde el punto de vista lexicográfico la palabra “anglicismo” supone un claro caso de acuñación casual. La 23ª edición del *Diccionario de la Real Academia Española* define dicho término como “vocablo o giro de la lengua inglesa empleado en otra”. Lorenzo (1987) define el término según el grado de integración lingüística con el idioma español según su ortografía y pronunciación original. Por un lado, las palabras que han mantenido la grafía y pronunciación propias del inglés y por otra las que han sido asimiladas incluyendo rasgos propios del español. Vázquez Amador (2015) por su parte se refiere al anglicismo como: “palabras de procedencia angloamericana que llegan a otras lenguas normalmente para expresar un concepto desconocido o nuevo, o en otras ocasiones por efectos lingüísticos como el uso de sinónimos, efectos estilísticos, etc.”.

Esta necesidad de estructurar y adaptar la terminología es compartida también por los recursos lexicográficos de la Real Academia Española y de la Asociación de Academias de la Lengua Española, que contienen términos nuevos tomados de otras lenguas.

En palabras de Alfaro (1970: 15): “Todavía no se ha intentado por completo recopilar en un solo volumen todos los exotismos, neologismos, solecismos y barbarismos que tienen sus raíces en la supremacía moderna de la lengua inglesa”.

De hecho, hasta la edición de 1884, que corresponde a la 12ª edición del *Diccionario de la Lengua Castellana* los términos ingleses, fueron rechazados taxativamente.

¹ Datos extraídos del Anuario del Instituto Cervantes, *El Español: Una Lengua Viva* (2021). Número de alumnos de los idiomas más estudiados como lengua extranjera.

En el año 2005, la primera edición del *Diccionario Panhispánico de Dudas* sirvió para resolver todas cuestiones referentes a los usos del español, no solamente en el plano normativo, sino también aportando nociones orientativas, obra que por otra parte acogió un elevado número de anglicismos, tanto crudos como aclimatados al español.

Los corpus académicos son una parte fundamental en la creación del DPD (*Diccionario Panhispánico de Dudas*) o del DLE (*Diccionario de la Lengua Española*). Pueden definirse como una colección de textos de diversa índole que están disponibles en formato digital, lo que aumenta su accesibilidad para los usuarios de la lengua y ofrecen así una visión global de las palabras en un contexto determinado.

A finales del siglo XX, el CREA² (Corpus de Referencia del Español Actual) fue la fuente de la que se nutrieron el DPD y el DLE. Este corpus de soporte informático contiene escritos desde 1975 hasta 2004 y contiene una gran variedad de estilos y temas de textos escritos y hablados de habla hispana.

En la actualidad, el corpus que sirve de base para la versión más reciente del DLE es el CORPES XXI³ (Corpus del Español del Siglo XXI). Este corpus electrónico alberga textos de todo tipo, tanto orales como escritos, y refleja los numerosos países del mundo hispánico.

Los modernos métodos de comunicación, en especial Internet y las redes sociales, permiten contactar con personas de países lejanos, obtener información en diversos idiomas, intercambiar ideas, etc. Según los lingüistas, esta interacción directa con las lenguas extranjeras es el perfecto caldo de cultivo para la aparición de neologismos, calcos y anglicismos. En el año 2020 se creó el Observatorio Lázaro⁴, una herramienta digital valiosa a la hora de catalogar y contabilizar los anglicismos en los principales medios de prensa digitales de nuestro país, bajo el nombre de uno de los lingüistas españoles más ilustres, el académico numerario Fernando Lázaro Carreter.

El objetivo del presente trabajo consistirá en comprobar el uso y recogida de un conjunto de anglicismos de uso frecuente en los medios de comunicación a partir de su análisis en el CORPES XXI, CREA y por último el DLE en su versión en línea.

² Banco de datos (CREA) [en línea]. Corpus diacrónico del español. Disponible en línea en: <http://www.rae.es>

³ Banco de datos (CORPES XXI) [en línea]. Corpus del Español del Siglo XXI (CORPES). Disponible en línea en: <http://www.rae.es>

⁴ Observatorio Lázaro: observatorio el anglicismo en prensa española. Disponible en línea en: <http://www.observatoriolazaro.es>

Para alcanzar este objetivo, el artículo se estructura de la siguiente forma. Tras la introducción, en el segundo apartado se detalla la base de datos “Observatorio Lázaro” que supone un entramado que recopila una información dinámica de la presencia de anglicismos en algunos de los principales medios de comunicación nacionales. El tercer apartado se encarga de dar cuenta del objetivo que se persigue y la metodología empleada. En el cuarto apartado se analizan los resultados obtenidos en relación con los corpus lingüísticos CREA, CORPES XXI, así como las variantes de los lemas objeto de estudio en Observatorio Lázaro. Asimismo, se constatan los resultados con la obra normativa de referencia en el panorama nacional, el Diccionario de la Lengua Española y un somero análisis contrastivo de la 22ª y 23ª edición.

Por último, a modo de conclusión se exponen los principales hallazgos que han resultado más relevantes, así como futuras líneas de investigación.

2. Observatorio Lázaro

Hoy en día, los medios de comunicación y las redes sociales tienen una presencia y un poder abrumadores. Podemos considerar que las redes sociales como Facebook, X o Instagram cada vez gozan de mayor popularidad ya que las empresas las emplean para atraer a miles de potenciales usuarios. Es difícil que una empresa no tenga en cuenta la influencia actual de los medios de comunicación y las redes sociales, así como los efectos sociolingüísticos que la llegada de la tecnología ha tenido sobre los individuos y las comunidades.

Con el fin de evidenciar esta injerencia de los términos anglosajones en los medios de comunicación, es conveniente recurrir al Observatorio Lázaro, un proyecto que hace un seguimiento de los anglicismos en la prensa española mediante un modelo de aprendizaje automático que descubre potenciales anglicismos. El objetivo de la investigación es examinar el uso de estos préstamos en la prensa española. Cada día, Lázaro se conecta a varios medios de comunicación españoles, examina las noticias más recientes y extrae los anglicismos que aparecen. En concreto, Lázaro analiza los artículos publicados en los siguientes 22 medios:

1. El País: prensa generalista
2. elDiario.es: prensa generalista
3. ABC: prensa generalista
4. El Mundo: prensa generalista
5. La Vanguardia: prensa generalista
6. El Confidencial: prensa generalista
7. 20 Minutos: prensa generalista
8. Agencia EFE: prensa generalista

9. Agencia Sinc: ciencia y tecnología
10. Muy Interesante: ciencia y tecnología
11. La Marea: política
12. El Salto: política
13. El Economista: economía
14. Cinco días: Economía
15. JotDown: cultura
16. El Mundo Today: humor
17. Marca: deporte
18. Rolling Stones: música
19. Fotogramas: cine
20. Diez Minutos: prensa rosa
21. Men's Health: moda y estilo de vida
22. Elle: moda y estilo de vida

Como se puede observar, la categoría más común entre los medios que analiza el observatorio es la de prensa generalista; sin embargo, es interesante atender a su registro especializado, analizado en base a medios de comunicación de muy diversa índole, lo cual nos ofrece una visión global de la situación.

De igual modo, el proyecto incluye un gráfico con la evolución de los 10 anglicismos más frecuentes, entre los que se encuentran palabras como *app*, *influencer*, *streaming*, *ranking* o *software*. El más popular de ellos, en la actualidad, es la palabra *look*.

Look, como se puede observar, es con regularidad manifiesta uno de los anglicismos más utilizados, especialmente en las secciones de moda, gente y estilo de vida, *top* o *reality* también son de uso muy frecuente. Por el contrario, otros anglicismos, son típicos de ciertas secciones. Por ejemplo, en el sector de los videojuegos se utilizan términos como *gamer*, *online*, *cloud gaming*, *season pass*. En el mundo del cine y los espectáculos se emplean *cameraman*, *film*, *road movie* o *casting*. En el ámbito de los deportes, se pueden encontrar términos como *basket*, *golf*, *record*, *referee*, *reporter*, *ring* o *swing*. Mientras que en el área de la restauración o gastronomía se utilizan lexías como *bacon*, *burguer*, *snack*, *brunch*, *food truck* o *street food*.

Sin embargo, los ejemplos más intrigantes podrían no estar entre los más comunes, lemas en los que descansa una amplia gama de variables, anglicismos que son poco comunes y que encierran el devenir y buena salud de los textos, además de su entrada y pervivencia en nuestra lengua. Se trata pues de discernir aquellos anglicismos que se convierten en innovación real, que son necesarios, rarezas para las que no existe un equivalente en español y aquellos que son

superfluos e innecesarios de reciente aceptación y que presentan a su vez de un equivalente en español.

A continuación, se procederá al análisis de una lista de anglicismos de uso frecuente en los medios de comunicación, tanto en la prensa generalista como la especializada, tomando como vía de canalización las grandes bases de datos aludidas anteriormente, para realizar una breve profundización en aquellos medios de comunicación especializados que recurren con relativa cotidianeidad a los anglicismos dentro de campos y esferas específicas de dicho sector, de las que se obtendrá la información lexicológica pertinente que nos servirá como claro referente e indicador de la integración lingüística española.

3. Objetivos y metodología

Dado que este estudio se centra en los medios de comunicación digitales, concretamente en la prensa española, se han tenido en cuenta la consecución de los siguientes objetivos: por un lado, analizar la vigencia y evolución de una selección de anglicismos propuestos durante los años 2023 y 2025 en Observatorio Lázaro y por otra parte, contrastar los resultados obtenidos con las bases de datos CREA y CORPES; así como su posible aparición en la versión electrónica del Diccionario de la Lengua Española (versiones 22ª y 23ª).

Para trabajar con los anglicismos, se ha propuesto un conjunto de palabras que se consideran de uso frecuente en los medios de comunicación. Se trata de un total de 35 anglicismos crudos, todos presentes en el *Gran diccionario de anglicismos* de Rodríguez González (2017), extraídos a su vez de los 22 rotativos presentes en el Observatorio Lázaro, con el fin de disponer del material necesario para poder realizar un análisis, desde diferentes segmentos semánticos. Al analizar la muestra se ha tomado como punto de partida la clasificación establecida por Furiassi, Pulcini y Rodríguez González (2012), con su distinción entre préstamos directos e indirectos:

The first distinction is made between direct and indirect borrowings. Direct borrowings from a source language (SL) to a recipient language (RL) take shape in several different forms (loanwords, false loans, hybrid loans), in which formal evidence of the SL (English in this case) is detectable. Indirect borrowings such as calques and semantic loans, on the other hand, are not immediately evident, because the SL model is reproduced in the RL through native elements (a translation equivalent or, in the case of a semantic loan, through an already existing word which acquires a new meaning).

En los préstamos directos se aprecia por tanto un vestigio evidente de la lengua origen, por otra parte, los indirectos conforman ciertas pautas formales de la lengua receptora, bien sea como mera traducción o como amplificador de su significado. Los préstamos directos se subdividen a su vez en tres categorías: préstamo propiamente dicho (*loanword*) para palabras adaptadas y no adaptadas, pseudoanglicismo (*false*) y préstamo híbrido (*hybrid*). En el presente trabajo nos centraremos esencialmente en los préstamos directos.

Por tanto, la adaptación de los préstamos tendrá correlación no solo con los datos obtenidos en la base de datos del Observatorio Lázaro, sino que también de CORPES XXI, además del CREA y por último el DLE en su versión en línea. Dicho estudio como ya se comentó ha sido acotado al territorio español. El conjunto de 35 anglicismos que se ha tomado para la muestra por su frecuencia y vitalidad están presentes en el GDA (2017) de Rodríguez González:

Look	Software	Smartphone	Catering	Fit
App	Streaming	Link	Glamour	Blog
Marketing	Western	Parking	Gay	Football
Online	Casting	Junior	Stock	Zapping
Ranking	Film	Bullying	Business	Star
Podcast	Hit	Mainstream	Hashtag	Prime
Reality	Copyright	Fashion	Overbooking	Fan

Figura 1. Tabla anglicismos de uso frecuente tomados para la muestra

Inicialmente se ha rastreado la presencia de cada uno de los anglicismos en los dos corpus normativos con los que se trabaja: CREA y CORPES. Dichas bases de datos han sido ilustradas, enriquecidas y complementadas con los valores extraídos del Observatorio Lázaro. Asimismo, se ha considerado acertado valorar los anglicismos llamados únicos con aquellos que contienen una mayor cantidad de variantes o lemas en relación a la base de datos del Observatorio Lázaro. Por otra parte, para cada vocablo se ha creado una ficha con información adicional en la que se recoge, analiza e interrelacionan los datos obtenidos del corpus de textos, las cuales han ayudado a extraer las conclusiones en la que se incluyen la lexía original, variantes y posibles observaciones desde el punto de vista ortográfico, morfosintáctico o semántico, además de las secciones en las que los podemos encontrar con mayor grado de frecuencia.

Para valorar los resultados en relación a los datos extrapolados de los corpus, se ha contrastado la vigencia y aceptación de dichos anglicismos con la ayuda de

dos obras de referencia: por un lado, el *Diccionario de la Real Academia Española* en su versión digital, junto con el *Gran Diccionario de los Anglicismos* de Rodríguez González (2017). Además de emitir las pertinentes observaciones se ha accedido a las páginas de consulta de la RAE: Fundéu y el *Diccionario Panhispánico de Dudas*, que serán incluidos someramente en la presentación y análisis contrastivo.

4. Análisis de los resultados

4.1. *Variaciones en Observatorio Lázaro*

Para la parte inicial del estudio se ha propuesto un acercamiento a la detección de las variaciones aparecidas en el buscador del Observatorio para constatar no solo el número de anglicismos como sinónimo de vitalidad lingüística, a su vez se constatará la cantidad de extranjerismos adaptados frente a los no adaptados, además se descubrirán posibles lexías intrusas, falsos préstamos y préstamos híbridos, según el método, Furiassi, Pulcini y Rodríguez González (2012).

El número total de ítems extraídos de esta primera parte del corpus se eleva a 1713 lemas relacionados con cada uno de los anglicismos objeto de búsqueda (Figura 2).

Casi la totalidad de los anglicismos se engloban dentro de la categoría de préstamos adaptados o no adaptados, dentro de la categoría de préstamos directos (*direct borrowings*), destacan sobre manera las formas no adaptadas (94 %), los anglicismos adaptados (2 %), los préstamos híbridos (3 %) y finalmente los pseudoanglicismos (1 %). La distinción entre formas adaptadas y no adaptadas se justificará en base a su variación ortográfica, derivada del español como el uso de la vocal delante de la s, tildes diacríticas o supresión parcial del término original.

En clave de frecuencia hay anglicismos que tienen una escasa o nula inclusión y solo su uso determinará la pervivencia o acomodo como anglicismo de escalada. Además de lo comentado se advierten errores, vocablos no derivados de la lexía original que no han sido tenidos en cuenta.

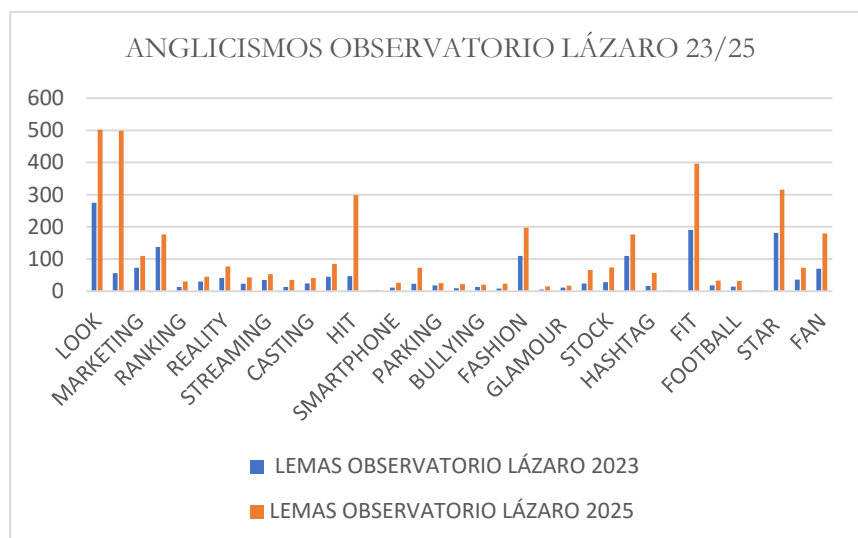


Figura 2. Gráfica distribución de lemas según Observatorio Lázaro. Elaboración propia

4.1.1. Algunas observaciones y calas en base a los anglicismos propuestos en Observatorio Lázaro, CREA y CORPES XXI

Así pues, entre toda la amalgama propuesta, dentro de la categoría de préstamos directos, se encuentran una gran mayoría que son voces no adaptadas procedentes del inglés, series de palabras compuestas sin modificación alguna y ya en menor medida híbridas, mezcla de español e inglés, algunas de uso muy frecuente en el lenguaje popular y otras incluso aceptadas formalmente por la Real Academia Española de la Lengua. Como veremos a continuación y a modo de visión global, se aportarán algunos ejemplos que ponen de relieve esta controvertida tendencia anglicanizada:

- LOOK: pese a la resistencia a emplear voces adaptadas se pueden encontrar algunos ejemplos de anglicismos naturalizados al español como “lookazo” y otros hybrid loans o préstamos híbridos como cuando se refiere a: “look playero cool” o “looks fetiche”. Las instituciones como la RAE o Fundéu son partidarias de la adaptación al español, antes que el uso de las mismas como fórmulas anglicadas.

- APP: la mayoría de lemas son palabras que incluyen “APP” pero no provienen ni derivan de la abreviatura de *application*. Predomina, por tanto, el error al introducir palabras como: *kapping*, *happy*, *frappy*, *frappé*, *apple* o *approach*.

El incremento de anglicismos derivados del lema *application* ha sido más que notable. En abril de 2023 se detectaron 56 frente a los cerca de 550 extranjerismos recogidos en la base de datos durante 2025.

- MARKETING: el DLE contempla su traducción como mercadotecnia; por su parte, el DPD propone la palabra “márquetin”. En el listado que nos ofrece el Observatorio Lázaro se presentan una serie de palabras compuestas en inglés, no adaptadas en su mayoría, salvo “astromárketing”: “Es consultora Internacional de Marketing Digital y desde hace dos se dedica al “astromárketing”, una innovadora técnica que ayuda a empresarios, psicólogos y creativos, entre otros profesionales, a aplicar la carta natal para potenciar su marca y comunicar mejor” (*El Mundo*, 26-11-2022).

- PODCAST: de los 30 anglicismos recogidos por el buscador en el año 2023, uno asimilado “podcastero”: “Es todo lo que obtendrás en el espacio de hoy” tuiteó el “podcastero” de derechas Steven Crowder a sus dos millones de seguidores en referencia al programa” (*La Vanguardia*, 11-08-2022).

Dicho anglicismo ha experimentado una evolución moderada, alcanzando la cifra de 45 lemas registrados.

- FILM: 85 anglicismos entre los que destacan “fashion show filme”, adaptación al español de la voz inglesa film y un galicismo, en un claro caso de hibridación “film vídeo”. DLE hace referencia a la palabra filme y DPD comenta que es preferible el uso de la palabra película; sin embargo, entre los críticos cinematográficos se emplean con frecuencia los términos film (pl. films) y filme (pl. filmes) —procedentes del inglés film—, que se consideran también válidos, pues han dado derivados como filmar, fílmico o filmografía.

- HIT: al igual que sucediera con la anterior entrada no alcanza a registrar la totalidad de lemas con precisión e incluye, muchas otras palabras que no tienen ningún vínculo, con dicho anglicismo inicial. De hecho, de los 299 solo 67 están relacionados con dicho extranjerismo siendo *hit-parade*, *superhit*, *hitman* algunas de las más destacadas, empleándose con o sin guion. Pese a no haber rastro de la lexía en DLE, es muy recomendable detenerse en las definiciones que ofrece el DPD: por un lado, “Voz inglesa que se emplea ocasionalmente en español con el sentido de canción, disco, libro, etc., de gran éxito popular. Su uso es innecesario, ya que puede sustituirse por la expresión española (gran) éxito”, y, por otro, referido al ámbito del deporte, concretamente el béisbol como “tiro que no es interceptado por la defensa del equipo contrario y permite al bateador alcanzar una base”. Con este sentido, se recomienda su adaptación al español en la forma *jít* (pl. *jíts*). En la actualidad, se recogen 299, si bien es cierto que muchos de ellos continúan sin acogerse a la lexía original.

- COPYRIGHT: es un anglicismo poseedor de un símbolo ampliamente utilizado ©, que se usa precediendo al poseedor de derechos, lo más llamativo es la escasez de lemas. Aceptado e incluido en DEL. Por su parte, el DPD lo define como “voz inglesa que significa ‘derecho de explotación y reproducción de una obra intelectual, artística o científica’. En español debe sustituirse por la equivalencia derecho(s) de autor o derecho(s) de edición”.

- SMARTPHONE: 26 anglicismos no adaptados, uso del plural del sustantivo contable, smartphones, en su mayoría empleo de palabras compuestas.

- LINK: 73 anglicismos de los cuales destacamos su adaptación al español como verbo “linkar”: “La extrema derecha no tardó ni una hora en ‘linkar’ la noticia a sus intereses: la violencia de menores también la perpetran mujeres, madres, no es exclusividad del hombre” (*La Vanguardia*, 05-11-2022). En el DPD destacan dos acepciones que, a modo de observación, merecen la pena ser incluidas como “voz inglesa de uso frecuente hoy, en el lenguaje informático, con el sentido de conexión que se establece entre dos elementos de un hipertexto. Debe sustituirse por los términos españoles enlace o vínculo” y “anglicismo que se emplea también, normalmente en la forma plural links, para designar el campo en el que se practica el golf. Debe sustituirse por las expresiones españolas campo o cancha (de golf)”.

- JUNIOR: no adaptado, al igual que en inglés se emplea tanto como sustantivo, como adjetivo. En el DPD la encontramos con su adaptación ortográfica al español “júnior” y la define como “voz procedente del comparativo latino *iunior* (más joven), cuyo uso actual en español se ha revitalizado por influjo del inglés junior”. En español debe escribirse con tilde por ser voz llana terminada en consonante distinta de -n o -s. Aunque está notablemente extendida la pronunciación inglesa [júnior], en español debe decirse [júnior], tal como se escribe. Por otra parte, y para el plural, aunque está muy extendida la versión inglesa (júnior) se recomienda la adaptación española (jóiores).

- BULLYING: del total de lemas recogidos, 20 en total, destacamos el uso del anglicismo no adaptado cyberbullying y la voz adaptada ciberbullying, por otra parte, la incorporación del prefijo anti- para hacer referencia a los procedimientos que se utilizan para que el bullying no se lleve a la práctica: “Esta mañana, en el Congreso de los Diputados, un grupo de personas que es incapaz de hablar sin insultarse ha intentado sacar adelante la “ley antibullying” (*El Mundo Today*, 03-11-22).

- MAINSTREAM: 23 anglicismos de los cuales la práctica totalidad son anglicismos no adaptados. “Quería romper con las suposiciones y expectativas que la rodeaban, y también con las limitaciones que impone la industria, y que

notó al primer contacto con la máquina del pop mainstream” (*Rollingstone*, 18-1-2023).

- FASHION: de los 197 lemas detectados, destacamos la misma aparición tanto en inglés como en español en grado de hibridación, “fashion film”, frente a “fashion filme”, “fashion lexicon” frente a “fashion lexicón”; además de algunos términos naturalizados como el término “fashionista”, “fashionistas outfit” o “renting fashionista”; por otro lado, el uso de prefijos tales como “requetefashion”. Por último, desde el punto de vista semántico “infashionwetrust” rememorando la famosa frase procedente del inglés *In god we trust*, lema oficial de los Estados Unidos.

- CATERING: empleo el uso de anglicismos no adaptados, salvo la expresión *Catering a take away*: “Marín quiere dejar muchas puertas abiertas para llegar a una clientela que pueda requerir desde catering a take away, degustación en la tienda o sentarse con un reducido grupo” (*La Vanguardia*, 20-02-202). Se encuentran, por su parte, registradas en DLE sin variación alguna, mientras que en DPD se escribe adaptando la grafía “cáterin” como “servicio de suministro de comidas y bebidas a aviones, trenes, colegios, etc.”. Es invariable en plural “los cáterin”.

- STOCK: 74 lemas, con uso de palabras compuestas como *deadstock*, *Woodstock* o *pennystock*. Por otra parte, hibridismo en el empleo de “sobrestock”: “los proveedores de automoción han calificado como “críticas” también cuestiones como la producción discontinua (paradas de fabricantes de vehículos), la gestión del sobrestock, el entorno económico incierto y el conflicto bélico en Ucrania” (*Transporteprofesionales*, 01-12-2022).

- BUSINESS: todos los lemas que nos encontramos son anglicismos claramente no adaptados.

- HASHTAG: 57 lemas, todos claros ejemplos de anglicismos no adaptados en singular. Proviene del inglés *hash* (almohadilla) y *tag* (etiqueta): “El ascenso de la ‘ruralfluencer’ (un “hashtag” inventado por ella misma) asturiana empezó cuando, hace unos años, se dio cuenta de que sus publicaciones en las que aparecían fotos de vacas o terneros solían suscitar un inesperado interés” (*20minutos*, 18-01-23).

- OVERBOOKING: una única entrada o lema (*overbooking*) que puede ser sustituido, según Fundéu, por términos como “sobreventa”, “sobrecontratación” o “sobrerreserva”, entre otros. Voz inglesa aceptada tanto por DLE como DPD, aunque se considera evitable.

- FIT: con 396 lemas detectamos algunas entradas no directamente relacionadas con la palabra, que se incluye hasta en tres ocasiones: “graffiti”, “graffity” y en plural, “graffitys”. Otro ejemplo de entrada no relacionada es el lema *Griffit*, o *windall Benefit*: “Y sorteaba la opción de gravar los ‘beneficios caídos

del cielo' ('windfall benefits') a las eléctricas que veían retribuidos al precio más alto sus kilovatios" (*El País*, 12-03-2022). Algún caso de hibridismo como "silueta mom fit" o "outfit comodín".

- BLOG: 18 lemas todos ejemplos de anglicismos no adaptados. Admitida por el DEL, que lo define como "Sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores". El DPD toma como equivalente la voz bitácora: "un proceso de más de dos decenios nacido de internet: el de los "blogs" y publicaciones digitales conservadoras como *The Drudge Report* o *Breitbart* (*El Mundo*, 02-11-20).

- FOOTBALL: 32 lemas, ninguno de ellos como anglicismo adaptado. "El ahora jugador del Besiktas irrumpió con fuerza en el 'football'. Fichó por el Tottenham en 2015 por 6 millones de euros procedente del MK Dons [...] pero no acusó el salto de la League One (Tercera división) a la Premier" (*Marca*, 22-12-22).

- ZAPPING: 2 lemas, "No obstante, la inteligencia de 'Cachitos' está en que, aprendiendo de lo más travieso del archivo de TVE, entendió desde sus orígenes que no podía quedarse en un zapping de momentos gloriosos y debía contextualizarlos con el superpoder de la mordacidad" (*20 minutos*, 03-01-23).

- STAR: 316 lemas, de los cuales destacamos algunos errores como *pistard*, *Little bastard*, *bastard*, *stare*. Hibridismo neológico como "startupero": "El perfil de este 'startupero' es el de un hombre, de 34 años, con título universitario en la mayoría de los casos y complementado en un alto porcentaje con másters, principalmente en carreras técnicas o STEM" (*El Confidencial*, 25-09-2020).

- PRIME: 36 lemas, destacan las palabras "primer ballet" "primers hidratante": "Los primers hidratantes también permiten conseguir un acabado mate y el ejemplo es el Prep&Matte-Prebase Matificante" (*El Confidencial*, 15-06-2021); "Es uno de esos primers tratamiento y el ácido hialurónico tiene parte de culpa" (*El Confidencial*, 15-06-2021.).

- FAN: 70 lemas de entre los cuales se detectan algunos errores como: *fantasy maker*, *fang*, *e'nfant*, *fantastic* o *Fancy*. Por otra parte, no se detecta ningún anglicismo adaptado. Dentro de la palabra "fan", se pueden extrapolar dos significados: por un lado, zona de seguidores o hinchas como *fan zone*: "Todo despertaba en la Plaza de España. Entre la 'fan zone' de Lloret y el coso, se arremolinaba la marabunta" (*El Mundo*, 07-08-2022); y, por otro, "fan" como "ventilador": "los profesionales de RoigSat también instalan sistemas de aeroterapia, de fan coils y de bombas de calor" (*La Vanguardia*, 03-10-2022).

4.1.2. CORPES: Una mirada al siglo XXI

La presencia de los extranjerismos ha dado pie a numerosas interpretaciones, la gran mayoría relacionadas con un uso en muchos casos desmedido por incorporar nuevas soluciones a los medios, independientemente del enriquecimiento relativo del idioma.

El cómputo de anglicismos escogido son producciones en medios de comunicación españoles sin eludir el carácter globalizado. Es bien sabido que la influencia que Estados Unidos ha ejercido en América Latina se refleja también en el idioma en general y, probablemente, en esta lengua en particular. Por ello, dado que los resultados sobre la frecuencia de los anglicismos pueden variar en función de si la fuente es de uno u otro continente. Las muestras extraídas del CORPES XXI no han sido combinadas con las publicadas en Hispanoamérica. Esta circunstancia, sin embargo, lejos de ser un obstáculo para la visión global del anglicismo, representa un interesante campo de estudio contrastivo entre las dos variedades del español que se sumarán más adelante.

El CORPES XXI, como ya se ha comentado supone la base de datos actualizada de mayor rigor por parte de la Real Academia Española de la Lengua, para indagar de forma precisa en el estudio de los anglicismos se han tenido en cuenta las variables de frecuencia, período, tema y tipología en sus valores máximos.

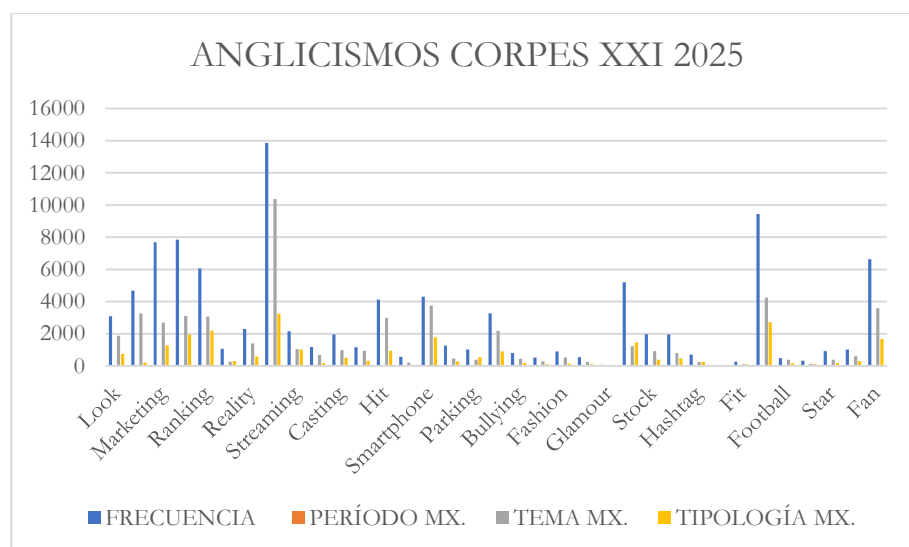


Figura 3. Gráfica de anglicismos según frecuencia, período, tema y tipología

En cuanto a frecuencia, los anglicismos más destacados son: *software*, con una frecuencia de 13 849; *blog*, que ocupa el segundo lugar con 9433; *online*, 7848; *marketing*, 7693; *fan*, 6640; y *ranking*, 6052. Entre los de menor frecuencia, se hallan *overbooking*, con 54 anglicismos, *glamour*, anglicismo de ascendencia francesa con una frecuencia de 61 y *fit* (264). Si nos fijamos en el resto de valores vinculados a la frecuencia hemos de decir que se trata de una media elevada en cuanto al uso de los anglicismos, pero más sorprendente que la frecuencia son el resto de parámetros máximos, como por ejemplo el período. Resulta evidente plantearse que las cifras más altas se alejarían del período que abarca 2021-2025, ya que se siguen estudiando y es un período no cerrado, pero sí y esto es lo más llamativo en un inicio se creyó en un modelo piramidal, claramente ascendente con valores que alcanzarían su máximo exponente en el período de 2016 a 2020; pero se puede observar que no siempre se cumple dicha tendencia.

Y ahora la cuestión que cabría plantearse es el motivo por el cual determinados anglicismos de uso frecuente en el habla popular frenan su expansión. El léxico como unidad opera según la evolución monitorizada y desarrollo del lenguaje continuo, varía y en ocasiones deja de emplearse, en la mayoría de los casos se sustituyen por neologismos y recalcitrantes modas de inclusión de extranjerismos que llegan a formar parte del lenguaje coloquial. Según Rodríguez González (2005: 189) “el cúmulo de creaciones libres puede ser aún mayor que la de los calcos en su sentido más estricto, si se da la circunstancia de que la traducción literal del neologismo lleva a un conflicto polisémico y a connotaciones ordinarias o juzgadas indignas”.

Por otra parte, no se puede dejar de abordar la idea de la evolución positiva de dichos anglicismos, que han adquirido condiciones propias de la lengua española, en definitiva, han conseguido una adaptación lingüística. Por citar algunos ejemplos, la palabra “football”, que se sigue empleando pese a haber sido sustituida por la palabra “fútbol”, o su calco al español “balompié”. Como ejemplos extraídos del CORPES XXI podemos citar:

– “Será uno de los cinco deportes que entren en esa cita junto al béisbol-sófbol, lacrosse, cricket y flag football, una oportunidad de oro para obtener visibilidad, ingresos y nuevos jugadores” (*ABC*, 2013).

En este caso, se emplea la lexía referida a algún topónimo; las revistas, asociaciones federativas o clubes que han mantenido la grafía original. Por lo general, se suele emplear su forma adaptada más que el calco balompié. Además de dichas variantes, desde el punto de vista morfosintáctico se emplea como sustantivo, con empleo de sufijos como -ero o -era, e incluso la terminación de un posible adjetivo en grado superlativo (futbolísimo).

En el extremo opuesto uno de los anglicismos empleados con mayor frecuencia es la palabra “blog”, cuyo período máximo abarca de 2006 a 2010 con 3580 anglicismos:

– “Mena canta con una naturalidad apabullante y se acompaña por unos coros que a mí me encantan. La descubro gracias al blog Pop Music”. Aquí funciona como un sustantivo singular y su plural se corresponde con “blogs” (2006).

En cuanto a los temas, destacan valores máximos relacionados a Ciencia y Tecnología, Arte Cultura y Espectáculos, Actualidad, Ocio y Vida Cotidiana; así como Política, Economía y Justicia.

Dentro de la primera categoría y como muestra destaca la palabra “software”, con 10 368 casos:

– “Las transacciones comerciales se harán de usuario a usuario; se impondrá el software de código fuente abierto y las aplicaciones inteligentes, capaces de actuar sin la constante supervisión humana, sustituirán a los rígidos programas de la actualidad” (2002).

Otro de los temas que se emplean con más frecuencia son los de Actualidad Ocio y Vida Cotidiana la palabra seleccionada a tales efectos es “Ranking”:

– “Los dos primeros clasificados de cada categoría de peso irán al ranking Nacional cadete que se celebrará en Madrid los días 24 y 25 de febrero” (2001).

En lo referente a las Artes, Cultura y Espectáculos, se ha escogido el anglicismo *film* (942).

– “En la sobriedad decorativa del film tienen prominencia textual, por ende, las sucesivas rimas y oposiciones cromáticas, ora como sustanciados susurros de apoyatura ornamental para la comprensión resonante de acciones o caracterización de personajes...” (2002).

4.1.3. CREA: Un banco de datos de referencia

Según Alvar Ezquerro, “ninguna lengua puede conformarse con el vocabulario que posee en el momento de su nacimiento. No sería capaz de progresar y desaparecería al no llegar a satisfacer las necesidades de sus usuarios” (1999: 9). Con una mirada evolutiva se acerca la prensa en el uso curioso de nuevos anglicismos que se suceden de manera recurrente bajo algunas líneas editoriales sensacionalistas. Un buen mediador de los valores incipientes, de las rutinas que emergen bajo el paraguas de un nuevo producto, heredera de estas palabras nuevas es el corpus de referencia CREA, que nos va a servir para analizar y contrastar la presencia frente al corpus lexicográfico CORPES XXI y el Observatorio Lázaro. Aunque en este particular, más interés generan las ausencias destacadas en los anglicismos seleccionados y en ellos nos vamos a detener. De los resultados obtenidos a raíz de los anglicismos seleccionados se

puede constatar como en tres de los casos (Podcast, Smartphone y Hashtag) no obtuvieron ningún resultado en la búsqueda. Ciertamente es que el lenguaje hablado viaja más rápido que el escrito y pese a todo se trata de anglicismos con un amplio bagaje en la sociedad.

PODCAST: pese a no encontrarse evidencias en CREA, se han podido constatar 1065 casos del uso del anglicismo *podcast* en CORPES XXI en un total de 579 documentos. El plural del término es *podcasts*. La mayor parte de estos usos se han registrado en publicaciones españolas, en total 472 casos. Se trata de la emisión o el archivo multimedia, en especial de audios. Según Fundéu, la adaptación correcta sería la inclusión de la tilde como palabra llana, esto es, “pódcast”.

– “¿Algún consejo más para crear buenos podcasts? ¿Los has utilizado en tu estrategia de Social Media? Gracias por compartir” (2015).

En el Observatorio Lázaro, el anglicismo *podcast* aparece en un total de 65 114 casos, predominando en los textos relativos a portada, televisión, cultura, gente y economía. En cuanto a su frecuencia de uso, se ha mantenido relativamente estable, con un pico de subida a principios de este mismo año.

Por su parte, el *Gran Diccionario de los Anglicismos* se emplea en el ámbito de las telecomunicaciones y se define como: “Archivo de audio gratuito que el usuario puede descargar en el ordenador y escuchar cuando lo desee en un reproductor, como un Ipod”. “El término proviene de “pod”, con el significado de vaina o cápsula y “cast”, emisión”.

SMARTPHONE: anglicismo recogido en el Observatorio Lázaro que destaca con dos formas; una para el singular y, otra, para el plural, “smartphones”. La frecuencia media de aparición es 39 077 y la media en el mes de diciembre es 30 193.

En CORPES una frecuencia absoluta de 3579 en 1859 documentos, siendo España el país con mayor frecuencia de aparición 1332 casos., principalmente en temas de Ciencia y Tecnología (3146). Se utiliza en plural (smartphones).

– “Samsung presentó un nuevo smartphone 4G, que, de momento, permanece anónimo, no tiene nombre”. Entre la operativa por SMS y los actuales smartphones existe también la alternativa de navegar por una versión reducida de las web de las entidades (tecnología WAP), tanto en tamaño como en funcionalidades”.

Según Fundéu el término smartphone tiene una alternativa lícita y preferible al extranjerismo, se considera “teléfono inteligente”, teléfono con propiedades similares a un ordenador personal.

El GDA (2017) lo atribuye igualmente al ámbito de las telecomunicaciones y define como: “Teléfono móvil con pantalla táctil y funciones muy similares a las de un ordenador”.

HASHTAG: se emplea tanto en singular como en plural (hashtags); en el Observatorio Lázaro, cuenta con una frecuencia media de aparición de 7161 casos y la frecuencia media del último mes es 2527, principalmente en las áreas de Portada, Gente, Tecnología, Deporte y Televisión.

En CREA no existen evidencias en ninguna de las regiones de habla hispana. En el CORPES posee una frecuencia absoluta de 294 apariciones en 176 documentos, siendo España, México, Colombia y Argentina los lugares en los que más se emplea, el plural hashtags.

– “Para ello, los Cafés de la tarde se han retransmitido en directo por internet y a través de redes sociales con el hashtag #cafeconciencia”.

Según Fundéu, el término inglés *hashtag* puede sustituirse por su equivalente en español “etiqueta”.

En el GDA se trata de un nombre masculino propio del ámbito de las telecomunicaciones y se define como: “cadena de caracteres formada por una o varias palabras que constituyen una etiqueta, la cual va precedida de una almohadilla para que el usuario de las redes sociales la identifique fácilmente.”

BLOG: en CREA, al igual que sucede con *hashtag*, no se encuentran evidencias. El Observatorio Lázaro, por su parte, tiene una escasa frecuencia media de aparición (0,216), algo mayor en el mes de diciembre (0,306) en las secciones de Salud, Portada, Política, Cultura y Estilo De Vida.

CORPES XXI ofrece una frecuencia más elevada principalmente en el período que abarca 2006-2010. Por países, España, México, Perú y Argentina con mayor presencia.

– “Ya he comentado antes que uno de los propósitos de este blog (aparte de hablar y hablar y hablar) es aprender más cosas sobre Java en el servidor” (2002).

Según Fundéu, el término *blog*, así como sus derivados, “bloguero”, “bloguear” o “blogosfera”, se han consolidado en español y, por ello, se recomienda escribirlos en redonda, esto es, sin comillas ni cursiva.

Rodríguez González (GDA) registra la palabra como: “Página web que incluye a modo de diario personal contenidos de interés de un autor, a veces junto con comentarios de los propios lectores”. Como sinónimos se encuentran las palabras: bitácora digital, weblog y web blog. El término se atribuye al escritor y especialista en internet Jon Barger en el año 1997 (Web log).

4.2. DLE: *Caminando a lomos de un gigante normativo*

El *Diccionario de la lengua española* (DLE), publicado por la Real Academia Española desde 1780, constituye la obra normativa más influyente y piedra angular en el ámbito hispánico. Su primera edición llevó por título *Diccionario de la lengua castellana*, aunó voluntades con el objetivo de fijar el aparato normativo y dotar de distinción al idioma español, representó el esfuerzo por fijar, limpiar y dar esplendor conforme al ideal fundacional de la RAE. Desde entonces, cada edición ha incorporado cambios apreciables: ampliaciones del caudal léxico, revisiones de definiciones y la inclusión de voces procedentes de los diversos países hispanohablantes. En este apartado se han recopilado todos los datos con la aparición en DLE en su 22.^a y 23.^a edición versión electrónica para constatar el grado de variación, aceptación y validez de los anglicismos propuestos objeto de estudio.

-MARKETING:

22.^a edición: Se consigna como “m. mercadotecnia”.

23.^a edición: Se amplía la definición a «m. Acción de promocionar comercialmente productos o servicios, que incluye la investigación de mercado y la publicidad». Sinónimos: mercadotecnia, mercadeo.

Observación: Se incorpora también como disciplina académica que estudia el marketing.

- “Jacqueline Shi, presidenta de Marketing y Ventas Globales de Huawei Cloud, subrayó la importancia de la inteligencia artificial (IA) como estrategia central de la compañía” (CORPES XXI).

- REALITY:

22.^a edición: No registrado como lema.

23.^a edición: Del inglés reality [show]; m. “programa de telerrealidad” (reality show). Sinónimo: reality show.

- “La última entrega de este reality show con corazón de fotonovela es 8 millas, un largometraje fabricado a la medida de su protagonista. El guión lo firma Scott Silver, autor de uno de los bodrios más descacharrantes de los últimos tiempos, *The Mod Squad* (Escuadrón oculto), y la dirección está en manos de Curtis Hanson, el tipo que transformó *L.A. Confidential* y *Jóvenes prodigiosos* en objetos de culto masivo” (*El Mundo*, 2003).

- WESTERN:

22.^a edición: “m. Género de películas del Lejano Oeste, película del Lejano Oeste”.

23.^a edición: Se incorpora la adaptación ortográfica wéstern, manteniendo la definición.

- “Procedía James Coburn —que nació en Laurel, un pueblo de Nebraska, en 1928 y se fugó muy joven a los teatros de California— de la rica zona crepuscular, que algunos llamaron el western sucio, del género del Oeste” (*El País*, 2002).

- COPYRIGHT:

22.^a edición: Lema no registrado.

23.^a edición: “m. derecho de autor”.

- “No puedo comprender las razones de esta acusación de plagio, como no sea que la parte querellante considere como un derecho de copyright la ciudad de A Coruña” (*El País*, 2002).

- JUNIOR:

22.^a edición: adj. “Que es más joven que otra persona, generalmente su padre, y tiene el mismo nombre”.

23.^a edición: Se registra la adaptación ortográfica júnior y en su primera acepción recoge: “adj. U. pospuesto a un nombre propio de persona para indicar que esta es más joven que otra emparentada con ella, generalmente su padre, y del mismo nombre”. Antónimo: sénior.

- “En su camino a la máxima competición automovilística, el ovetense fue campeón de España de karts en 1994, 1996 y 1997; subcampeón de Europa en el 98 y el mejor del mundo Junior en el 96” (*El Mundo*, 2003).

- BUSINESS:

22.^a edición: Lema no registrado.

23.^a edición: Del inglés business [class], literalmente ‘[clase] de negocios’; adj. “En un avión de pasajeros, dicho de una clase: preferente”. Usado también como sustantivo femenino. Sinónimo: preferente.

- “Pronto, Bebe fue objeto del deseo de algunos tiburones del show business” (*El País*, 2005).

- BLOG:

22.^a edición: Lema no registrado

23.^a edición: Se consolida como entrada plena “m. Sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores”.

- “El 85 % de los 132 tiene un sitio web y más de un 12 % mantienen un blog en el cual cuentan ellos mismos sus campañas y explican sus intenciones de manera menos formal que cuando aparecen por televisión” (*El País*, 2003).

Cabe resaltar como en numerosas ocasiones y en relación a los anglicismos se emplean marcadores ortotipográficos para resaltar su origen foráneo tales como la coma, cursiva, comillas o el término entre paréntesis bien sea el extranjerismo o su traducción correspondiente; sin embargo, si en algo hemos de hacer hincapié es en la falta de rigor a la hora de unificar criterios al respecto. Ciertamente resulta

constatable que la incorporación al *Diccionario de la Lengua Española* se trata de un proceso más lento, pese a todo, se articula en base a mecanismos que perduran en el tiempo, algunos de ellos con múltiples variaciones. Gómez Capuz (2005) ya se postuló al respecto de la adaptación de los anglicismos en un proceso que duraba 3 etapas: en la primera de ellas la lexía foránea se revestía con el curso de las comillas o el empleo de la cursiva, en una segunda etapa el término pasa por moderada adaptación abarcando el plano fonético, gráfico, morfosintáctico y semántico. La última es la plena adaptación y aceptación que entra a formar parte del español patrimonial.

Conclusiones

El bien nombrado acervo léxico del español frente al inglés de la internacionalización como lingua franca, no debe desubicarnos a la hora de tratar positivamente la delicada y noble evolución del idioma español.

Por amplias tierras prolifera y en numerosos estratos multiculturales se extiende y forma parte de todas las voces que participan de la comunicación; pero no es signo propio del olvido la noble virtud de las academias que cuidan del lenguaje desde el talento más normativo hasta el habla más informal, y sustentan desde todos los estamentos las futuras voces y generaciones del español. De la salud y el bien hacer de nuestro idioma dan muestra los congresos que como el XI Congreso Internacional de la Lengua Española celebrado en Cádiz en 2023 dejan constancia de la versatilidad y todas las vidas que el español tiene por recorrer, que afortunadamente son muchas, patente siempre la interculturalidad.

Del mismo modo no es menos cierto que el proceso de anglicización resulta imparable y hasta cierto punto lógicamente necesario. No exento de responsabilidad confesa, la máxima institución encargada de marcar el ritmo de los neologismos, nuestra querida Real Academia Española de la Lengua, es delegada para dirimir las equivalencias entre el español y el extranjerismo y orientar de manera fidedigna sus posibles menoscabos e interpretaciones. Pese al proceso de asimilación que experimentan las nuevas lexías, la mayoría de las veces la cuestión se resuelve empleando el anglicismo no adaptado, también llamado crudo. Frente a la flexibilidad reciente de la Asociación de Academias del español, partidaria incluso de un noble acercamiento, se introducen por otra parte el fervor exaltado por los neologismos sin un tratamiento afinado y riguroso cuando se trata de los medios de comunicación y por ende a la prensa digital. Igualmente se tilda de encuentro moderno el uso de extranjerismo, una especie de “entente cordiale” pese a contener equivalente en español rigurosamente correcto y sin duda más atinado.

El Observatorio Lázaro en su corta andadura trata de aportar una realidad cercana a la cuestión de los anglicismos, una maquinaria casi perfectamente engrasada que se nutre de la prensa, una propuesta sin duda digna de estudio por su amplio catálogo de voces su magnitud y repercusión en cuanto al número, que solo se descose por carecer de suma precisión y cierto rigor a la hora de ilustrar o presentar el catálogo de anglicismos, cuestión que se advierte al usuario que se presta a la consulta.

En nuestro estudio y tras numerosos ejemplos se corrobora como el anglicismo no adaptado se convierte de manera magistral e ingeniosamente en la primera opción: de los 1697 anglicismos tipificados el 94 % corresponden a la categoría de no adaptados, el 2 % adaptados, 3 % híbridos y un 1 % pseudoanglicismos. Además, entre los años 2023 y 2025 se constata un aumento de lemas totales que rebasa el 100 % de anglicismos.

Por otra parte resulta un hecho la fuerte presencia de los anglicismos seleccionados en CORPES XXI que documenta todos los lemas objeto de estudio, CREA por su parte cuenta con 28 de ellos y DLE con 18 extranjerismos.

De igual modo se ha podido advertir como el recorrido de las variaciones en muchos casos es limitado, no dando espacio a que evolucione y se adapte, quedando en sumadas ocasiones en desuso, anticuado o pasado de moda y una nueva vía que puede tratarse de una variedad fuertemente vinculada a la sociedad, no solo a la prensa escrita, sino a la vertiente más coloquial y por tanto resistente al cambio. Asimismo, resulta común la falta de criterio a la hora de tipificar o catalogar dichos extranjerismos, aun así se atisba una cierta preocupación por diferenciarlos dentro del texto.

Al iniciar la andadura se advierte el fulgor de un terreno muy permeable, que sugiere nuevas propuestas, o senderos de una investigación renovada, queda patente que los objetivos propuestos han sido validados en el presente estudio, así como la línea que proponen los dos corpus normativos CREA y sobre todo el CORPES XXI, de nuestra Real Academia Española de la Lengua, valedora de los medios, siempre en constante cambio, en vilo en cuanto temas, lemas o periodicidad, en línea con el modo de comunicarse con los hablantes de hoy, custodios del ayer y con la mente renovada en el mañana. Queda profundizar en esta senda incluyendo en futuras investigaciones el posicionamiento de otros recursos lexicográficos que ayuden a mostrar una nueva visión diacrónica juntos con los medios de comunicación y redes sociales.

Referencias bibliográficas

ALFARO, Ricardo, *Diccionario de anglicismos*. Gredos, 1970.

DICCIONARIO PANHISPÁNICO DE DUDAS (DPD). Disponible en línea en:

- <https://www.rae.es/dpd/>.
- FURIASSI, Cristiano; PULCINI, Virginia; RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, Félix, *The anglicization of European lexis*. John Benjamins Publishing Company, 2012.
- FUNDÉU, Disponible en línea en: <https://www.fundeu.es>
- GUERRERO SALAZAR, Susana, *La creatividad en el lenguaje periodístico*. Cátedra, 2007.
- GÓMEZ CAPUZ, Juan, “El préstamo lingüístico. Conceptos, problemas y métodos”. En: *Cuadernos de Filología*, Anejo XXIX. Valencia: Facultat de Filologia, Universitat de València, 1998.
- , *Anglicismos léxicos en el español coloquial: análisis semántico de los anglicismos y sus equivalentes españoles en un corpus de lengua hablada*. Cádiz: Universidad de Cádiz, 2000.
- FERNÁNDEZ VÍTORES, David, *El español: una lengua viva. Informe 2021*. Madrid: Instituto Cervantes, 2021.
- LÁZARO, Fernando, “Los medios de comunicación y la lengua española”. En: *Primera Reunión de Academias de la Lengua Española sobre el Lenguaje y los Medios de Comunicación*. Madrid: Comisión Permanente de la Asociación de Academias de la Lengua Española, 1987, pp. 29-43.
- LORENZO, Emilio, *Anglicismos hispánicos*. Madrid: Gredos, 1996.
- LUJÁN GARCÍA, Carmen, “Anglicismos en el español actual: un estudio de la prensa escrita cinematográfica”. En: *Español actual: Revista de español vivo*, 98, 2012, pp. 55-76.
- MALLO, Jerónimo, “La Plaga de Los Anglicismos”. En: *Hispania*, 37, 2, 1954, pp. 135-140.
- OBSERVATORIO LÁZARO. Disponible en línea en: <https://www.observatoriolazaro.es>
- PRATT, Chris, *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Gredos, 1980.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Banco de datos (CORPES XXI). Corpus del Español del Siglo XXI (CORPES)*. Disponible en línea en: <http://www.rae.es>
- , *Banco de datos (CREA). Corpus diacrónico del español*. Disponible en línea en: <http://www.rae.es>
- , *Diccionario de la lengua española*, 22.ª ed. Disponible en línea en: <http://www.rae.es>
- , *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed. Disponible en línea en: <http://www.rae.es>
- RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, Félix, *Gran diccionario de anglicismos*. Madrid: Arco Libros, S. L., 2017.

Los anglicismos en los medios de comunicación: una visión dinámica entre...

RODRÍGUEZ SEGURA, Delia, *Pasado y presente del anglicismo: análisis de un corpus de anglicismos actuales en distintos medios de comunicación españoles*. Universidad de Almería, Servicio de Publicaciones, 1999.

VÁZQUEZ AMADOR, María, “El tratamiento de un corpus de anglicismos de la prensa mexicana del siglo XX en los diccionarios de la RAE”. En: *Anuario de Letras. Lingüística y Filología*, 3, 2, 2015, pp. 273-311.