



## ¿POR QUÉ USAMOS LOS ANGLICISMOS?

UN ESTUDIO DE LAS ACTITUDES LINGÜÍSTICAS HACIA  
LA LENGUA INGLESA Y DE SU INFLUENCIA EN EL USO  
DE LOS ANGLICISMOS EN VIDA DIARIA EN ALICANTE,  
ESPAÑA.

TESIS DE MAESTRÍA DE ESPAÑOL Y ESTUDIOS LATINOAMERICANOS  
VERANO 2019

MONIKA MILEWSKA  
FACULTAD DE HUMANIDADES, UNIVERSIDAD DE BERGEN



# **¿POR QUÉ USAMOS LOS ANGLICISMOS?**

UN ESTUDIO DE LAS ACTITUDES LINGÜÍSTICAS HACIA LA LENGUA INGLESA Y DE SU INFLUENCIA EN EL USO DE LOS ANGLICISMOS EN VIDA DIARIA EN ALICANTE, ESPAÑA.

© Monika Milewska

2019

¿POR QUÉ USAMOS LOS ANGLICISMOS? UN ESTUDIO DE LAS ACTITUDES LINGÜÍSTICAS HACIA LA LENGUA INGLESA Y DE SU INFLUENCIA EN EL USO DE LOS ANGLICISMOS EN VIDA DIARIA EN ALICANTE, ESPAÑA.

Monika Milewska

<https://bora.uib.no/>

## RESUMEN:

Es un hecho que las lenguas vivas cambian con el tiempo y con la evolución. Con la lengua inglesa muy presente en nuestra vida diaria, su influencia sobre otras lenguas es inevitable. El presente estudio hace una investigación sobre las actitudes lingüísticas hacia la lengua inglesa, y como esas actitudes, positivas o negativas, influyen en el curso de la lengua española como una lengua materna. El estudio del presente trabajo, en un mayor grado se basa en una encuesta, llevada a cabo en Alicante, España.

La encuesta incorporaba unos métodos cualitativos y cuantitativos de medir la actitud. La primera parte de la encuesta se formaba de dos preguntas, en cuales los encuestados tenían la oportunidad de expresar sus opiniones sobre la lengua inglesa y sobre el uso de los anglicismos en conversaciones coloquiales españolas. En la segunda parte de la encuesta se presentaba quince anglicismos, en cuales base se ha estudiado: primero, el conocimiento a esas palabras y segundo, como los diferentes factores sociales influyen en su uso. Los factores sociales más profundizados en este trabajo serían: el sexo, la edad y el nivel de instrucción.

## ABSTRACT:

It is a fact that living languages change over time and with evolution. With the English language very present in our daily life, its influence on other languages is inevitable. The present study makes an investigation on the linguistic attitudes towards the English language, and how those attitudes, positive or negative, influence the course of the Spanish language as a mother tongue. The study of this work, to a greater degree, is based on a survey, carried out in Alicante, Spain.

The survey incorporated qualitative and quantitative methods of measuring attitude. The first part of the survey was formed by two questions, in which the respondents had the opportunity to express their opinions about the English language and about the use of Anglicisms in Spanish colloquial conversations. In the second part of the survey, fifteen Anglicisms were presented, on which basis it has been studied: first, the knowledge of those words and secondly, how the different social factors influence its use. The study explores more especially the social factors which are: sex, age and educational level.



## AGRADECIMIENTOS

A Félix Rodríguez González, por su trabajo hecho en el campo de los anglicismos, lo que fue la mayor inspiración detrás este trabajo. A mi tutor Miguel Ángel Quesada Pacheco, por dedicarme su tiempo, su navegación y las recomendaciones durante el proceso de escribir esta tesis. A mi prima Karolina y a Julia, sin las cuales el presente estudio no sería posible. A María José, por su ayuda generosa y desinteresada, y especialmente por ser mi editora y por salvar la estilística de este trabajo. A mi mamá, que siempre me decía que siguiera mis sueños. Finalmente, y lo más importante, a mi novio, por la paciencia de un santo y por ocupándose de mi bienestar, cuando yo estaba demasiado ocupada con este trabajo.

## Tabla de contenido

|  |            |
|--|------------|
| <b>1. Introducción.....</b>  | <b>1</b>   |
| <i>Objetivo del trabajo: Anglicismos y actitudes lingüísticas .....</i>                  | <i>1</i>   |
| <i>Hipótesis .....</i>   | <i>3</i>   |
| <b>2. Marco teórico.....</b>   | <b>5</b>   |
| <i>Un boceto del proceso de conceptualización.....</i>                                   | <i>5</i>   |
| <i>Contacto lingüístico – la coexistencia de lenguas.....</i>                            | <i>6</i>   |
| <i>Anglicismo.....</i>   | <i>8</i>   |
| Definiciones del término «anglicismo».....   | 9          |
| Los diferentes niveles lingüísticos de anglicismos.....                                  | 12         |
| Clasificaciones de los anglicismos léxicos.....  | 14         |
| Resumen .....  | 17         |
| <i>Los anglicismos en España - Historia y contacto entre el inglés y el español.....</i> | <i>18</i>  |
| <i>Actitudes lingüísticas .....</i>  | <i>21</i>  |
| <i>Sociolingüística .....</i>  | <i>25</i>  |
| Variables sociolingüísticas .....  | 26         |
| <b>3. Metodología.....</b>   | <b>33</b>  |
| <i>La medida de actitud - El cuestionario escrito .....</i>                              | <i>33</i>  |
| <i>Modelo de método.....</i>   | <i>34</i>  |
| Inicial grupo objetivo para la encuesta.....   | 35         |
| Destino para realizar el estudio .....   | 36         |
| El tamaño de la muestra .....  | 36         |
| <i>Preguntas de la encuesta.....</i>   | <i>37</i>  |
| La parte cualitativa de la encuesta.....   | 37         |
| La parte cuantitativa de la encuesta.....  | 38         |
| CREA y el proceso de selección de los anglicismos.....                                   | 39         |
| <i>Pros y contras.....</i>   | <i>42</i>  |
| <b>4. Trabajo de campo.....</b>  | <b>44</b>  |
| <i>Las acciones previas al trabajo de campo.....</i>                                     | <i>44</i>  |
| <i>Limitaciones.....</i>   | <i>44</i>  |
| <i>Análisis de los datos.....</i>  | <i>45</i>  |
| Resultados de la parte cualitativa de la encuesta.....                                   | 46         |
| Resultados de la parte cuantitativa de la encuesta.....                                  | 68         |
| <b>5. Conclusiones.....</b>  | <b>92</b>  |
| <i>Futuras investigaciones.....</i>  | <i>97</i>  |
| <b>Bibliografía .....</b>  | <b>98</b>  |
| <b>Anexo.....</b>  | <b>101</b> |
| La encuesta .....  | 101        |
| Entrevistas .....  | 106        |
| Las tablas correspondientes a los gráficos .....   | 132        |
| Explicaciones adicionales a la pregunta cuantitativa número 3 .....                      | 147        |
| Explicaciones adicionales a la pregunta cuantitativa número 5 .....                      | 151        |





Las voces extrañas no son un mal sino un síntoma o un barómetro [...]

Las voces extranjeras de las lenguas son reflejo del prestigio y del poder expansivo de las culturas.

ÁNGEL ROSENBLAT

## 1. Introducción

### Objetivo del trabajo: Anglicismos y actitudes lingüísticas

La actitud ante la lengua y su uso se convierte en especialmente atractiva cuando se aprecia en su justa magnitud el hecho de que las lenguas no sólo son portadoras de unas formas y unos atributos lingüísticos determinados, sino que también son capaces de transmitir significados o connotaciones sociales, además de valores sentimentales (Moreno Fernández, 2009, 178).

Las últimas décadas han llevado a que la globalización ya no es algo totalmente nuevo y chocante, por lo menos en cuanto al mundo lingüístico. Obviamente, en cuanto a los estudios académicos, todavía hay muchos fenómenos lingüísticos derivados de la globalización sobre los que se puede poner un signo de interrogación. Pero, para la mayoría de la gente, cuya conciencia lingüística y autocrítica lingüística es menos significativa, los resultados de la globalización están integrados en la vida diaria, especialmente teniendo en cuenta la importancia y dependencia de la lengua inglesa en la vida diaria. El idioma inglés, con 1.132 mil millones hablantes, que es la suma de hablantes nativos y no nativos (Eberhand et al., *English*), se cuenta hoy como la lengua con el mayor número total de hablantes seguido del chino con 1,116 mil millones, que incluye todas las variaciones de lengua china. (Eberhand et al., *Chinese, Mandarin*) La barrera del lenguaje desaparece con el inglés como *lingua franca* global. El inglés nos ha dado muchas oportunidades de comunicación más fácil. Gracias a la globalización el mundo parece ser más «abierto». La comunicación es más abierta y no solamente en cuanto al transporte, sino también en cuanto a la lengua.

Como ya se ha mencionado, aunque la globalización lingüística no es algo extraño hoy para la mayoría de la gente, todavía es objeto de interés para los estudios académicos. Siendo «consumidos» por la globalización es posible perder la perspectiva de que la presencia de la lengua inglesa en nuestra vida diaria nos influye más que lo imaginamos. Es cada vez más notable, que los presentadores en la televisión, los periódicos, nuestros amigos, los profesores en las escuelas y las universidades, a veces, y cada vez más frecuentemente, tienden a expresarse con ayuda de las palabras inglesas en vez de usar las palabras de la lengua materna. Este fenómeno se llama *anglicismos*. Supuestamente son conocidos las frases como

«te mando un *mail*», «el tema es muy *light*» o que algo «es *cool*». Como ejemplo, algunos titulares encontrados recientemente en una página web de *el Periódico* dicen así: «El alcalde de La Llagosta lanza un *SOS* a la Generalitat», «Messi, fuera del podio de “*The Best*” de la FIFA» o «Correos *Express* inaugura una plataforma en Tarragona ante el aumento de la demanda». También los poetas en sus libros insertan los anglicismos. Algunos ejemplos del libro *Tuya* de Claudia Piñeiro son: «No cortala, *please*. (...)» (14), «*Okey*. chau.» (14), «Me levanté y bajé al *living*» (22) o «(...) una foto, un slip (en casa usa *bóxer*, pero con ella, vaya una a saber) (...)» (35). Hay muchísimos ejemplos, y los presentados ahora, no fueron difícil de encontrar.

La investigación de los anglicismos en las comunidades hispanohablantes está muy extendida. Muchas de las investigaciones se enfocan en recoger los anglicismos en las comunidades hispanohablantes, estudiar el conocimiento de los entrevistados sobre los anglicismos, e investigar qué medios, como p.ej. la televisión etc., influyen en la extensión del fenómeno. Aunque investigar el conocimiento de algunos anglicismos va a tener mucha importancia para el presente trabajo, lo que va a tener mayor peso es investigar las actitudes de los hablantes hacia los anglicismos. En general, una «actitud» es: «la disposición a reaccionar favorable o desfavorable a una serie de objetos» (Sarnoff 1960, 279 citado en Blas Arroyo, 322). Una actitud hacia una lengua o un fenómeno lingüístico se llama *actitud lingüística* y se define como «una manifestación de la actitud social de los individuos, distinguida por centrarse y referirse específicamente tanto a la lengua como al uso que de ella se hace en sociedad, (...)» (Moreno Fernández, 1998, 179).

Entonces, ¿qué tienen que ver las actitudes con el fenómeno de los anglicismos? ¿Por qué es importante e interesante investigar la relación entre los dos? Como ya se ha mencionado, a pesar de que la globalización del inglés nos ha «consumido», nosotros, como seres humanos, pensadores, a menudo, incluso si no estamos conscientes de eso, tenemos una actitud. En el presente trabajo estamos interesados en la actitud hacia la lengua inglesa específicamente. Como dice Francisco Moreno Fernández en su libro *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*:

(...) además las actitudes lingüísticas influyen decisivamente en los procesos de variación y cambio lingüísticos que se producen las comunidades de habla. Una actitud favorable o positiva puede hacer que un cambio lingüístico se cumpla más rápidamente, que en ciertos contextos predomine el uso de una lengua en detrimento de otra, que la enseñanza-aprendizaje de una lengua extranjera sea más eficaz, que

ciertas variantes lingüísticas se confinen a los contextos menos formales y otras predominen en los estilos cuidados. Una actitud desfavorable o negativa puede llevar al abandono y el olvido de una lengua o impedir la difusión de una variante o un cambio lingüístico (1998, 179).

Nuestra actitud hacia una lengua puede afectar significativamente su asimilación, lo que a su vez puede suponer cambios en uso de la lengua materna. El objetivo principal del presente trabajo será, en general, investigar más esas relaciones citadas por encima, es decir, la relación entre las actitudes hacia la lengua inglesa, positivas o negativas, y el uso diario de los anglicismos. ¿Cómo influye nuestro inconsciente en el uso de los anglicismos?

Probablemente la mayoría de la gente no se preocupa especialmente por la pregunta «¿por qué usamos las palabras inglesas en vez de las españolas?», pero es un hecho que la lengua inglesa se ha integrado en nuestra vida cotidiana, y esa pregunta es un punto clave tras la idea de ese trabajo. A pesar de que, no hay una respuesta universal a la última pregunta, es importante tener en cuenta que la actitud puede variar o seguir un patrón dependiendo de varios factores sociales. Por ejemplo, ¿son los hablantes más jóvenes quienes usan los anglicismos con más frecuencia? Por eso, también es importante preguntar ¿qué factores sociales afectan al uso de las palabras inglesas en el español? ¿Influye la edad, el ámbito, formal o menos formal, o el estatus social, en el uso más frecuente de los anglicismos? Estas preguntas, la investigación del contexto social en cuanto a la lengua, suponen que la investigación se transforme de puramente lingüística a pertenecer también al campo sociolingüístico. La actitud de un individuo es algo muy etéreo, que no se puede tocar. Por eso muy difícil de investigar. Los factores sociales pueden indicar un patrón. Más que solamente factores puramente sociales, también es necesario considerar factores mentales que pueden indicar una actitud. Por ejemplo, ¿es la lengua inglesa vista como más prestigiosa? Los siguientes capítulos van a intentar contestar a las preguntas presentadas ahora.

## Hipótesis

Como también se explicará en el siguiente capítulo sobre el marco teórico, la investigación del presente trabajo se compone de varios factores, que difícilmente pueden agruparse en una sola hipótesis general. En general, aunque la hipótesis pretende ser abierta, para evitar prejuicios, es imposible no presentar un marco de algunas ideas muy generales con las que se entra en este estudio. En los siguientes párrafos se considera el impacto de algunos factores sociales en el uso de los anglicismos.

La edad y el ámbito se consideran los factores sociales que más contribuyen a una actitud positiva hacia el inglés y los anglicismos. Se supone que los hablantes jóvenes están más expuestos a los efectos del inglés en la vida diaria. Esto se intenta explicar con las ideas de que, en primer lugar, los jóvenes absorben nuevos conocimientos más fácilmente y, por eso, están más expuestos a «nuevas expresiones de moda». En el segundo lugar, las generaciones jóvenes crecen en una era de tecnología que antes no fue accesible a la mayoría de la gente, que de alguna manera hace más fácil acceder y absorber nuevos fenómenos, como, entre otros, los anglicismos. Esto puede crear una brecha entre las generaciones menores y las mayores, para las que la tecnología es totalmente nueva o desconocida. Por otro lado, la verdad es que también la gente adulta usa muchísimos anglicismos en su vida diaria. Entonces, tienen que ser otros factores los que influyan en el uso más frecuente de los anglicismos. Además de la edad, se supone que los modales requieren un comportamiento diferente dependiendo del lugar. Se habla de diferentes maneras, por ejemplo, entre los amigos y con un jefe de trabajo, lo que muestra que el contexto social exige una actitud específica. En general, se supone que es más aceptado usar los anglicismos en un ámbito menos formal y más relajado. Pero ¿puede ser también que el fenómeno de los anglicismos sea igualmente muy popular en lugares de trabajo de profesiones especialmente expuestas al contacto con el inglés? Por ejemplo, un empleo de mercadotecnia probablemente va a tener más vinculación con los anglicismos que un vendedor de verduras. Quizá la investigación revele algo interesante en cuanto a esta hipótesis.

No es menos importante considerar el impacto de otros factores de más difícil valoración. Los hombres se adaptan muy fácilmente a nuevos ambientes y situaciones, y con la globalización también el uso de la lengua inglesa en la vida diaria de hablantes no nativos ha pasado a ser un tipo de costumbre. Más que una mera costumbre, es interesante pensar que el inglés y el uso de los anglicismos pueden expresar un tipo de prestigio. Por ejemplo, ¿es posible que se asocie el inglés con la innovación?

Las ideas discutidas ahora, son nada más que ideas populares, pero destacan la importancia de la variedad de factores sociales. Veremos si el estudio muestra un patrón para los diferentes factores sociales.

## 2. Marco teórico

### Un boceto del proceso de conceptualización

Hablar es más que solamente una manifestación de nuestro recurso de palabras. La producción del lenguaje implica una serie de procesos y fuentes de conocimiento. La primera etapa de proceso de expresión oral se llama «conceptualización», y es la etapa de creación de una noción, o idea, usando el conocimiento del mundo, ante una palabra, oración o mensaje es dicho. En la segunda etapa, la «formulación», usando el conocimiento del lenguaje que tiene, el hombre une elementos del lenguaje, como gramática y vocabulario, que van a expresar esa idea. Al final, para expresar la idea pasamos por el proceso de «articulación» que involucra el aparato de habla (Warren, 15-16).

Es importante explicar ese proceso de conceptualización para enfatizar que, antes de la expresión oral ocurren los procesos de «conceptualización» y de «formulación». Es importante recordar que el habla depende tanto de la percepción de una idea, o el mundo, como también de los conocimientos léxicos. Por eso es importante destacar que, es decisivo determinar el conocimiento del inglés antes de investigar la actitud hacia una palabra inglesa concreta. Una persona que no sabe una palabra inglesa, lo más probable es que no la use, y entonces no va a ser posible investigar qué actitud tiene hacia la palabra, más que una idea general que puede asociar con la lengua en general. Por eso, no sería posible investigar una actitud hacia la integración del inglés en el español sin investigar el conocimiento de algunos anglicismos.

Si hay conocimiento del inglés, y la etapa de «formulación» depende en la etapa previa de «conceptualización», es decir la etapa donde creamos una noción, o una idea, usando el conocimiento del mundo, será posible investigar qué influye en la decisión de elegir un anglicismo en vez de una palabra española, y qué conocimiento o idea del mundo, o en este caso de la lengua inglesa, influye en su uso.

Explicar el proceso de la conceptualización es importante para dar una idea general de que investigar la actitud es más complicado que solamente preguntar directamente «¿qué piensa de los anglicismos?» Como hemos visto, la formulación de una expresión depende tanto de los conocimientos teóricos, es decir de nuestro conocimiento del léxico, como también de nuestra idea del mundo. Por eso, como el proceso de conceptualización de una manera depende principalmente de dos conceptos que son conocimiento de la lengua y del mundo, el

presente trabajo va a principalmente enfocarse en dos campos que son la teoría sobre anglicismos, y los procesos sociolingüísticos. Los siguientes subcapítulos tienen como objetivo establecer el marco teórico del presente trabajo, y hablar de «contacto lingüístico», «anglicismos», «sociolingüística», y de la historia del contacto entre las lenguas española e inglesa.

### Contacto lingüístico – la coexistencia de lenguas

Como hablamos y pensamos del fenómeno de la globalización, para la primera asociación del fenómeno es fácil enfocarse en las ventajas que son resultado del progreso tecnológico, como el mejoramiento del transporte en general y transporte de los datos por *Internet*, gracias a que el mundo parece ser más «compacto» porque la gente y las informaciones se mueven y fluyen más rápido que antes. Un caso más, que es importante recordar, es que como la gente de todo el mundo está más en contacto que antes, también las culturas, y por eso las lenguas que la gente habla, están expuestas a más contacto entre sí mismas. Históricamente todas las lenguas tienen la huella dejada por la coexistencia con otras variedades. Una evidencia es, por ejemplo, la existencia del campo de estudios etimológicos, es decir el campo de estudios de la historia de la palabra, que se enfoca en estudios de cómo la palabra ha entrado a un idioma, o cómo ha evolucionado desde las etapas anteriores del idioma.

Un lingüista del siglo XX, Uriel Weinreich, habló de fenómeno de *interferencia* lo que define como «casos de desviación de las normas de cualquiera de las lenguas que ocurren en el habla de los individuos bilingües<sup>1</sup>, como el resultado de la familiaridad con más de una lengua»<sup>2</sup> (Weinreich, 1). Weinreich al inicio de su libro *Languages in contact, findings and problems* destaca que dos o más lenguas tienden a hacer contacto cuando son usadas alternativamente por la misma persona. Por eso limita el fenómeno de interferencia a los casos de bilingüismo y personas bilingües. A seguir Weinreich explica que:

el término *interferencia* implica un reajuste de patrones que resulta de la introducción de elementos extranjeros en los campos más estructurados de la lengua: la mayor parte del sistema fonológico, una gran parte de la morfología y la sintaxis y ciertas áreas del vocabulario<sup>3</sup> (1).

---

<sup>1</sup> «Individuo bilingüe» se refiere aquí a quien practica el uso alternativo de dos lenguas.

<sup>2</sup> Traducido por mí, de la siguiente versión en inglés: «instances of deviation from the norms of either language which occur in the speech of bilinguals as a result of their familiarity with more than one language»

<sup>3</sup> Traducido por mí, de la siguiente versión en inglés: «The term interference implies the rearrangement of patterns that result from the introduction of foreign elements into the more highly structured domains of



Weinreich continúa explicando que en los niveles menos estrictamente estructurados de una lengua – partes de sintaxis o el vocabulario de naturaleza incidental, se podría hablar más correctamente de *préstamos* (1).

Puede parecer que Weinreich en su libro limita la definición de «contacto lingüístico» cuando al inicio, como se ha presentado, destaca que el contacto lingüístico surge del uso alternativo de lenguas por la misma persona, y que por eso los fenómenos de interferencia surgen en situaciones de bilingüismo. Francisco Moreno Fernández pone otra perspectiva del contacto lingüístico diciendo que «el fenómeno llamado contacto lingüístico requiere el contacto de dos o más lenguas cualesquiera en una situación cualquiera» (Francisco Moreno Fernández, 2009, 249). El contacto lingüístico es un concepto amplio, la coexistencia de sociedades y de lenguas da lugar a un fenómeno que afecta a todos los niveles lingüísticos, desde los más superficiales a los más profundos. Francisco Moreno Fernández presenta un esquema<sup>4</sup> (2009, 250) con una clasificación de los varios fenómenos lingüísticos que derivan del contacto lingüístico, y los divide en tres categorías: fenómenos derivados del contacto de sistemas, fenómenos derivados del uso de varias lenguas y variedades derivadas del contacto de lenguas. Cada una de las tres categorías está sujeta a otros tres o cuatro fenómenos derivados de diferentes tipos de contacto de lengua. En el esquema mencionado Moreno Fernández pone «interferencia» como una subcategoría de «fenómenos derivados del contacto de sistemas», con «convergencia», «préstamo» y «calco», de manera que los dos fenómenos de que hablaba Weinreich, interferencia y préstamo, son de la misma manera fenómenos separados. La lista de Moreno Fernández muestra un espectro más amplio de contacto lingüístico donde también se incluye, por ejemplo, los fenómenos derivados del uso de varias lenguas, como «cambio de código» o «mezcla de códigos» bajo «fenómenos derivados del uso de varias lenguas».

En la definición de interferencia de Weinreich se puede ver una connotación negativa en la expresión donde dice que interferencia define casos de «desviación de las normas», que desde el punto de vista social y lingüístico actual no corresponde con la extensión o intensidad del fenómeno (Moreno Fernández, 2009, 254-255). Una propuesta de M. Clyne (1967) de un término más generalizado es hablar de *transferencia* que se definiría muy general como ‘la influencia que una lengua ejerce sobre otra’, y que evita la connotación de agramaticalidad que implica *interferencia* (citado en Moreno Fernández, 2009, 255).

---

language, such as the bulk of the phonemic system, a large part of the morphology and syntax, and some areas of the vocabulary (kinship, color, weather, etc.)»

<sup>4</sup> Cuadro 14.1 en el libro de Francisco Moreno Fernández.

Durante los siglos XIX y XX se elaboró una serie de nociones que siguen siendo muy útiles en los estudios para describir y hablar muy general de las diferentes consecuencias del contacto lingüístico, y son *substrato*, *superestrato* y *adstrato*. El nombre «estrato» viene de latín y significa ‘capa’. En otras palabras, los tres conceptos describen tres capas de contacto de lenguas, donde una lengua puede tener una posición superior, subalterno o homogéneo. El concepto «substratum» [sic] se usa para designar «el influjo de una lengua perdida sobre otra que se ha impuesto» (Moreno Fernández, 2009, 251). Es decir, que una lengua tiene una posición subalterna a otra. «Superestrato», al inverso, refiere a una acción donde «una lengua conquistadora no llega a sustituir a la conquistada, pero influye sobre ella o la traspasa de rasgo lingüístico» (251). Y el adstrato trata de «influjo recíproco entre dos lenguas vecinas o a la influencia que ejercen entre sí dos lenguas que, habiendo convivido en un mismo territorio, luego viven en territorios distintos» (251).

Ejemplos del primero fenómeno son las hablas celtas e ibéricas de la península Ibérica. Ejemplo de contacto lingüístico en capa adstrato puede ser la mutua influencia del español y algunas lenguas indígenas (náhuatl, guaraní, quechua) en el continente americano, aunque no obstante la influencia del español ha sido mayor. Entonces el contacto lingüístico puede concluir en una total pérdida de una lengua, o un mutuo influjo. Hay un caso más y es de superestrato que es el más interesante para el presente trabajo, porque puede entre otros hablar del fenómeno de contacto del inglés con el español. Aunque el inglés no sustituye al español, puede influir sobre la lengua en distintos niveles lingüísticos. El próximo subcapítulo tiene como objetivo hablar más sobre el fenómeno «anglicismo» en general, explicar cómo la lengua inglesa puede influir en la española en los varios niveles lingüísticos, y hablar de los diferentes tipos de anglicismos en el nivel léxico.

## Anglicismo

Al investigar el fenómeno de los anglicismos y las actitudes lingüísticas hacia los anglicismos, es importante saber lo que se entiende por el término «anglicismo» y «actitud lingüística». Vamos a empezar por explicar y discutir el término «anglicismo». Hay varios investigadores que han estudiado el uso de los anglicismos, y las definiciones y clasificaciones que presentan varían. El presente capítulo da un resumen de algunas definiciones, ofrecidas en la literatura por algunos investigadores, y las diferentes clasificaciones, que han sido propuestas. Después se valoran las diferentes definiciones y se

considera una idea de definición y una clasificación que cumple con el objetivo del presente estudio.

#### Definiciones del término «anglicismo»

No existe una única definición universalmente aceptada de lo que se entiende por «anglicismo»; por eso, es importante presentar varias definiciones para un entendimiento más amplio.

Aunque, para el presente estudio no importa el espectro de anglicismos global, sino de España, María Vázquez Amador en su trabajo *El tratamiento de un corpus de anglicismos de la prensa mexicana del siglo XX en los diccionarios de la RAE* ofrece una definición interesante más reciente, de 2015, donde dice que en general «nosotros entendemos por anglicismos las voces de procedencia inglesa que otras lenguas adoptan, normalmente para nombrar un concepto nuevo o por otra serie de causas lingüísticas como el uso de sinónimos y efectos estilísticos» (277). Es bastante detallado decir que los anglicismos son expresiones «de procedencia inglesa». Es interesante que la autora también menciona causas del uso de los anglicismos. Eso de una manera subraya que la existencia de los anglicismos en la lengua española tiene un motivo, que a su vez puede implicar que no son parte de un proceso natural. Aunque la siguiente definición de una manera es superficial, no obstante, contiene más detalles que la de María Vázquez Amador.

Desde un enfoque diferente Javier Medina López en su libro *El anglicismo en el español actual* se preocupa de precisar que «no existe una única definición de lo que se entiende por “anglicismo”, o al menos de lo que este término debe abarcar» (13) como dice, pero deja claro que el punto de partida está claro y define el concepto como: «la influencia directa o indirecta del inglés en las estructuras fónicas, léxicas o sintácticas de otra lengua» (13). Lo que ya hace la definición de Javier Medina López destacar de la previa es que, más que decir que los anglicismos son «las voces», «giro o modo de hablar» o «vocablos», Medina López precisa y limita los anglicismos a ser influencia en las estructuras fónicas, léxicas o sintácticas.

Medina López presenta diferentes definiciones de «anglicismo» publicadas entre 1957 a 2001. Entre las que destaca hay entre otros la definición del *Diccionario actual de la Lengua Española de Vox* (1994) que dice que un anglicismo es: «Idiotismo o modo de hablar propio de la lengua inglesa. 2. Vocablo, giro o modo de expresión propio de esta lengua empleado en otra. 3. Amor o apego a las cosas características de Inglaterra.» (13). Con respecto a esta definición es importante aclarar que por el «idiotismo» no se entiende el retraso mental, que

sería un normal primer pensamiento para un no-lingüista. Desde la perspectiva lingüística, por «idiotismo» se entiende un ‘giro idiomático no adecuado a las reglas gramaticales’, como, por ejemplo, «no hay dos sin tres». La explicación de la expresión *idiotismo* no cambia el hecho que esa definición es la más parcial de las presentadas hasta ahora. La definición expresa una actitud negativa hacia los anglicismos. La aversión hacia el fenómeno se puede sentir en las expresiones como «idiotismo» o «amor o apego a las cosas características de Inglaterra». Hay una indicación de que los anglicismos aparecen más en forma de un dicho, o de expresión de parcialidad hacia el inglés.

En su obra *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo* (1980) Chris Pratt dice que «un anglicismo es un elemento lingüístico, o grupo de los mismos, que se emplea en el castellano peninsular contemporáneo y que tienen como étimo inmediato un modelo inglés» (115). Es interesante la expresión que usa Pratt, cuando dice que un anglicismo es «un elemento lingüístico». No considera como anglicismos sólo a los vocablos, sino también a los dichos, elementos fónicos, sintácticos o otros.

Todas las definiciones presentadas tienen una cosa en común, son poco precisas. Una cosa que vale la pena notar es que, en español peninsular hay anglicismos en todos los niveles lingüísticos. Según cada una de las definiciones mencionadas *la punta del iceberg* como *sporty* como las expresiones tan integradas como *agenda* (con el sentido: orden del día) son anglicismos del mismo nivel. Las definiciones presentadas se aplican a los anglicismos en cada nivel lingüístico.

Quizás, precisamente la amplitud de las definiciones representa su desarrollo. Una definición más delimitada y más detallada dice que un anglicismo es «una palabra o un modismo que sea reconociblemente inglés en su forma (ortografía, pronunciación, morfología o por lo menos uno de los tres), pero se acepta como un elemento en el vocabulario del lenguaje receptor» (Görlach, 2003:1 citado en Furiassi et al., 5). Habría sido un error limitar el concepto de anglicismo a una definición tan específica. La definición de Görlach ciertamente sería apropiada para objetivos lexicográficos, pero ignora otras formas de influencia léxica menos identificables. Eso de una manera muestra que lo que se entiende por el término *anglicismo* depende del alcance del estudio.

Una definición más flexible de Gottlieb, que presentan Furiassi et al., dice que *anglicismo* es «any individual or systematic language feature adapted or adopted from English, or inspired or boosted by English models, used in intralingual communication in a language other than

English» (5). Como es visible la definición de Gottlieb difiere de la de Görlach en no hacer las limitaciones.

Furiassi et al. mencionan en razón de que las formas de préstamos ingleses parecen abarcar una gama mucho más amplia de fenómenos, algunos investigadores sugieren adoptar una visión más amplia del «anglicismo» para dar cuenta de los fenómenos de *anglicización* existentes o emergentes, y dar al término *anglicismo* una etiqueta de «paragua» para cualquier interferencia – fonológico, morfológico, sintáctico, fraseológico, y también semántico, pragmático, estilístico y cultural (Furiassi et al, 5).

Entonces, ¿qué definición de «anglicismo» es la mejor? La posición de Medina López tiene mucha razón, ya que es imposible dar una definición perfecta de «anglicismo». Es cierto que, como indican todas las definiciones, lo que se entiende por el término depende del alcance del estudio. Por ejemplo, la definición dada por Görlach, aunque sería correcta para la investigación del presente estudio, no podría servir a una investigación de anglicismos semánticos, por ejemplo. También otra cosa cierta es que una definición que expresa parcialidad no sirve como una buena definición, como, por ejemplo, la que dice que anglicismo es «amor o apego a las cosas características de Inglaterra». Esos tipos de definiciones no expresan ninguna característica de anglicismos otra que cierto tipo de parcialidad, ya que se podría entender que una persona que usa anglicismos podría ser visto como seguidor de estilo de vida británico. Esa definición, como también la que dice que los anglicismos son «voces de procedencia inglesa usados normalmente para nombrar nuevos conceptos», indican la división que existe en el mundo de las definiciones de «anglicismo», una división en las definiciones, en las que algunos autores, por una parte, opinan que los anglicismos son una adición superflua a la lengua, mientras que otros autores opinan que son imparciales.

Como vamos a ver el campo de anglicismos es muy amplio, con clasificaciones complejas. Entre los anglicismos hay niveles fonológicos, léxicos y semánticos. Las definiciones de «anglicismo» como la de Görlach, son definiciones muy buenas pero limitadas a los objetivos lexicográficos, lo que puede ser demasiado específico. La definición general de «anglicismo» podría ser más abierta a la diversidad de los anglicismos y los estudios relacionados con ambos. De esa manera una «limitada amplitud» de una definición de «anglicismo» es su fuerza. La definición de Gottlieb que traducida a español dice que un anglicismo es: «cualquier característica individual o sistemática de lenguaje adaptada o adoptada del inglés, o inspirada o potenciada por modelos en inglés, utilizada en la comunicación intralingüística

en un idioma que no sea el inglés»<sup>5</sup>, parece mejor para conformarse con el hecho que el concepto de anglicismo es muy amplio y que anglicismo, en general, se refiere a toda la influencia lingüística de la lengua inglesa que influye en cualquier otra lengua, entre otras española. La definición refleja que los anglicismos se manifiestan en muchas formas, y también destaca entre otros la división más importante de los anglicismos que, como vamos a ver, es la división según el grado de adaptación de anglicismo en la lengua receptora.

#### Los diferentes niveles lingüísticos de anglicismos

Como se ha visto con el ejemplo de la definición de Görlach, dada en la página previa, lo que el término «anglicismo» abarca puede ser adaptado al alcance de la investigación. Aunque una definición podría ser apropiada para un determinado objetivo de un estudio, no necesariamente podría ser de uso para otro. Para enfatizar el largo espectro de los anglicismos, es importante hablar de éstos en el contexto de los varios niveles lingüísticos. La expresión «nivel lingüístico» existe para categorizar los diferentes estudios y fenómenos lingüísticos. El presente capítulo tiene como su objetivo presentar la gran diversidad de los anglicismos en una clasificación según los diferentes niveles lingüísticos, y presentar la variedad de posibles perspectivas de estudios de anglicismos.

Hay diferentes maneras de clasificar los anglicismos. Una manera muy interesante de clasificar los anglicismos es presentada por Javier Medina López en *El anglicismo en el español actual*. Según Javier Medina López «establecer una clasificación de los anglicismos supone considerar una doble perspectiva: A) *anglicismos léxicos* y B) *anglicismos sintácticos*» (18). Por «anglicismo léxico» se entiende la influencia ejercida por la lengua inglesa en el terreno del vocabulario (o componente léxico de una lengua, con variadas manifestaciones (18). Por «anglicismo sintáctico» se entiende toda la influencia, directa o indirecta, ejercida por la estructura sintáctica de la lengua inglesa sobre la española (72). En su categorización Medina López menciona solamente dos, de tres o cuatro, niveles más generales que se mencionan hoy en las categorizaciones de estudios lingüísticos más generales en cuanto a anglicismos. En general, se dice que los niveles lingüísticos están conformados por el sintáctico, el semántico, el léxico y el fonético-fonológico.

Fernando A. Navarro toma otra perspectiva, más amplia que Medina López, donde clasifica los anglicismos según diferentes niveles lingüísticos y donde de esa manera distingue entre cinco tipos de anglicismos. Primero, habla de anglicismos fonéticos, donde los describe como

---

<sup>5</sup> Traducido por mí de la versión inglesa presentada en las páginas 10-11.

las palabras del origen no inglés que en español se adaptan con la pronunciación afectada por el inglés. Da un ejemplo de palabra *Nike*, que dice originalmente viene del griego, pero que todo el mundo se ha adaptado a pronunciar a la inglesa /náik/ o /náiki/ (Navarro, 214).

Segundo, anglicismos ortográficos son las palabras españolas que, por influencia del inglés, han visto modificada su ortografía: tildes, diéresis y otros signos diacríticos, como por ejemplo se escribe *proteina* en vez de *proteína* (Navarro, 215).

El próximo grupo del que habla Navarro son anglicismos tipográficos y son palabras, o técnicas españolas tipográficas, que se han adaptado a la tipografía del inglés. Como por ejemplo adaptar el uso de los números romanos en minúsculas para marcar los subapartados de un texto, en vez de usar enumeración de a), b), c) o 1., 2., 3. etc. (Navarro, 216).

Navarro continúa con los anglicismos sintácticos, que ocurren cuando el español incorpora a su sintaxis las estructuras gramaticales del inglés (Navarro, 217). Hay muchos ejemplos de este fenómeno, uno que Navarro presenta es, por ejemplo, la omisión del artículo determinado, que es cada vez más frecuente, como por ejemplo iniciar las noticias con un sustantivo como «Ingenieros españoles reciben un importante galardón internacional», omitiendo el artículo al inicio (Navarro, 218).

Al final Navarro presenta anglicismos léxicos, es decir anglicismos en forma de palabras. Es el tipo de los anglicismos que, según Javier Medina López, «es más perceptible y ha recibido mayor atención por parte de estudiosos» (18). Ya que la categoría de anglicismos léxicos es de mayor importancia para el presente estudio, y es más compleja, va a ser explicada con más detalles en el subcapítulo siguiente. Para dar un ejemplo, un anglicismo léxico puede ser *fitness, volleyball o voleibol*.

Aunque la clasificación de Navarro presenta más diversidad, también hay otros niveles lingüísticos que Navarro no menciona, y que es importante mencionar, entre otros el nivel morfológico cuando a los anglicismos se les añade un morfema nativo (español), como, por ejemplo, en el caso de *boxeador, futbolista, tatuaje* etc. (Pratt, 157-158).

El último nivel lingüístico que va a ser mencionado aquí, y que las clasificaciones presentadas de Medina López y Navarro no mencionaron, es el semántico. Anglicismos semánticos son aquellos que ya existen en la lengua española, pero toman significado del inglés, como *balance* que puede indicar tanto ‘movimiento de un cuerpo hacia un lado y hacia otro’ que es el significado español, como ‘saldo’ (Pratt, 162).

Resumiendo, podremos concluir que a diferencia de la definición general de «anglicismo», donde hemos visto que la «limitada amplitud» de la definición podría tener un impacto positivo, en el caso de la clasificación de los anglicismos a la luz del alcance del estudio, aquélla debería ser bastante ajustada. Como hemos visto hay mucha variedad en cuanto a los posibles anglicismos, y por eso no es bastante decir que se puede agrupar todos solamente en, por ejemplo, los dos grupos, anglicismos léxicos y sintácticos, como proponía Medina López. Dos categorías son demasiado poco para reflejar la diversidad de los anglicismos, pero se puede decir que las cuatro categorías más generales según los niveles: léxico, sintáctico, semántico y fonético-fonológico, cubren ampliamente las posibilidades. De una perspectiva muy general, puesto que la morfología trata de la estructura de palabras, se podría considerar anglicismos morfológicos como una subcategoría de los léxicos, porque las palabras se construyen de morfemas. De la misma manera, los anglicismos ortográficos se podrían categorizar como una subcategoría de los anglicismos sintácticos. Los anglicismos tipográficos, de que habla Navarro más bien son partes de la estructura general de un texto que de sus elementos gráficos, y por eso es más difícil categorizarlos bajo alguna de las categorías generales de los niveles mencionados.

#### Clasificaciones de los anglicismos léxicos

Dado que los anglicismos léxicos están en el centro de atención en el presente trabajo, el objetivo del presente subcapítulo es presentar la perspectiva actual de los anglicismos para ese trabajo, es decir, hablar más de la clasificación de anglicismos léxicos.

Medina López, cuya clasificación de los anglicismos en léxicos y sintácticos ya hemos visto, habla de que en función de los resultados de clasificar los materiales léxicos obtenidos a través de distintas encuestas podemos hablar de dos criterios:

- a) frecuencia de uso de los anglicismos (donde también se tiene en cuenta el número de hablantes que ha empleado una determinada unidad léxica) y b) criterios lingüísticos adoptados en el análisis, valoración del material léxico y la manera en que las voces entran en el idioma español y su posterior adaptación en la estructura lingüística del mismo (18-19).

Seguidamente Medina López ofrece algunos resultados de algunas investigaciones, llevadas a cabo en el mundo hispánico, con ejemplos que forman parte de esos dos grupos. Para el primer grupo, frecuencia de uso de los anglicismos, ofrece cinco categorías, dependiendo del

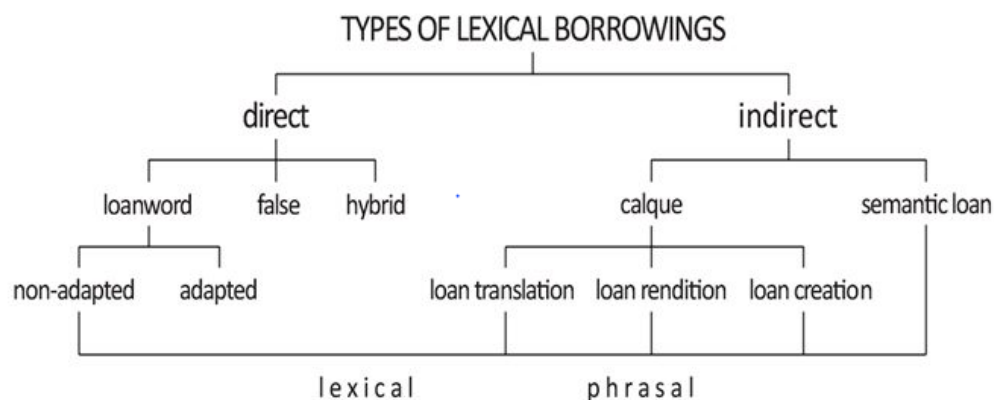


grado de uso. Desde categorías que cubren anglicismos de uso regular, como *béisbol*, *bikini*, hasta las que cubren los más esporádicos, como *interview* o *guest house*.

Categorización de los anglicismos según la frecuencia de uso es una perspectiva muy interesante, porque enfatiza que, de facto, algunos anglicismos se usan a menudo. Aunque es una perspectiva muy interesante, ese tipo de categorización puede tener una tendencia a responder a las peculiaridades de una investigación específica. En caso de una investigación general, sobre qué anglicismos son más populares que otros, solamente un corpus lingüístico puede dar una indicación general.

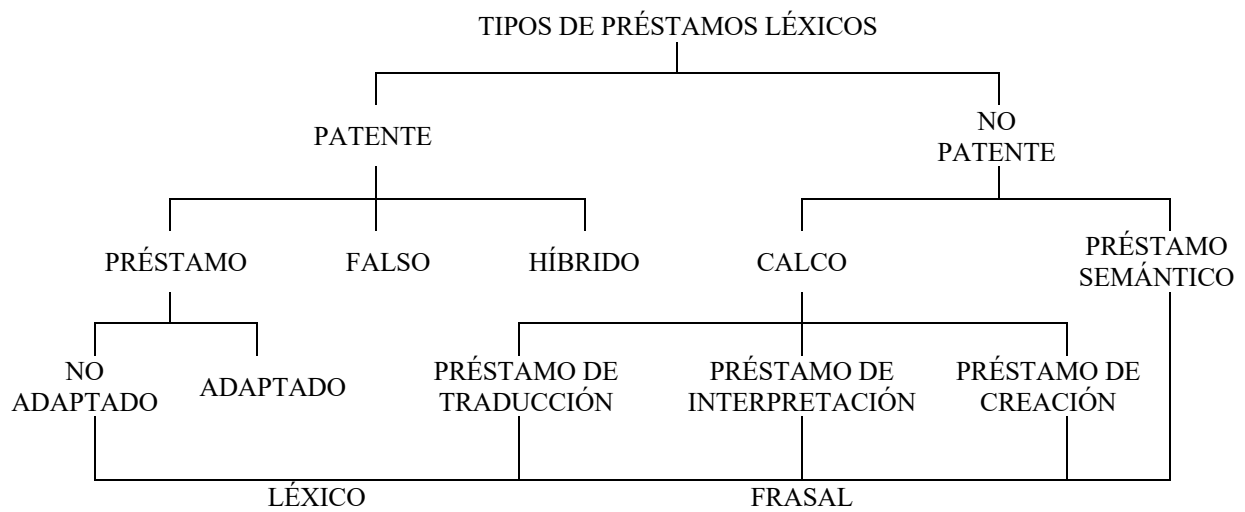
Presentando los anglicismos según los diferentes niveles lingüísticos, la categoría de los anglicismos léxicos podría aparecer como un grupo muy poco complicado, pero vamos a ver que hay mucha diversidad en cuanto a la influencia de la lengua inglesa en el nivel léxico de español. El segundo criterio según que se puede categorizar los anglicismos, que presenta Medina López, son los criterios lingüísticos adoptados. Varios autores tienen sus propias tipologías. La figura que representa la clasificación general de tipos de préstamos léxicos de Furiassi et al., es quizá la más transparente, y una de las más actuales. Abajo se muestra la figura presentada por Furiassi et al. (6).

**ILUSTRACIÓN 1**  
«TYPES OF LEXICAL BORROWINGS»



Para evitar malentendidos con el desarrollo de ese estudio, en cuanto a los nombres de distintos tipos de préstamos léxicos, con profunda investigación, se presenta la figura de Furiassi et al. traducida al español.

**ILUSTRACIÓN 2**  
TIPOS DE PRÉSTAMOS LÉXICOS



Para empezar, es necesario explicar dos expresiones que vamos a usar, y que Furiassi et al. usan con frecuencia, y son «lengua de fuente» (en abreviación LF) y «lengua receptora» (LR). El libro que presenta las expresiones está escrito en inglés, por eso las expresiones mencionadas son traducciones de «a source language» (SL) y «a recipient language» (RL). En el caso del presente estudio la expresión LF refiere a la lengua inglesa, y LR a la lengua española.

La principal distinción entre los anglicismos léxicos es la división en los anglicismos patentados y no patentados. Préstamos léxicos patentados, vienen en varias formas diferentes (préstamo, préstamo falso, híbrido), en las cuales la evidencia formal del idioma de fuente, en nuestro caso del inglés, es detectable. Por otro lado, los préstamos léxicos no patentados, como calcos o préstamos semánticos, no son evidentes de inmediato, porque el modelo de la LF se reproduce en la LR a través de elementos nativos (Furiassi et al, 6).

Como muestra la figura presentada, el grupo de los préstamos léxicos patentados consiste en préstamos, préstamos falsos e híbridos. Para el desarrollo del presente estudio es necesario explicar la diferencia entre los diferentes tipos de préstamos léxicos patentados.

Primero, los préstamos se dividen en dos categorías adaptados y no adaptados. Los préstamos no adaptados son palabras, o una unidad de múltiples palabras, prestadas de inglés sin o con menor integración formal o semántica, de manera que sigue siendo reconociblemente inglés en la LR (Furiassi, 6). Un ejemplo bueno es *fitness*. En mayor o menor medida, la integración

fonológica siempre tiene lugar debido a la diferencia entre el sistema de sonido de idiomas individuales (Furiassi, 7).

Los préstamos adaptados se diferencian de los no adaptados porque son palabras, o una unidad de múltiples palabras, prestadas del inglés con integración ortográfica, fonológica y/o morfológica, como *voleibol* de la palabra inglesa *volleyball* (Furiassi et al., 7).

Un préstamo falso es un anglicismo que es una composición de elementos léxicos ingleses pero usado con un significado claramente diferente en inglés, como, por ejemplo, *míster* para *football coach* (Furiassi et al., 7).

Un anglicismo híbrido libremente combina elementos de la LF y la LR, como *fiesta acid* de inglés *acid party* (Furiassi et al., 7).

En cuanto al grupo de préstamos léxicos no patentes tenemos dos subgrupos, calcos y préstamos semánticos. Hay tres tipos de calcos: préstamo de traducción, préstamo de interpretación y préstamo de creación. Un calco de traducción es una palabra, o unidad de múltiples palabras, que traducen una palabra inglesa a la LR, al español, como hace *baloncesto* de *basketball* (Furiassi et al., 7). Calco de interpretación traduce una parte de un elemento inglés y proporciona un equivalente suelto, como *guardaespaldas* de *bodyguard* (Furiassi et al., 8). Al fin, calco de creación, es una nueva creación que traduce libremente la palabra de modelo inglés a la lengua receptora, como *oleoducto* de *pipeline* (Furiassi et al., 8).

El segundo subgrupo de préstamos no patentes, es decir, préstamos semánticos, es un grupo que describe las palabras ya existentes en la LR que solamente reciben nuevo significado semántico de la LF, como, por ejemplo, «contraseña» de palabra inglesa *password* (Furiassi et al., 8).

## Resumen

La clasificación de los diferentes tipos de anglicismos no es algo simple. En general, hay muchas y variadas definiciones, de «anglicismo», las muy amplias y las que son muy específicas. Como también hemos visto, hay varios niveles lingüísticos según los que podemos clasificar los anglicismos. Las clasificaciones de anglicismos son más detalladas más allá de los niveles lingüísticos, como hemos visto en el caso de los anglicismos en el nivel léxico, que es la categoría de anglicismos más relevante para el presente trabajo. E incluso, visto más profundo dentro de un nivel como léxico, las clasificaciones dependen de perspectiva de estudio.

## Los anglicismos en España - Historia y contacto entre el inglés y el español

Entender la historia es importante, porque nos permite entender nuestro pasado, lo que a su vez nos permite entender nuestro presente. En el caso del presente trabajo no es necesario saber o entender eventos históricos específicos. El desarrollo de la historia nos puede servir como un fondo para entender mejor como se desarrolló el contacto entre las dos lenguas, el inglés y el español, y para entender la presente percepción general del inglés. Como dice Félix Rodríguez González: «Desde una perspectiva histórica, la lengua es el legado en que queda plasmada la historia de los pueblos que sucesivamente han tenido algún tipo de relación o contacto con el país donde se habla» (1994, 179). Por el motivo presentado, es importante entender un poco la historia del impacto general de la lengua inglesa en el mundo, y en el mundo hispanohablante. La influencia del inglés en diferentes lenguajes europeos no ha sido igual, por factores históricos, lingüísticos etc... Aunque la investigación del presente trabajo va a tener lugar en España, hablando de la influencia del inglés en el mundo hispanohablante el presente subcapítulo va a enfocarse primeramente en contexto de España. Como dicho, el objetivo de presentar un fondo histórico es entender mejor la presencia del inglés ahora, a través de entender de donde venía, cómo, y si posiblemente se destaca un modelo de uso de préstamos léxicos.

La presencia de la lengua inglesa en el mundo hispanohablante no siempre fue tan obvia como lo es hoy. En la edad media sólo hay constancia de una traducción del español al inglés en España, y fue *Confessio amantis* de 1390 de John Gower (Dwerkin, 212). Aunque, en el siglo XVI, la unión de Philip II de España con Mary Tudor de Inglaterra llevó a más presencia de población española en Inglaterra, y por eso más contacto entre el español y el inglés, solamente algunos libros fueron traducidos del inglés al español en el periodo de 1500 – 1700. Dado que estos libros no fueron accesibles a población mayormente analfabeta, el inglés no tenía una influencia en el español escrito en ese tiempo. Aunque hasta el siglo XVIII no hay un registro significativo de préstamos léxicos ingleses en la lengua española, el inglés ha incrementado su influencia gradualmente desde el siglo XVII. Dwerkin menciona una encuesta realizada entre 1767 y 1800 para recoger anglicismos y lo interesante es que los anglicismos encontrados expresaban conceptos específicamente británicos que no tenían equivalente en español (Dwerkin, 214).

En el artículo *Anglicisms in contemporary Spanish. An overview*. de Félix Rodríguez González el autor presenta la influencia de inglés en un orden cronológico. Rodríguez

González destaca tres de las más importantes etapas de préstamo léxico, teniendo en cuenta el contacto inglés – español más relevante (2-4). Primero, destaca el siglo XVIII. En el siglo XVIII, con el advenimiento de la dinastía borbónica, los franceses ganaron el poder superior y su influencia continuó hasta el siglo XIX y hasta nuestros días. En el siglo XVIII salió un oponente exhibiendo un reto al francés como el líder de influencia general. El impacto del inglés en Europa y en España especialmente crecía desde los siglos XVIII. El Acta de Unión de 1707 entre Inglaterra y Escocia, como una monarquía constitucional, se presentaba como un modelo para muchos pensadores políticos. Se puede decir que el Acta de Unión de una manera representa una expansión mayor del imperio británico. Primero, el siglo XVIII representa el tiempo del primer impacto significativo de la influencia de la literatura inglesa y la vida social y cultural de Gran Bretaña, en los intelectuales españoles. En la segunda mitad del siglo se empezó a enseñar el inglés en algunas escuelas. Primeros diccionarios inglés – español aparecían en España tarde en el siglo XVIII (Dwerkin, 213). Como vemos, el siglo XVIII representa un gran paso adelante en comparación con la influencia de antes, que era casi inexistente.

Segundo, Félix Rodríguez Gonzales destaca el siglo XIX, especialmente el último cuarto. Cada vez más anglicismos entraron a la lengua española. La influencia inglesa se intensificó como resultado del desarrollo tecnológico de la revolución industrial. También a fines del siglo XIX, y principios del siglo XX, se vio la primera ola importante de anglicismos en muchos dominios de la vida social, como en la música, en el baile, en las bebidas, en los deportes etc. El aporte anglosajón fue también notable en campos como la navegación y la técnica industrial (Rodríguez González, 1994, 180). Es decir, que la mayoría de los préstamos ingleses reflejaban las realidades de la vida británica. Según Dwerkin, los primeros registros del «anglicismo» de 1849 y 1869 registran lo como un término refiriendo al uso de las palabras inglesas, y fraseó y caracterizó tal práctica como un ‘defecto’ (Dwerkin, 216).

Evitando la consideración de los anglicismos como un «defecto», la sociedad española permanecía relativamente abierta a la influencia del inglés hasta la guerra civil de España, que tuvo lugar entre 1936 – 39. Durante la guerra civil en España, el dictador Francisco Franco adoptó unas medidas contra las expresiones no castellanas en la lengua nacional, cuando su gobierno legisló contra el uso de palabras extranjeras. Después del régimen de Franco, y después de la Segunda Guerra Mundial, el impacto de inglés comenzó a crecer (Dwerkin, 217).

La última, tercera etapa, que destaca Félix Rodríguez González en su artículo, es el periodo después de 1950. El primer signo de la ruptura con el aislamiento político fue el establecimiento de bases militares estadounidenses en España, que fue el primer contacto físico con el «American way of life» (Rodríguez González, 1999, 3). El turismo de Gran Bretaña y de los EE. UU. creció durante los años 1960 (Dwerkin, 218). De esas maneras el contacto entre las lenguas se amplió. En los años 70, aunque la dictadura todavía persistía, y después en los años 80 y 90 se abrió la emergencia de nuevos campos técnicos y con ellos un crecimiento de la jerga anglicada (Rodríguez González, 3). En los tiempos después de la Segunda Guerra Mundial el inglés servía como un portador de la innovación científica y tecnológica, como lenguaje del negocio, comercio y cultura popular (Furiassi et al., 2). De esa manera con todo el progreso, el inglés desplazó al francés como el idioma extranjero favorito, enseñado en escuelas secundarias y universidades. Desde el siglo XX, con los niveles más altos de alfabetización el inglés y su influencia, es más probable a extendiéndose a través de la población general. Hasta ahora, el inglés desarrollando su influencia más y más, como la lengua internacional de ciencia, tecnología, medicina, de negocios y el *Internet* influye mucho al español.

Como hemos visto, desde el siglo XIX el contacto entre las dos lenguas, y la influencia del inglés, ha sido establemente creciente hasta nuestros días. Una cosa importante es prestar atención a lugar del que venía la mayor influencia. Hay un cambio en la fuente de mayor importación de las voces inglesas, que es muy brevemente mencionada en el fondo histórico presentado, que quizá no aparece con claridad. Como hemos visto que desde el siglo XIX y hasta la primera mitad del siglo XX, el principal aporte anglosajón vino de Inglaterra. La influencia, como se ha mencionado, reflejaba realidades de la vida británica como la moda, el deporte, la navegación etc. A partir de los años 1950 el contacto entre las lenguas y la influencia se acrecienta considerablemente. Es en gran parte el resultado de la hegemonía que los Estados Unidos ostentan en los órdenes más diversos, como el político – militar, económico, científico y cultural (Rodríguez González, 1994, 180).

La influencia del inglés en la vida cotidiana, como la conocemos en España hoy, surgiría gradualmente. A través de todo ese tiempo, el inglés influía desde distintos ámbitos, empezando con visitas diplomáticas, los libros y más tarde de la radio, la televisión, el cine, el *Internet* etc. Hoy la dominación mundial del inglés, como una lengua extranjera o no nativa, se vincula a su uso como *lingua franca* en la comunicación internacional. Desde los tiempos de colonización británica el inglés fue una expresión de la fortaleza colonial, el prestigio

político, el progreso tecnológico y una gran tradición en cuenta a la literatura y la cultura. Con algunas restricciones, como las introducidas durante la dictadura de Francisco Franco, desde los tiempos de edad media, que fueron los tiempos de casi ningún contacto entre el inglés y el español, hasta ahora cuando la lengua inglesa es el número uno del mundo, el desarrollo ha sido persistente y creciendo en fuerza.

Es un conocimiento general que, el imperio británico fue el mayor imperio de la historia del mundo y creció hasta llegar a ser la superpotencia más poderosa del mundo, en su tiempo mejor de la colonización, es decir el siglo XIX y el inicio del siglo XX. Fue llamado un imperio «donde nunca se ponía el sol»<sup>6</sup>. El inglés gradualmente fortificó su estatus en el mundo, y como hemos visto específicamente a partir del siglo XVIII y XIX gracias a la superpotencia británica que sucumbió a la hegemonía de los Estados Unidos a partir de la segunda mitad del siglo XX. Como la expresión «donde nunca se pone el sol» se refiere a que geográficamente el imperio británico fue tan expandido que el sol siempre siguiera su área, hoy, aunque el imperio cayó, podemos decir que sigue viviendo de la manera que hoy la misma expresión puede referir a la lengua inglesa. Hoy en día el inglés es tan expandido que tiene su influencia en las mayorías partes del mundo. Si fue Inglaterra o los Estados Unidos, que tuvo el «bastón de relevo» en cuanto a la «importación de voces», aunque el inglés británico difiere del americano, es más importante la persistencia de la influencia de la cultura que representa la lengua nunca acabó. Se puede concluir que el inglés, de una manera, durante todos los tiempos ha representado el progreso, en cuanto a la «nueva» lengua, el estilo de vida, prestigio político, progreso tecnológico. Lo que es más interesante e importante para el presente estudio son los diferentes campos que sufrieron la mayor influencia del inglés. Lo curioso es que la influencia del inglés refleja el estilo de vida de la cultura influyente. ¿Ven la lengua inglesa y las palabras inglesas, quienes hacen uso de los anglicismos, como portadores de progreso o de un mejor estilo de vida?

### Actitudes lingüísticas

Más que investigar los atributos lingüísticos, la perspectiva del presente trabajo consiste en ver más allá de la actitud lingüística, que es un fenómeno menos tangible y evidente. La actitud ha sido, y sigue siendo, de gran importancia en numerosos estudios en las ciencias

---

<sup>6</sup> La frase ha sido usada para definir un tipo de imperio tan extenso que al menos en alguna parte de su territorio era siempre de día. Esa expresión originalmente fue usada para referir al Imperio Español como una apreciación hecha por Fray Francisco de Ugalde a Carlos I de España.

sociales. El tema de la actitud se ha abordado desde distintas teorías. No hay acuerdo unánime sobre su significado, pues cada perspectiva aporta un aspecto distinto (McKenzie, 19) Como se ha dicho al inicio del estudio, una definición general dice que «actitud» es «la disposición a reaccionar favorable o desfavorable a una serie de objetos» (Sarnoff 1960, 279, citado en Blas Arroyo, 322). Para entender mejor las facetas de que se compone la actitud lingüística, se presentará, primero, lo que se entiende generalmente por actitud y, más tarde, los elementos de que se compone.

Lo que se puede deducir de la definición general de «actitud» es que, una actitud no es directamente observable, pero se puede inferir de respuestas observables. Según McKenzie, uno de los problemas para definir este término es que se superpone con otros términos psicológico-sociales, como *creencia, opinión, valor, hábito, rasgo, motivo e ideología* (19). Pero McKenzie muestra que es posible distinguir entre la actitud y los términos relacionados al presentar definiciones precisas para cada uno. Oppenheim en su obra *Questionnaire Design, Interviewing and Attitude Measurement* presenta un diagrama que organiza la actitud y los términos relacionados según diferentes niveles de profundidad, establecidos por los psicólogos sociales. Estos niveles, según la terminología del propio Oppenheim, serían: el nivel más superficial, al que denomina «opiniones». El segundo nivel, «actitud». El siguiente nivel más profundo serían los «valores» o «actitudes básicas», y el más profundo la «personalidad» (175-177). Esta clasificación tiene como objetivo presentar la idea que las opiniones y las actitudes no deberían ser consideradas unidades aisladas. Típicamente, las actitudes enlazan con otros componentes de las propias actitudes y con los niveles más profundo de los valores (177).

Como afirma Agheyisi y Fishman, el concepto de «actitud» tiene varias definiciones y características, que a menudo reflejan el interés teórico y metodológico del estudio de que derivan (137). Además, Agheyisi y Fishman, y como también se hace en general, destacan principalmente dos enfoques teóricos y metodológicos de los estudios de actitud: el conductista (behaviorista) y el mentalista (138).

Desde la perspectiva conductista las actitudes se pueden deducir de la respuesta que un individuo hace en una situación social (McKenzie, 21). Puesto que, como dice Brain (1928): «the only way to determine attitudes is by observation and statistical treatment of behavior in social situations» (citado por Agheyisi y Fishman, 138), la actitud se hace una variable dependiente, lo que podría ser problemático porque es específico de cada individuo y varía según el contexto o situación concreta que se investiga.



El otro enfoque principal de los estudios de actitud es el mentalista. Allport (1935) sugiere que un mentalista define la actitud como «mental and neural state of readiness» (citado en Agheyisi y Fishman, 138). La definición implica que la actitud, según la perspectiva mentalista, no es algo directamente observable, pero que puede deducirse de la introspección del encuestado. En otras palabras, lo que se entiende por actitud, es un estado en que el sujeto evalúa un objeto de manera indirecta, un estado independiente.

El enfoque mentalista contempla tres componentes: cognitivo, afectivo y conductual (Agheyisi y Fishman, 139). El componente cognitivo se refiere a los conocimientos o las percepciones del individuo acerca de dicho objeto (Quesada Pacheco, 162). En otras palabras, este componente representa las informaciones obtenidas previas a la creación de una actitud. El componente afectivo implica una respuesta emocional por los sentimientos que despierta el objeto en el individuo. Según McKenzie, las respuestas verbales afectivas incluyen, por ejemplo, expresiones de agradecimiento, disgusto o enojo (22). Según Baker (1995) el último, el componente conductual, se refiere a una predisposición de un individuo a actuar de una cierta manera ante un objeto o contexto específico (citado en Quesada Pechaco, 163).

Rokeach (1968) proponía un modelo aún más complejo para definir la actitud. Según él la actitud se compone, en primer lugar, de un sistema de creencias que, a su vez, se componen de tres componentes: cognitivo, afectivo y conductual. Por otra parte, Fishbein (1966) presenta una estructura, en la que distingue entre creencias y actitudes, donde las creencias incluyen únicamente los componentes cognitivo y conductual, y la actitud se forma solamente del componente afectivo. Según Fishbein los modelos multidimensionales de la actitud son difíciles de manejar y, de hecho, aunque se dice que la actitud incluye los tres componentes, solamente se maneja o evalúa el elemento afectivo (citado en Agheyisi y Fishman, 139).

Aunque puede parecer complicado manejar las tres componentes de actitud, la verdad es que, como hemos visto, la actitud no es un fenómeno sencillo, es un fenómeno complicado, con varios niveles de profundidad. Debemos tener presente el proceso de conceptualización presentado anteriormente. Ahora mismo, con la teoría sobre la actitud, es preciso recordar que es un fenómeno que depende de procesos más profundos, que afloran como sentimientos (componente afectivo). Para el proceso de conceptualización son necesarios también los conocimientos y la percepción del mundo, las creencias generales, que son de naturaleza cognitiva. Estos factores deben ser considerados parte de una actitud junto con el factor afectivo, por lo que se rechaza el modelo de Fishbein, en virtud de un modelo que contemple los tres componentes.

Volviendo al plano principal del presente subcapítulo, mientras que actitud es un término básico para la psicología social, la *ideología del lenguaje* ha sido un concepto central en la sociolingüística recientemente (McKenzie, 20). Si trasladamos todo lo discutido a la perspectiva lingüística, la *actitud lingüística* es el resultado de los conocimientos (componente afectivo), la experiencia personal (componente cognitivo) y los sentimientos (componente afectivo) (Quesada Pacheco, 163), en otras palabras, es una actitud hacia una lengua o una variante lingüística, que se compone de los conocimientos, acciones y reacciones emotivas que pueda provocar en el encuestado. Como dice Francisco Moreno Fernández: «La *actitud lingüística* es una manifestación de la actitud social de los individuos, distinguida por centrarse y referirse específicamente tanto a la lengua como al uso que de ella se hace en sociedad, y al hablar de “lengua” incluimos cualquier tipo de variedad lingüística: (...)» (2009, 177). La actitud lingüística se considera importante para entender mejor la política del lenguaje que incluye la variación lingüística y el cambio de idioma. Según McKenzie, es probable que los estudios que investigan la actitud lingüística ayuden a desarrollar un marco metodológico para el estudio de las fuerzas ideológicas de las comunidades investigadas.

Hay una gran relación entre lengua e identidad. La identidad es un componente de nuestra personalidad, que, como hemos visto, se encuentra en el nivel más profundo de los términos relacionados con la actitud. Una lengua, más que ser una colección de palabras y reglas ortográficas, es en sí misma una colección de manifestaciones. Se puede decir que, las actitudes lingüísticas tienen que ver con las lenguas mismas y con la identidad de los grupos que las manejan (Moreno Fernández, 2009, 178). Por consiguiente, es lógico pensar que, puesto que existe una relación entre lengua e identidad, ésta ha de manifestarse en las actitudes de los individuos hacia esas lenguas y sus usuarios (178). Las actitudes lingüísticas son muy difíciles de estudiar puesto que son difíciles de recoger y medir. Una actitud lingüística es algo intuitivo, de lo que la gente no necesariamente es consciente en su vida diaria, por eso, por ejemplo, una pregunta directa sobre la actitud de alguien sería ineficaz, porque lo que se va a obtener sería solamente el componente afectivo, como comentaba la teoría de Fishbein. Es importante prestar la atención a que la definición sobre la actitud lingüística, de Moreno Fernández, dice que la actitud lingüística es una «manifestación de la actitud social». Entonces la actitud lingüística no depende únicamente de los factores individuales de cada persona, sino también de los factores sociales. Los factores sociales son la parte tangible de una actitud lingüística, susceptibles de cuantificación. La meta del

siguiente subcapítulo es hablar más de entre otros los varios factores que pueden tener un impacto en el tipo de actitud lingüística de los individuos.

## Sociolingüística

Debido a que el presente trabajo no trata de estudiar el campo puramente lingüístico de los anglicismos, ya que las actitudes lingüísticas son el principal objetivo de interés e investigación en el presente trabajo, y ya que la actitud lingüística es una «manifestación de la actitud social de los individuos» (Moreno Fernández, 2009, 177), nos enfrentamos a una disciplina de lingüística que se llama sociolingüística. El objetivo del presente subcapítulo es explicar qué es sociolingüística, por qué es importante en cuanto al desarrollo de este trabajo, y hablar sobre la variación sociolingüística y algunas variables sociolingüísticas importantes para el trabajo. Primero, presentamos una definición de «sociolingüística»:

La palabra sociolingüística está formada por un sustantivo nuclear (-lingüística) y por un modificador adjetivo antepuesto (socio-). Este simple análisis pone de manifiesto que estamos ante una disciplina lingüística. Y, en efecto, la sociolingüística estudia las lenguas, tanto diacrónica como sincrónicamente, *pero* en su contexto social (Labov, 1972a:184, citado por López Morales, 21).

En otras palabras, sociolingüística trata de estudiar la lengua a través de investigar la motivación tras actitudes particulares o estilos lingüísticos estudiando los factores sociales y cómo impulsan el cambio de un estilo a otro.

Antes de continuar explicando la posición de actitudes lingüísticas dentro de sociolingüística, es importante aclarar una cosa, y es distinción entre «sociolingüística» y «sociología del lenguaje». El campo de sociolingüística a menudo se divide en dos: micro – sociolingüística y macro – sociolingüística. Los dos prefijos representan de gran medida la diferencia entre los dos. En general, la micro – sociolingüística estudia aspectos lingüísticos de la sociedad, y la macro – sociolingüística aspectos sociales de las lenguas (López Morales, 38). Según la conclusión de Hudson (1981)<sup>7</sup>, entre las dos, se reduce a tratarse de «una diferencia de énfasis», según el investigador esté más interesado en el lenguaje o en la sociedad (citado en López Morales, 41). Entonces, sociolingüística pretende llegar a comprender mejor la estructura de las lenguas y su funcionamiento comunicativo, y la sociología de la lengua se

---

<sup>7</sup> Hudson, R. A. 1981. *La sociolingüística* (versión española de Xabier Falcón), Barcelona: Anagrama. (pp.15)

enfoca más en entender mejor la estructura social a través del estudio del lenguaje (López Morales, 41). De aquí es importante señalar que, aunque el trabajo presta mucha atención a factores sociales, todavía estudia la lengua en un contexto social y no la estructura social a través de la lengua.

#### Variables sociolingüísticas

La sociolingüística integra dos variables y son: la variable lingüística y la variable social. Por variable lingüística entendemos la unidad de una misma lengua en la cual se crean diferencias entre hablantes, que se compone de las variables: fonológica, morfológica, sintáctica y léxica. La variable social se compone de diferentes factores sociales, como el sexo, la edad, el nivel de instrucción, el nivel sociocultural, la etnia, etc., que influye en un modo determinado sobre la conducta lingüística.

Hay muchas diferentes perspectivas de estudios de la variación lingüística, como hemos visto hablando de la diversidad de niveles lingüísticos. El enfoque puede ser la variación fonética – fonológica, o de tipo morfológico o posicional (sintáctica), pero lo que es más interesante para el presente trabajo es la variación léxica. Porque, de una manera, de lo que trata el trabajo, es una investigación la variación léxica, ya que el estudio va a investigar por qué la gente usa los anglicismos en vez de las palabras española. La idea, para la investigación, es estudiar la actitud lingüística en contexto de uso de los determinados anglicismos, es decir elementos léxicos de origen inglés insertados en el español. Los anglicismos que van a servir para este propósito son anglicismos patentes, la forma más evidente de anglicismos.

Hay también la otra dimensión, que es la variable social. No es accidental que estudiando un fenómeno léxico el trabajo vaya a enfocarse en factores extralingüísticos y sociales. Como se ha mencionado al hablar de la actitud lingüística, de lengua e identidad, los factores sociales son una gran parte de la identidad que, a su parte, como una parte de la lengua, proporcionan la base para creación de una actitud. Moreno Fernández propone una diferenciación entre los niveles de la lengua según la naturaleza de las variables explicativas que en ellos suelen incidir (1998, 30-31). Según esa diferenciación, la variación lingüística se va explicada mayoritariamente por factores extralingüísticos, es decir entre otros sociales. Las variables extralingüísticas, específicamente las sociales, son capaces de determinar la variación lingüística. La variación sociolingüística se define como «alternancia de dos o más expresiones de un mismo elemento, cuando ésta no supone ningún tipo de alteración o cambio de naturaleza semántica y cuando se ve condicionada por factores lingüísticos y sociales»

(Moreno Fernández, 2009, 39). En el caso del presente trabajo, la variación sociolingüística se manifiesta en investigar el uso de anglicismos en vez de las palabras semánticamente equivalentes españolas. ¿Es la diferencia por factores sociales la que condiciona la selección de un anglicismo en vez de una palabra española?

Antes de escribir cómo varias variables sociales pueden condicionar la variación sociolingüística, es preciso comprender que «se ve condicionada». En realidad, no es posible conocer de antemano qué factores sociales<sup>8</sup> van a tener influencia en el uso más frecuente de algunos elementos lingüísticos que otros. En primer lugar, los factores sociales actúan sobre la lengua en una forma irregular, y en segundo lugar, los factores sociales no están configurados de forma idéntica en todas las comunidades (Moreno Fernández, 2009, 40). Las variables sociales que vamos a profundizar más ahora, y también en que nos vamos a enfocar en este trabajo, son los más generales, es decir que muestran una mayor capacidad de influencia sobre la variación lingüística, y son: el sexo, la edad, el nivel de instrucción.

#### *Variable sexo*

La variable sexo, también llamada la variable social, cubre toda la diversidad de sociolingüística, que viene de los diferentes roles sociales propios de los hombres y mujeres. A variable sexo también se puede referir como «variable género». En los trabajos de los últimos años sería popular usar la expresión *sexo*. Pero ¿por qué discutir cuál expresión será mejor? Como José Luis Blas Arroyo explica, el término *sexo* sería más adecuado al uso de ese tipo especialmente por dos razones. Uno: el significado de «género» en plano metalingüístico está suficientemente acotado en español, el término «sexo» crea menos inconveniencia. Dos: aunque no se niega que hay diferencias sociales y culturales entre los hombres y las mujeres, no ésta del todo claro que las diferencias biológicas de partida no puedan representar también un factor adicional explicativo (163).

Pero ¿cómo pueden los roles sociales relacionados al sexo influir en los estudios lingüísticos? Hay muchos ejemplos de trabajos de investigaciones lingüísticas cuyos resultados indican contrastes que es un resultado de las diferencias entre sexos mujer y hombre. Uno de los trabajos de ese tipo es la tesis doctoral de Ana María Cestero Mancera de 1995, cuya investigación se centra en el análisis de alternancias de turnos de palabra, que se produce en conversaciones didácticas en la lengua española. Los resultados del trabajo muestran, entre

---

<sup>8</sup> Las variables sociales son, en otras palabras, los factores sociales.

otros, que las conversaciones entre las mujeres producen un mayor número de alternancias de turno, que se hace en las conversaciones entre hombres (Cestero Macera, 97-98).

Aunque los resultados pueden indicar una diferencia entre los hombres y mujeres, es importante recordar que la razón no necesariamente es la diferencia de sexo, sino otros factores. Manuel Alvar (1956) resuelve la disputa que se refiere a discusión ¿quién de los hombres o mujeres tiende a hablar de manera más conservadora o innovadora?, cuando llega a la conclusión que el arcaísmo o la innovación del habla de las mujeres no depende tanto del sexo sino del tipo de vida que se lleva en cada lugar (Moreno Fernández, 2009, 41). Es un ejemplo de que el sexo, como un factor, puede subordinarse a dimensiones sociales diferentes y con mayor poder de determinación (41). En una investigación la variable «sexo» se puede combinar con, por ejemplo, la variable «edad».

#### *Variable edad*

Una idea general es que la lengua inglesa influye especialmente en las generaciones más jóvenes, por el desarrollo continuo de la tecnología y la mayor importancia de *Internet*, con el que, los jóvenes tienen más contacto. Las generaciones más jóvenes nacen en un mundo totalmente diferente del mundo de sus padres, en términos de tecnología más avanzada. Eso no es siempre cierto, pero tampoco es una hipótesis totalmente absurda. En el capítulo de hipótesis también hemos considerado que los adultos, que se encuentran en ambientes especialmente expuestos a la influencia inglesa, pueden ser afectados de la lengua de misma manera, o en un mayor grado, que los jóvenes.

La variable edad es una variable muy importante considerando las investigaciones lingüísticas. Es imposible vivir una vida de una manera totalmente «monótona», teniendo en mente el rol social que desempeñamos. Un hombre, en diferentes etapas de su vida, desempeña diferentes roles sociales. Las diferentes etapas de vida, como también el acondicionamiento, se asocian con diferentes actitudes que a su vez podrían afectar los códigos lingüísticos. Como dice Moreno Fernández «La edad, conforme el tiempo transcurre, va determinando y modificando los caracteres y los hábitos sociales de los individuos, incluidos los comunicativos y los puramente lingüísticos» (2009, 47).

Pero ¿según qué condiciones se desempeñan los diferentes roles sociales? y ¿cómo seccionar las varias edades? Moreno Fernández presenta dos diferentes propuestas de división de edades en etapas según la adquisición de la lengua (2009, 48–51). Primero, la idea de William Labov de 1964 consiste en una división de seis etapas de la adquisición del inglés llamado estándar.

Primero, Labov distingue entre «adquisición de la gramática básica, en la primera infancia» que es una etapa antes de «adquisición del vernáculo» en la edad entre 5-12 años. Siguiendo, destaca dos etapas antes de etapas adultas, primero desarrollo de la percepción social, entre 14 y 15 años y segundo desarrollo de la variación estilística, a partir de 14 años. Al fin destaca dos etapas adultas, etapa de adulto «estándar» y etapa adulta cuando el individuo se ocupa más de su mismo uso de la lengua. A diferencia de Labov, J. K. Chambers propone una división de tres periodos: la infancia, la adolescencia y la edad adulta joven, dependiendo de la influencia que tengan, primero, de la familia y los amigos, segundo, de la red social, y finalmente, de las aspiraciones y las preferencias sociales en el desarrollo del sociolecto de un individuo. Según Chambers después de la tercera etapa los hablantes estabilizan sus sociolectos. Las dos perspectivas muestran que, es importante tener en mente, cuando se habla de la variable edad, que con la edad viene la variación de mayor impacto del entorno en el hablante, como los padres, familia, amigos etc.

Hay varias técnicas de manejar los grupos generacionales. En general, sociolingüistas manejan tres o cuatro grupos generacionales, cuyos límites dependen de la edad que se fije como mínima (Moreno Fernández, 2009, 51). De hecho, la manera de seccionar las tres o cuatro generaciones depende del tipo de estudio. Es posible seleccionar entre tres grupos de dimensiones equivalentes como de 20 a 35, de 36 a 50 y de 51 a 65. Pero también es posible agrupar las generaciones según etapas sociales asignadas como edad de «formación individual» (20-25), de «inicio de vida profesional» (20-35), de «madurez» (30-50/55) y de «jubilación» (55 y más). También es posible la agrupación de tres generaciones por: «jóvenes adultos», «adultos mayores» y «adultos bien mayores», por ejemplo, con dimensiones de edad: 20-30, 30-50, 50-70.

Obviamente es imposible decir cuál es la edad mínima idónea para un estudio sociolingüístico. Alguien establece el límite en 14 años, otros en 15 años, o incluso 18 o 20 años. Una cosa importante para tener en mente, cuando se estudia el tema de anglicismos, es que los participantes no pueden ser demasiado jóvenes. Es importante que los participantes sean de una edad en que se supone que han desarrollado las habilidades de la lengua inglesa y también, no menos importante, de la española. Considerando el tamaño general del presente trabajo y las posibles adicionales agrupaciones de individuos de edades más jóvenes, la edad perfecta para establecer un límite es la edad de 15-18 años.

El presente estudio va a tomar como punto de clasificación de cuatro agrupaciones basándose en la metodología de PRESEEA, sobre la que nos referiremos más adelante, que con la vista

de lo que se ha decidido en otras investigaciones del mundo hispánico, y con un deseo de priorizar la simplicidad sobre la casuística, proponen distinguir tres generaciones: 1, de 20 a 34 años; 2, de 35 a 54 años; 3, de 55 años en adelante, teniendo en cuenta la valoración que la esperanza de vida al nacer, en Hispanoamérica, se mueve entre los 60 y los 75 años aproximadamente (8). Aunque la edad de 20 años se ve típicamente como ya una adultez, vamos también a incluir una cuarta generación, un poco más joven, generación 0: de 15 a 19 años, para dar una más amplia escala de comparación entre las generaciones.

La perspectiva de variable edad es muy interesante para el presente estudio, para ver si existe algún tipo de variación en cuanto a frecuencia de uso o conocimiento de anglicismos, que podría indicar que algún grupo de edad es más expuesto a la influencia del inglés que otros.

#### *Variable clase social, el nivel de instrucción, y variable profesión*

El presente subcapítulo apunta a explicar la importancia de las variables sociolingüísticas de «clase social», «nivel de instrucción» y «profesión» y su influencia en la variación lingüística actual. Se une las tres variables porque, como vamos a ver, la variable «nivel de instrucción» por lo general suele incluirse entre los factores integrantes de la clase social, como también la variable «profesión», a pesar de que no pierden su importancia como unos factores independientes de primer orden.

La clase social, como concepto teórico, ha sido estudiada profundamente por los sociólogos. Las primeras teorías en el análisis de clases sociales son de Karl Marx y Max Weber, quienes se ocuparon de la estructura que el capitalismo industrial generó durante el siglo XIX (Moreno Fernández, 53). Propuestas de qué factores influyen a formación de diferencias entre las clases sociales son muchas de entre otros Marx, Weber, Hill y Turner (1986), Peter Trudgill (1974), H. López Morales (1983). Lo más importante es definir qué componentes se toman como criterio para definir las diferencias entre las clases sociales. Por ejemplo, para Marx, las clases se dividen en los que tienen capital – clase capitalista, los que no lo tienen – proletariado, y los que no se ajustan a esa división – agricultores etc. (Moreno Fernández, 2009, 53). Por otra parte, la perspectiva de Weber, además de capital, considera también habilidad y la educación de que crea cuatro clases: propietaria, administrativa, la clase de los pequeños comerciantes y la clase trabajadora (Moreno Fernández, 53). Los sociólogos consideran varios factores para la definición de clase social, como, por ejemplo: la ocupación (fuente de ingresos económicos), la clase (relacionada con ingresos), el estatus (dimensión social referida a obtención de respeto), el poder (capacidad de realizar la voluntad propia) o



también la educación. Los estudios confirman que el nivel educativo de los hablantes determina de forma directa y clara la variación lingüística (Moreno Fernández, 61). A mayor nivel de instrucción se detecta una presencia mayor de las variantes consideradas más prestigiosas o que más se ajustan a la norma (Moreno Fernández, 61). Los estudios sociolingüísticos a menudo trabajan solamente con categorías generales: analfabetismo, enseñanza primaria, enseñanza secundaria, enseñanza universitaria (Moreno Fernández, 62).

Las varias definiciones de clase social pueden también incluir factores como tipo de vivienda, localidad, ocupación del padre etc. En cuanto a clase social podríamos también hablar de factores como la red social, o modo de vida, para una post – estratificación, pero considerando el alcance del presente estudio, sería excesivo el manejo de estos factores. Sin embargo, son factores que crean unas perspectivas muy interesantes de estudiar en el presente aspecto del uso de anglicismos.

Sin analizar mucho las dimensiones sociales relacionadas con valores, norma de conducta y de prestigio, nos enfocamos a los tres atributos individuales: la educación (escolaridad), los ingresos y la ocupación (profesión). Siguiendo este modelo de estratificación social, Wiliam Labov en su estudio *The social Stratification of English in New York* propone un método interesante de clasificación de estatus social (Moreno Fernández, 2009, 53). Cada dimensión (educación, ingresos, ocupación) queda dividida en cuatro grados o posibilidades (0,1,2,3). A los hablantes se les asigna una puntuación por cada una de las tres dimensiones, de modo que pueden recibir un máximo de 9 puntos (3+3+3) y un mínimo de 0. Posteriormente los hablantes quedan agrupados en las siguiente categorías o clases: clase baja (0–1), clase trabajadora (2–5), clase media – baja (6–8) y clase media – alta (9). Siguiendo la división de las clases menos compleja, y más general en: baja, media y alta, sería posible aplicar el mismo modelo de clasificación de estatus social, teniendo en cuenta la creciente clase media, apuntando por ejemplo clase baja (0–2), clase media (3–7), alta (8–9).

La ocupación o la profesión de un individuo es relacionada con el lugar que ocupa en la jerarquía social, y con pertenencia de los individuos a una clase social u otra. Como sería con la variable edad, o con las clases sociales, también es problemático establecer tipos o categorías profesionales. Moreno Fernández propone una categorización de Samper en siete grupos: obreros sin calificar y con cualificación, empleados medios, pequeños empresarios autónomos, medianos empresarios, profesionales liberales y altos directivos y grandes empresarios (Moreno Fernández, 2009, 66-67). Obviamente manejando más categorías los resultados de estudios suelen a indicar menos generalización, pero cuando se manejan

categorías amplias y susceptibles de generalización saldrá beneficiada la comparabilidad de los estudios (66).

Considerando el alcance del presente estudio, aunque sería muy interesante, con todos los factores que se incluye en el estudio, se elige no considerar al atributo de ingreso, y por eso todo el método para el modelo de estratificación social de William Labov. Por esta razón la variable social en el presente estudio se subordina el nivel de instrucción y también la profesión, que se considera unos buenos indicadores de una posición social. Aunque la profesión se va a considerar más como un indicador de estatus social útil haciendo las conclusiones, se mantiene la categoría de la profesión muy generalizada de tres categorías: 1) obreros sin calificación (+con poca cualificación); 2) empleados medios (+pequeños empresarios autónomos, medianos empresarios); 3) profesionales liberales (+altos directivos y grandes empresarios).

#### *Prestigio y el esnobismo*

Aunque el prestigio y el esnobismo no son tipos de datos tan «fáciles» de recoger y medir, como otros factores sociales, es un hecho que este tipo de actitud se relaciona con la discutida variable social. Se muestra que, habitualmente las personas que desempeñan, por ejemplo, profesiones más valoradas, hacen mayor uso de las variantes más prestigiosas de una lengua y más ajustadas a la norma (Moreno Fernández, 2009, 66). Lo mismo puede aplicar al superior nivel de educación etc. Es interesante considerar si el prestigio y el esnobismo se correlacionan de algún modo.

En el siguiente capítulo se va a explicar cómo se va a incorporar todos las varias y diferentes tipos de variables discutidos para crear un método de medir la actitud hacia la lengua inglesa y cómo influye en el uso de los anglicismos.

### 3. Metodología

#### La medida de actitud - El cuestionario escrito

Las actitudes lingüísticas han sido estudiadas desde dos perspectivas: mentalista y conductista. Como ya se ha dicho, los estudios de actitudes lingüísticas desde la perspectiva conductista perciben la actitud como una conducta, y los estudios desde la perspectiva mentalista de naturaleza psicosociológica interpretan la actitud como un estado interno del individuo. Como indica la explicación, la mayor diferencia entre las dos perspectivas es que una conducta puede ser observada, un estado mental no. Por eso, como se puede deducir, los conductistas y mentalistas, se valen de diferentes técnicas y métodos para recoger los datos. Los conductistas aprovechan la observación directa de las conductas objetivas. Los mentalistas distinguen entre dos tipos de métodos para recoger los datos: las mediciones directas y las mediciones indirectas. Como los nombres de técnicas pueden indicar, las mediciones directas practican la recogida de los datos de modo que el hablante es consciente de que está siendo investigado. Técnicas directas incluyen entrevistas, cuestionarios y observación directa. Las mediciones indirectas, al contrario, se aplican sin que el hablante sepa que su actitud está siendo objeto de interés. En esta categoría se puede usar las técnicas como la de pares falsos o de máscaras, las escalas de diferencial semántico, pruebas de autoevaluación etc.

La investigación de la actitud subconsciente de los individuos es propia de la perspectiva mentalista. El método de recogida de datos de la investigación del presente estudio se basa en un grado mayor en técnicas directas. El método de análisis aplicado para este trabajo es la realización de una encuesta anónima. La parte muy difícil sobre investigar las actitudes subconscientes es hacer preguntas sin indicar cual es el propósito detrás de la pregunta. Por eso la encuesta se divide en dos partes. La primera parte tiene como objetivo preguntar sobre la opinión y la actitud hacia la lengua inglesa antes de mencionar el tema de anglicismos y preguntar sobre la opinión de uso de las palabras inglesas en el habla española coloquial. Es importante aplicar estas dos preguntas al inicio para que el informante no se forme una opinión o actitud, que podría verse afectada por las siguientes preguntas. La segunda parte del cuestionario se compone de preguntas basadas en quince palabras inglesas, cuyo objetivo es investigar si los seleccionados anglicismos son conocidos, si los anglicismos parecen positivos o negativos a los participantes, bajo qué circunstancias se utilizan y si se prefiere la palabra inglesa o española, y no menos importante, investigar la influencia de las variables

sociales. En otras palabras, la primera parte de la encuesta tiene como objetivo observar reacciones y actitudes a preguntas sobre opinión de la lengua inglesa y los anglicismos en general, y la segunda parte trata de investigar qué factores influyen en la actitud, en el conocimiento y el uso más o menos frecuente de anglicismos.

### Modelo de método

Siguiendo el modelo de metodología de PRESEEA que es el *Proyecto para el estudio sociolingüístico del español en España y de América* el muestreo se va a basar en crear las cuotas a partir de tres variables sociales: edad, sexo, y el nivel de instrucción, cuales permiten un estudio sociolingüístico cuantitativo (7–8). Como previamente hemos visto, la perspectiva de consideración del nivel de instrucción, profesión y ingresos, son unos factores decisivos que para la categorización y agrupación de clases sociales tienen sentido, pero para el presente estudio y la recopilación de datos sería demasiado complicado reconciliar todos los factores para crear una categoría general decisiva de estatus social. Aunque también se puede obtener un mayor nivel de clase social sin educación, en general el nivel de instrucción tiende a ser un buen indicador de la posición social. Por eso, como se ha dicho, el muestreo va a considerar fundamentalmente las tres variables: edad, sexo, y nivel de instrucción. Los otros factores, como profesión, pueden ser consideradas en cuanto a un post – estratificación.

Proyecto PRESEEA en su metodología general presenta una tabla «tipo por cuotas» (8) que organiza los participantes según las tres variables consideradas de mayor importancia: edad, sexo y el nivel de instrucción. El número indica la cantidad de los participantes.

**TABLA 1**  
MUESTREO – TIPO POR CUOTAS

|                        | Generación 1 |   | Generación 2 |   | Generación 3 |   |
|------------------------|--------------|---|--------------|---|--------------|---|
|                        | H            | M | H            | M | H            | M |
| Grado de instrucción 1 | 3            | 3 | 3            | 3 | 3            | 3 |
| Grado de instrucción 2 | 3            | 3 | 3            | 3 | 3            | 3 |
| Grado de instrucción 3 | 3            | 3 | 3            | 3 | 3            | 3 |

La variable edad y la clasificación según las tres generaciones ya fue explicada en el subcapítulo «variable edad». La metodología de PRESEEA, y la que vamos a usar, propone una clasificación de tres grupos de edad: 1) 20-35, 2) 36-50), 3) 51y más (8). Así que la idea

inicial para la presente investigación se enfocaba específicamente en la investigación del uso de los anglicismos en generaciones jóvenes, añadimos una generación adicional que incluye un público más joven, la «Generación 0». Dado que no es posible encontrar una muestra de personas entre 15 y 19 años que sean analfabetos o con enseñanza universitaria, nos enfocamos en aquéllos que cuentan con enseñanza secundaria solamente. La tabla de cantidad de representantes con cambios mencionados ya aplicados se ve así:

**TABLA 2**  
MUESTREO – TIPO POR CUOTAS – ACTUALIZADO

|                         | Generación 0:<br>15-19 años |   | Generación 1:<br>20-35 años |   | Generación 2:<br>36-50 años |   | Generación 3:<br>50 y más |   |
|-------------------------|-----------------------------|---|-----------------------------|---|-----------------------------|---|---------------------------|---|
|                         | H                           | M | H                           | M | H                           | M | H                         | M |
| Analfabetos             |                             |   | 3                           | 3 | 3                           | 3 | 3                         | 3 |
| Enseñanza secundaria    | 3                           | 3 | 3                           | 3 | 3                           | 3 | 3                         | 3 |
| Enseñanza universitaria |                             |   | 3                           | 3 | 3                           | 3 | 3                         | 3 |

Como ya se ha mencionado, se aplica la variable sexo al estudio. Según la metodología de PRESEEA poquísimos estudios han decidido prescindir de ello, a pesar de que en un buen número de análisis el sexo se ha revelado como una variable de escasa capacidad explicativa (8).

Una explicación de los tres niveles de educación aplicados es necesaria. Las variantes que se distinguen en la variable «grado de instrucción» son las siguientes:

1. Analfabetos, sin estudios. Enseñanza Primaria (hasta 10-11 años de edad aprox.), 5 años aproximadamente de escolarización;
2. Enseñanza Secundaria (hasta 16-18 años de edad aprox.), 10-12 años aproximadamente de escolarización;
3. Enseñanza Superior (universitaria, técnica superior) (hasta 21-22 años de edad aprox.), 15 años aproximadamente de escolarización (8).

Inicial grupo objetivo para la encuesta

La idea inicial era enfocar el cuestionario, y todo el estudio, en el grupo de individuos entre 15 y 18 años. Esa idea surgió de mí hipótesis personal, que los jóvenes están más expuestos a la «moda» de anglicismos. Con más reflexión, llegué a la conclusión que aplicar el

cuestionario a un grupo tan particular y reducido sería un error. También, como hemos visto, en cuanto a «la variable edad» el grupo de jóvenes de entre 18 y 20 años de edad es muy problemático y complejo. Sería posible llevar a cabo una investigación realizando la encuesta teniendo como el objetivo la población más joven, con una categorización de edades hasta 18 años, por ejemplo, pero una inclusión de otras generaciones hace el estudio también más importante porque permite la comparación de pensamientos y actitudes según las diferentes edades. La conclusión es que, la perspectiva sería demasiado reducida porque no sería posible incluir los tres niveles de instrucción de que hemos hablado, ni comparar con individuos mayores en un contexto más amplio. No es necesario delimitar el cuestionario para incluir solamente alumnos de escuelas primarias o secundarias. La forma mejor será incluir gente de varias edades, y de varias profesiones, lo que crea un amplio grupo como objetivo del estudio y más perspectivas.

#### Destino para realizar el estudio

La idea es realizar un trabajo de campo y recoger los datos basándose en una sola ciudad de España – Alicante. Alicante como una de las ciudades de más rápido crecimiento en España y como una ciudad muy turística es un punto de partida ideal para el presente estudio. Según un censo de población de 2018, la población total de Alicante según lugar de nacimiento es 331 577 habitantes (2018)<sup>9</sup>.

#### El tamaño de la muestra

El número de los encuestados: Como propone la metodología de PRESEEA:

si contamos para cada una de las casillas del Cuadro 2 con una afijación uniforme de cuatro informantes, el tamaño total de nuestra muestra sería de 72 informantes. Esto supondría una proporción 1/25 000 para una ciudad de alrededor de dos millones de habitantes y mucho más holgada para las de menor población (10).

«Cuadro 2» de la cita aquí se refiere al cuadro<sup>10</sup> presentando cuando se ha hablado sobre modelo de método. En general, en referencia a la cita mencionada, la metodología de PRESEEA da cuenta de que en unas ciudades con poblaciones mayores de dos millones la representación de 72 podría ser demasiado poca. Los investigadores locales podrían proceder a la recogida de materiales mediante estudios parciales (los barrios más representativos, los

---

<sup>9</sup> La tabla «Población según nacionalidad (principales nacionalidades)» encontrada en página web de *Gobierno Provisional Aicante. La Dipu de los pueblos*.

<sup>10</sup> Tabla 1 en el presente trabajo.

más populosos etc.) o aumentado a cinco, o seis, la cantidad de informantes por cuota de la muestra (10). De igual modo, en el caso, como es el del presente estudio, de los núcleos con un número de habitantes inferior a quinientos mil (500 000) sería posible reducir a tres el número de informantes por cuota, lo que en nuestro caso da una muestra de 60 informantes (incluida la «generación 0» adicional). En caso de 500 000 habitantes, esto estadísticamente nos da uno representante para 8333, es decir la relación de 1:8333 (10). En nuestro caso, con una población de 331 577 habitantes, una muestra de 60 informantes nos da una relación de 1:5526.

### Preguntas de la encuesta

Como se ha dicho, el objetivo de ese trabajo, más que solamente investigar el uso y el conocimiento de algunos anglicismos, es investigar las actitudes hacia el inglés y los anglicismos seleccionados, e investigar qué factores sociales entre los de la edad, el sexo y el nivel de instrucción, específicamente tienen alguna correlación con la actitud y el uso. Puesto que son muchas variables para considerar y, además, se usan diferentes métodos de medir las actitudes subconscientes y las conscientes, dividimos la encuesta en dos partes. En los siguientes párrafos van a ser presentadas las preguntas de las dos partes de la encuesta<sup>11</sup>, y también se explicará la intención detrás de cada una de las preguntas.

#### La parte cualitativa de la encuesta

Las preguntas de la primera parte de la encuesta se formulan según un método de cuantificación cualitativo, y tienen como objetivo la observación directa de la actitud y de la primera impresión de los individuos, así como recoger las opiniones sobre la lengua inglesa y sobre el uso de los anglicismos en el habla española coloquial. Las preguntas que ofrece la primera parte de la encuesta se formulan de la siguiente manera:

1. En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?
2. En general, ¿cuál es su posición/opinión en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se habla en español?

---

<sup>11</sup> La encuesta se puede consultar en el Anexo (pp.101-106).

## La parte cuantitativa de la encuesta

Muchas de las preguntas de la segunda parte de la encuesta requieren simples respuestas en forma de «sí» o «no», o bien, se presentan con múltiples opciones para elegir, como, por ejemplo, en la pregunta sobre las circunstancias de uso de los anglicismos, que entre otros da las opciones: en casa, en la escuela, con los amigos etc. Un factor decisivo para la apariencia final de la encuesta sería que el cuestionario no sería demasiado complicado, teniendo en cuenta que el encuestado pronto podría aburrirse, o ser confundido por las preguntas si son demasiado difíciles. Las preguntas de la segunda parte de la encuesta, de tipo cuantitativo, ofrecen una combinación de una lista de quince anglicismos, que son préstamos directos, en combinación con cinco preguntas a continuación de cada uno de los anglicismos. La segunda parte de la encuesta es presentada en forma de una tabla, donde los anglicismos están el lado derecho de la página, y las preguntas en la parte superior, así que al lado derecho es posible completar las respuestas. La primera pregunta, y la más decisiva para el curso de la encuesta se formula del siguiente modo:

1. ¿Conoce la palabra (el anglicismo)?

El encuestado tiene así las opciones de «sí» y «no». Si el encuestado no conoce el anglicismo presentado, responde solamente a la pregunta número tres. Puesto que vamos a seguir el orden cronológico de las preguntas la pregunta va a ser presentada más adelante.

Si el encuestado conoce el anglicismo en cuestión, la siguiente pregunta sería:

2. ¿Usa la palabra en las conversaciones coloquiales españoles? («sí» o «no») En caso de sí: ¿en qué circunstancias (en casa, escuela, con amigos etc. – rodea la respuesta)? ¿Podría dar ejemplos de contexto o frase de palabras con la palabra?

El objetivo de esa pregunta, y las que la siguen, es determinar si la palabra inglesa se inserta de forma independiente en oraciones españoles. Ese segmento de preguntas tiene también como el objetivo determinar en qué circunstancias los encuestados usan la palabra, y si pueden dar ejemplos de frases que podrían indicar un contexto del ámbito.

La siguiente pregunta trata de determinar las actitudes positivas o negativas hacia cada uno de los anglicismos. Como ya se ha mencionado, los encuestados, que no conocían el anglicismo dado, respondían solamente a esta pregunta, así que, como ya se ha expuesto, si se desconoce una palabra, únicamente hay que dar una opinión general. La pregunta se formula así:



3. ¿Tiene la sensación de que es una palabra positiva o negativa? (opcionalmente: ¿Por qué?)

La pregunta siguiente es:

4. Menciona un equivalente de la palabra en español.

La intención con esa pregunta sería investigar, primero, si los encuestados conocen los equivalentes españoles, y segundo, si hay equivalentes españoles y cuáles son. Es posible, que para algunos anglicismos no haya un equivalente español directo, o que describa bien el significado, en una forma corta. La pregunta adicional a esa pregunta era:

- ¿Es difícil de pensar de una palabra? (respuestas: «sí» o «no»)

La pregunta adicional podría ayudar a establecer las circunstancias ya mencionadas, y también podría ser un indicador para definir si el anglicismo dado se usa tan habitualmente que sería difícil encontrar un equivalente español.

La última pregunta de la segunda parte, y de la encuesta, es:

5. ¿Prefiere usar la palabra inglesa o española? (opcionalmente: ¿Por qué?)

El objetivo de la última pregunta es investigar la popularidad de los anglicismos dados. ¿Es más habitual o conveniente usar una palabra frente a otra? ¿Es una u otra palabra más prestigiosa o apropiada?

#### CREA y el proceso de selección de los anglicismos

El subcapítulo de marco teórico sobre anglicismos presentaba que el espectro de los tipos de anglicismos es enorme. Limitándose a los anglicismos léxicos todavía lleva una gama de palabras muy alta. Por lo que atañe a los rasgos externos, el presente trabajo, como ya se ha mencionado, se centra a los anglicismos que son patentes. Como hemos visto, los anglicismos patentes son aquellos que, ajenos a las reglas fonológicas, morfológicas o grafemáticas que configuran nuestro sistema lingüístico, o que, habiendo sido adaptados, e incluso derivados, lo ha sido partir de formas igualmente extrañas y reconocidas como tales (Rodríguez González, 1997, 10). Más específicamente la investigación del presente trabajo se enfoca en los préstamos que siguen siendo reconociblemente ingleses en su forma, es decir préstamos no – adaptados. La razón de investigación de este tipo específico de anglicismos es precisamente eso, que son menos adaptados, y por eso lógicamente su uso es más consciente.

Pensando de la investigación que tiene como su objetivo la investigación de conocimiento de anglicismos, los factores que influyen en su uso, y también la actitud con la que se les usa, es muy difícil determinar qué préstamos son más actuales y más relevantes para la investigación que otros. ¿Qué debe determinar que una palabra sea más actual que otra para el estudio? Una idea podría ser seleccionar algunos anglicismos de solamente una categoría, como anglicismos que describen fenómenos de, por ejemplo, el cine y la televisión, la sexualidad, la tecnología, la comida, el deporte, los negocios u otros... Aunque sería muy interesante investigar la actitud y el uso de anglicismos limitándose a una categoría específica, la idea del presente estudio es observar el fenómeno en un contexto más general y cotidiano. La generalización a su vez crea un desafío que nos lleva a la pregunta inicial ¿qué anglicismos son más importantes para incluir en la investigación?

Un factor para establecer una lista de anglicismos para este estudio, como ya se ha mencionado, era que los anglicismos para la investigación sean de forma reconocible inglesa. La idea es investigar cuál es la actitud general hacia los términos que son reconociblemente ingleses en su forma y cómo afecta e influye en el uso de estos préstamos en la actitud inconsciente del hablante. Otra condición se formó según observaciones de otras investigaciones, entre otros, sobre el conocimiento de anglicismos. Fue importante tomar distancia de los préstamos que han expirado, de la manera que ya no son relevantes como, por ejemplo, *walkman*, o préstamos que son de poco uso cotidiano como *zapping*. La realidad es que no sería productivo hacer una investigación que tiene a su base tales palabras.

En el proceso de selección de anglicismos para la encuesta tenían gran peso mis observaciones personales. El proceso de elegir quince anglicismos se empezó con la recogida de todos los anglicismos, de varias fuentes, que podrían ser relevantes para el cuestionario. Este proceso dio origen a una lista con más o menos 45 anglicismos. Como mi opinión personal es un criterio poco fiable para determinar qué préstamos son más relevantes que otros, en la etapa siguiente *El Corpus de Referencia del Español Actual (CREA)*<sup>12</sup>, que es un conjunto de textos de diversa procedencia, almacenados en soporte informático, ha sido de importancia para la selección de los anglicismos para el cuestionario. El banco de datos CREA fue de uso relevante para confirmar que existen referencias escritas, que incluyen el anglicismo dado, y para comparar la frecuencia observando el número de casos para cada palabra. También todos los anglicismos fueron comprobados con el *Nuevo Diccionario de Anglicismos* de Félix Rodríguez González, que es una recogida de anglicismos patentes. Ese

---

<sup>12</sup> CREA página web: «<http://web.frl.es/CREA/view/inicioExterno.view>».

proceso confirmaba que la palabra dada es un préstamo patente, que tiene una aceptación importante lo que permite profundizar en el estudio. El uso de CREA también excluye mi propia parcialidad. Como consecuencia, los 45 anglicismos de partida se redujeron a quince.

Los anglicismos finales, para el cuestionario y sus definiciones cortas según el diccionario de Félix Rodríguez González mencionado, se presentan en la siguiente lista. El número que sigue al anglicismo dado en el paréntesis refiere a los casos que se encuentra en CREA.

1. *SHOW* (1546)  
*m, frec* Espectáculo, exhibición (455)<sup>13</sup>
2. *CLICK* (167)  
*m* (Voz onomatopéyica de un) golpecito seco o chasquido (134)
3. *SEXY* (270)  
*adj, erot, frec* Que despierta atracción o deseo sexual. SIN: *atractivo; provocativo*
4. *LIGHT* (362)  
*adj, alim, beb* Bajo en calorías, de bajo contenido calórico. (315)
5. *GAY* (369)  
*n, euf, frec* Individuo que siente inclinación sexual hacia personas de su mismo sexo. SIN: *homosexual*
6. *LIVING* (-room) (301)  
Abrev. de → living room.  
living – room:  
*m. infrec* Pieza de la casa utilizada en momentos de ocio para entretenimiento y actividades sociales. SIN: *cuarto de estar, sala de estar.*
7. *VIDEO* (2265)  
*m, audiov, frec* Técnica de grabación y reproducción de imágenes y sonidos en un soporte magnético. (533)
8. *E-MAIL* (492)  
*m. inform* Sistema electrónico de comunicación a través de un ordenador. SIN: *correo electrónico (frec).* (191)
9. *STAFF* (180)  
*m, frec* Conjunto de personas empleadas en un negocio o que tiene autoridad dentro de una institución. SIN: *personal (directivo) equipo (directivo), personal docente, plantilla, equipo de redacción, estado mayor, plana mayor.* (478)

---

<sup>13</sup> La referencia a *Nuevo Diccionario de Anglicismos* de Félix Rodríguez González

10. *TOP* (422)  
*m* Posición más alta de una clasificación. SIN: *cabeza, sima, cumbre, cúspide*.  
 (510)
11. *SHOCK* (868)  
*m, med, frec* Síndrome que sigue a la insuficiencia cardiocirculatoria y que se caracteriza por taquicardia, palidez, sudoración, etc. SIN: *colapso*.  
*M, frec* Conmoción o perturbación repentina del estado anímico de una persona.  
 SIN: *conmoción, sorpresa*.
12. *HEAVY* (198)  
*m/adj, mús, frec*. Abrev. de → heavy metal  
*adj/n, mús, soc, frec* Perteneiente o relativo al → heavy metal.  
*adj* Por ext., radical, genuino, potente; fuerte, duro.  
*fr* ¡qué ~! *juv*. Expresión de sorpresa o asombro ante un hecho excepcional. SIN:  
*¡qué fuerte!, ¡qué barbaridad!*. (265)
13. *SANDWICH* (176)  
*m, alim, frec* Tipo de bocadillo hecho con dos rebanadas de pan de molde. || ~  
**mixto** Sandwich de jamón y queso. (→ bikini).
14. *ONLINE* (230)  
 on-line:  
*adj, inform* Referido a la unidad o sistema que opera en conexión directa con el ordenador central. SIN: *en línea*. (366)
15. *CASH* (145)  
*m* Dinero en metálico. (114)

## Pros y contras

Tal y como se ha indicado anteriormente, el método aplicado en este trabajo ha sido la realización de un cuestionario anónimo escrito. De varias maneras puede ser una forma adecuada y no para obtener los efectos deseados. Ese párrafo tiene como objetivo discutir un poco los pros y los contras de aplicar esa forma particular para el estudio.

Una ventaja es la forma de la encuesta, la separación de las preguntas según tipo, que forman dos partes distintas. Las primeras dos preguntas excluyen la posibilidad de que los entrevistados se formen una actitud u opinión basándose en las preguntas que siguen, y se puede observar las reacciones independientes del resto de las preguntas. La separación de las

preguntas también es un pro porque permite analizar más fácilmente y categorizar las respuestas y los resultados de los dos partes de la encuesta, y de eso posiblemente más fácil a llevar a conclusiones.

Uno de los aspectos más positivos de realizar un cuestionario escrito anónimo, teniendo en mente especialmente la segunda parte de la encuesta es que permite la intimidad del encuestado. Nadie tiene que sentir vergüenza de elegir una respuesta u otra.

También el cuestionario es sencillo, las cuestiones son muy simples, y no exigente en términos de un léxico o un tema complicado. Tampoco es demasiado exigente en términos del tiempo necesario para responder, por lo que, con suerte se elimina el deseo de terminar más rápido, que podría influir sobre la calidad de las respuestas.

Los inconvenientes afectan sobre todo a la forma que se usa para llevar al cabo ese estudio, es decir una encuesta. Co la mecánica pregunta – respuesta, se suele obtener una sola respuesta concreta, pero se pierden sinónimos parciales, voces afectivas etc. Especialmente en cuanto a la primera parte de la encuesta, donde la formulación de las preguntas es muy general, la perspectiva de la encuesta depende de la percepción de la pregunta por parte del encuestado.

Un cuestionario tampoco recoge todo el léxico, ni puede dar una imagen perfecta de la fonética, la morfología y, menos aún, de la sintaxis. La encuesta no da la posibilidad de recoger las reacciones personales, como expresiones del lenguaje corporal, las expresiones faciales etc.

## 4. Trabajo de campo

### Las acciones previas al trabajo de campo

Antes de realizar la encuesta a los encuestados actuales, fue importante realizar una encuesta piloto que fue aplicada a varias personas al azar, con el objetivo de observar el curso de las entrevistas y aplicar los cambios necesarios a la encuesta. Una de las cosas importantes para investigar fue el tiempo que se necesitaba para llevar a cabo con todas preguntas. Los resultados del cuestionario piloto mostraban que la gente necesitaba entre 15–40 minutos para cumplir el cuestionario, dependiendo de cuánto tiempo les llevó entender las preguntas y de la velocidad de respuesta. Otra observación de la encuesta piloto llevaba a adición de opción «trabajo» bajo la pregunta que trataba de investigar las circunstancias de uso de los anglicismos dados, si se usaban en conversaciones coloquiales españolas. A partir de eso no fueron observadas otras inconveniencias o malentendidos.

### Limitaciones

Durante la encuesta real, surgieron más inconvenientes, que no han aparecido durante la encuesta piloto. Como se puede entender, en el curso de la recogida de datos reales para el siguiente análisis, ya era demasiado tarde para aplicar más cambios, pero las trabas no son tan graves que el análisis no podría llevarse al cabo. Vamos a analizar las limitaciones de análisis que surgieron.

La primera dificultad se hacía visible entre los encuestados ya en la primera pregunta, que dice así: «¿Qué piensa de la lengua inglesa?». La pregunta parece ser demasiado general porque la gente a menudo no entendía que quiere decir «la lengua». La respuesta podría tomar el curso de muchas y varias perspectivas. Algunos encuestados preguntaban, si quiero oír su opinión sobre el inglés de la perspectiva de la historia, o de la perspectiva del tiempo actual y general en el mundo. Si estos casos aparecían pregunté los encuestados de decir algo sobre ambas perspectivas, y en general sobre las reflexiones que tienen. La formulación muy general de la pregunta tenía la intención de abrir la conversación, y de recoger los primeros pensamientos o ideas, que los encuestados tenían. Por eso, si los encuestados hablaban de la lengua inglesa antes como hoy, no es tan importante, porque todavía se podría recoger un sentimiento de las asociaciones, y las actitudes hacia la lengua que tenían los encuestados.

Otra cosa es que se puede deducir de la primera pregunta, como mucha gente se aseguraba si la pregunta es «¿sobre lengua?», que la gente tenía opiniones en cuanto a alguna otra cosa que

tiene que ver con el inglés, como por ejemplo la gente y su cultura. La lengua, como parte de nuestra personalidad y de nuestra cultura puede ser asociada con ciertas características culturales populares. No era consciente de la magnitud de la importancia que ha tenido el que me asociasen a la lengua inglesa. Creo que la percepción de la población angloparlante está muy formada en España, o específicamente en Alicante, que es una ciudad muy turística. La primera reunión con la gente en la calle no sería especialmente amable. Me encontré con un montón de rechazos. Para algunos, ya era bastante verme a la distancia para gesticular en unos signos de negación, que no quieren ser preguntados. Una gran parte de la gente simplemente escuchó mi pregunta, donde expliqué que estaba haciendo una encuesta para mis estudios de máster y luego rechazó cortésmente o dijo que no le gustaban las encuestas. A menudo, antes de rechazar, la gente me preguntaba de dónde soy, y la pregunta más común era si yo era de Inglaterra, Alemania o los Países Bajos (Holanda). A pesar de que, siempre he hablado en español, buscando a aquellos que estaban dispuestos a participar en la encuesta, varias veces me preguntaron si la encuesta se realizaría en inglés antes de revelar el tema del cuestionario. La gente dio una impresión de tranquilidad después de que les aseguré que todas las preguntas eran en español. El primer sentimiento fue que, con mi apariencia de tez clara, cabello rubio, por lo que aparecía obviamente extranjera, hacía que la gente no quería hablar conmigo. Con más reflexión durante este trabajo de campo, y como alguna gente incluso me dijo que es bueno que hablo español, ya que hablan muy mal el inglés o no lo hablan en todo, me hace la impresión que en algunos casos el pobre conocimiento de la lengua inglesa hizo que la gente tuviera un sentimiento de inseguridad, al ver a una chica de apariencia extranjera que quizá les hablase en inglés. Así que esta investigación trata en el mayor grado de investigar las actitudes lingüísticas, es muy interesante ver cómo una actitud hacia una lengua, y las imaginaciones que tenemos sobre ella, pueden influir en nuestro contacto con el mundo. Eso también va a ser analizado más adelante.

### Análisis de los datos

Dado que la encuesta mezcla los métodos de medir de formas cualitativa y cuantitativa, lo que se puede notar especialmente en la división de la encuesta en dos partes, el análisis también puede ser dividido en dos partes, primera, que va a tener a su objetivo hablar y analizar las respuestas obtenidas en la primera parte de la encuesta, y segunda, que va a hablar y explicar más los resultados de la segunda parte de la encuesta.

Resultados de la parte cualitativa de la encuesta

El objetivo de ese subcapítulo es ver más sobre las respuestas a la primera parte de la encuesta que se forma de las dos preguntas:

1. ¿Qué piensa de la lengua inglesa?
2. ¿En general, ¿cuál es su posición/opinión en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se habla en español?

El análisis de las respuestas<sup>14</sup> de la parte cualitativa sin duda sería el más difícil puesto que son 60 entrevistas y respuestas individuales. Las dos preguntas de forma deliberada son planteadas de forma muy general que, a su parte, como ya ha sido comentado, da lugar a respuestas y perspectivas muy variadas.

Como ese trabajo de campo tiene a su objetivo estudiar las actitudes lingüísticas, que son difíciles de medir, nos vamos a enfocar en características generales y comunes de las respuestas que pueden indicar una actitud. Ya que las dos preguntas son totalmente diferentes, se va a analizar las por separado. Las dos preguntas dan la posibilidad de dividir las respuestas obtenidas por ser implícitamente positivas o negativas. En la siguiente página se presenta dos tablas, con los gráficos correspondientes, para ilustrar la cantidad de opiniones positivas y negativas sobre la lengua inglesa, y sobre los anglicismos. Si la opinión es afirmativa, se entiende que la respuesta tiene una opinión positiva, en el sentido, que no tiene nada negativo que decir sobre la lengua inglesa o los anglicismos en su respuesta. Las opiniones «negativas» no necesariamente llegan de las respuestas totalmente negativas, pero se forman de una opinión que de una u otra manera puede dar un sentimiento menos favorable hacia la lengua inglesa, o a los anglicismos. Las respuestas obtenidas van a ser más estudiadas y ejemplificadas más adelante.

---

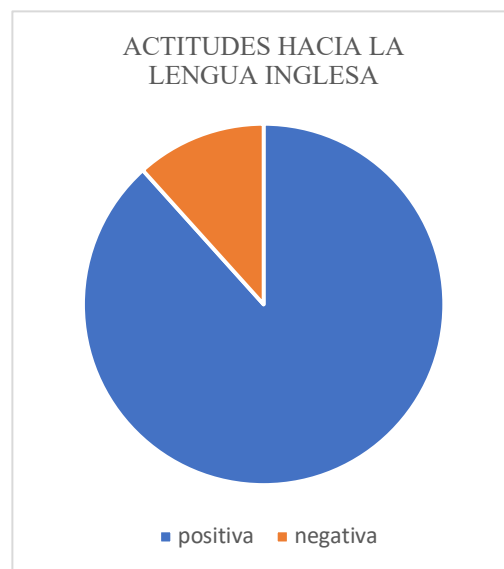
<sup>14</sup> Las transcripciones de las entrevistas se pueden consultar en el Anexo (pp. 106-132).



**TABLA 3**  
ACTITUDES HACIA LA LENGUA INGLESA

| Actitud      | Respuestas | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Positiva     | 53         | 88         |
| Negativa     | 7          | 12         |
| <b>Total</b> | <b>60</b>  | <b>100</b> |

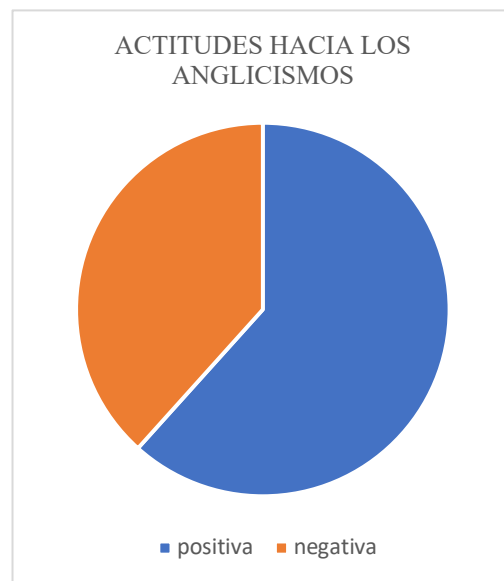
**GRÁFICO 1**  
ACTITUDES HACIA LA LENGUA INGLESA



**TABLA 4**  
ACTITUDES HACIA LOS ANGLICISMOS

| Actitud      | Respuestas | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Positiva     | 37         | 62         |
| Negativa     | 23         | 38         |
| <b>Total</b> | <b>60</b>  | <b>100</b> |

**GRÁFICO 2**  
ACTITUDES HACIA LOS ANGLICISMOS



### *Análisis de la primera pregunta*

Como ya se ha dicho, para el análisis vamos a concentrarnos en analizar las respuestas a las dos preguntas separadamente. Primero vamos a analizar más las respuestas a la primera pregunta, es decir: «¿Qué piensa de la lengua inglesa?».

### *Opiniones negativas sobre la lengua inglesa*

Como hemos visto en la tabla 3 «actitudes hacia la lengua inglesa», la mayoría de las respuestas se forman de actitudes positivas, y 12% de todas las respuestas de una u otra manera pueden ser interpretadas como no necesariamente negativas, pero menos que

puramente positivas. Puesto que las respuestas un poco menos favorables forman una minoría, primero vamos a ver esas y por qué este grupo tiene una opinión menos favorable hacia la lengua inglesa. La siguiente tabla presenta las ideas u opiniones generales que la gente tiene y que se repiten entre las opiniones «negativas» sobre la lengua inglesa.

**TABLA 5**  
OPINIONES NEGATIVAS SOBRE LA LENGUA INGLESA

| Opinión/Palabra         | Respuestas | Porcentaje | Porcentaje de 60 respuestas |
|-------------------------|------------|------------|-----------------------------|
| me/nos cuesta           | 3          | 43 %       | 5 %                         |
| complicada              | 1          | 14 %       | 2 %                         |
| se abandone importancia | 1          | 14 %       | 2 %                         |
| inexpresiva             | 2          | 29 %       | 3 %                         |
| Total                   | 7          | 100 %      | 12 %                        |

#### LA LENGUA INGLESA CUESTA

La opinión más popular entre las opiniones «negativas» es que la lengua inglesa «cuesta», que se puede enlazar también con las que dicen que es «complicada». En total hay 4 respuestas que incluyen una de esas opiniones. Puesto que esas respuestas no son demasiado exhaustivas vamos a presentar todas, lo que será muy útil en el análisis posterior.

**G0\_H\_sec\_1**<sup>15</sup>: «Pues, la veo muy diferente a la española porque es como que escribís de una forma y pronuncias de otra. Y yo me lio mucho. **A mi el inglés me gusta mucho, pero me cuesta bastante pidada [sic] pronunciación.** Si que... intento mucho por, ..., esta es mi profe, la que acabe decir es mi profe de inglés, y intento mucho no que equivocarme la pronunciación y tal, pero soy un desastre de inglés porque siempre pronuncio como escribo, entonces me cuesta mucho».

**G0\_M\_sec\_1**: «... es fácil, pero **hay que ponerle ganas, para españoles nos cuesta**».

**G1\_H\_uni\_2**: «... a mi me cuesta entenderlo. En lo que es puesto en idioma... **entenderlo, hablarlo, pues, me cuesta**».

<sup>15</sup> Las explicaciones de las abreviaturas, que se usan para categorizar y separar los encuestados, se pueden consultar previo a las transcripciones de las entrevistas en el Anexo (pp. 106).

**G1\_H\_ana\_3** dice que para él **la lengua inglesa es complicada**, pero que le gustaría aprenderla.

## LA LENGUA INGLESA ES INEXPRESIVA

La segunda respuesta más popular dice que la lengua inglesa es inexpresiva. Las dos siguientes respuestas son de un representante masculino de «generación 1» con estudios universitarios, y de un representante femenino de «generación 3», también con estudios universitarios. Primero vamos a presentar las respuestas y después vamos a comentarlas.

**G1\_H\_uni\_3:**

P: En general ¿Qué piensa de la lengua inglesa?

H: ¿En que sentido?

P: Si te gusta o no...

H: ... La (lengua inglesa) encuentro, un poco... yo diré... inexpresivo en algunos maticulos [sic], ¿puede ser decirlo?

P: [mhm] (afirmativo)

H: Hay muchas palabras, por ejemplo, que se pueden utilizar con más que un significado, en inglés, y sin embargo que en español tenemos... distintas palabras por lo mismo. Eso, es que lo veo yo digo convergencia. A parte de eso, también, le veo bastante bien en el uso, puede utilizar en cualquier país.

**G3\_M\_uni\_1:** «El inglés actualmente es la lengua que está dominando el mundo, y es la lengua más hablada actualmente, pero considero que... que no es un lenguaje muy rico, en... significados. Es mucho más... en español, considero. Que también habla mucha gente, y que considero que el español tiene muchos más vocablos, muchos más... significados, las construcciones gramaticales, son más completas y creo que se dan mucha importancia al inglés que no merece tanto. No sé».

Las dos respuestas presentadas ahora dicen prácticamente lo mismo, pero, con otras palabras. El representante masculino dice que la lengua inglesa, es un poco inexpresiva, en el sentido de que, para una palabra, hay varios significados que, en su opinión, en comparación, no es tan actual en la lengua española. También la representante femenina dice directamente que la lengua inglesa «no es un lenguaje muy rico en significados». En opinión de ambas personas la lengua española es más expresiva y tiene el vocabulario más rico, que puede implicar que en su opinión la lengua española es más desarrollada que la lengua inglesa.

Una mujer, G1\_M\_sec\_3 expresa su temor de que, con el uso más frecuente del inglés se abandone la importancia de otras lenguas, entre otros la española. Abundaremos más tarde sobre su respuesta durante el análisis.

Como es posible observar de los ejemplos, y que es muy importante tener en mente, las respuestas que presentan las opiniones menos favorables de la lengua inglesa no son necesariamente puramente negativas, pero de una forma contienen rastros de crítica hacia la lengua inglesa.

#### Opiniones positivas sobre la lengua inglesa

Las opiniones totalmente positivas suponen la mayor parte de las respuestas, 88%. Dado que son 53 respuestas individuales nos vamos a enfocar en rasgos comunes de las respuestas y las vamos a organizar según sus coincidencias. La siguiente tabla organiza las opiniones positivas según palabras que la gente usaba con frecuencia para describir la lengua inglesa. En caso de esta categorización (tabla 6) es importante tener en mente que las respuestas no pertenecen en una relación 1:1 a los encuestados, en el sentido que dos o más opiniones pueden pertenecer a un encuestado. También puede ser que, aunque una persona muestre características de crítica hacia la lengua inglesa, como las que hemos visto, su respuesta al mismo tiempo puede contener opiniones positivas de las que vamos a hablar ahora. En las siguientes páginas se discute más las respuestas positivas a la primera pregunta dividiéndolas en categorías correspondientes a las del lado izquierdo de la tabla 6. Las opiniones van a ser discutidas a continuación, con ejemplos de entrevistas.

**TABLA 6**  
OPINIONES POSITIVAS SOBRE LA LENGUA INGLESA

| Opinión/Palabra            | Respuestas | Porcentaje por 60 representantes |
|----------------------------|------------|----------------------------------|
| importante                 | 13         | 22 %                             |
| fácil                      | 9          | 15 %                             |
| trabajo/trabajar/profesión | 8          | 13 %                             |
| común/universal            | 7          | 12 %                             |
| útil                       | 6          | 10 %                             |
| necesaria                  | 4          | 7 %                              |
| lengua internacional       | 4          | 7 %                              |

|                            |   |     |
|----------------------------|---|-----|
| suena bonito/lengua bonita | 4 | 7 % |
| viajar                     | 2 | 3 % |
| herramienta                | 1 | 2 % |

## IMPORTANTE

Una de las respuestas que se repite más, entre las que implican una actitud positiva hacia la lengua inglesa, es que es una lengua «importante». Las respuestas que contienen la descripción de la lengua inglesa como «importante» se encuentran en el espacio de todas las categorías de los sexos, las generaciones y de los niveles de educación. No es posible citarlas todas, por eso van a ser presentados tres fragmentos de las respuestas de varias generaciones y niveles de instrucción, que describen la lengua inglesa como importante.

**G1\_H\_ana\_1** dice: «Me parece, que es la primera lengua del mundo para hablar. Yo no sé. Parece la más importante, ¿no? Para mi gusto».

**G1\_M\_sec\_1** dice: «Por es... súper importante hoy en día... es la lengua internacional digamos porque la que más se usa para... cualquier sitio te vayas o cualquier negocio que quiere hacer entender y que es impeteible [sic] conocerla y hablarla para poder un buen trabajo a los mayores».

**G3\_H\_uni\_1** dice: «Bueno, yo pienso que la lengua inglesa es muy importante. Por hoy creo que es la lengua de los negocios, y cada vez más la gente necesita hablarla. En general, pienso que es muy importante. Quizá la lengua... quizá, para mi, la lengua más importante. La siguiente el español».

Como es posible observar hay encuestados que simplemente dicen que para ellos la lengua inglesa es importante, pero también hay aquellos que explican las razones por qué la lengua inglesa es importante, y las razones son varias, según se muestra en el siguiente análisis por categorías.

## HERRAMIENTA NECESARIA

Una de las explicaciones más comunes del motivo por el que la lengua inglesa es importante es que es importante en el contexto del trabajo. Tanto las generaciones más jóvenes como las más adultas parecen tener la misma opinión en cuanto a la importancia de conocimiento de la lengua inglesa en relaciones profesionales.

**G1\_H\_uni\_2:** «Sé que es muy importante, porque todo el mundo lo habla y es **uno de los principales requisitos en las empresas por si quieres trabajar**, hablar inglés... es muy importante sí».

**G1\_M\_uni\_1:** «Pues que la lengua inglesa es necesaria, por el uso de mundo y... cultural, y **cada vez la necesitamos más para viajar, para trabajar y comunicarnos con otros**».

**G3\_H\_uni\_2:**

P: En general, ¿Qué piensa usted de la lengua inglesa?

H: ¿Qué pienso?... Que es como una herramienta, ahora mismo es... imprescindible. Ahora mismo es imprescindible. En decir... no se concibe... **yo no puedo concebir un... cualquier profesión, no sólo técnicas, sino de... en humanidades, en la que no... tengas que utilizar el inglés.** Es, el medio de comunicación actual, la lengua de comunicación actual.

Además de la gente con un nivel más alto de la educación, también los encuestados sin educación o solamente con la educación primaria saben o tienen la sensación de que es importante conocer la lengua inglesa en la vida diaria. Especialmente los representantes con poca educación de la «generación 3» expresan la importancia de saber idiomas y, por tanto, el inglés para tener mejores posibilidades en el «mercado laboral».

**G3\_H\_ana\_2** dice que no sabe el inglés, pero según él «Es bueno que saber idiomas, pero... **abre puertas laborales** y eso, pero...».

**G3\_H\_ana\_1:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

H: Está bien para, para a ver... que los españoles aprender el inglés.

P: ¿Sí? ¿Por qué?

H: **Por le sirve para trabajar.**

## ÚTIL PARA VIAJAR Y COMUNICARSE

Hasta ahora hemos visto que la lengua inglesa es importante, y que sirve como «una herramienta» en relaciones profesionales, y por eso también para una vida mejor. Al tiempo que la lengua inglesa se considera importante para obtener un trabajo mejor, una parte

importante de las personas encuestadas también piensan que es útil en otras circunstancias, como, por ejemplo, que es un requisito necesario en cuanto a viajar. Por ejemplo,

**G0\_H\_sec\_3** dice: «Me gusta la lengua inglesa. Para... que es **más fácil ir a otros países y hablar inglés**».

**G1\_M\_ana\_3** dice: «... **cuando salemos fuera de España como mínimo el inglés**».

**G1\_M\_sec\_2**: «que es muy útil y que se habla por todas partes y **sirve para comunicarse entre diferentes culturas si viajas**».

En general, se ve la lengua inglesa como una lengua universal para la comunicación mundial, una lengua internacional, que se usa para comunicar y relacionarse con personas de otros países o culturas. Se ve la lengua inglesa como una lengua común, de todo el mundo, como lo ejemplifican las dos siguientes respuestas.

**G3\_M\_sec\_1**:

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

M: ¡Ah!... Pues... bien. Pues, que... cómo, ¿cómo te digo?... pues, que es... bien, que **está muy utilizada por todo el mundo**, si. Que es, **es prácticamente con lo que se mueve**, con lo que se comunican en distintos países. **Es la lengua común**, que todo... que la gente aprende para comunicarse con... los distintos países.

**G3\_H\_uni\_1**: «Bueno, yo pienso que la lengua inglesa es muy importante. Por hoy creo que **es la lengua de los negocios**, y cada vez más la gente necesita hablarla. En general, pienso que es muy importante. Quizá la lengua... quizá, para mi, la lengua más importante. La siguiente el español».

Parece que los encuestados sienten que la lengua inglesa es una lengua universal mundial, que la mayoría de la gente habla al menos poco.

**G0\_M\_sec\_2**: «No se, yo creo que el inglés para comunicar en cualquier país y con cualquier persona **más o menos por el nivel básico**».

**G1\_H\_sec\_3** dice: «Pues, me parece muy importante en estos tiempos porque **es como un idioma que todos ya están hablando**, para comunicarte con otros países o con otras personas».

**G2\_H\_uni\_1** dice: «[Ehh]... [risa].. Pues, a ver creo que es... ahora mismo es el... la lengua universal... **Con la que prácticamente en cualquier país te puedes comunicar un poco, en muchos más en otros menos**».

## COMÚN

También es muy importante, y muy interesante, el uso de la palabra «común» cuando los encuestados están hablando de sus opiniones sobre la lengua inglesa. Cuando se preguntó sobre su opinión de la lengua inglesa, **G2\_H\_uni\_2** dijo:

«Bueno... la conozco bien, y... es la lengua que se utiliza porque **sirve unión para todos los países** porque es una lengua que se estudia en todas partes para **una lengua común, universal**.»

O **G2\_H\_sec\_2** dijo: «Me gusta porque... **es común para como que estás en Europa, América**. Porque **es común a todos**.»

Parece que la lengua inglesa contribuye a una mayor unión entre la gente de todo el mundo. Son especialmente interesantes las respuestas de algunas de las representantes femeninas de las generaciones más adultas, las que no tienen una educación o tienen solamente la educación básica. Entre otros la entrevista con **G2\_M\_ana\_2** representa esta idea muy bien:

P: La primera pregunta es, ¿qué piensa en general de la lengua inglesa?

M: ... De la lengua inglesa... Ahora... que sería...Pues,

P: Si le gusta, o no...

M: Sí...

P: ¿Por qué?

M: Porque... Bueno. Los que saben hablar inglés no, pero **los que no sabemos pues nos hace un poco difícil**. Porque como... como viajamos y todo, pues entonces **tenemos que saber para podemos relacionar**.

La parte que causa un mayor impacto de este fragmento de la conversación es que la entrevistada dice que, como no puede hablar el inglés, no puede relacionarse con la gente que lo habla. Vamos a desarrollar esa idea, y hablar más de cómo la lengua suscita un sentimiento de pertenecía a un grupo en el análisis más adelante.



## FÁCIL

De la misma manera que hay algunos encuestados que opinan que la lengua inglesa es difícil, o que les cuesta aprenderla, o hablarla, hay también los que opinan que es una de las lenguas más fáciles. Como hemos visto, los que dicen que les cuesta la lengua inglesa son representantes de las generaciones más jóvenes, como el representante de la «generación 0» y el de la «generación 1». Aunque son unos representantes con educación media y alta, es curioso porque aparecen como personas que tienen poco conocimiento a la lengua inglesa. Como vamos a ver, en comparación, hay muchas más respuestas que dicen que la lengua inglesa es muy fácil de aprender y entender. Vamos a dar tres ejemplos de respuestas.

**G1\_M\_uni\_2:** «Para mí la lengua inglesa **es la lengua más fácil que hay de aprender**, porque la estructura gramatical al respecto a otros sistemas de lengua como son los latinos o los esclavos, en comparación con esos el inglés es más fácil», dice una interprete de la lengua francesa.

**G1\_M\_uni\_3:** «Estamos estudiando la filología inglesa porque nos atrae la cultura, la literatura, y lo relacionado con Inglaterra. Bueno, y con Estados Unidos también. Y pienso que **es más fácil aprender inglés que aprender español**».

**G2\_M\_uni\_3:** «La (lengua inglesa) **encuentro muy fácil al nivel de gramática. Es una lengua muy fácil de aprender.** [Eeh]... Comparada con otras lenguas, que yo hablo...»

La mayor diferencia, entre aquellos que dicen que la lengua inglesa es complicada o difícil de entender o aprender, y aquellos que consideran que el inglés no es muy difícil de aprender, como podemos ver, es en el nivel de la educación de los encuestados. Aunque hay un representante con el nivel alto de la educación entre los que dicen que el inglés es difícil, en general, el encuestado da una noción de tener un nivel alto de conocimiento de la lengua inglesa. En la comparación, las encuestadas citadas por arriba, que dicen que la lengua es muy fácil, son de un nivel alto de educación. Por segundo, las encuestadas son representantes que estudian la lengua inglesa, o han estudiado otras lenguas, por lo que la lengua inglesa les parece más fácil en comparación con otras lenguas, en cuanto a, por ejemplo, la gramática.

## BONITA

Mucha de la gente dice que le gusta la lengua inglesa, porque simplemente suena bien.

G0\_M\_sec\_3 dice que a le encanta la lengua inglesa, cuando preguntada por qué dice:

«Porque me gusta los idiomas. Y porque me parece no sé... **una lengua súper bonita de escuchar**».

Una respuesta parecida tiene también G1\_M\_ana\_2 que dice que:

«Realmente me gusta los idiomas. Aunque el... **la lengua inglesa suena bonito. La tiene un acento bonito. Una dicción bonita**».

**G1\_H\_uni** dice: «Y **es bonito**, más que todo porque si quieres escuchar música en inglés quieres entenderlo».

### *Análisis de la segunda pregunta*

Como hemos visto en la introducción de este capítulo, donde hemos presentado la división de las respuestas en positivas y negativas, 62% de las respuestas a la segunda pregunta: «En general, ¿cuál es su posición/opinión en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se habla en español?», son totalmente positivas, es decir que los encuestados no tienen nada negativo que decir sobre el uso de los anglicismos en la vida diaria. 38% de las respuestas son «negativas», que quiere decir que los encuestados tienen una actitud medio positiva o totalmente negativa hacia los anglicismos.

### *Opiniones negativas sobre los anglicismos*

Como en el caso del análisis de la primera pregunta, puesto que las opiniones «negativas» también forman una parte menor de las respuestas a la segunda pregunta, vamos a dividir el análisis de esta pregunta en dos, donde, primero, vamos a presentar opiniones más comunes entre los encuestados que tienen una opinión menos favorable a los anglicismos, y segundo, vamos a hablar sobre las características que se destacan en las respuestas puramente positivas.

De la misma manera como en el caso del análisis de la previa pregunta vamos a destacar las respuestas que se repiten con más frecuencia y, a partir de ahí, categorizar las respuestas según características comunes. En la siguiente tabla se destaca algunas opiniones que se repiten en las respuestas menos favorables a los anglicismos. En las siguientes páginas vamos a decir un poco más sobre estas opiniones destacadas analizando las respuestas con soporte de ejemplos de las entrevistas.

**TABLA 7**  
OPINIONES NEGATIVAS SOBRE EL USO DE LOS ANGLICISMOS

| Opinión  | Respuestas | Porcentaje por 60 respuestas |
|--|------------|------------------------------|
| pierde su cultura  | 2          | 3 %                          |
| anglicismos son<br>inexpresivos/ en español<br>hay varias palabras para<br>un fenómeno/lengua<br>española más rica | 6          | 10 %                         |
| el <i>Internet</i> hace daño   | 2          | 3 %                          |
| son mal  | 3          | 5 %                          |

#### LOS ANGLICISMOS SON UNA REDUNDANCIA

Para empezar, vamos a ver una respuesta de una mujer de «generación 2» que es muy exhaustiva ya que toca a muchas de las opiniones destacadas en la tabla.

**G2\_M\_uni\_1:** «Bueno. El espanglish... yo creo que al fin es humano, pero no es correcto. La lengua... me has preguntado por la lengua inglesa, pero no me has preguntado por la lengua española. La lengua española también es importantísima en el mundo. tres cuartas partes del mundo hablan español, esta en pleno crecimiento, sé que creciendo en español y creo que el castellano es una lengua muy rica, muchísimo más compleja que la inglesa, con lo cual tenemos muchísimo más vocabulario y por tanto es más fácil definir situaciones, tenemos un vocablo específico para cada... palabra inglesa y entonces utilizar las inglesas es simplemente, es una dejación. Es una relajación de una lengua como la castellana. Pues, bueno, se hace porque realmente hay cada vez menos cultura, la gente cada vez lee menos, se estudia poco y es una lástima, porque no hay ni una sola palabra inglesa que no tenga uno o varios vocablos más específicos en castellano. Pero bueno. La vida es así».

Para empezar, es importante destacar la primera oración donde la mujer dice «El espanglish... yo creo que al fin es humano, pero no es correcto». Esta oración marca el tono del resto de la respuesta, porque ya aquí vemos que la mujer da una noción de tener una opinión formada sobre el uso de los anglicismos y parece que conoce bien el fenómeno, pero no piensa que sea algo bueno, como dice: «es humano, pero no es correcto».

Siguiendo, otra cosa interesante, que también refleja la respuesta citada, es que, aunque se ve la lengua inglesa como una lengua muy importante, también la lengua española es muy valorada y, posiblemente, si se hubiese formulado una pregunta sobre esto, la gente la pondría en un nivel muy alto, al nivel del inglés en términos de importancia de la lengua en la escala mundial. Hay varios ejemplos entre los encuestados, tanto los que cuentan con mayor educación como los que tienen menos formación, que dicen que el español junto con el inglés son las dos lenguas más importantes. Un encuestado hace una comparación de la lengua inglesa y la española con el chino, que sigue así:

**G1\_M\_sec\_3:** «De la lengua inglesa, que hoy día es la más importante al nivel mundial y europeo, y... pero creo que **hay otras a las que poco a poco se abandone importancia, por ejemplo, el español o el chino**, porque son... China es una potencia emergente y el español porque hay muchos, muchos hablantes».

Como hemos visto, el chino es la lengua con el mayor número de hablantes del mundo después del inglés, por lo que es una lengua muy importante. Una referencia como esta muestra que se da mucha importancia también al chino y el español.

Volviendo a la respuesta de G2\_M\_uni\_1 la mujer sigue diciendo:

«(...) creo que **el castellano es una lengua muy rica, muchísimo más compleja que la inglesa**, con lo cual **tenemos muchísimo más vocabulario** y por tanto **es más fácil definir situaciones**, tenemos un vocablo específico para cada... palabra inglesa y entonces utilizar las inglesas es simplemente, es una dejación».

Este fragmento muestra una marcada opinión sobre que la lengua española es la más expresiva, más desarrollada, y que tiene más vocabulario. En realidad, se puede concluir que los anglicismos son una redundancia. Como también otra mujer directamente dice:

**G1\_M\_sec\_3:** «(...) no pienso nada negativo, pero pienso que **el español es una lengua muy rica, con unas raíces históricas muy marcadas, y que tiene suficiente vocabulario como para tener anglicismos**».

## HAY QUE USAR LAS PALABRAS ESPAÑOLAS

Cuando se habla de las opiniones «negativas» sobre el uso de los anglicismos en las conversaciones coloquiales españolas, la gente parece no tener una actitud negativa hacia los anglicismos en general, pero parece molestarles que abunden innecesariamente en el habla española. La opinión general, como también ya ha sido presentado brevemente, parece ser que

la lengua española en si misma es ya muy rica y que, como lengua nativa, debería merecer más atención. Como, por ejemplo, dice G2\_M\_uni\_3 sobre el uso de los anglicismos:

«Yo opino que está bien. Cuando en castellano no existe una palabra que pueda... utilizarse para esa... ese objeto o para esa... idea, está bien tomar palabras de otro idioma. Pero, **a veces, se toma demasiadas palabras del inglés**, puesto que es la lengua de moda y entonces a veces se pierden otras... palabras del castellano con lo cual supone un empobrecimiento, para nuestra lengua. ¿Vale? Pero no me parece mal que, si se crean realidades nuevas, se utilice en inglés».

Primero, la mujer destaca que la lengua española es muy rica, y que no ve nada negativo sobre el fenómeno de tomar prestadas algunas palabras de otras lenguas, pero también, según su opinión, hay situaciones donde se usa los anglicismos más por comodidad o por destacar más que por necesidad, como dice: «a veces, se toma demasiadas palabras del inglés, puesto que es la lengua de moda». Es solamente lógico que de ese proceso sale la consecuencia de empobrecimiento de la lengua nativa. Es también interesante que la mujer al fin dice: «Pero no me parece mal que, si se crean realidades nuevas, se utilice en inglés». Ese comentario refleja la idea ya comentada que, parece que la gente que manifiesta opiniones negativas sobre los anglicismos, en realidad no tienen una opinión negativa sobre ellos, siempre que se mantenga bien su propia lengua. Como G3\_H\_uni\_2 dice:

«Suele utilizar el español... **Siempre que existe la palabra en español, utilizo la palabra en español**. Es decir, **utilizar el inglés no quiere decir que abandonar otras lenguas**. Ni mucho menos. Entiendo que la riqueza está en que la lengua se valla desarrollando. Entonces, normalmente, si la palabra, por ejemplo, *online* ... utilizo “en línea”. O *e-mail* utilizo “correo electrónico”. Siempre que existe el término en español, utilizo el español».

Hay que destacar cuando el encuestado dice «utilizar el inglés, no quiere decir que abandonar otras lenguas», que nos lleva a la siguiente observación hecha sobre las opiniones «negativas» sobre el uso de los anglicismos.

## PERDIDA DE SU PROPIA CULTURA

Además de solamente tener una sensación que los anglicismos son una redundancia innecesaria, también aparece la opinión que los anglicismos causan pérdida de la cultura propia. Como una mujer dice:

**G3\_M\_uni\_1:** «Pienso, que lo hacemos todos, que ya es habitual. Porque las series de televisión, en la calle, la gente tiene muy interiorizado las palabras inglesas, **pero creo que no es bueno para las otras lenguas, porque las otras lenguas se empobrecen.** Porque las otras lenguas, como por ejemplo **el español, tiene también SUS palabras propias y la gente no las usa al final, y pierden importancia.** Y entonces, considero que... todos los usamos, sin que... involuntariamente, todo los usamos, pero no debería. No debería».

Esta respuesta explica muy bien las razones por las que se pierde la cultura propia con el uso de los anglicismos. La mujer lista, probablemente subconscientemente, las fuentes culpables de la difusión de los anglicismos. Los anglicismos vienen con cada vez nuevos programas en la televisión, con los anuncios etc., se insertan en vez de las palabras españolas y de eso se convierten en uso habitual de la gente. Es más fácil recibir lo que está dado, es decir los anglicismos, que reforzar su pensamiento para buscar unos equivalentes españoles propios. Para dar un ejemplo más, la respuesta presentada en el inicio, de G2\_M\_uni\_1, refleja la misma opinión muy bien:

«Es una relajación de una lengua como la castellana. Pues, bueno, se hace porque realmente hay cada vez menos cultura, la gente cada vez lee menos, se estudia poco y es una lástima, porque no hay ni una sola palabra inglesa que no tenga uno o varios vocablos más específicos en castellano. Pero bueno. La vida es así».

La mujer G2\_M\_uni\_1 lista una causa más de la relajación de la lengua y es que la gente lee menos, y se estudia poco, que puede implicar que la gente confía demasiado en las fuentes de primer contacto que son, entre otros, los medios visuales con un flujo de información más rápido. Los varios medios de comunicación, con que nos relacionamos durante el día, con ningún esfuerzo nos traen los anglicismos en vez de las palabras propias españolas, y la gente subconscientemente confía en que es correcto. La gente no se cuestiona sobre la información que absorbe.

La disponibilidad de los anglicismos es enorme. Puede ser que sea más fácil, o habitual, definir algo con una palabra inglesa que una española, porque supone menos esfuerzo. Cuando se normaliza el uso de los anglicismos, también se pueden crear nuevas realidades, en el sentido de pertenencia, para comunidades en cuales alguna gente se relaciona más a su misma por su uso de anglicismos más frecuente. La lengua es un factor cultural muy importante. Puesto que el uso de los anglicismos supone menos esfuerzo, que a su vez influye en su uso más frecuente, el uso de anglicismos se extiende por comodidad, lo que menoscaba

la lengua propia e influye en el sentimiento de pertenencia a una comunidad de habla española. Como dice G0\_M\_sec\_1, cuando se le preguntó qué piensa acerca del uso de los anglicismos en el uso diario:

«Pues, por una parte, bien. Porque tenemos que relacionarnos con el resto de culturas, pero por otra parte mal, porque perdemos la identidad propia de la propia cultura».

Aunque la mujer citada es de una edad muy joven, responde de manera muy reflejada al tema en general, porque, si pensamos en todo lo discutido hasta ahora, en cómo la lengua inglesa en general es una de las más importantes, en que nos ayuda relacionarnos, hasta las opiniones «negativas» del uso de los anglicismos en la vida diaria, se pueden resumir con esta respuesta. Si bien es cierto que los anglicismos dan la oportunidad de relacionarse, también contribuyen a la pérdida del léxico propio y, por eso, a partes de la cultura propia.

#### EL INTERNET HACE EL DAÑO

Aunque, en los dos casos de la siguiente opinión analizada, las respuestas no son muy exhaustivas, aparecen opiniones que el *Internet* es el culpable por el uso más frecuente de los anglicismos. Por ejemplo, G1\_H\_ana\_1, cuando se le pregunta lo que piensa en general del uso de los anglicismos cuando se habla en español, dice que:

«No sé. Yo creo que al fin y al cabo **el Internet hace mucho daño**. Y llevó a que esas palabras se usen por el Internet...»

Como vamos a ver en los párrafos siguientes, la opinión sobre la influencia del *Internet* en el uso de los anglicismos tiende a ser negativa. El uso de la palabra *daño* implica la negatividad de la opinión. La expresión «daño de internet» también se usa en el caso de opiniones positivas, porque mucha gente ve la red como un adelanto tecnológico.

#### Opiniones positivas sobre el uso de los anglicismos

La tabla 8, que aparece a continuación, destaca las opiniones más comunes y repetitivas, de entre las opiniones positivas sobre el uso de los anglicismos.

**TABLA 8**  
OPINIONES POSITIVAS SOBRE EL USO DE LOS ANGLICISMOS

| Opinión  | Respuestas | Porcentaje por 60 respuestas |
|--|------------|------------------------------|
| costumbre/manía/muy medida/ya estoy acostumbrada/uso habitual/norma/normal | 13         | 22 %                         |

|   |    |      |
|---|----|------|
| suenan mejor  | 1  | 2 %  |
| si no existen los equivalentes/ no tenemos palabras españolas (las inglesas son necesarias) | 4  | 7 %  |
| anglicismos más expresivos, más fuerza, más corta   | 3  | 2 %  |
| demasiado poco integradas   | 1  | 2 %  |
| consecuencia de la globalización  | 2  | 3 %  |
| relacionar con culturas   | 2  | 3 %  |
| enriquece   | 2  | 3 %  |
| bien  | 18 | 30 % |

### NECESARIOS POR FALTA DE EQUIVALENTES

Siguiendo con el pensamiento de los párrafos pasados, sobre el daño del *Internet*, vamos a desarrollar un poco la idea de *Internet* como factor importante para la existencia de anglicismos. Hemos visto las opiniones donde se ve el *Internet* como causa de un mal uso de los anglicismos. Hay también opiniones según las que, con el avance de la tecnología y con el *Internet*, los anglicismos se han convertido en frecuentes y que enriquecen la lengua española. Una respuesta en esa dirección suena así:

**G1\_M\_uni\_3:** «Bueno, por ejemplo, que ahora... **con el uso de *Internet*, y lo de necesitar, pues se haya más...bueno, yo creo que enriquece, más que otra cosa... el vocabulario**».

Vamos a ver dos respuestas bastante exhaustivas, pero muy interesantes y relevantes en cuanto a ese conjunto de anglicismos y el *Internet*. Dado que en este caso el contexto es indispensable, las dos siguientes respuestas van a ser presentadas en su totalidad, incluso la respuesta a la primera pregunta.

**G3\_H\_sec\_2:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

H: ...Tengo una opinión informada. Vamos a ver. Tengo muy buena opinión. Pienso que pocas décadas será el único idioma en el mundo junto con el español. Y el chino, también. Pero... **Que será la lengua dominante sobre todo porque es la lengua de la informática.** Y la informática va más...



P: Sí, es muy útil en cuanto a informática, ¿no?

H: Muy útil, claro. El *Internet*, en general no son informática... El *Internet*, si todo, aunque yo soy español, yo **hago muchas búsquedas en Internet en inglés**, en cuando a más fin le engaño al motor de «googel» [sic] y no sabe claro que **me da respuestas más amplias en inglés**.

P: Y en cuanto al fenómeno, que cuando se inserta palabras inglesas cuando se habla en español, ¿tiene una opinión de eso? ¿Si es positivo, o negativo?

H: **Positivo. Enriquezca. Es normal porque como lenguaje informático, el lenguaje inglés, es normal que tiene que adaptar a nuestro idioma al inglés.**

**G2\_H\_uni\_3:**

P: Quiero preguntarle, ¿qué piensa de la lengua inglesa? En general.

H: ¿De la lengua inglesa? Para mi que, que **es muy necesaria porque yo soy informático, y el idioma de la informática es inglés**. Entonces, para mi siempre ha sido una necesidad, y he ido esa necesidad que cumplirla, el que va a ser trabajo, o por foi [sic] ...

P: Y cuando se usa o inserta palabras inglesas cuando se habla en español, ¿qué piensa de eso?

H: ¿Qué pienso de eso? Pues **en la informática es que es necesario... porque palabras que se crea en estados unidos y no... nosotros directamente cogemos esas palabras**

A tenor de las dos respuestas presentadas, podemos concluir que los anglicismos se consideran un producto del desarrollo de la informática, que se asocia con los Estados Unidos y, por eso, con unas raíces lingüísticas inglesas. En este sentido, la perspectiva que ofrece un encuestado que es médico resulta muy interesante y por eso se presenta en su totalidad.

**G1\_H\_uni\_1:**

P: ¿Qué piensas en general sobre la lengua inglesa?

H: ¿De la lengua inglesa?

P: Sí

H: Pues, me parece que es una, bueno... al plan y el nivel actual... normalmente la lengua que conviene conocer, que todo el mundo conoce, que habla, que entiende, porque con el inglés nos manejamos prácticamente un montón, por ejemplo **soy médico... y muchos de los artículos, los nombres, que están en inglés, que son**

**científicas y médicas, que me interesan, y que para yo y mi conocimientos desde el punto inglés, muy bien...**

P: Y en cuanto al fenómeno cuando a veces se usa palabras inglesas en vez de las españolas, ¿sabes? ¿Qué piensas de eso? Que se inserta palabras inglesas en habla española...

H: ¿Como por ejemplo...?

P: *sexy, show...* y tal

H: Vale. Está ya muy medida a nuestra cultura. El tema de digitar palabras inglesas, nosotros, ¿no? Bien. Yo estoy de acuerdo. Lo utilizo también.

Como ya se ha descrito, la opinión general de la gente muestra que la lengua inglesa es, antes que nada, muy importante para los negocios, para obtener un buen trabajo, para viajar etc. Algunos también asocian el uso de la lengua inglesa y los anglicismos con el *Internet*, otros con la informática o la medicina. En general se puede concluir, que parece que la gente asocia la lengua inglesa con un avance de la tecnología. Como también G2\_H\_sec\_1 dice:

«Eso es... como de moler [sic, ¿molino?] de vida, porque es de español que lógico que son ellos que llevan más o menos la batuta en cuanto a... **a la tecnología**, cuanto se... hay muchas palabras que hace salir incorporando, eso ya también pasaba antes en todas lenguas, lengua francesa, lengua... inglesa. Siempre cogen, por allí se sobre llega... o latín, o... Es normal. Lógico».

Las respuestas presentadas, cuando indican la percepción de los anglicismos como una indicación de avance de tecnología, serían de personas con educación media o alta. La respuesta del encuestado G1\_H\_ana\_3, es un ejemplo de cómo se conecta los anglicismos y el avance en general a través de todas las clasificaciones de educación, y que suena así:

P: Y en cuanto al uso de palabras inglesas cuando se inserta en habla española, como a veces la gente usa las palabras inglesas en vez de las españolas.

H. Cada vez más común. Bastante.

P: ¿No te parece mal o...?

H: No, no. Parece normal. De hecho, **da un toque moderno**.

Este fragmento, que da «un toque moderno», aunque la respuesta no es muy detallada, o exhaustiva, indica que la lengua inglesa, como las palabras traídas del inglés, se asocian con la modernidad y con la actualidad en algunas áreas. La adaptación de palabras inglesas a la lengua española es un molino de vida por la evolución de unas lenguas vivas.

## SE USA LOS ANGLICISMOS POR HÁBITO

Unas de las respuestas más populares, cuando se preguntó sobre el uso de los anglicismos en la vida diaria, es que parece «bien», o que el uso de los anglicismos viene naturalmente y es algo que se hace habitualmente. Como dice G0\_M\_sec\_2:

«No sé, yo creo que **cogemos manías y muchas veces cuando tenemos una palabra es algo que te sale solo**».

Una encuestada incluso dice que incluso suena mejor:

**G0\_M\_sec\_3:** «Pues, no sé, **ya estoy acostumbrada**. La verdad. Hay gente que le molesta, pero a mí no, ..., estoy acostumbrada, y no sé, hasta suena mejor».

Algunos incluso opinan que, los anglicismos no solamente suenan mejor, sino también que expresan los significados mejor, como por ejemplo G2\_H\_uni\_2 que dice:

«Pues, que ya **forma parte del... uso habitual** para otros países comunicarse en inglés. Creo que de hecho **no tenemos... a veces palabras claras en el castellano para identificar una palabra, que ya conocemos bien en inglés**».

Como también G0\_H\_sec\_3 que dice:

«**Hay muchas palabras que... que no existen en la lengua, en el lenguaje español**. Que se traen de inglés. Eso solo puedo entender. Pero **las palabras que ya existen usaré el inglés hablando español ya me molesta un poco**»,

y de eso se deduce que sólo se puede entender el uso de los anglicismos cuando no hay un equivalente en español. También hay otros, que muestran una opinión totalmente opuesta, como G1\_M\_ana\_3 que dice que:

«Hubo bien. Porque en español hay cosas que tenemos la costumbre de traducirlo todo y lo traducimos como no se apetece a nosotros, entonces **mejor no cambiar la palabra de algo vues [sic, ¿vuestro?]. Como por ejemplo la palabra *estop* [sic], todo el mundo sabe lo que significa**».

Todo eso muestra que la gente ya está muy acostumbrada a la existencia y al uso de los anglicismos. Durante el análisis de las opiniones «negativas» sobre el uso de los anglicismos, hemos hablado sobre cómo los encuestados, que tienen una opinión negativa, opinan que la relajación de esfuerzo del pensamiento causa el uso de los anglicismos más frecuente. Los encuestados con opiniones positivas de una manera confirman estos pensamientos cuando

dicen que les resulta más natural el uso de los anglicismos, por varias razones, como, por ejemplo, cuando dicen que «suena mejor», o que es una «manía». Esto confirma también la respuesta de G3\_M\_uni\_2 que dice:

«Pues, haya... según que palabra. Y **algunas cosas que cree que las encuentro como... naturales y otros que me parecen un poco de pereza intelectual en buscar un término nuestro más correcto.** No es que sienta una posición hacia los... los neologismos, o las palabras tomadas del inglés. Pero...»

A veces también hay casos donde literalmente es muy difícil o imposible encontrar un equivalente que refleje el significado original de una manera lo mejor posible. Eso se puede ejemplificar con la respuesta de G1\_M\_uni\_2, que dice:

«Pienso que deberíamos de... de dejar utilizar las palabras inglesas y utilizar las españolas. A ver. Ahora mismo, ¿Qué palabras me ocurren para ejemplificarlo? **Por ejemplo, tenemos, tenemos *outfit* por ejemplo. *Outfit* podíamos utilizar “la ropa”, pero el *outfit* crea un conjunto, decimos conjunto de ropa, o la ropa en general, vestuario,** por ejemplo, en francés, que es la lengua que yo estudio, sí que hay una palabra concreta para *outfit*, pero en español no, en español tiene que utilizar palabras... más generales».

Aunque la encuestada en general opina que los anglicismos no son una buena influencia, en el mismo tiempo son presenta un ejemplo con la palabra *outfit*, que sería muy difícil de reemplazar con una palabra española, porque las españolas en este caso, como por ejemplo «la ropa», son más generales, y no reflejan el sentido original de la misma manera.

## MEJORA DE RELACIÓN CON OTRAS CULTURAS

Más que ser una lengua universal, mundial e importante, la lengua inglesa en general parece que crea un sentimiento de unión, de pertenencia a algo más grande. Como hemos discutido previamente, la lengua es crucial para identificarse como parte de una cultura y una comunidad. Por ejemplo, la respuesta de G1\_H\_sec\_1 presenta una opinión de que la lengua inglesa crea oportunidades de mejor comunicación con personas de todas partes, y de eso da un sentimiento de pertenencia:

P: La primera pregunta es ¿Qué piensas de la lengua inglesa en general?

H: A ver. **Creo que es de la más importante que hay en el mundo porque la habla mucha gente y nos sirve para comunicarnos a nivel con personales de diferentes**

**nacionalidades**. Si que en futuro es vale muy importante.

P: Vale. Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando a veces se usa en vez de los españolas.

H: A ver. Eso esta bien porque es como lo significa que **nos podemos entender entre todos** y que la lengua inglesa ya forma una parte de nuestra vida.

O otro ejemplo como la respuesta de G2\_H\_sec\_2:

H: Me parece bien, ... porque... **queremos... así... que podemos tener en común, una (lengua) entre España y otras...** el idioma español y el idioma inglés.

La opinión de G1\_H\_sec\_2 sería una de las más sorprendentes y suena así:

«... decía de que [sic] la lengua inglesa **se debería integrar más, para hacer lo más fácil a acceder a la lengua inglesa, de una manera para dar la posibilidad de dar más conocimiento, más pertenencia, algo en común**».

No se puede negar que la lengua crea un sentido de unión entre individuos y comunidades. Ya hemos visto el ejemplo de la mujer G2\_M\_ana\_2, que considera que hablar el inglés mejora la posibilidad de relacionarse con todo el mundo. La conversación con dos limpiadoras – G3\_M\_ana\_1+2, fue una de las más interesantes con respeto a esa idea. Las dos mujeres expresan que no tienen una educación propia, porque tenían que quedarse en casa por razones personales, y nunca tuvieron la oportunidad de estudiar la lengua inglesa. Las mujeres daban la impresión de tener la misma idea u opinión sobre la lengua inglesa. Cuando fueron preguntadas sobre lo que piensan de la lengua inglesa, una de las mujeres decía:

M1: Que me gustaría saber [risa].

P: ¿Sí? Y... ¿por qué?

M1: ¿Qué, por qué no he aprendido?

P: No, ¿por qué le gustaría saber?

M1: Bueno, **Poderme relacionar con todo el mundo**. Considero que la lengua...

Aquí, como también en caso de G2\_M\_ana\_2 aparece la misma palabra «relacionar», que describe sentimientos fuertes. No poderse relacionar es como sentirse excluido. Después, cuando se les preguntó sobre lo que piensan del uso de las palabras inglesas en el habla española diaria, otra de las mujeres decía:

M2: Por eso, muy difícil. A no saber. No entender... Te quedas así, un poco... con cara de... que no está diciendo.

Es cierto que es muy triste que algunas personas vivan con ese sentimiento de no poder relacionarse, de no pertenecer.

#### Resultados de la parte cuantitativa de la encuesta

Aparte de las dos primeras preguntas, la mayoría de la encuesta está hecha de forma que tiene como objetivo recoger los resultados cuantificables, que a su vez permitirían un análisis cuantitativo. Las respuestas medibles de forma cuantitativa van a ser analizadas ahora en una parte separada del análisis cualitativo.

Como hemos visto, las preguntas de la segunda parte de la encuesta mayormente tienen respuestas con dos opciones, como por ejemplo «sí» o «no», que hace muy fácil categorizar las respuestas. Los resultados medibles de forma cuantitativa van a ser presentados en forma de unos gráficos<sup>16</sup>, que reflejan los resultados. Los gráficos correspondientes a los datos obtenidos van a presentar las respuestas de una manera más clara y legible, que los números. Las palabras equivalentes españolas, recogidas en la cuarta pregunta, se presentan en unas tablas.

Como se ha dicho, los gráficos tienen por objeto organizar y mostrar los resultados de las respuestas a las preguntas cuantitativas de la segunda parte de la encuesta. Para hacer el análisis más organizado, se presenta los resultados según las cinco preguntas a que pertenecen, organizadas de la siguiente manera:

1. ¿Conoce la palabra?
2. ¿Usa la palabra en conversaciones coloquiales españolas?
3. ¿Tiene la sensación de que es una palabra positiva o negativa?
4. ¿Es difícil de pensar de un equivalente en español?
5. ¿Prefiere usar la palabra inglesa o española?

Las preguntas se han hecho en este orden para cada de las quince palabras inglesas que se investiga. Cada de las preguntas consta de dos respuestas que pueden ser medidas de forma cuantitativa. Las preguntas 1,2 y 4 tienen las respuestas de forma «sí» o «no». La pregunta 3 tiene las respuestas «positiva» o «negativa». La pregunta 5 tiene las respuestas «inglesa» o «española».

---

<sup>16</sup> En el análisis sólo se presenta los gráficos puesto que son más fácil de leer. Los datos, en los que se basan los gráficos, son presentados en forma de unas tablas se puede consultar en el Anexo (pp.132-137).

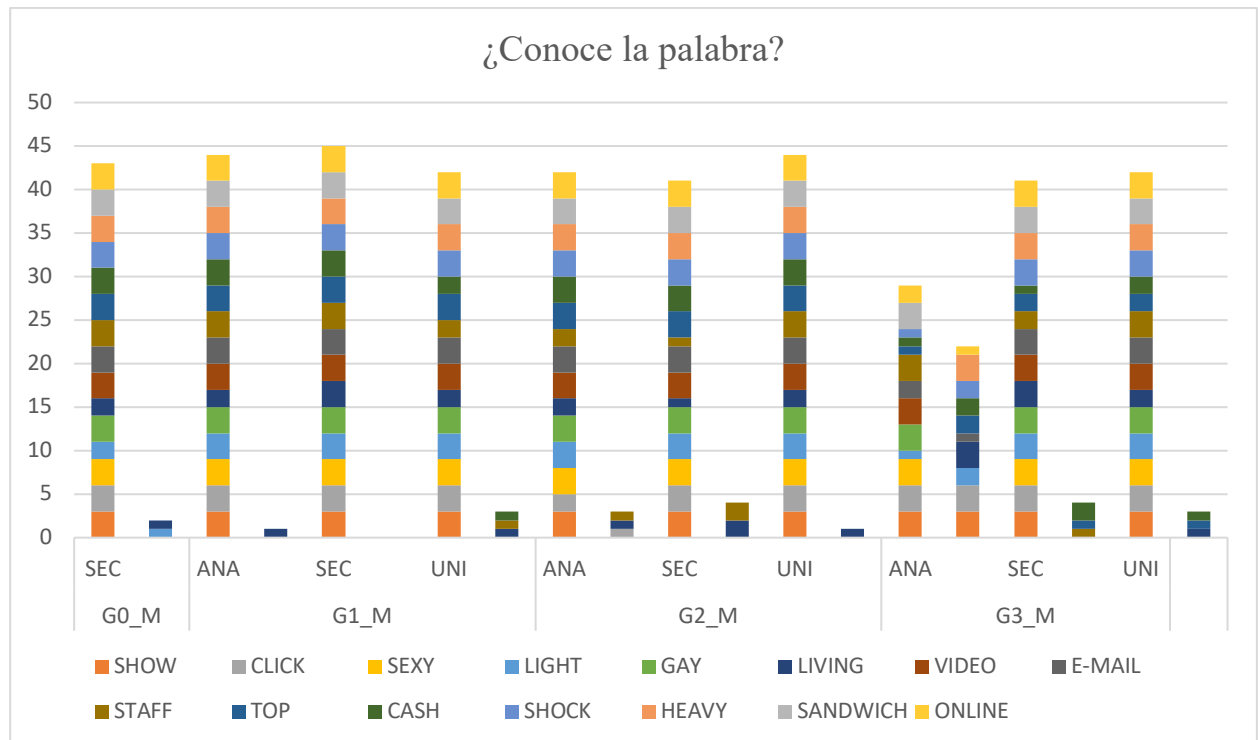
Antes de presentar los resultados, primero es necesario presentar la escala de las respuestas de las preguntas discutidas aquí. Tenemos quince palabras, hay cinco preguntas por cada una, y en conjunto hay 60 representantes. Si todo lo multiplicamos, nos da 4500 respuestas.

Obviamente no sería posible analizar por separado cada una de las respuestas y, por eso, para facilitar el análisis, vamos a crear dos categorías para cada pregunta y las respuestas a esa. Las respuestas van a ser divididas según el sexo, con una categoría «mujer», y otra «hombre». Además de que esa estrategia va a hacer más fácil leer las respuestas obtenidas, también se facilitará comparar las respuestas dadas según el sexo.

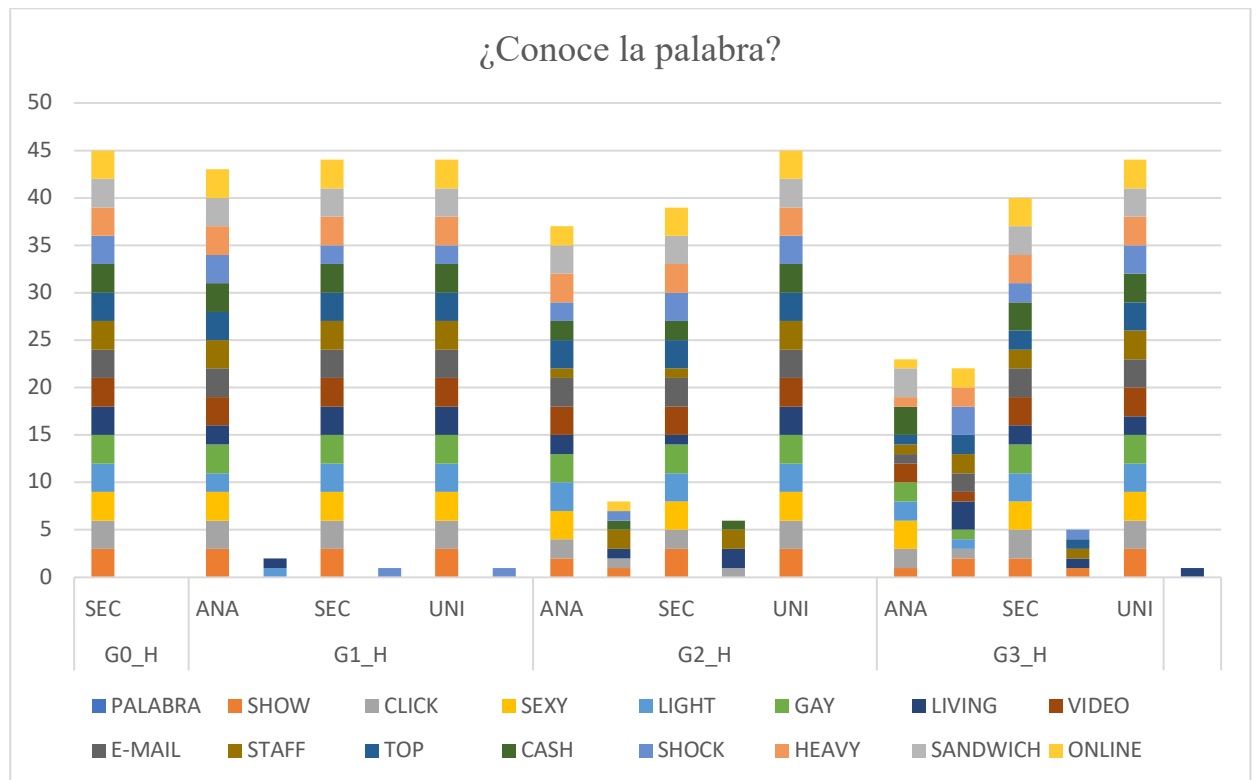
Los resultados de cada pregunta van a ser presentados por separado, en el orden ya mencionado, con los resultados, en forma de los gráficos, de las categorías mujer y hombre lado al lado, para, entre otros, hacer la comparación y análisis más fácil. Cada uno de los gráficos presenta los resultados de las cuatro generaciones discutidas, más los tres niveles de educación. Para cada categoría hay dos barras, que representan las respuestas posibles de izquierda a la derecha. Por ejemplo, en el primer gráfico que vamos a ver, cada una de las parejas de barras representan en la derecha las respuestas «sí» y en la izquierda la respuesta «no». A continuación de los gráficos se incluye un análisis de los datos obtenidos. Algunas de las preguntas, de la segunda parte de la encuesta, incluyen una opción adicional «explique», para la posibilidad de explicar la respuesta si era el deseo del encuestado. Eso no forma parte de los resultados cuantitativos, sino cualitativos, por eso se analiza por separado, a continuación del análisis de la respuesta a la pregunta a la que se refieren.

1: ¿Conoce la palabra?

**GRÁFICO 3**  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 1 – CATEGORÍA: MUJER



**GRÁFICO 4**  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 1 – CATEGORÍA: HOMBRE





Es muy fácil observar una indicación de un patrón en las respuestas a la primera pregunta, que suena así: «¿Conoce la palabra?» En general, los resultados muestran que, sí, la mayoría de la gente conoce las palabras presentadas. Como se esperaba, la gente que mostraría el mayor desconocimiento de las palabras inglesas se corresponde con la muestra de 50 años de edad, y sin mucha educación. Tanto para mujeres como para hombres. Las mujeres de «generación 3» con poca educación muestran un poco mejor conocimiento de las palabras inglesas, que los hombres. Las mujeres muestran una tendencia a conocer mejor las palabras como *show*, *staff* y *light*. Los hombres parece que conocen mejor las palabras *cash* y *heavy*.

También los representantes «analfabetos<sup>17</sup>» de la «generación 3» muestran un poco de desconocimiento de algunos anglicismos, especialmente en el caso de los hombres. Aquí también se repiten las palabras como *show*, *staff* y *light*, pero también aparecen otras como *click*, *living*, *cash* y *online*.

Ciertamente, la mayor sorpresa es que los representantes con poca educación de «generación 1» muestran un gran conocimiento a las palabras inglesas. En el caso de los hombres, como en el de las mujeres, casi no hay ningún caso de desconocimiento de los anglicismos presentados. Eso puede ser un resultado de que los anglicismos son accesibles desde distintos medios.

Los representantes con educación secundaria de la tercera generación muestran un poco de desconocimiento a algunas palabras inglesas. Pero en el caso de los hombres, representativos de la «generación 3» con educación secundaria, vemos que uno o dos de los encuestados no conocen sólo una de las quince palabras presentadas. En el caso de las mujeres ocurre prácticamente lo mismo, aunque un poco menos, lo que demuestra insignificante falta de conocimiento.

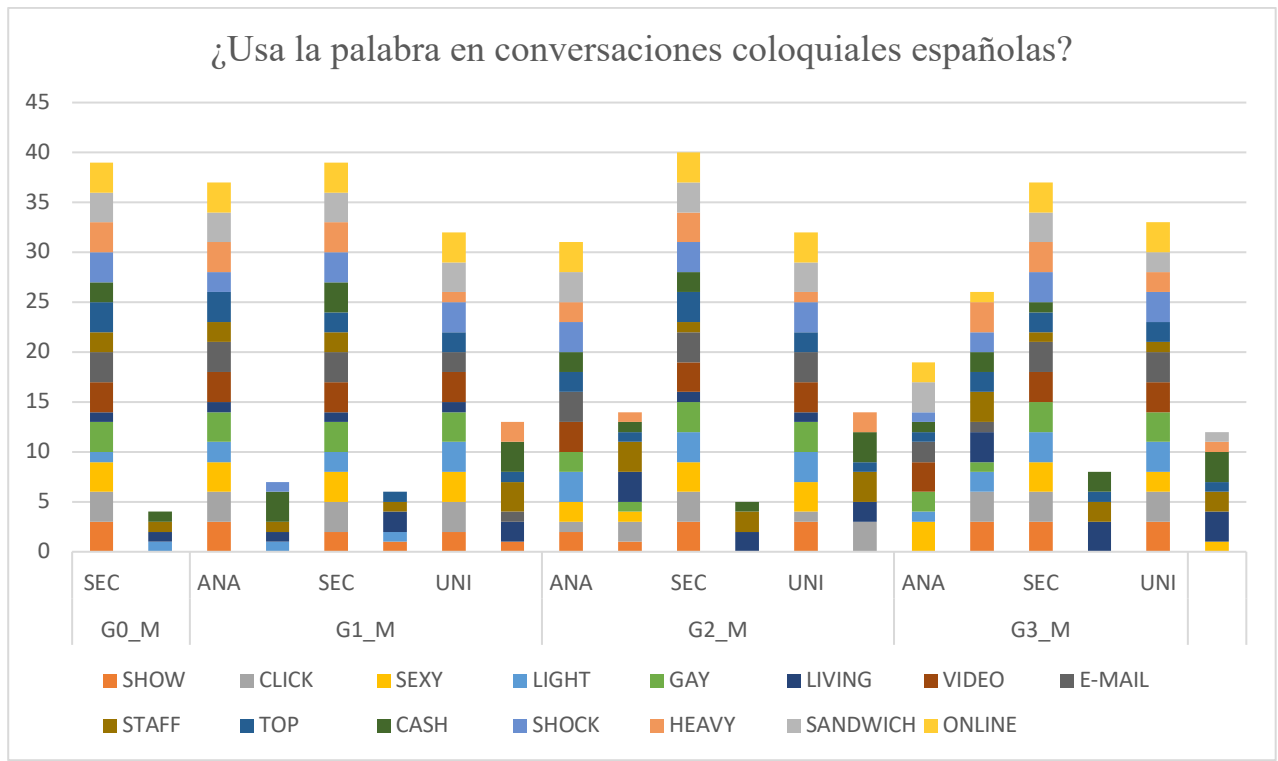
Lo interesante es que, aunque son casos aislados, algunos representantes con educación universitaria muestran poco desconocimiento de algunas palabras inglesas. Por ejemplo, en caso de las mujeres, en las tres «generaciones»: 1,2 y 3, hay en cada una un caso de desconocimiento de la palabra *living* o en la «generación» 1 y 2 hay un caso de desconocimiento de la palabra de *cash*. En caso de los hombres, hay solamente un representante en «generación» 1 y 3 que no conoce la palabra *living*.

---

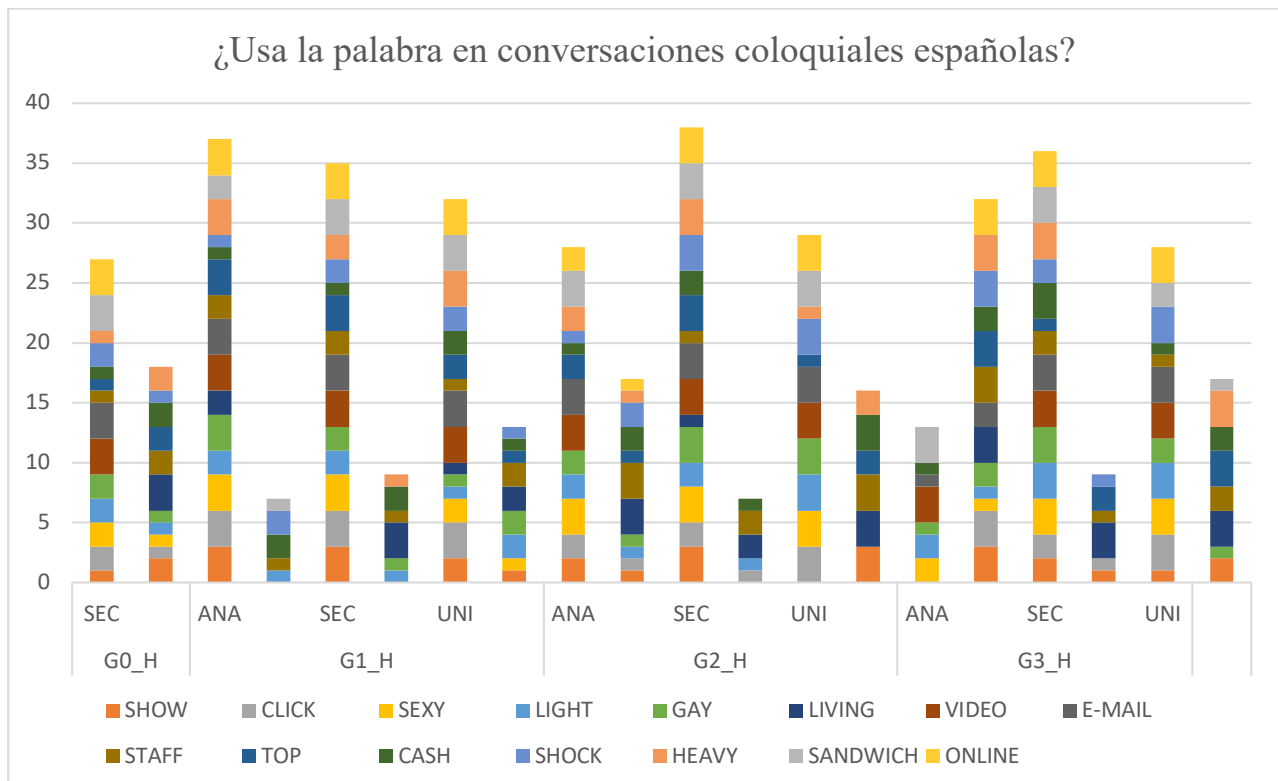
<sup>17</sup> La expresión «analfabetos» se refiere a la categoría de la muestra de personas sin educación o con bajo nivel de instrucción pero que sí saben leer y escribir.

2: ¿Usa la palabra en conversaciones coloquiales españolas?

**GRÁFICO 5**  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 2 – CATEGORÍA: MUJER



**GRÁFICO 6**  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 2 – CATEGORÍA: HOMBRE



La finalidad de la pregunta: «¿Usa la palabra en conversaciones coloquiales españolas?», fue investigar la frecuencia del uso de los anglicismos, así como investigar las circunstancias en las que se usan. Esto último fue además objeto de una pregunta de seguimiento, cuyos resultados se presentarán más adelante. Los resultados de esa pregunta son también interesantes para la posterior comparación con los de otra: «¿Qué palabra prefiere usar, inglesa o española?»

En el caso de las mujeres y los hombres «analfabetos» de la «generación 3», la mayoría responde que no usa las palabras inglesas en sus conversaciones coloquiales, aunque la diferencia es más significativa en el caso de los hombres. En este caso, las mujeres parece que usan más que los hombres las palabras como *e-mail*, *top*, *shock* y *online*. Algo menos de la cuarta parte de los encuestados con bajo nivel de instrucción de la «generación 2» responden con frecuencia que no usan las palabras inglesas. En cuanto a la «generación 3», los resultados concuerdan con los de la pregunta previa, en que vimos que los encuestados de categoría «analfabetos» de «generación 3» no conocían muchas de las palabras. Al contrario, esto resulta más extraño en el caso de los «analfabetos» de la «generación 2», y los resultados de las dos preguntas no concuerdan.

Quienes usan mucho las palabras inglesas son, especialmente, casi todas las mujeres con educación secundaria, junto con las mujeres «analfabetas» de la «generación 1», lo que resulta verdaderamente sorprendente. En cuanto a los hombres, aparece un patrón similar en los encuestados con educación secundaria, si bien, son mayoría los casos en los que no se usan los anglicismos.

Otra cosa, que se destaca de los resultados, es que en el caso de ambos sexos los representantes con educación universitaria, aparte de todo lo ya comentado, son los que dicen con más frecuencia que no usan las palabras inglesas en sus conversaciones coloquiales. Con más frecuencia los educados usan las palabras más técnicas, como *click*, *video*, *e-mail*, *online*, y usan menos las palabras como, entre otros, *living*, *cash* o *staff*. Estos resultados contrastan con los del párrafo previo, que mostraban una gran frecuencia de uso de los anglicismos entre los encuestados con media y poca educación. El uso de los anglicismos parece que desciende según se incrementa el grado de educación. Puede ser que con el grado mayor de instrucción viene más conocimiento sobre el fenómeno de los anglicismos, y sobre su influencia en las lenguas, por la cual la gente usa los anglicismos más conscientemente. El uso de los

anglicismos por los encuestados menos educados indica que el uso es más por la popularidad y por la moda, que por la conciencia.

Un resultado, que se destaca especialmente por la diferencia de sexos, es que, a diferencia de las mujeres de «generación 0», hay muchos representantes entre los hombres de la misma generación, que han respondido que no usan los anglicismos. Los resultados muestran que los hombres usan con menos frecuencia, entre otras, las palabras como *show*, *living*, *top* o *heavy*. Esos resultados pueden indicar que las palabras mencionadas son más populares entre las mujeres de misma edad.

#### Análisis de la pregunta cualitativa, adicional a la segunda pregunta

En los siguientes párrafos vamos a discutir los resultados de la pregunta adicional a la segunda pregunta, de la parte cuantitativa, de que hemos hablado ahora, es decir, se discutirán las circunstancias de uso de los anglicismos. La pregunta se formuló de la siguiente manera:

«¿Usa la palabra en las conversaciones coloquiales españolas? («sí» o «no»). En caso de sí: ¿en que circunstancias (en casa, escuelas, con amigos etc. – rodea la respuesta)? ¿Podría dar ejemplos de contexto o frase/oración con la palabra?»

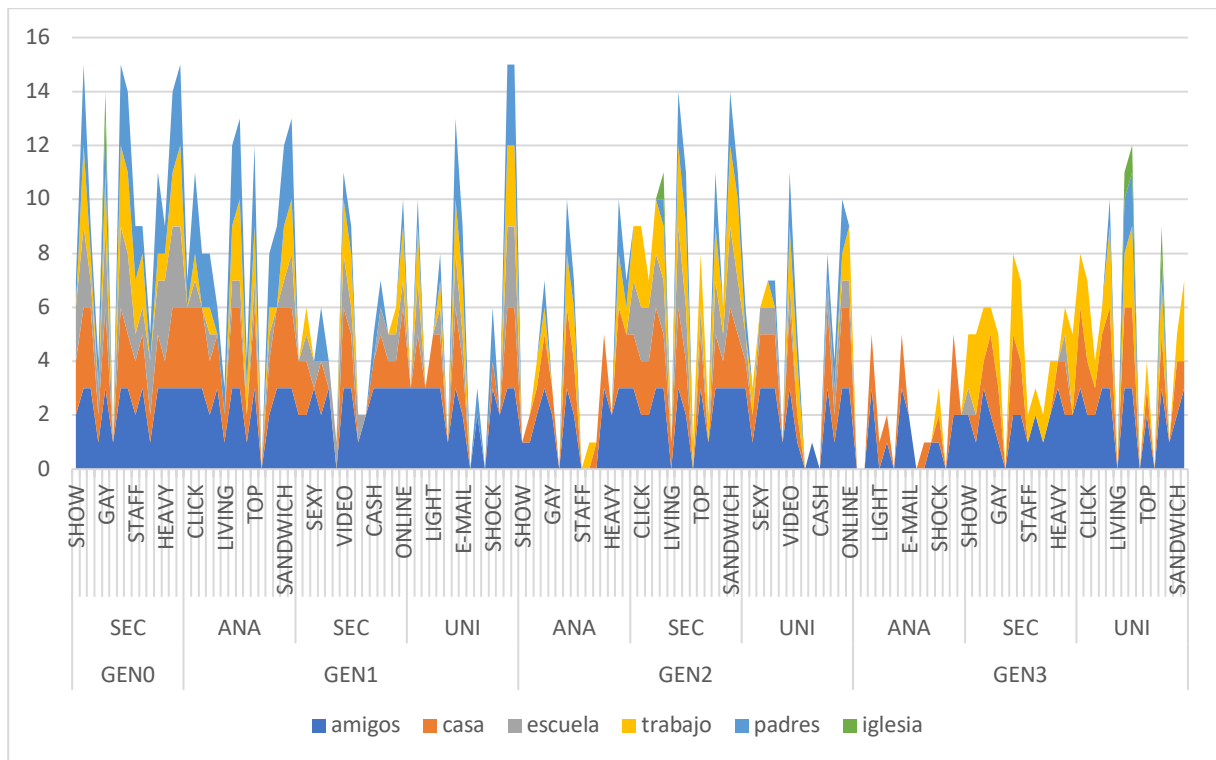
En general, la respuesta a la parte donde se requiere un ejemplo de contexto o frase no sería tan popular entre los encuestados. Cuando los encuestados contestaban afirmativamente, tenían la posibilidad de señalar las circunstancias en que usan las palabras en cuestión y escribir de puño y letra algún ejemplo. Las seis posibilidades que se ofrecían son: con amigos, en casa, en la escuela, en el trabajo, con los padres y en la iglesia.

Por la razón de que la investigación de la encuesta se basa en quince palabras y, en el caso de esta pregunta, seis posibles respuestas adicionales, y en total 60 encuestados, son demasiadas respuestas para presentarlas en forma de una tabla aquí. En este caso, los resultados se presentan en forma de dos gráficos<sup>18</sup>. Los datos de esa pregunta son tantos que también el gráfico creado no tiene la posibilidad de mostrar todas las respuestas en detalle. Para reducir la posibilidad de confusión, es importante observar que no todos los anglicismos estudiados se incluyen en los gráficos. Los anglicismos que aparecen verticalmente, bajo las barras, son representativos, pero cada una de las líneas verticales debajo de los gráficos representa cada una de las palabras estudiadas, en el orden presentado en la encuesta, y en el presente estudio. Los detalles tan pequeños no son relevantes en este caso, puesto que los resultados generales son más importantes que los resultados individuales de cada palabra.

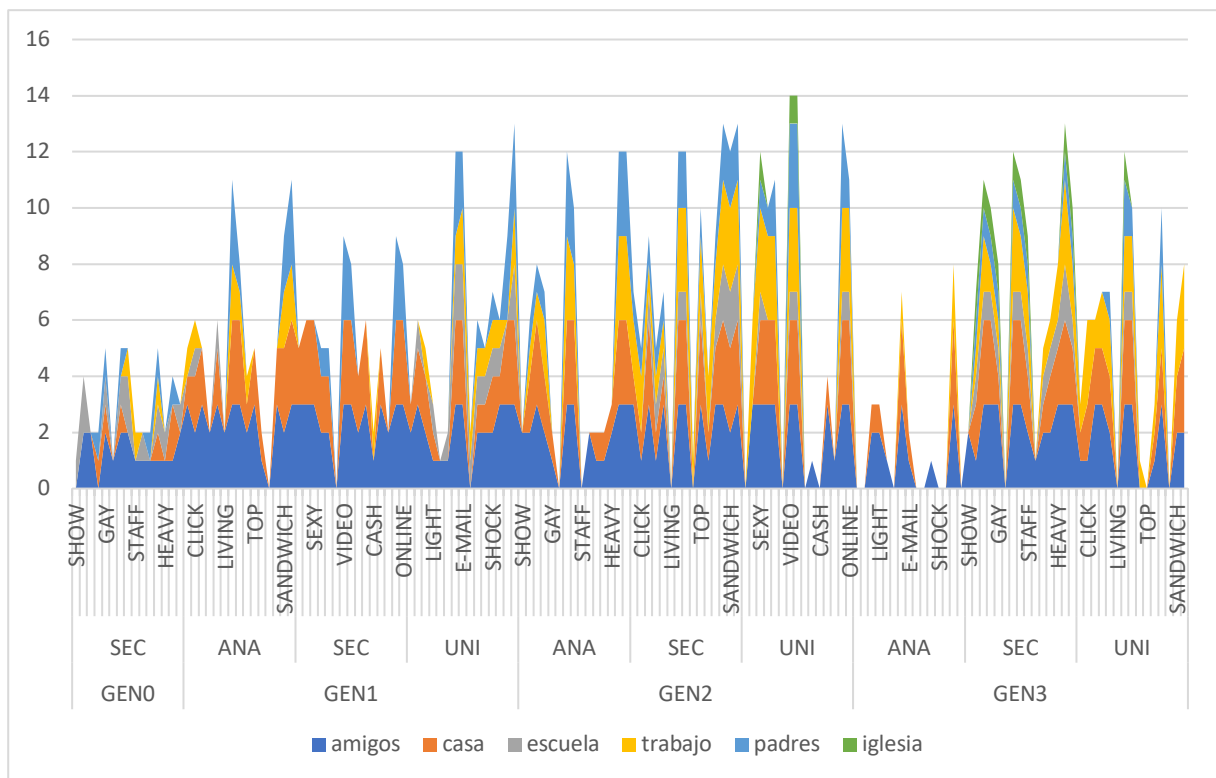
---

<sup>18</sup> Las tablas con datos, en los que se basan los gráficos, se pueden consultar en el Anexo (pp.138-147).

**GRÁFICO 7**  
CIRCUNSTANCIAS DEL USO DE LOS ANGLICISMOS – CATEGORÍA: MUJER



**GRÁFICO 8**  
CIRCUNSTANCIAS DEL USO DE LOS ANGLICISMOS – CATEGORÍA: HOMBRE



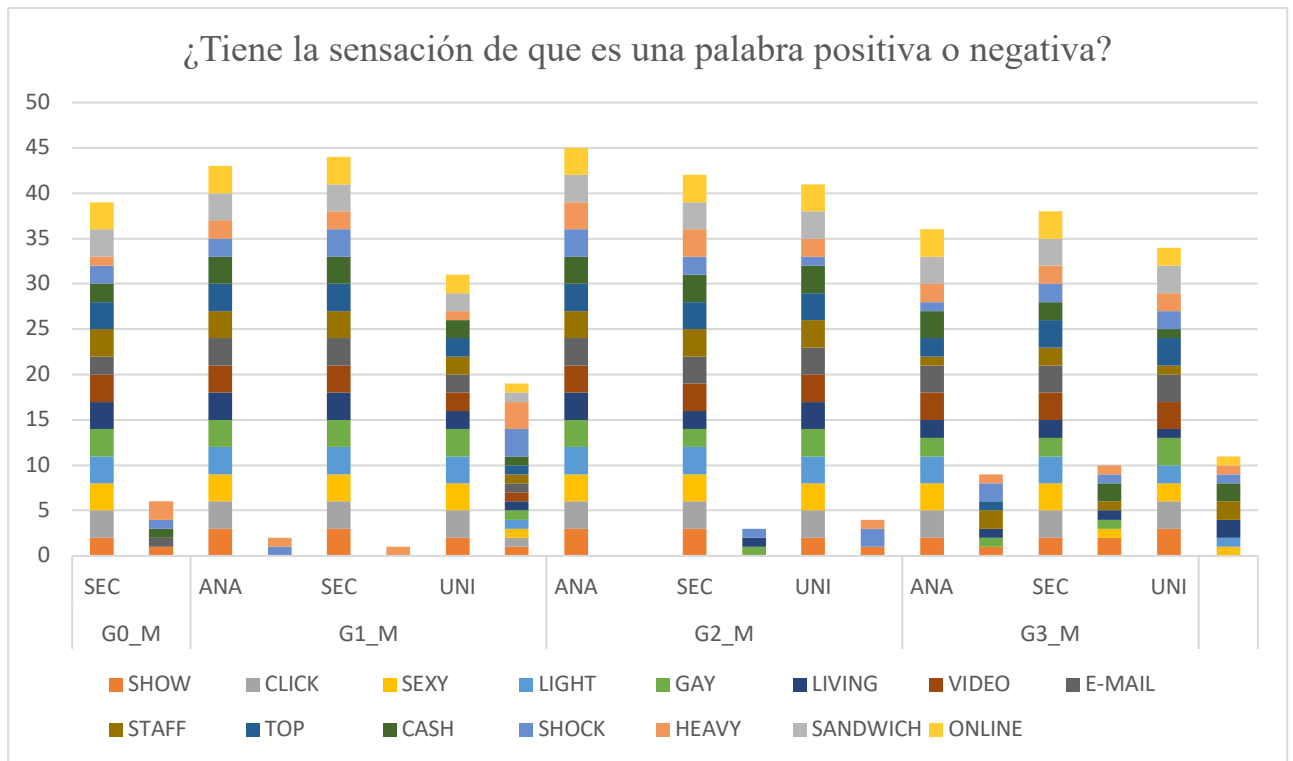
Los gráficos presentados de esa manera, es decir, los resultados recogidos de los encuestados femeninos al lado de los masculinos, hacen que sea muy fácil observar las diferencias entre las respuestas que difieren por la diferencia de sexo. El gráfico 8 confirma la diferencia discutida en la pregunta general sobre el uso de los anglicismos, que en el gráfico se hace visible por la frecuencia de las respuestas de las mujeres y los hombres de la «generación 0». Los resultados confirman el uso mucho menos frecuente de los anglicismos por parte de los hombres de esa generación.

Algo de que nos damos cuenta de inmediato al ver el gráfico, es que en los dos gráficos dominan tres colores, es decir, azul, naranja y amarillo, que representan las circunstancias respectivamente «con amigos», «en la casa» y «en el trabajo». Lo que es muy interesante, y que se destaca entre las respuestas de las mujeres, es que también el color gris, que representa la respuesta «en la escuela», se vuelve muy visible. ¿Qué significan esos resultados? En general, las opciones «en casa» o «con amigos» indican que se usa los anglicismos en circunstancias menos formales. La circunstancia «con los padres» también puede implicar una situación menos formal. En cuanto a lo comentado, que las mujeres, especialmente «las generaciones» 0, 1 y 2, también ponían que usan los anglicismos en la escuela, podría significar que se usa los anglicismos en las circunstancias más formales. En este caso, puesto que muchos encuestados, cuando señalan la opción «en la escuela», parecen tener en mente las charlas con amigos o el tiempo de descanso más que las clases, sería un error interpretarlo como una circunstancia más formal que, por ejemplo, «en casa» o «con amigos». Por la posibilidad de malinterpretación de esa opción no es posible analizarlo más.

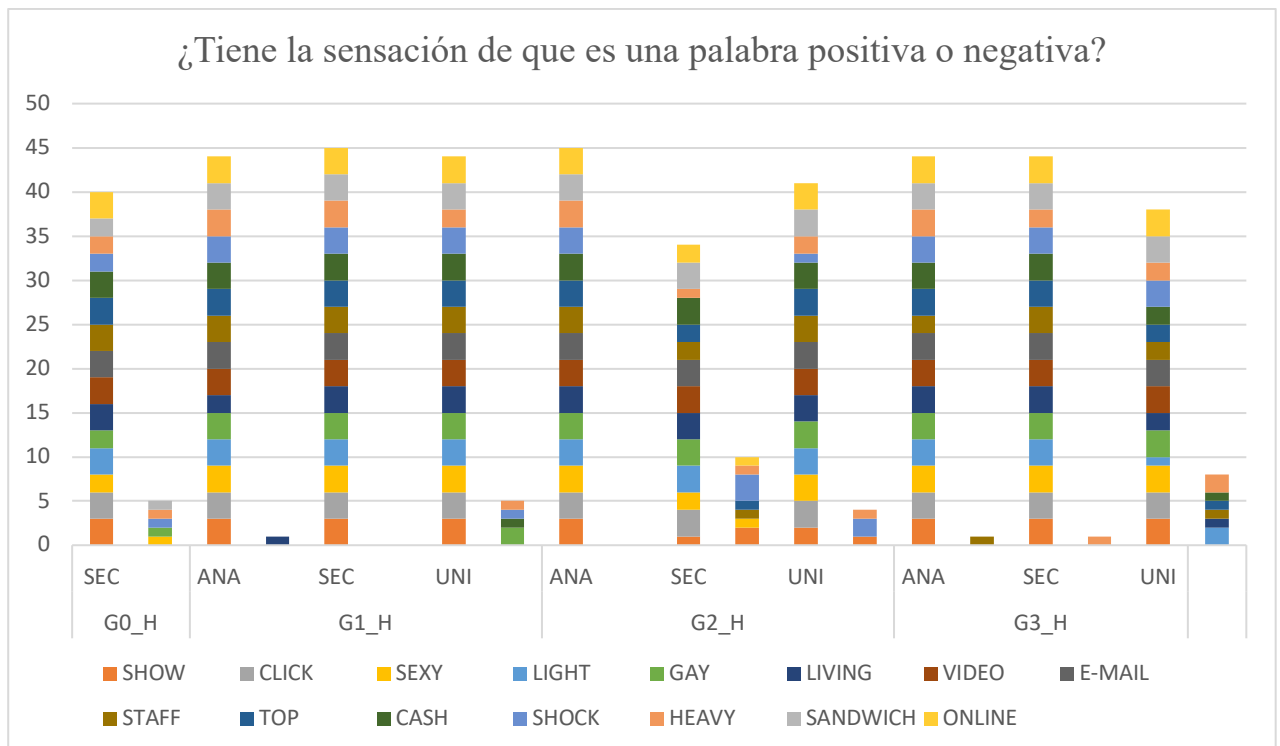
Como hemos mencionado, también la respuesta «en el trabajo» es muy popular entre los encuestados tanto mujeres como hombres. La circunstancia «en el trabajo» se ve como un escenario un poco más formal, que, por ejemplo, sería en la escuela, durante las clases. Especialmente interesante es que, algunas de las palabras inglesas dadas son más populares entre los encuestados para el uso en el trabajo que otras como, por ejemplo: *click*, *video*, *e-mail*, *online*, *staff* o *cash*. Lo que diferencia a estas palabras de otras es que parecen ser más técnicas y, por eso, resultan muy actuales en el entorno laboral de muchas profesiones.

3: ¿Tiene la sensación de que es una palabra positiva o negativa?

**GRÁFICO 9**  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 3 – CATEGORÍA: MUJER



**GRÁFICO 10**  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 3 – CATEGORÍA: HOMBRE



En el caso de la pregunta sobre la sensación de la positividad o negatividad de las palabras inglesas, casi todos los votos son unánimes. La mayoría de la gente de los dos sexos dice que las palabras presentadas parecen positivas. Muchas veces, cuando se les preguntó sobre su sensación sobre el préstamo, los encuestados decían que las diferentes palabras son positivas por falta de otra opinión. En muchos casos, los encuestados valoraban la palabra en cuestión en forma positiva, cuando, en realidad, querían decir «neutra», a falta de elementos negativos. Si bien es cierto que se podría haber incluido una opción «neutra», esto no afectaría a los resultados porque, como vamos a ver, si algunas de las palabras se destacaban como especialmente positivas o negativas, se hacía visible en los comentarios adicionales.

Resulta llamativo en los resultados de esa pregunta que sean las mujeres, y especialmente aquéllas con educación universitaria, quienes tengan una mayor imagen negativa de estos anglicismos. En el caso de las mujeres de la «generación 1», hablamos de casi da mitad de la muestra. Eso es el caso de las palabras: *show*, *click*, *sexy*, *light*, *living*, *video*, *e-mail*, *staff*, *cash*, *shock*, *heavy*, *sandwich* y *online*. Esto se repite, pero en un grado mucho menor, en todos los diferentes niveles de educación, en la «generación 3». La sensación de la negatividad de las palabras dadas, de las mujeres «analfabetas» de la «generación 3», se corresponde en un alto grado con su desconocimiento de esas mismas palabras, presentado en la primera pregunta. Sin embargo, el caso de los representantes de la «generación 3», con educación secundaria, es muy interesante, porque no se puede explicar con los mismos argumentos, y quizá se deberían analizar con más profundidad las respuestas a la pregunta adicional, para obtener alguna explicación.

Las respuestas de los hombres también muestran un poco de sentimiento negativo hacia los anglicismos, pero mucho menos que las mujeres encuestadas. En el caso de los hombres, destacan más las respuestas de los representantes de la «generación 2» con educación secundaria, y las de la «generación 3» con educación universitaria. Con el fin de explicar un poco más acerca de dónde vienen estas actitudes negativas, vamos a analizar con más detalle la parte «explique», que era una opción adicional de esta pregunta.

#### [Análisis de la pregunta cualitativa, adicional a la tercera pregunta](#)

Una de las palabras que, con más frecuencia, se valoró como negativa fue *show*. En total hay ocho comentarios<sup>19</sup> sobre la sensación de los encuestados hacia la palabra. Algunos simplemente comentaron que es una palabra positiva, porque «cuando hay un *show* te juntas

---

<sup>19</sup> Se puede consultar todos los comentarios en el Anexo (pp.147-151).



con amigos y te diviertes» o, porque «simboliza entretenimiento». Pero los comentarios sobre por qué la palabra da una sensación negativa son mucho más interesantes. G1\_M\_ana\_2 decía que la palabra *show* tiene una connotación negativa porque «suele referirse a un acontecimiento no muy positivo, o puede ser atribuido a una persona». G1\_M\_uni\_3 dice que es una palabra negativa porque *show* «normalmente, es cuando alguien está haciendo un escándalo». G2\_H\_uni\_1 dice que «se puede utilizar para destacar un acto llamativo». Entonces vemos que la palabra *show* puede ser asociada con negatividad porque, más que usar la palabra como un equivalente de «espectáculo», también se usa la palabra para describir un acto que llama la atención.

La siguiente palabra con más comentarios en la parte adicional de la pregunta es la palabra *shock*. Un total de diez de los encuestados explicaron con ejemplos sus sentimientos hacia la palabra. La mayoría de los comentarios se centraban en explicar que la palabra *shock* se asocia, como G1\_M\_uni\_3 dice, con que «ha pasado algo malo». G3\_M\_ana\_2 dice que *shock* se asocia con «un estado de enfermizo». También G3\_M\_sec\_3 dice que es un «estado negativo de salud». Parece que la mayoría de las opiniones negativas de la palabra son por la asociación de la palabra a los términos técnicos médicos asociados a estados graves.

Otra palabra significativamente comentada sobre su negatividad es *heavy*. G1\_M\_ana\_2 dice que asocia la palabra con «una situación en la que un acontecimiento es intenso» o G1\_M\_uni\_3 que dice que se usa cuando «ha ocurrido algo negativo». G2\_M\_uni\_3 señala que «se dice de algo impactante, en sentido negativo».

Hay también algunos comentarios que nos pueden ayudar a entender el uso de la palabra *gay*, que, como, por ejemplo, G1\_M\_sec\_1 dice es «más corta, más moderna». También G2\_H\_sec\_1 señala que es una palabra que «está de moda». G1\_H\_uni\_2 dice que el uso de la palabra *gay* «depende, para despreciar se usa con el sentido negativo». Es también muy popular la opinión como la de G2\_H\_uni\_1 que dice que esa palabra «es menos despectiva que en castellano». Esta opinión también va a ser más discutida más adelante, bajo el análisis de las respuestas a la quinta pregunta.

Hay también algunos comentarios sobre la palabra *sexy* que vale la pena mencionar.

G1\_M\_uni\_3, que evalúa la palabra como positiva, dice que *sexy* es una palabra que «se lo dices a alguien con el que tienes confianza», que puede indicar que se usa la palabra en circunstancias más íntimas. Algunos de los comentarios, sobre la asociación negativa con la palabra, como, por ejemplo, el de G3\_M\_sec\_1 dice que, la palabra «unida a la mujer más habitualmente», que puede indicar, como G3\_m\_uni\_2 dice, que *sexy* «parece peyorativo».

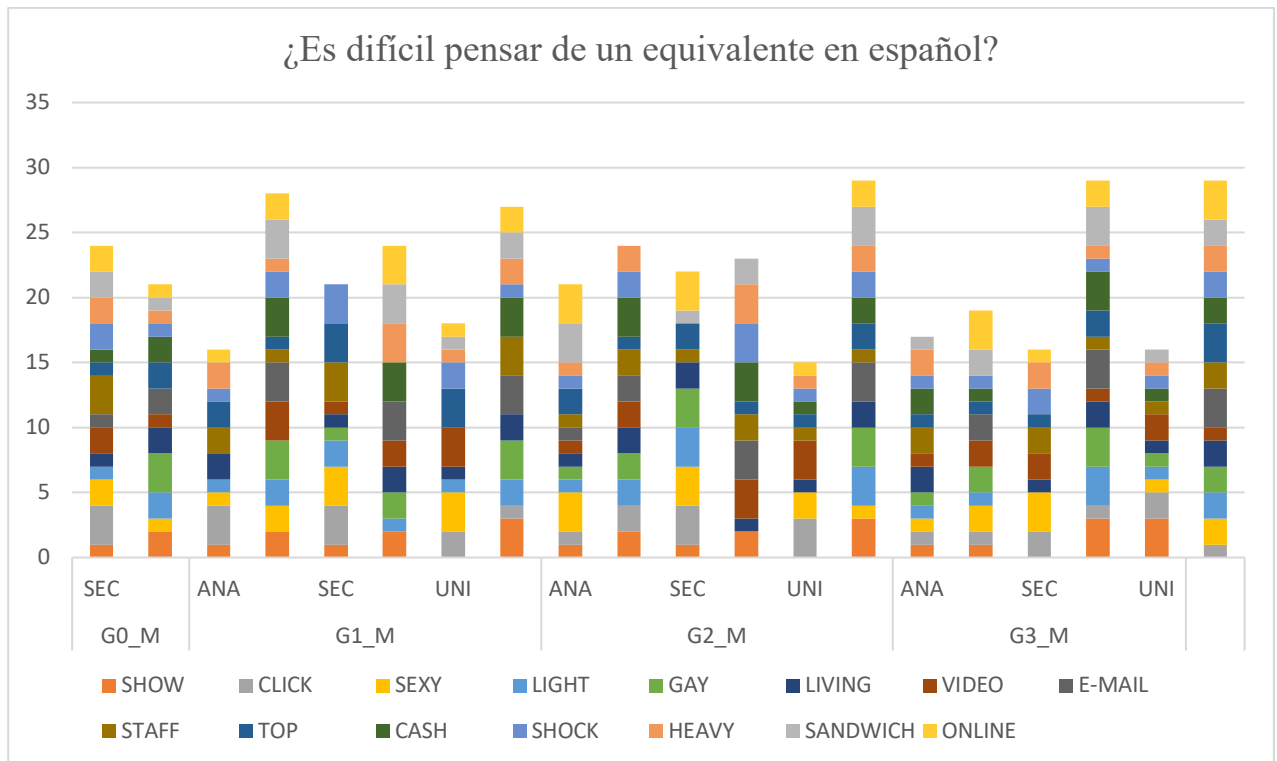
En cuanto a la palabra *sandwich*, uno de los comentarios más comunes era que en español se diferencia entre *sandwich*, que se usa para describir un bocata con pan de molde, y «bocadillo», que es otra cosa, aunque la mayoría de los encuestados prefieren usar la palabra *sandwich* para referir a los dos sin diferenciarlas.

A continuación, se indican algunos ejemplos de los comentarios sobre la negatividad hacia la palabra *staff*. G3\_M\_ana\_1 dice que «suena raro». G3\_H\_uni\_3 señala que «tenemos en español algún termino equivalente», se refiere a que esta palabra no es necesaria. Finalmente, G2\_H\_uni\_1 aduce que «no aporta nada al castellano». Estas opiniones son las más comunes entre los comentarios.

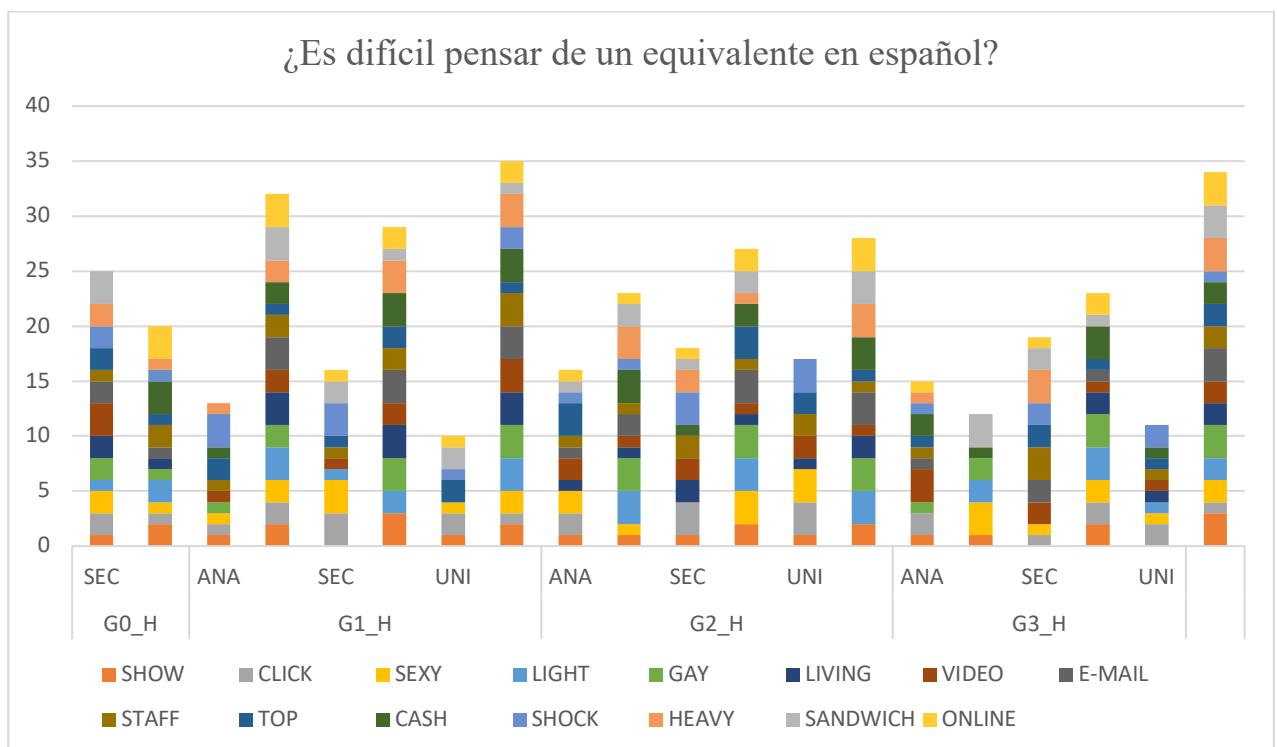
Aunque no hay muchos comentarios sobre la palabra *e-mail*, es interesante destacar uno antes de seguir con el análisis del resto de las preguntas. La encuestada G3\_M\_uni\_3 dice que la palabra es «expresiva, más fácil y corta que en español».

4: ¿Es difícil pensar en un equivalente en español?

**GRÁFICO 11**  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 4 – CATEGORÍA: MUJER



**GRÁFICO 12**  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 4 – CATEGORÍA: HOMBRE



A primera vista los resultados de la pregunta «¿Es difícil pensar en un equivalente en español?» pueden parecer caóticos y difíciles de leer. Primero, vamos a ver las respuestas de las mujeres, porque aquí las respuestas son un poco más claras. Comparando las dos barras que representan las respuestas «sí» y «no», primero nos vamos a enfocar en las parejas en las que prevalece la barra izquierda, es decir, en las categorías donde la mayoría de los encuestados han respondido «sí».

De hecho, no es una sorpresa que entre los que tenían las mayores dificultades para pensar en un equivalente español a un anglicismo se destacan los representantes con poca o ninguna educación. Los casos representativos son: las «analfabetas» de la «generación 3», las categorías «analfabeta» y «secundaria» de la «generación 2», las que cuentan con educación media en la «generación 1», y las representantes de la «generación 0». En esos casos, las parejas de barras son casi iguales, es decir que, las respuestas se distribuyen en dos bloques casi idénticos. El resto, que son representantes de educación media y alta de la «generación 3», de educación alta de la «generación» 2 y 1 y las «analfabetas» de la «generación 1», mayormente dicen que *no* es difícil de pensar de un equivalente en español. Es sorprendente que los representantes de la «generación 1», con poca educación, coincidan con aquellos de nivel medio y alto, entre los que tienen menos dificultad de pensar en una palabra española equivalente.

En cuanto a los hombres, las respuestas se distribuyeron de una manera diferente. El caso donde las parejas de barras son casi iguales se destaca solamente en la «generación 0» y la «generación 3» en la muestra de los «analfabetos» y los con la educación media. El resto de las respuestas, a través de todas las generaciones y categorías, indica que para la mayoría *no* es difícil pensar en un equivalente, y eso con independencia del mayor o menor nivel de instrucción.

Al comparar los resultados, destaca que las mujeres tienen un poco más de dificultad en pensar en palabras españolas equivalentes. Esto, por su parte, ¿puede indicar que la lengua de las mujeres es más relajada, en el sentido que su vocabulario español es más pobre por el uso de los anglicismos? O quizá, ¿los resultados solamente indican menos certeza de saber un equivalente propio, por parte de las mujeres?

## Los equivalentes españoles para los anglicismos dados

Las siguientes páginas presentan unas tablas, para cada uno de los anglicismos estudiados, junto con una lista de todos los equivalentes españoles dados por los encuestados en la encuesta. En el lado derecho de cada una de las tablas se indica la frecuencia<sup>20</sup> con la que aparece el equivalente español. Los datos obtenidos se observan en las tablas 9-23. A continuación, se presentará un análisis de los datos recogidos.

**TABLA 9**  
EQUIVALENTES PARA *SHOW*

| PALABRA     | EQUIVALENTE        | CASOS |
|-------------|--------------------|-------|
| <b>SHOW</b> | espectáculo        | 31    |
|             | programa (de tv)   | 3     |
|             | mostrar            | 5     |
|             | fiesta             | 2     |
|             | juerga             | 1     |
|             | teatro             | 1     |
|             | evento             | 1     |
|             | festival           | 1     |
|             | concierto          | 2     |
|             | exposición         | 1     |
|             | observar           | 1     |
|             | mirar              | 1     |
|             | tienda             | 1     |
|             | drama              | 1     |
|             | montar el numerito | 1     |
|             | actuación          | 2     |
|             | escena             | 1     |
|             | enseñar            | 1     |
|             | película           | 1     |

**TABLA 10**  
EQUIVALENTES PARA *CLICK*

| PALABRA      | EQUIVALENTE          | CASOS |
|--------------|----------------------|-------|
| <b>CLICK</b> | pinchar              | 5     |
|              | pulsar               | 10    |
|              | cliquear/clicar/clic | 5     |
|              | tocar                | 1     |
|              | teclar               | 1     |
|              | marcar               | 1     |
|              | darle                | 1     |
|              | apretar              | 3     |
|              | presionar            | 1     |
|              | de inmediato         | 1     |
|              | segundo              | 1     |

<sup>20</sup> Los equivalentes recogidos y los encuestados no aparecen con una relación 1:1, es decir, que es posible que los encuestados han dado más que un equivalente para un anglicismo, o que han dado ningún.

**TABLA 11**  
EQUIVALENTES PARA *SEXY*

| PALABRA     | EQUIVALENTE       | CASOS |
|-------------|-------------------|-------|
| <b>SEXY</b> | excitante         | 1     |
|             | provocativo       | 3     |
|             | sensual           | 7     |
|             | atractiva/o       | 13    |
|             | guapa/o           | 10    |
|             | algo que se gusta | 1     |
|             | atrayente         | 1     |
|             | mona              | 1     |
|             | simpática         | 1     |
|             | seducíara         | 1     |
|             | preciosa          | 1     |
|             | seductor          | 1     |
|             | bonita/o          | 5     |
|             | sexual            | 1     |
|             | sugerente         | 1     |
| coqueta     | 1                 |       |

**TABLA 12**  
EQUIVALENTES PARA *LIGHT*

|              |                  |    |
|--------------|------------------|----|
| <b>LIGHT</b> | bajo de calorías | 4  |
|              | luz              | 10 |
|              | sano             | 3  |
|              | ligero           | 23 |
|              | lujo             | 1  |
|              | sin calorías     | 1  |
|              | bajo de...       | 3  |
|              | suave            | 2  |
|              | sin... (zero)    | 2  |
|              | sin azúcar       | 1  |
|              | delgada          | 1  |
|              | menos grasa      | 1  |
|              | dietético        | 1  |
|              | forma            | 1  |
|              | soso             | 1  |
| débil        | 1                |    |

**TABLA 13**  
EQUIVALENTES PARA *GAY*

| PALABRA    | EQUIVALENTE         | CASOS |
|------------|---------------------|-------|
| <b>GAY</b> | homosexual          | 40    |
|            | maricón             | 9     |
|            | marico/a            | 3     |
|            | tío                 | 1     |
|            | mariquita           | 1     |
|            | tipo                | 1     |
|            | para describir sexo | 1     |
|            | sexo                | 1     |
|            | de mismo sexo       | 1     |

**TABLA 14**  
EQUIVALENTES PARA *LIVING*

|               |                 |    |
|---------------|-----------------|----|
| <b>LIVING</b> | vivir algo      | 2  |
|               | viviendo        | 6  |
|               | vivir           | 20 |
|               | vivo            | 2  |
|               | vida            | 2  |
|               | eufórica        | 1  |
|               | estar a top     | 1  |
|               | sala (de estar) | 2  |
|               | salón           | 4  |
|               | salita          | 2  |
|               | comedor         | 1  |

**TABLA 15**  
EQUIVALENTES PARA *VIDEO*

|              |                      |    |
|--------------|----------------------|----|
| <b>VIDEO</b> | vídeo                | 34 |
|              | film                 | 2  |
|              | reproducción         | 1  |
|              | película             | 4  |
|              | llamada              | 1  |
|              | reproductor          | 1  |
|              | material audiovisual | 1  |

**TABLA 16**  
EQUIVALENTES PARA *E-MAIL*

| PALABRA       | EQUIVALENTE                | CASOS |
|---------------|----------------------------|-------|
| <b>E-MAIL</b> | correo electrónico /correo | 49    |
|               | e-mail                     | 1     |
|               | mensaje                    | 2     |
|               |                            |       |

**TABLA 17**  
EQUIVALENTES PARA *STAFF*

|              |                     |    |
|--------------|---------------------|----|
| <b>STAFF</b> | seguridad           | 3  |
|              | administrador       | 1  |
|              | personal            | 16 |
|              | coordinador         | 1  |
|              | cuerpo técnico      | 1  |
|              | organizadores       | 1  |
|              | equipo (de trabajo) | 8  |
|              | grupo               | 4  |
|              | pipa                | 1  |
|              | trabajadores        | 2  |
|              | jefe                | 2  |
|              | apoyo               | 1  |
|              | reparto             | 1  |
|              | supervisor          | 1  |

**TABLA 18**  
EQUIVALENTES PARA *TOP*

| PALABRA    | EQUIVALENTE    | CASOS |
|------------|----------------|-------|
| <b>TOP</b> | lo más         | 3     |
|            | lo mejor       | 12    |
|            | "guay"         | 1     |
|            | de vestir      | 4     |
|            | lo (más) alto  | 14    |
|            | camiseta corta | 6     |
|            | encima         | 2     |
|            | elite          | 1     |
|            | bueno          | 1     |
|            | número 1       | 2     |
|            | lo máx/máximo  | 2     |
|            | auge           | 1     |
|            | sobresaliente  | 1     |
|            | cabeza         | 1     |
| arriba     | 2              |       |

**TABLA 19**  
EQUIVALENTES PARA *CASH*

|             |                                   |    |
|-------------|-----------------------------------|----|
| <b>CASH</b> | dinero efectivo/ dinero /efectivo | 44 |
|             | dinero multo                      | 1  |
|             | cambio                            | 2  |
|             | al contado                        | 1  |
|             | liquido                           | 1  |
|             | dinero suelto                     | 1  |
|             | dinero en metálico                | 1  |
|             | al costado                        | 1  |
|             | disponible                        | 1  |
|             | monedas                           | 1  |
|             |                                   |    |

**TABLA 20**  
EQUIVALENTES PARA *SHOCK*

| PALABRA      | EQUIVALENTE       | CASOS |
|--------------|-------------------|-------|
| <b>SHOCK</b> | impactante/da     | 4     |
|              | traumatizado      | 1     |
|              | paralizado        | 3     |
|              | estado de shock   | 3     |
|              | inesperado fuerte | 1     |
|              | intenso           | 1     |
|              | atónito           | 1     |
|              | estado crítico    | 1     |
|              | choque            | 5     |
|              | sorpresa          | 7     |
|              | trauma            | 5     |
|              | bebida            | 1     |
|              | sincope           | 1     |
|              | colapso           | 1     |
|              | bloqueo emocional | 1     |
|              | asombro           | 1     |
|              | asustado          | 1     |

**TABLA 21**  
EQUIVALENTES PARA *HEAVY*

|              |               |    |
|--------------|---------------|----|
| <b>HEAVY</b> | fuerte        | 17 |
|              | flipante      | 1  |
|              | pesado        | 14 |
|              | brutal        | 1  |
|              | duro          | 9  |
|              | música fuerte | 2  |
|              | mucha tela    | 1  |
|              | cheve         | 1  |
|              | rock duro     | 1  |

**TABLA 22**  
EQUIVALENTES PARA *SANDWICH*

| PALABRA         | EQUIVALENTE               | CASOS |
|-----------------|---------------------------|-------|
| <b>SANDWICH</b> | bocadillo de pan de molde | 5     |
|                 | bocadillo                 | 31    |
|                 | bocadillo empanado        | 1     |
|                 | bikini                    | 1     |
|                 | sandwich                  | 1     |
|                 | (bocadillo) emparedado    | 4     |
|                 | pan bimbo                 | 2     |
|                 | tost/ tostada             | 2     |
|                 | bocata de pan bimbo       | 2     |

**TABLA 23**  
EQUIVALENTES PARA *ONLINE*

|               |                      |    |
|---------------|----------------------|----|
| <b>ONLINE</b> | conectado            | 7  |
|               | en línea             | 39 |
|               | por internet         | 2  |
|               | en el aire           | 2  |
|               | en la red            | 4  |
|               | a través de la línea | 1  |
|               | compra               | 1  |
|               | en la web            | 1  |
|               | Internet             | 1  |



Como se puede observar, la mayoría de los anglicismos han obtenido muchos y diferentes equivalentes para describirlas. Especialmente en caso de las palabras como: *sexy*, *light*, *click*, *staff*, *living*, *top*, *shock* y *heavy*, aunque presentan una gran variedad de términos equivalentes, algunos destacan por la mayor frecuencia de casos en que aparecen. Eso puede significar dos cosas, por ejemplo, puede ser que el anglicismo presentado es un poco tabú, y por eso hay muchos equivalentes para describir el significado sin acercarse demasiado al significado original, o también puede ser que la gente esté indecisa en cuanto al significado del anglicismo.

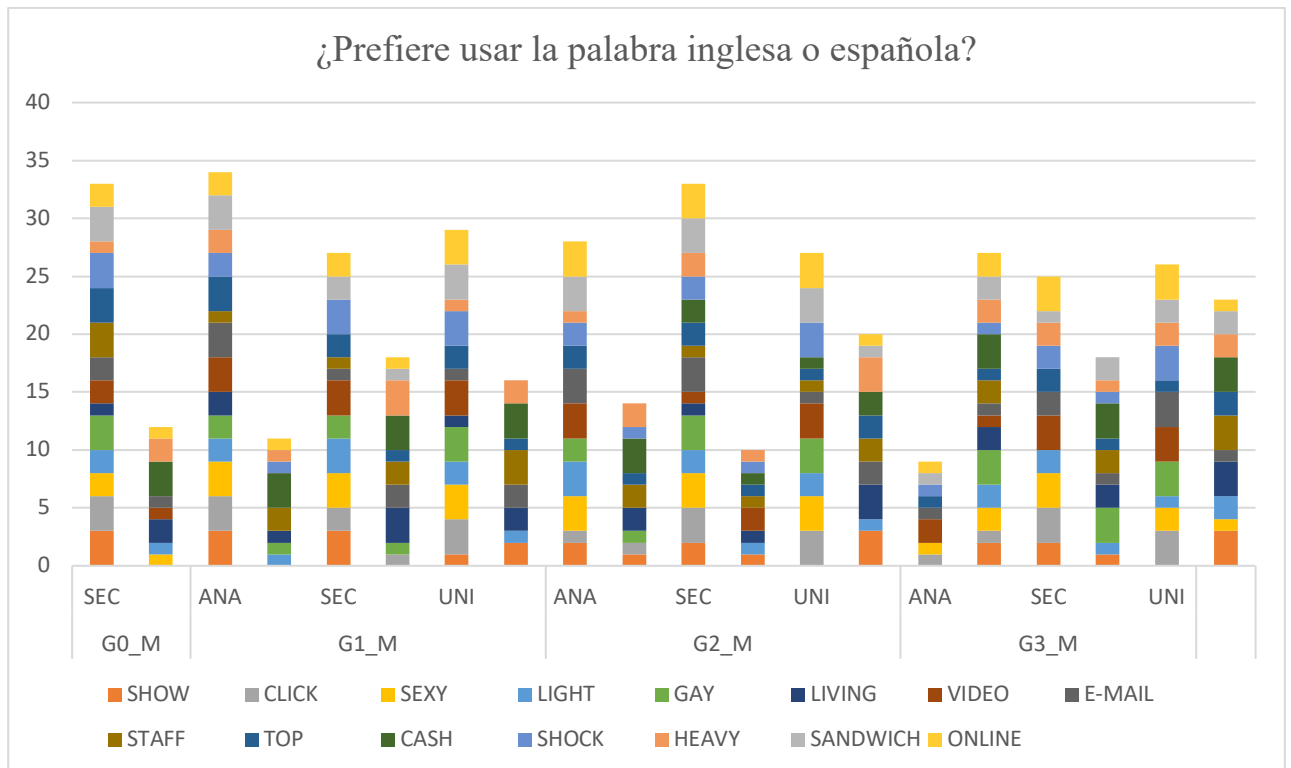
El primer caso se hace visible solamente en los equivalentes para la palabra *sexy*. Como hemos visto antes, en las definiciones presentadas para cada uno de los anglicismos, *sexy* puede dar un sentimiento de intimidad, algo sexual o erótico. Las descripciones, como «guapo», «bonito» o «simpático» ciertamente no reflejan ningunos de esos sentimientos y, por eso, tampoco el significado correcto de la palabra.

En cuanto a la segunda posibilidad, vemos que especialmente en caso de las palabras como *light*, *staff*, *living*, *top* o *shock*, hay mucha confusión en cuanto al significado correcto. Una de las sorpresas mayores es que, en el caso de la palabra *light*, muchos encuestados conocen solamente conocen el equivalente «luz» en español. También el caso de la palabra *shock* refleja un sentimiento de algo más fuerte que implica el significado original. En la mayoría de los casos, hay un abanico amplio de términos equivalentes. Muchos de ellos se acercan a la definición original, lo que indica que es difícil encontrar un buen equivalente en español, que al fin puede indicar que la gente usa más las palabras inglesas porque son más expresivas con su sentido, como, por ejemplo, en el caso de la palabra *click*.

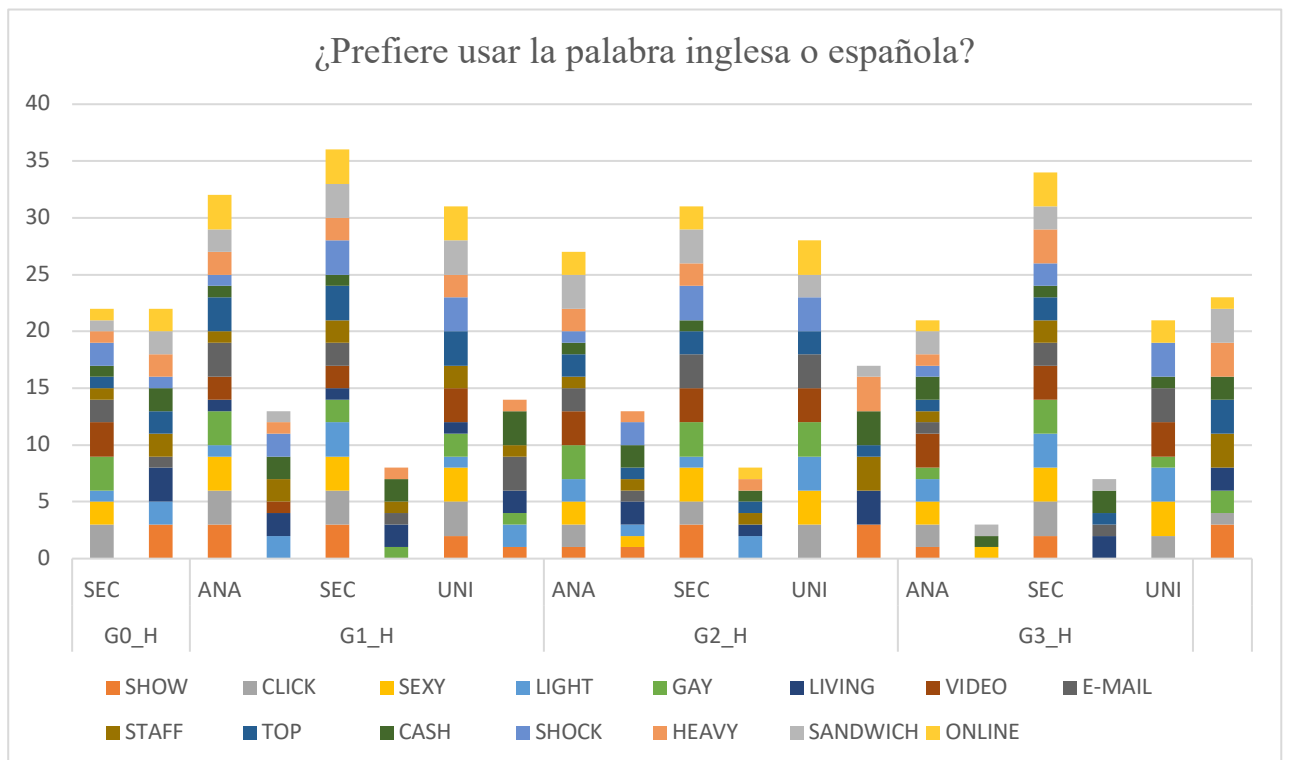
En algunos casos, la coincidencia de los encuestados en señalar unos términos equivalentes, como en el caso del, por ejemplo, «correo electrónico» para *e-mail*, «homosexual» para *gay*, o «en línea» para *online*, puede indicar que para esas palabras es más fácil encontrar un equivalente porque el equivalente español está bien establecido.

5: ¿Prefiere usar la palabra inglesa o española?

**GRÁFICO 13**  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 5 – CATEGORÍA: MUJER



**GRÁFICO 14**  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 5 – CATEGORÍA: HOMBRE



Las respuestas de la última pregunta, que es: «¿Prefieres usar la palabra inglesa o española?», son bastante unánimes. En general, la mayoría de las respuestas muestra que la gente prefiere usar las palabras inglesas en vez de las españolas, especialmente en el caso de las palabras como: *show, click, light, gay, video, e-mail, top, sandwich* o *online*.

En cuanto a las mujeres, hay también algunas partes de la muestra que se destacan significativamente por su preferencia de las palabras españolas frente a las inglesas. Como se puede predecir, en particular las mujeres «analfabetas» de la «generación 3» prefieren usar las palabras españolas, pero eso se puede explicar por el poco conocimiento de las palabras inglesas. A parte de eso, aunque la preferencia de las palabras españolas no prevalece, hay una tendencia a preferirlas especialmente entre las mujeres con educación media y alta de la «generación 3», de educación alta de la «generación 2», y de educación media de la «generación 1». Las representantes de esos grupos muestran su preferencia a expresar especialmente las siguientes palabras en el español: *top, staff, cash, heavy*.

La mayor diferencia entre las mujeres y hombres es de la categoría de los «analfabetos» de la «generación 3». Como hemos visto las mujeres, prefieren los equivalentes españoles para los anglicismos que conocen, los hombres por su parte son totalmente opuestos y prefieren las palabras inglesas. También, en cuanto al resto de los representantes masculinos, la mayoría tiende a preferir las palabras inglesas. Se destacan solo los representantes con el nivel alto de educación de la «generación» 3 y 2 y los representantes de «generación 0», que tienen respuestas mitad por mitad o que muestran una tendencia a preferir las palabras españolas. Especialmente sorprendentes son los resultados de la «generación 0» de los hombres, que muestran la preferencia de las palabras españolas por parte de los hombres jóvenes.

No contamos con bastantes ejemplos, pero se observa inconsistencia en algunas opiniones. Algunos encuestados, que al principio decían que los anglicismos son redundantes o innecesarios, más tarde contestaron que los usaban y que incluso los preferían frente a los equivalentes españoles. Especialmente memorable es el caso de G2\_H\_uni\_1 que, es un ingeniero informático y usa muchos de los anglicismos en su trabajo, o el caso de G2\_M\_uni\_1 que tenía una opinión muy formada sobre la mala influencia de los anglicismos, pero que también usa las palabras como, por ejemplo, *sexy* o *e-mail*.

#### [Análisis de la pregunta cualitativa, adicional a la quinta pregunta](#)

La pregunta sobre la preferencia de la palabra inglesa o española también incluía una parte adicional «explique», por si alguien quería explicar más su preferencia podría. El objetivo de

los siguientes párrafos es presentar las respuestas<sup>21</sup> obtenidas. Primero, van a ser presentados los comentarios, cuando la palabra elegida como preferida era la española, y luego van a ser analizados los comentarios que explicaban la preferencia de la palabra inglesa en vez de la española.

Una de las preferencias de la palabra española frente a la inglesa era el equivalente de la palabra *gay*. Aunque no hay muchos casos, hay ejemplos, como el de G1\_H\_sec\_2, G1\_M\_sec\_2 o G3\_M\_sec\_2, donde los encuestados, en varias formulaciones, dicen que el equivalente español les parece menos despectivo que la palabra inglesa. Otra observación importante es que, algunos de los que prefieren las palabras españolas, comentan lo siguiente. G1\_M\_sec\_2 que dice sobre *online* que: «queda mejor en un contexto castellano». G1\_M\_uni\_3 dice que, para *e-mail* el «correo» le gusta más. Lo mismo pasa con G2\_M\_sec\_3 que prefiere «fuerte» para *heavy*. Hay también casos, donde los encuestados, como G2\_M\_uni\_1, dicen sobre *living, staff, top*, que «no es necesario su uso en inglés», o como G0\_H\_sec\_3 dice sobre *show* «porque ya existen varias palabras en español si estoy hablando en español prefiero usar la palabra en español».

Algunos de los encuestados incluso comentaron que, algunos de los anglicismos presentados no vienen del inglés. Especialmente las palabras *sexy* y *video* causaban una sorpresa cuando fueron presentadas como anglicismos. G2\_M\_sec\_3 dice, por ejemplo, que *video*: «es castellano». G2\_M\_uni\_3 dice que: «la palabra no es de origen inglés, viene de latín y no hay palabra equivalente en español».

Especialmente son interesantes los comentarios sobre la palabra *show*. La mayor parte de las respuestas coinciden con lo señalado por G1\_M\_uni\_2, quien dice: «normalmente uso la palabra española, pero en contexto más relajado *show*». G1\_M\_ana\_1 dice que su uso de esa palabra «depende de contexto, la palabra *show* uso más en circunstancias más relajadas como con amigos». Estos comentarios confirman lo ya comentado anteriormente: parece que la mayoría de los anglicismos se usan en circunstancias menos formales.

También se destacan los comentarios sobre la palabra *sandwich*. Aunque muchos encuestados dicen que prefieren usar la palabra inglesa, algunos como, por ejemplo, G1\_M\_ana\_3 dicen que «la palabra española “bocadillo” la empleo para un tipo de pan, por ejemplo, baguette; el *sandwich* es con pan de molde». Otros comentarios confirman esta forma de pensar. Es el

---

<sup>21</sup> Se puede consultar todos los comentarios en el Anexo (pp.147-159).

caso de G2\_H\_sec\_2, quien dice: «la utilizo si es pan es de molde, si es de barra utilizo bocadillo, es como una diferenciación».

La siguiente parte tiene como objetivo analizar los comentarios de quienes mostraban su preferencia por las palabras inglesas frente a las españolas. Algunos de los comentarios se repetían mucho. El comentario más común era que las palabras inglesas son más cortas que sus equivalentes españoles, por eso de uso más fácil. Este sería, especialmente, el caso de palabras como: *show*, *click*, *light*, *gay*, *video*, *e-mail*, *top*, *sandwich*, *online*.

En cuanto a la palabra *light*, destacan algunos comentarios, como el de G2\_M\_sec\_2 quien señala: «está presente en todos los productos». G3\_H\_ana\_3 dice que la palabra *light* es «más comercial». Mucha gente también dice que habitualmente usan la palabra inglesa. Estos comentarios confirman lo ya se ha discutido, que los anglicismos son muy accesibles, y por eso se convierten en habituales.

La palabra *sexy*, como hemos visto, sería un punto de confusión para encontrar un equivalente, y en cuanto a elegir la preferencia del uso entre la variante inglesa y la española. G1\_M\_uni\_3 dice que *sexy* «parece menos directa que en español». En general, la gente piensa que la palabra es más concreta que los diferentes equivalentes españoles. G2\_H\_sec\_3 dice que *sexy* «engloba más que “guapo”». Más importante aún es que los encuestados han comentado que la palabra *sexy* también es, como dice G2\_M\_uni\_1: «más adecuada al significado». Lo resume muy bien G3\_H\_ana\_1 quien señala que: «*sexy* y “bonita” no describen lo mismo». Con esto se puede concluir, que para la palabra *sexy* no hay un buen equivalente en el español.

Hemos comentado que algunos encuestados atribuyen a la palabra *gay* ser más despectiva, que su equivalente español. Lo que es interesante es que, hay muchos más comentarios en la dirección opuesta a esta opinión, y que dicen, que la palabra *gay*, como G0\_M\_sec\_3 dice, «suena más suave». La mayoría diferencia puede ser que los que han comentado sobre que la palabra *gay* puede ser usada con una connotación mala tienen en la mente el equivalente español «homosexual», que en general tiene una connotación más neutra. Los encuestados que dicen que la palabra *gay* es más aceptada que el equivalente español, hablan del equivalente español ser «maricón». Como G1\_M\_ana\_1 dice: «*gay* es más “positiva” de sentido que la española es un maldijo, que no es aceptado decir». G1\_M\_sec\_1 dice: «la española “homosexual” es más formal y “maricón” es ofensiva, por lo que prefiero *gay*». Parece ser que, por un equivalente muy peyorativo en el español, se prefiere el anglicismo.

## 5. Conclusiones

El objetivo de esta investigación ha sido, dicho muy brevemente y en pocas palabras, estudiar las actitudes lingüísticas hacia la lengua inglesa y cómo esas actitudes, positivas o negativas, pueden influir sobre la lengua materna española. El estudio del presente trabajo, en un mayor grado se basa en una encuesta, que incorpora unos métodos cualitativos y cuantitativos para medir la actitud. Por razones de organización los datos recogidos se presentan en dos partes: cualitativa y cuantitativa. La primera parte de la encuesta constaba de dos preguntas cuyas respuestas fueron grabadas. En la breve entrevista el encuestado tenía la oportunidad de expresar sus opiniones sobre la lengua inglesa y el uso de los anglicismos. En la segunda parte de la encuesta se presentaban quince anglicismos, y cinco preguntas, con el fin de, por una parte, estudiar el conocimiento de esas palabras y, por otra, el modo en que los diferentes factores sociales influyen en su uso. Como hemos visto, varios factores sociales pueden tener diferente tipo de influencia en el uso más frecuente de algunos elementos lingüísticos que otros. Los factores sociales más profundizados en este trabajo fueron: el sexo, la edad y el nivel de instrucción. En los siguientes párrafos se presenta las principales conclusiones que se han desarrollado durante el análisis, además de que se verá si estas confirman las hipótesis formuladas en el inicio de este trabajo.

La hipótesis inicial de este trabajo organiza las ideas según las posibilidades de cuantificación de los factores analizados, lo que además funcionará bien para resumir los resultados.

Se pretendió investigar si factores sociales, como, especialmente, «la edad» y «el contexto social», provocan una actitud favorable a la lengua inglesa y influyen en el uso de los anglicismos. En resumen, la hipótesis consiste en que es la gente joven quien usa los anglicismos con más frecuencia y que, en general, se utiliza más en circunstancias menos formales. Partes de esta teoría se han confirmado durante el análisis de los datos obtenidos, otras no. Primero, vamos a hablar sobre cómo la edad influye en el uso de los anglicismos.

La afirmación de que son los jóvenes quienes usan los anglicismos con más frecuencia que otras generaciones, no es tan fácil de demostrar. El caso que va a ser explicado ahora es un buen ejemplo de convivencia de los factores sociales. Durante el análisis de la segunda pregunta, que tenía como objetivo investigar si la gente usa los anglicismos presentados en la encuesta, los resultados indicaban que más que la edad, es el nivel de educación el indicador más decisivo. Como hemos visto, especialmente los encuestados de ambos sexos con poca o alta educación eran menos favorables al uso de las palabras inglesas. El menor uso de los

anglicismos por parte de los encuestados con poca educación, de generaciones mayores, se podría explicar por el desconocimiento de las palabras inglesas presentadas. Como hemos visto, los encuestados de, por ejemplo, la «generación 1», con poca educación, se diferencian un poco de ese patrón. Eso se puede explicar porque la lengua inglesa es más accesible hoy a la gente más joven que a las generaciones mayores. Algunos de los encuestados, han listado incluso diferentes fuentes mediante las que viene la influencia de la lengua inglesa, como, por ejemplo, las series y programas de la televisión o las canciones. La tecnología que hoy es de fácil acceso seguramente facilita la introducción de la influencia lingüística a las generaciones más jóvenes que asimilan nuevos conocimientos más pronto. Es sorprendente que, los hombres de la «generación 0» se muestran más favorable que las mujeres al uso de los anglicismos en sus conversaciones coloquiales españolas. En general, parece que el fenómeno de los anglicismos es un poco más popular entre las mujeres que es entre los hombres.

Por otro lado, tenemos representantes de la educación superior, que a pesar de que muestran conocimiento de las palabras inglesas dadas, se muestran menos propicios a usarlas. Como ya hemos visto en el análisis cualitativo, en las respuestas menos favorables a los anglicismos se enumeran las razones de esa opinión. Se menciona, entre otros, que la lengua española tiene un vocabulario muy rico, o que la cultura se empobrece, cuando la lengua se empobrece por el uso más frecuente de los anglicismos. Parece que, con el mayor grado de instrucción viene más autoconsciencia en cuanto al uso de la lengua propia.

Otro factor muy importante para el uso más frecuente de los anglicismos fue el ámbito. En este caso, la hipótesis inicial se confirma con el análisis de los datos. Los resultados que salen de la pregunta, que investiga en qué circunstancias se usan los anglicismos, muestran muy claro que es más popular usar los anglicismos en la casa, con los amigos o con los padres, es decir en contextos sociales más relajados. Las mujeres también han mostrado una tendencia a usar los anglicismos en la escuela, que podría indicar un ámbito más formal, pero que, en realidad, se entiende por los encuestados más en términos de condiciones amistosas. La idea de que el uso de los anglicismos es más aceptado en circunstancias informales también se confirma en el análisis adicional de, por ejemplo, el uso de la palabra *show*, donde algunos encuestados dicen que usan la palabra, pero en contextos menos formales. Es también interesante destacar que, entre los resultados que mostraban que es aceptado usar los anglicismos en el entorno de trabajo, se han destacado las palabras, como *click*, *video*, *e-mail*, *online*, *staff* o *cash*, que son palabras que describen acciones o cosas muy técnicas.

Los resultados discutidos ahora son mayormente conclusiones hechas sobre la base de los datos cuantitativos. Además, no es menos importantes mencionar las conclusiones obtenidas en el análisis de la parte cualitativa. La primera hipótesis hecha sobre los factores menos tangibles, que influyen en el uso más frecuente de los anglicismos, fue que se hace por costumbre. El análisis verifica esa hipótesis. Como hemos visto durante el análisis de las respuestas con opiniones positivas hacia el uso de los anglicismos, fueron 13 casos donde la gente decía que el uso de los anglicismos se ve como normal o habitual.

Las opiniones de la gente sobre la lengua inglesa y el uso de los anglicismos en la vida cotidiana implican también que es un tipo de moda. Como ya hemos visto, los encuestados han mencionado algunas fuentes que influyen en el uso habitual de los anglicismos, lo cual implica que hay muchas fuentes de influencia de la lengua inglesa. Además de los programas de televisión, o la música, la mujer G2\_m\_uni\_1 dice, que la razón por la cual la gente usa más los anglicismos es porque lee y estudia menos, cuya consecuencia es, como ella dice: «una relajación de una lengua como la castellana». Podemos concluir que, con la corriente en alza que suministra información inmediata: por ejemplo las series, películas y todo el campo de la publicidad, que es fuertemente influenciada por la lengua inglesa, se facilita asimilación de la información y por eso también de los anglicismos. La presencia de la lengua inglesa por doquier hace que el uso de palabras inglesas sea un tipo de moda. Como G0\_M\_sec\_2 dice: «yo creo que **cogemos manías y muchas veces cuando tenemos una palabra es algo que te sale solo.**»

Además, parece que a veces las palabras inglesas reflejan mejor el sentido del mensaje o de la actitud que la gente quiere expresar. Un buen ejemplo de eso son las palabras *show* y *shock*. Muchos de los encuestados han dicho que usan la palabra *show* para describir un acto que llama la atención, en un sentido negativo. Mucha gente también asocia la palabra *shock* con una situación específica, muy fuerte, que describe un estado crítico o grave de salud. Para muchos de los encuestados fue también difícil encontrar un buen significado en español para la palabra *living*. Algunos de los encuestados han mostrado que usan la palabra a veces para describir un estado de «vivir algo», en un sentido positivo. En este caso los encuestados expresaban que el significado español no refleja bien la actitud y el estado eufórico, que sí refleja la palabra inglesa.

La parte más interesante de este estudio fue investigar si el uso de los anglicismos es impulsado por una emoción que da un cierto tipo de prestigio, que a su vez podría explicar una mayor popularidad de ese fenómeno. ¿Es posible que se asocie el inglés con la



innovación? Como hemos visto en el capítulo teórico sobre la historia del contacto entre las lenguas inglesa y española, el inglés ha supuesto un gran impacto en el mundo, especialmente desde los tiempos del imperio británico, hasta la popular idea de «American way of life» que creció en los tiempos después de la Segunda Guerra Mundial. En esta época, el inglés servía como un portador de la innovación científica y tecnológica, como el lenguaje del negocio, comercio y cultura popular (Furiassi et al., 2).

En general, la lengua inglesa es bien vista. El análisis de la parte cualitativa de la encuesta muestra que todavía hoy se ve la lengua inglesa como «importante». Se ve la lengua inglesa como una lengua innovadora. Se deriva esta conclusión especialmente de los comentarios de los encuestados que dicen que los anglicismos dan un toque moderno, que enriquecen la lengua española, que son necesarios por las innovaciones de tecnología que originalmente se describe con la lengua inglesa. Hemos también visto que, la gente expresa que la lengua inglesa, es importante en cuanto a los negocios, para viajar o para obtener un mejor trabajo. La idea de saber la lengua inglesa se asemeja a la idea general del sueño estadounidense, que suele referirse a los ideales que garantizan la oportunidad de prosperar y tener éxito. Los encuestados que tienen poco, o ningún conocimiento, de la lengua inglesa, especialmente los representantes de las generaciones mayores expresan un deseo de ser incluido a ese mundo con mayores posibilidades, que crea el conocimiento de la lengua inglesa. Se puede ejemplificarlo con la respuesta de G3\_H\_ana\_2 que dice que no sabe el inglés, pero según él «es bueno que saber idiomas, pero... abre puertas laborales y eso, pero...». La expresión que el conocimiento de la lengua inglesa «abre puertas» se puede entender como que ‘da más posibilidades’. Toda la gente quiere tener las mismas oportunidades que otros, y parece que el conocimiento de la lengua inglesa se ve como algo que definitivamente mejora las posibilidades.

Un punto clave que surge del análisis de las entrevistas y las encuestas hechas, es que se destaca la importancia de la lengua como creadora de unión y de pertenencia a una comunidad más grande. Se da noción de que la gente sabe que la lengua inglesa es fundamental para la comunicación con el resto del mundo; pero, al mismo tiempo, algunas personas consideran que les cuesta, especialmente la pronunciación. Como ya se ha mencionado, una cosa no medible, aunque importante, fue la reacción sobre si se deseaba participar en la encuesta. Me encontré con muchos rechazos, pero alguna gente también expresaba un sentimiento de tranquilidad después de que se les aseguró que todas las preguntas de la encuesta eran en español. Esto denota que mucha gente hace mucha

autocrítica, y de una manera parecen tener un poco miedo ante la posibilidad de tener que hablar en inglés, de malinterpretar algo, ser mal entendidos o en general no entender. Esto revela que el conocimiento de lenguas da mucha confianza, y no saber nos hace vulnerables. Definitivamente, cuanto más presente se hace la lengua inglesa, tanto más se puede sentir que crea una brecha, entre los que saben hablar el inglés y los que no saben. Especialmente los que no hablan el inglés expresan que es difícil para ellos. Varias veces se podría encontrar casos donde los encuestados, especialmente los que no hablan inglés, decían que el conocimiento de la lengua inglesa es importante. Por ejemplo, G3\_M\_ana\_1 dice que sabe inglés es importante para poderse «**relacionar con todo el mundo**». Un sentido de pertenencia es parte de nuestro ADN. Como la lengua inglesa se percibe como una lengua moderna, que se asocia con avances tecnológicos, y que es una lengua muy importante, parece que la gente percibe el conocimiento de la lengua como una necesidad de pertenencia. Los resultados descritos ahora reflejan mayormente las actitudes positivas hacia la lengua inglesa, y cómo influyen en el comportamiento. Aunque las opiniones negativas forman una minoría, es importante mencionar, que también hay opiniones que expresan que el uso de los anglicismos empobrece la lengua española, lo que se considera algo negativo. Como hemos visto esas opiniones reflejan especialmente los encuestados con un mayor grado de nivel de instrucción. Cuando, con el uso de los anglicismos se inserta piezas de cultura extranjera, al mismo tiempo se pierde piezas de la cultura propia. Aunque para algunos puede ser difícil expresar el motivo, la gente admite que la vida es así, y aunque es una lástima, es algo inevitable. Este pensamiento de alguna manera refleja la reconciliación de la gente con el hecho de que «la lucha» contra los anglicismos ya está perdida. Como, por ejemplo, hemos visto con el ejemplo de G3\_M\_uni\_1 que dice:

«Pienso, que lo hacemos todos. Que ya es habitual. Porque las series de televisión, en la calle, la gente tiene muy interiorizado las palabras inglesas, **pero creo que, no es bueno para las otras lenguas, porque las otras lenguas se empobrecen.** Porque las otras lenguas, como por ejemplo **el español, tiene también SUS palabras propias y la gente no las usa al final, y pierden importancia.** Y entonces, considero que... todos los usamos, sin que... involuntariamente, **todo los usamos, pero no debería.** No debería».

## Futuras investigaciones

Como se indica en el estudio, durante el trabajo de campo aparecieron algunos inconvenientes, que pudieron influir en que los resultados no hayan alcanzado todo su potencial. En los siguientes párrafos se presentarán algunas ideas acerca de las nuevas vías de investigación que podrían tratarse en un futuro trabajo sobre los anglicismos.

Una de las propuestas para una investigación futura sería aplicar algunos cambios en las preguntas de la encuesta. En primer lugar, la pregunta inicial acerca de la opinión sobre la lengua inglesa del encuestado creó algunos inconvenientes, puesto que fue bastante general. Como se ha comentado, la formulación muy general de la pregunta tenía la intención de abrir la conversación. Es importante destacar que el carácter muy general de la pregunta no influía demasiado en el análisis, y permitía llevar a cabo el estudio de las actitudes hacia la lengua. La repetitividad de la respuesta «¿sobre la lengua?» al oír la primera pregunta de la encuesta, daba la impresión de que los encuestados pensaban sobre otras cosas que se asocian con la lengua inglesa. En una investigación futura se podría tal vez dar la oportunidad al encuestado de hablar no sólo de la lengua, sino también de la cultura que representan los angloparlantes, que se asocia con la lengua inglesa. Esto podría crear una perspectiva más amplia sobre la actitud.

En segundo lugar, la pregunta cuyo objetivo era investigar las circunstancias en que se usan los anglicismos creaba algunos inconvenientes, por lo que el análisis de las circunstancias se vuelve muy vago. Para una investigación futura se podría precisar más las opciones sobre el entorno o contexto, para que pudieran revelar con mayor claridad si el encuestado indica las circunstancias formales, o menos formales.

En general, la combinación de todas las preguntas y los quince anglicismos puede parecer como una encuesta extensa, pero el estudio permitía llegar a algunas conclusiones muy interesantes. Puesto que el estudio de los anglicismos desde el aspecto cognitivo es muy extenso, sería muy interesante continuar el desarrollo de las investigaciones de los anglicismos desde el punto de vista de actitud lingüística.

Finalmente, la localidad del estudio es muy específica por lo que sería una buena idea aumentar el alcance del estudio, e incluir opiniones de personas de otras zonas de España, lo que ofrecería la oportunidad de una mayor comparación.

## Bibliografía

- Agheyisi, Rebecca y Joshua A. Fishman. «Language attitudes studies: A brief survey of methodological approaches». *Anthropological Linguistics* Vol. 12, Nº 5 (1970): págs. 137-157
- Blas Arroyo, José Luis. *Sociolingüística del español. Desarrollos y perspectivas en el estudio de la lengua española en contexto social*. Madrid: Cátedra Lingüística, 2005
- Cestero Mancera, Ana María. «Intercambio de turnos de habla en la conversación en la lengua española». *Revista Española de Lingüística*. Vol. 24, Nº 1 (1994): págs. 77-99
- «Correos Express inaugura una plataforma en Tarragona ante el aumento de la demanda». *El Periódico*. El Periódico. 2018. Internet: [«https://www.elperiodico.com/es/economia/20180903/correos-express-inaugura-una-plataforma-en-tarragona-ante-el-aumento-de-la-demanda-7016170»](https://www.elperiodico.com/es/economia/20180903/correos-express-inaugura-una-plataforma-en-tarragona-ante-el-aumento-de-la-demanda-7016170) Leído: 03.09.2018
- Dwerkin, Steve. «Anglicisms in Spanish». *A history of the Spanish lexicon*. Gran Bretaña: Oxford University Press, 2012. pp. 212-229.
- Eberhand, David M., Gary F. Simons, y Charles D. Fenning. «Chinese, Mandarin». *Ethnologue. Languages of the World*. Dallas, Texas: SIL International. (eds.). 2019. Internet: [«https://www.ethnologue.com/language/cmn»](https://www.ethnologue.com/language/cmn) Leído: 20.09.2018
- «English». *Ethnologue. Languages of the World*. Dallas, Texas: SIL International. (eds.). 2019. Internet: [«https://www.ethnologue.com/language/eng»](https://www.ethnologue.com/language/eng) Leído: 20.09.2018
- «El alcalde de La Llagosta lanza un SOS a la Generalitat». *El Periódico*. 03.09.2018. Internet: [«https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20180903/la-llagosta-alcalde-batalla-campal-7015817»](https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20180903/la-llagosta-alcalde-batalla-campal-7015817) Leído: 03.09.2018
- Furiassi, Cristiano, Virginia Pulcini y Félix Rodríguez Gonzáles. *The Anglization of European Lexis*. Amsterdam: John Bejamins Publishing Company, 2012.
- López Morales, Humberto. *Sociolingüística*. España: Gredos Biblioteca Románica Hispánica, 2004.

- McKenzie, Robert M. *The Social Psychology of English as a Global Language. Attitudes, Awareness and Identity in the Japanese Context*. United Kingdom: Springer, 2010.
- Medina López, Javier. *El anglicismo en el español actual*. Madrid: Cuadernos de lengua española, 2004.
- «Messi, fuera del podio de 'The Best' de la FIFA». *El Periódico*. 03.09.2018. Internet: [«https://www.elperiodico.com/es/barca/20180903/messi-mejor-del-mundo-cristiano-modric-fifa-7016131»](https://www.elperiodico.com/es/barca/20180903/messi-mejor-del-mundo-cristiano-modric-fifa-7016131) Leído: 03.09.2018
- «Metodología general». *PRESEEA. Proyecto para el estudio sociolingüístico del español de España y de América*. PRESEEA. 2003. Internet: [«http://preseea.linguas.net/Portals/0/Metodologia/METODOLOGÍA%20PRESEEA.pdf»](http://preseea.linguas.net/Portals/0/Metodologia/METODOLOGÍA%20PRESEEA.pdf) Leído: 10.12.2018.
- Moreno Fernández, Francisco. *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*. España: Ariel Letras, 1998.
- *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*. España: Ariel Letras, 2009.
- Navarro, Fernando A. «La anglización del español: mucho más allá de *bypass*, *piercing*, *test*, *airbag*, *container* y *spa*.» *Actas del III Congreso Internacional «El español, lengua de traducción» Contacto y Contagio*. Puebla, México. 2006: 213-32
- Oppenheim, A. N. *Questionnaire Design, Interviewing and Attitude Measurement*. Great Britain: Continuum, 1992.
- Piñeiro, Claudia. *Tuya*. México: Alfaguara, 2012.
- «Población según nacionalidad (principales nacionalidades)», 2018. *Gobierno Provincial Alicante. La Dipu de los pueblos*. Diputación de Alicante. 2019. Internet: [«http://documentacion.diputacionalicante.es/4hogares.asp?codigo=03014»](http://documentacion.diputacionalicante.es/4hogares.asp?codigo=03014) Leído: 18.05.19
- Pratt, Chris. *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Madrid: Gredos, 1980.

Quesada Pacheco, Miguel Ángel. «Actitudes lingüísticas de los hispanohablantes hacia su propia lengua: nuevos alcances» *Zeitschrift für romanische Philologie*. Vol. 135, Nº 1 (2019): págs. 158-194.

Rodríguez Gonzáles, Félix. «Anglicismos en el argot de la droga» *Atlantis*. Vol. 21, Nº 1-2. (1994): págs. 179-216

— «Anglicisms in contemporary Spanish. An overview». *Atlantis: Revista de la Asociación Española de Estudios Anglo-Norteamericanos*. Vol. 21, Nº 1-2. (1999): págs. 103-139. Internet: «<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=638001>» Leído: 04.11.2018.

Vázquez Amador, María. «El tratamiento de un corpus de anglicismos de la prensa mexicana del siglo XX en los diccionarios de la RAE.» *Anuario de Letras. Lingüística y Filología, Vol 3, Número 2* (2015): págs. 273-311. Internet: «<https://revistas-filologicas.unam.mx/anuario-letras/index.php/al/article/view/1337>» Leído: 19.10.2018

Warren, Paul. *Introducing Psycholinguistics*. United Kingdom: University Printing House, Cambridge CB2 8BS, 2013.

Weinreich, Uriel. *Languages in contact, findings and problems*. The Hague: Mouton Publishers, 1968.

# Anexo

## La encuesta

SEXO: hombre  mujer  EDAD: \_\_\_\_\_ NIVEL DE INSTRUCCIÓN: \_\_\_\_\_ PROFESIÓN: \_\_\_\_\_  
 (primaria, secundaria, estudios)

1. En general, ¿que piensa usted de la lengua inglesa? ¿Por qué?

---

2. En general, ¿cuál es su posición/opinión en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se habla en español?

---

3. Lea las siguientes palabras que aparecen a la izquierda de la hoja. Si le parece conocida la palabra, responda a todas las preguntas que siguen la palabra en la derecha. Si no conoce una palabra ponga un X (que NO la conoce) y responda solamente a la pregunta puesta en amarillo.

| Palabra | ¿Conoce la palabra?  | ¿Usa la palabra en las conversaciones coloquiales españolas? (SI o NO) EN CASO DE SÍ: ¿en qué circunstancias (en casa, escuela, con amigos etc. - rodea la respuesta)? ¿Podría dar ejemplos de contexto o frase/oración con la palabra? | ¿Tiene la sensación de que es una palabra positiva o negativa? (¿Por qué?)                | Menciona un equivalente de la palabra en español.   | ¿Prefiere usar la palabra inglesa o española? (¿Por qué?)                                |
|---------|--|---|---|---|--|
| SHOW    | SI: <input type="checkbox"/><br>NO: <input type="checkbox"/> | SI: <input type="checkbox"/> con amigos en la escuela<br><input type="checkbox"/> en casa en el trabajo<br>con los padres en la iglesia<br>otros:<br>NO: <input type="checkbox"/><br>contexto:  | POSITIVA <input type="checkbox"/><br>NEGATIVA <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ | _____<br>¿Es difícil pensar de una palabra en español?<br>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> inglesa<br><input type="checkbox"/> española<br>Explique: _____ |

|       |  |  |   |  |  |
|-------|--|--|---|--|--|
| CLICK | SI: <input type="checkbox"/><br>NO: <input type="checkbox"/> | SI: <input type="checkbox"/> con amigos en casa<br><input type="checkbox"/> con los padres<br><input type="checkbox"/> otros:<br>contexto: | POSITIVA <input type="checkbox"/><br>NEGATIVA <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ | ¿Es difícil pensar de una palabra en español?<br>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | inglesa <input type="checkbox"/><br>española <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ |
| SEXY  | SI: <input type="checkbox"/><br>NO: <input type="checkbox"/> | SI: <input type="checkbox"/> con amigos en casa<br><input type="checkbox"/> con los padres<br><input type="checkbox"/> otros:<br>contexto: | POSITIVA <input type="checkbox"/><br>NEGATIVA <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ | ¿Es difícil pensar de una palabra en español?<br>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | inglesa <input type="checkbox"/><br>española <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ |
| LIGHT | SI: <input type="checkbox"/><br>NO: <input type="checkbox"/> | SI: <input type="checkbox"/> con amigos en casa<br><input type="checkbox"/> con los padres<br><input type="checkbox"/> otros:<br>contexto: | POSITIVA <input type="checkbox"/><br>NEGATIVA <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ | ¿Es difícil pensar de una palabra en español?<br>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | inglesa <input type="checkbox"/><br>española <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ |
| GAY   | SI: <input type="checkbox"/><br>NO: <input type="checkbox"/> | SI: <input type="checkbox"/> con amigos en casa<br><input type="checkbox"/> con los padres<br><input type="checkbox"/> otros:<br>contexto: | POSITIVA <input type="checkbox"/><br>NEGATIVA <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ | ¿Es difícil pensar de una palabra en español?<br>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | inglesa <input type="checkbox"/><br>española <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ |



|        |  |   |   |  |  |
|--------|--|---|---|--|--|
| LIVING | SI: <input type="checkbox"/><br>NO: <input type="checkbox"/> | SI: <input type="checkbox"/> con amigos en casa<br><input type="checkbox"/> con los padres<br><input type="checkbox"/> con los padres en la iglesia<br><input type="checkbox"/> otros.<br>NO: <input type="checkbox"/><br>contexto: | POSITIVA <input type="checkbox"/><br>NEGATIVA <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ | ¿Es difícil pensar de una palabra en español?<br>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | inglesa <input type="checkbox"/><br>española <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ |
| VIDEO  | SI: <input type="checkbox"/><br>NO: <input type="checkbox"/> | SI: <input type="checkbox"/> con amigos en casa<br><input type="checkbox"/> con los padres<br><input type="checkbox"/> con los padres en la iglesia<br><input type="checkbox"/> otros.<br>NO: <input type="checkbox"/><br>contexto: | POSITIVA <input type="checkbox"/><br>NEGATIVA <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ | ¿Es difícil pensar de una palabra en español?<br>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | inglesa <input type="checkbox"/><br>española <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ |
| E-MAIL | SI: <input type="checkbox"/><br>NO: <input type="checkbox"/> | SI: <input type="checkbox"/> con amigos en casa<br><input type="checkbox"/> con los padres<br><input type="checkbox"/> con los padres en la iglesia<br><input type="checkbox"/> otros.<br>NO: <input type="checkbox"/><br>contexto: | POSITIVA <input type="checkbox"/><br>NEGATIVA <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ | ¿Es difícil pensar de una palabra en español?<br>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | inglesa <input type="checkbox"/><br>española <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ |
| STAFF  | SI: <input type="checkbox"/><br>NO: <input type="checkbox"/> | SI: <input type="checkbox"/> con amigos en casa<br><input type="checkbox"/> con los padres<br><input type="checkbox"/> con los padres en la iglesia<br><input type="checkbox"/> otros.<br>NO: <input type="checkbox"/><br>contexto: | POSITIVA <input type="checkbox"/><br>NEGATIVA <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ | ¿Es difícil pensar de una palabra en español?<br>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | inglesa <input type="checkbox"/><br>española <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ |

|       |  |  |   |  |  |
|-------|--|--|---|--|--|
| TOP   | SI: <input type="checkbox"/><br>NO: <input type="checkbox"/> | SI: <input type="checkbox"/> con amigos en casa<br>NO: <input type="checkbox"/> con los padres<br>otros: <input type="checkbox"/><br>contexto: | POSITIVA <input type="checkbox"/><br>NEGATIVA <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ | ¿Es difícil pensar de una palabra en español?<br>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | inglesa <input type="checkbox"/><br>española <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ |
| CASH  | SI: <input type="checkbox"/><br>NO: <input type="checkbox"/> | SI: <input type="checkbox"/> con amigos en casa<br>NO: <input type="checkbox"/> con los padres<br>otros: <input type="checkbox"/><br>contexto: | POSITIVA <input type="checkbox"/><br>NEGATIVA <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ | ¿Es difícil pensar de una palabra en español?<br>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | inglesa <input type="checkbox"/><br>española <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ |
| SHOCK | SI: <input type="checkbox"/><br>NO: <input type="checkbox"/> | SI: <input type="checkbox"/> con amigos en casa<br>NO: <input type="checkbox"/> con los padres<br>otros: <input type="checkbox"/><br>contexto: | POSITIVA <input type="checkbox"/><br>NEGATIVA <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ | ¿Es difícil pensar de una palabra en español?<br>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | inglesa <input type="checkbox"/><br>española <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ |
| HEAVY | SI: <input type="checkbox"/><br>NO: <input type="checkbox"/> | SI: <input type="checkbox"/> con amigos en casa<br>NO: <input type="checkbox"/> con los padres<br>otros: <input type="checkbox"/><br>contexto: | POSITIVA <input type="checkbox"/><br>NEGATIVA <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ | ¿Es difícil pensar de una palabra en español?<br>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | inglesa <input type="checkbox"/><br>española <input type="checkbox"/><br>Explique: _____ |

|                 |  |  |  |  |   |
|-----------------|--|--|--|--|---|
| <p>SANDWICH</p> | <p>SI: <input type="checkbox"/><br/>NO: <input type="checkbox"/></p> | <p>SI: <input type="checkbox"/> con amigos en la escuela<br/>en casa en el trabajo<br/>con los padres en la iglesia<br/>otros: <input type="checkbox"/><br/>NO: <input type="checkbox"/><br/>contexto:</p> | <p>POSITIVA <input type="checkbox"/><br/>NEGATIVA <input type="checkbox"/><br/>Explique: _____</p> | <p>¿Es difícil pensar de una palabra en español?<br/>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> | <p><input type="checkbox"/> inglesa<br/><input type="checkbox"/> española<br/>Explique: _____</p> |
| <p>ONLINE</p>   | <p>SI: <input type="checkbox"/><br/>NO: <input type="checkbox"/></p> | <p>SI: <input type="checkbox"/> con amigos en la escuela<br/>en casa en el trabajo<br/>con los padres en la iglesia<br/>otros: <input type="checkbox"/><br/>NO: <input type="checkbox"/><br/>contexto:</p> | <p>POSITIVA <input type="checkbox"/><br/>NEGATIVA <input type="checkbox"/><br/>Explique: _____</p> | <p>¿Es difícil pensar de una palabra en español?<br/>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> | <p><input type="checkbox"/> inglesa<br/><input type="checkbox"/> española<br/>Explique: _____</p> |

Entrevistas

*Índice de abreviaturas:*

G0 – generación 0

G1 – generación 1

G2 – generación 2

G3 – generación 3

ana – nivel de educación «analfabetos»

sec – nivel de educación «enseñanza secundaria»

uni – nivel de educación «enseñanza universitaria»

P: pregunta/entrevistador

H: hombre

M: mujer

**Ejemplo:** G0\_H\_sec\_1 quiere decir: generación 0 \_ hombre \_ enseñanza secundaria \_  
representante número 1

Las siguientes entrevistas se basan en las transcripciones de actuales entrevistas de la primera parte de la encuesta hechas con los encuestados.

**G0\_H\_sec\_1:**

P: ¿Que piensas de la lengua inglesa?

H: ¿De la lengua inglesa?

P: Sí

H: Pues, la veo muy diferente a la española porque es como que escribís de una forma y pronuncias de otra. Y yo me lio mucho. A mi el inglés me gusta mucho. Pero me cuesta bastante piedad a pronunciación. Si que... intento mucho por, osa..., esta es mi profe, la que acabe decir es mi profe de inglés y intento mucho no que equivocarme la pronunciación y tal, pero soy un desastre de inglés porque siempre pronuncio como escribo, entonces me cuesta mucho.

P: Y en cuanto a que se usa palabras inglesas y se insértalas en oraciones españolas cuando se habla en español. ¿Qué piensas de eso?

H: ¿A ver tipo, por ejemplo... *zapping* o no?

P: Sí, por ejemplo.

H: Pues, no sé. Yo lo veo bien porque, es como un *espojler*, por ejemplo, que se usa, que es inglesa si son español. Yo lo veo bien porque, es como... si se da... si todo el mundo lo entiende y se adapta bien, porque tenemos que usar la palabra española si podemos usar la inglesa. Yo lo veo bien. Los profesores dicen «no, si tenemos un sustituto en español, que puedas sustituir la palabra de inglés hay que decirlo en nuestro idioma», pero yo lo veo bien.

### **G0\_H\_sec\_2:**

P: La primera pregunta es: ¿Qué piensas de la lengua inglesa? Sobre la lengua en general.

H: Muy fácil

P: ¿Y te gusta la lengua?

H: Sí

P: Y cuando se usa palabras inglesas a veces cuando se habla en español. ¿Piensas algo de eso?

H: Sí. Muchas palabras inglesas.

P: Y, ¿Qué es positivo o negativo?... ¿Te gusta las palabras inglesas?

H: Sí. Claro que sí.

### **G0\_H\_sec\_3:**

P: Vale, en general ¿Qué piensas de la lengua inglesa?

H: Bueno. Me gusta la lengua inglesa. Para...que es más fácil ir a otros países y hablar inglés. Pero como ser obligado a aprenderlo ya no.

P: Y en general en cuanto al fenómeno cuando se inserta palabras inglesas cuando se habla en español, ¿Qué piensas de eso?

H: Bueno, Hay muchas palabras que... que no existen en la lengua, en el lenguaje español. Que se traen de inglés. Eso sólo puedo entender. Pero las palabras que ya existen usaré el inglés hablando español ya me molesta un poco.

### **G0\_M\_sec\_1:**

P: Vale, quiero preguntarle ¿Qué piensas de la lengua inglesa? En general.

M: Pues, que... es fácil, pero hay que ponerle ganas, para españoles nos cuesta.

P: ¿Y te gusta la lengua?

M: Sí

P: En general, en cuanto al fenómeno cuando se usa palabras inglesas y se las inserta en oraciones españoles, cuando se habla en español, ¿Qué piensas de eso?

M: Pues, Una parte bien. Porque tenemos que relacionarnos con el resto de culturas, per por

otra parte mal porque perdemos la identidad propia, de la propia cultura.

P: ¿Y piensas que es algo malo o bueno?

M: Yo creo que... en general, es bueno.

### **G0\_M\_sec\_2:**

P: ¿Qué piensas en general de la lengua inglesa?

M: No sé, yo creo que el inglés para comunicar en cualquier país y con cualquier persona más o menos por el nivel básico.

P: Y en cuanto a el uso de las palabras inglesas, cuando se inserta en habla española, cuando se usa palabras inglesas para, no sé... describir algo en vez de usar las palabras españolas.

¿Qué piensas?

M: Vale, cuando decimos *fuck* hablando en nuestro idioma. No sé, yo creo que cogemos manías y muchas veces cuando tenemos una palabra es algo que te sale solo

### **G0\_M\_sec\_3:**

P: En general, ¿Qué piensas de la lengua inglesa?

M: De la lengua inglesa. [Yyy]... Me encanta porque yo estoy haciendo traducción de inglés. Entonces, me encanta. Y cada vez quiero aprender más.

P: Pero ¿Por qué?

M: Porque me gusta los idiomas. Y porque me parece no sé... una lengua súper bonita de escuchar.

P: Vale. Y en general, ¿Qué piensas del uso de palabras inglesas cuando se inserta en habla española?

M: Pues, no sé, ya estoy acostumbrada. La verdad. Hay gente que le molesta, pero a mi no, así, estoy acostumbrada, y no sé, hasta suena mejor.

### **G1\_H\_ana\_1:**

H: ¿Pero tengo que hacer en inglés, o?

P: No es español.

P: ¿Qué piensas en general de la lengua inglesa?

H: No sé. Me parece, que es la primera lengua del mundo para hablar. Yo no sé. Parece la más importante, ¿no? Para mi gusto.

P: Vale: Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando a vez se usa en vez de las españolas. ¿Qué piensas de eso?

H: ¿Cómo como?

P: Como a veces se usa palabras inglesas en vez de españolas.

H: Sí. Entiendo. ¿Qué pienso con respeto a eso?

P: Sí.

H: No sé. Yo creo que al fin y al cabo el *Internet* hace mucho daño. Y llevo a que esas palabras se usen por el *Internet*...

P: ¿Pero no es algo malo?

H: Para mí no. Es mayor, uso mucho.

### **G1\_H\_ana\_2:**

P: ¿En general, que piensa usted de la lengua inglesa?

H: ¿De la lengua inglesa?

P: Sí.

H: Muy bien, muy necesaria. Pues, es una pena que no sepa, porque no sé... me refienerando [sic] el inglés el *bachelor* [risa].

P: Y en cuanto al uso de palabras inglesas cuando se inserta en habla española, ¿Qué piensa de eso? Que se usa algunas palabras inglesas en español.

H: ¿Qué pienso?

P: Sí.

H: Bueno... Positivo. Que son palabras internacionales que las usamos a modo diario para aumento momento, muy bien.

### **G1\_H\_ana\_3:**

P: En general, ¿qué piensas de la lengua inglesa?

H: Complicada.

P: ¿Complicada?

H: Para mí al menos.

P: ¿Pero le gusta o no?

H: Sí, me gustaría aprenderla.

P: Y en cuanto al uso de palabras inglesas cuando se inserta en habla española, como a veces la gente usa las palabras inglesas en vez de españolas.

H: Cada vez más común. Bastante.

P: ¿No te parece mal o...?

H: No, no. Parece normal. De hecho, da un toque moderno.

### **G1\_M\_ana\_1:**

P: ¿Que piensa usted en general sobre inglés?

M: ...

P: Es totalmente anónimo todo.

M: Pues, que es muy importante saber hablar inglés.

P: ¿Sí?

M: Para mí, sí.

P: ¿Por qué?

M: Porque hoy día es una de las lenguas más importante, bueno, podemos decir la más importante.

P: Vale. En cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se inserta en oraciones españolas, cuando se habla en español. ¿Qué piensa de eso?

M: ¿Cómo?

P: Cuando se inserta palabras inglesas en habla española.

M: Se insertan...

P: Se usan palabras inglesas

M: Vale. Como *selfie*, *esmile* [sic], ¿todas esas cosas?

P: Sí

M: Ay, me parece bien.

### **G1\_M\_ana\_2:**

P: ¿Que piensa de la lengua inglesa?

M: ¿En general?

P: Sí.

M: ...

P: Si le gusta o no...

M: Sí, sí. Sí, me gusta.

P: ¿Por qué?

M: Otros idiomas. Realmente me gusta los idiomas. Aunque el... la lengua inglesa suena bonito [sic]. La tiene un acento bonito. Una dicción bonita.

P: Vale. Y en general, en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se habla en español, ¿tiene una opinión de eso?

M: No.



P: ¿No?

M: [Hmm] ... A ver. No está mal. Solo que muchas veces se usa como no hay adecuado.

### **G1\_M\_ana\_3:**

P: En general, ¿Qué piensa usted de la lengua inglesa?

M: ¿De la...?

P: De la lengua inglesa.

M: Que quiere que... bien.

P: ¿Bien?

M: ¿Como que por qué? Porque si no, cuando salemos fuera de España como mínimo el inglés.

P: Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando a veces se usa en vez de las españolas, en habla española. ¿sabe? ¿Qué piensa de eso? Que a veces se usa palabras inglesas y se inserta en habla española.

M: Hubo bien. Porque en español hay cosas que tenemos la costumbre de traducirlo todo y lo traducimos como no se apetece a nosotros, entonces mejor no cambiar la palabra de algo vuestro [sic ¿vuestro?]. Como, por ejemplo, la palabra *estop* [sic], todo el mundo sabe lo que significa.

### **G1\_H\_sec\_1:**

P: La primera pregunta es ¿Qué piensas de la lengua inglesa en general?

H: A ver. Creo que es de la más importante que haya en el mundo, porque la habla mucha gente y nos sirve para comunicarnos a nivel con personales de diferentes nacionalidades. Sí, que en futuro es, vale, muy importante.

P: Vale. Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando a veces se usa en vez de las españolas.

H: A ver. Eso esta bien, porque es como lo significa que nos podemos entender entre todos y que la lengua inglesa ya forma una parte de nuestra vida.

### **G1\_H\_sec\_2:**

P: ¿Qué piensa usted de la lengua inglesa en general?

H: Yo pienso que, es la lengua más hablada del mundo, y la más importante.

P: Vale. Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se habla en español. Como se inserta algunas palabras inglesas en habla española. ¿Qué piensa usted de eso?

H: No me parece mal. De hecho, creo que se debería integrar un poco más, debería estar un poco más integrado, sí. Por hacer más fácil así acceder [sic] al idioma inglés, que es.

### **G1\_H\_sec\_3:**

P: ¿En general, que piensas de la lengua inglesa?

H: ¿De la lengua inglesa?

P: Sí

H: Pues, me parece muy importante en estos tiempos, porque es como un idioma que todos ya están hablando, para comunicarte con otros países o con otras personas.

P: Vale. Y en cuantos al uso de palabras inglesas cuando se inserta en habla española, ¿tienes una opinión de eso? Cuando a veces se usa palabras inglesas en vez de españolas. ¿Sabes?

H: ¿Cuándo mezclas las palabras?

P: Sí

H: A, por ejemplo, yo viví en México, entonces muy común de que algunas palabras inglés [sic] se mezcla en español, entonces como de que es una inclusión entre idiomas.

P: Vale, pero ¿no te parece negativo no?

H: No, no. Hasta eso creo que te ayuda que entender algunas palabras o te ayuda como a... (¿)

### **G1\_M\_sec\_1:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

M: ¿De la lengua inglesa? Por es... súper importante hoy en día ... es la lengua internacional digamos, porque es la que más se usa para ... cualquier sitio te vayas o cualquier negocio que quiere hacer entender, y que es impeteible [sic] conocerla, y hablarla para poder obtener un buen trabajo a los mayores.

P: Bueno. En cuanto a las palabras inglesas cuando se insertan en oraciones españoles, cuando se habla en español. ¿Tiene una opinión de eso?

H: Bueno, es una consecuencia un poco de la globalización, e igual a que se pone negocios, a mejor en América tal pues, también sabes que ... (¿) Pero bueno. No creo que es nada negativo, siempre iguando [sic] usando las palabras adecuadas.

### **G1\_M\_sec\_2:**

P: En general, ¿qué piensa de la lengua inglesa?

M: Pues, que es muy útil y que, porque se habla por todas partes, y sirve para comunicarse entre diferentes culturas si viajas.

P: Y, ¿cuál es su posición en cuanto de uso de las palabras inglesas cuando se habla en

español? Si tiene una opinión sobre eso...

M: Que tendremos a cambiarlas por las palabras españolas, que las equivalentes, que adoptamos la versión inglesa

### **G1\_M\_sec\_3:**

P: En general, ¿qué piensa de la lengua inglesa?

M: De la lengua inglesa, que hoy día es la más importante al nivel mundial y europeo, y... pero creo que hay otras a las que poco a poco se abandone importancia, por ejemplo el español o el chino, porque son... China es una potencia emergente, y el español porque hay muchos, muchos hablantes.

P: Y en cuanto al fenómeno cuando se usa o se inserta palabras inglesas cuando se habla en español, ¿qué piensa de eso?

M: ¿Qué pienso? Pues, que, bueno... no pienso nada negativo, pero pienso que el español es una lengua muy rica, con unas raíces históricas muy marcadas, y que tiene suficiente vocabulario como para tener anglicismos.

### **G1\_H\_uni\_1:**

P: ¿Qué piensas en general sobre la lengua inglesa?

H: ¿De la lengua inglesa?

P: Sí.

H: Pues, me parece que es una, bueno... al plan, y el nivel actual... normalmente la lengua que conviene conocer, que todo el mundo conoce, que habla, que entiende, porque con el inglés nos manejamos prácticamente un montón, por ejemplo soy médico... y muchos de los artículos, los nombres que están en inglés que son científicas y médicas que me interesan y que para yo y mi conocimientos desde el punto inglés, muy bien...

P: Y en cuanto al fenómeno cuando a veces se usa palabras inglesas en vez de las españolas, ¿sabes? ¿Que piensas de eso? Que se inserta palabras inglesas en habla española...

H: ¿Como por ejemplo...?

P: *sexy, show...* y tal

H: Vale. Esta ya muy medida a nuestra cultura. El tema de digitar palabras inglesas, nosotros, ¿no? Bien. Yo estoy de acuerdo. Lo utilizo también.

### **G1\_H\_uni\_2:**

P: La primera pregunta es ¿Qué piensas en general de la lengua inglesa?

H: ¿De la lengua inglesa?

P: Sí.

H: [Eee] ... en general, el plan... ¿si es difícil de entenderlo, hablarlo? O ¿por la historia?

P: No sé, lo que piensas en general.

H: Bueno... por ejemplo, a mi me cuesta entenderlo. En lo que es puesto en idioma... entenderlo, hablarlo, pues, me cuesta. Sé que es muy importante, porque todo el mundo lo habla, y es uno de los principales requisitos en las empresas por si quieres trabajar, hablar inglés... es muy importante, sí. Y es bonito, más que todo, porque si quieres escuchar música en inglés quieres entenderlo. Pues de general ayuda y quieres entenderlo. Sí.

P: Vale. Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se insertan en habla española, ¿Qué piensas de eso?

H: ¿Cómo?, ¿cómo?

P: Como la gente usa a veces las palabras inglesas en vez de españolas

H: A, OK. Entiendo... ¿Qué pienso al respecto a eso?

P: Sí.

H: Pues... más que todo es por... [risa]... yo pienso que es...

P: ¿Qué parece bien o no?

H: A ver. Que eso depende [risa]. Por ejemplo... en decir «está bien» OK, pues una manera más corta, yo por ejemplo lo vi un poco más corta, en algunas expresiones. «OK. Sí, perfecto». *Ciao. Bye*. Por cosas, así. Que no sé. La verdad no se como decirte lo. Yo creo que da igual [risa].

### **G1\_H\_uni\_3:**

P: En general ¿Qué piensa de la lengua inglesa?

H: ¿En que sentido?

P: Si te gusta o no...

H: ... La (lengua) encuentro, un poco... yo diré... inexpressivo en algunos maticulos [sic], ¿puede ser decirlo?

P: [Mhm] (afirmativo)

H: Hay muchas palabras, por ejemplo, que se pueden utilizar con más que un significado, en inglés, y sin embargo que en español tenemos... distintas palabras por lo mismo. Eso, es que lo veo yo digo convergencia. A parte de eso, también, le veo bastante bien en el uso, puede utilizar en cualquier país.

P: En general, en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se inserta cuando se habla en español, ¿Qué piensas de eso? Que se inserta algunas palabras inglesas en oraciones

españolas.

H: ...No veo ningún problema. También referencias y nada más.

### **G1\_M\_uni\_1:**

P: ¿Que piensa de la lengua inglesa? En general.

M: Pues que la lengua inglesa es necesaria, por el uso de mundo y... cultural, y cada vez la necesitamos más para viajar, para trabajar y comunicarnos con otros.

P: Y cuando se inserta palabras inglesas en habla española, ¿qué piensa de eso?

M: ¿Cuándo?

P: Cuando se inserta palabras inglesas cuando se habla en español.

M: ¿Qué pienso?

P: Sí.

M: ¿De los préstamos?

P: Sí.

M: Bien. Me parece bien. Sí

### **G1\_M\_uni\_2:**

P: Entonces, la primera pregunta es, ¿Qué piensas de la lengua inglesa? En general...

M: Pues, a ver. Para mi la lengua inglesa es la lengua más fácil que hay de aprender porque, la estructura gramatical al respecto a otros sistemas de lengua, como son los latinos o los esclavos. En comparación con esos el inglés es más fácil.

P: Vale. Bien. Y en general, ¿en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se inserta en oraciones españolas cuando se habla en español?... ¿Tiene una opinión de eso?

M: Sí. Y... Pienso que deberíamos de... de dejar utilizar las palabras inglesas y utilizar las españolas. A ver. Ahora mismo, ¿qué palabras me ocurren para ejemplificarlo? Por ejemplo, tenemos, tenemos *outfit*, por ejemplo. *Outfit* podíamos utilizar «la ropa», pero el *outfit* crea un conjunto, decimos conjunto de ropa, o la ropa en general, vestuario, por ejemplo, en francés, que es la lengua que yo estudio, sí que hay una palabra concreta para *outfit*, pero en español no, en español tiene que utilizar palabras... más generales.

### **G1\_M\_uni\_3:**

P: ¿Qué piensas en general de la lengua inglesa?

M: ¿Qué pienso?

P: Sí.

M: Pues, A ver. Estamos estudiando la filología inglesa porque nos atrae la cultura, la

literatura, y lo relacionado con Inglaterra. Bueno, y con Estados Unidos también. Y pienso que es más fácil aprender inglés que aprender español.

P: Vale. Y en cuanto al uso de las palabras inglesas...

M: ¿Perdón?

P: ... y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se usa a veces en vez de las españolas. ¿Qué piensas de ese fenómeno?

M: Bueno, por ejemplo, que ahora... con el uso de *Internet*, y lo de necesionitar [sic] pues se haya más... bueno, yo creo que enriquece, más que otra cosa... el vocabulario.

### **G2\_H\_ana\_1:**

P: En general, ¿que piensa de la lengua inglesa?

H: No sé ¿que del idioma o de las personas?

P: Sí, del idioma.

H: Lo veo bien. Lo que tenía que hacer es estudiar inglés, por ejemplo, aquí en la comunidad Valenciana se estudia el valenciano, yo estoy en contra, yo estoy al favor del inglés.

P: Y en cuanto al fenómeno de palabras inglesas cuando se inserta en habla española, ¿que piensa de eso?

H: ¿Qué te hablan en castellano y te mezclan palabras en inglés?

P: Sí.

H: Nunca lo he... No te puede decir porque no sé... no lo escucha nunca.

### **G2\_H\_ana\_2:**

P: ¿Qué piensa de la lengua inglesa? En general.

H: Buena, muy simple para unos.

P: Vale. En general, en cuanto a uso de las palabras inglesas cuando se usa en vez de las españolas a veces...

H: Pues, yo no hago estas cosas. Que me parece muy... mal, porque habla tus palabras y en tu idioma y no hay que transfer de una a otra.

### **G2\_H\_ana\_3:**

P: En general, ¿que piensa de la lengua inglesa?

H: Es muy importante.

P: ¿Por qué?

H: Porque, es para mi de entre del castellano y inglés primera y segunda lengua. Son las más importantes.

P: Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando a veces se usa las palabras inglesas en vez de españolas, ¿qué piensa de eso?

H: ¿Los españoles usan las palabras inglesas?

P: Sí.

H: Está bien. No lo veo mal.

### **G2\_M\_ana\_1:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

M: Súper importante. ...Para... En ese momento para todo.

P: Y, ¿en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se inserta las palabras inglesas en habla española? En oraciones españolas. Cuando se habla en español y se usa palabras inglesas. ¿Tiene una opinión de eso?

M: Pues, Claro es bueno. Porque tu sabes que saber inglés se puede contestar, contestar en español.

### **G2\_M\_ana\_2:**

P: La primera pregunta es, ¿qué piensa en general de la lengua inglesa?

M: ... De la lengua inglesa... Ahora... que sería...Pues,

P: Si le gusta, o no...

M: Sí...

P: ¿Por qué?

M: Porque... Bueno. Los que saben hablar inglés no, pero los que no sabemos pues nos hace un poco difícil. Porque como... como viajamos y todo, pues entonces tenemos que saber para podemos relacionar.

P: Y también en cuanto a que la gente inserta palabras inglesas cuando se habla en español, ¿tiene una opinión de eso?

M: ...Claro...

P: ¿Qué piensa?

M: Cuando no se puede hablar, pues... muchos idiomas, uno como que no puede relacionarse con las personas.

P: ¿Es difícil no?

M: Es difícil. Exacto.

### **G2\_M\_ana\_3:**

P: ¿Qué piensa usted en general de la lengua inglesa?

M: ¿De la...?

P: De la lengua inglesa.

M: ...

P: ¿Qué le gusta o no?

M: Sí

P: ¿Sí? ¿Por que?

M: No sé. Porque lo hablando [sic] mucho de ... no sé.

P: Y en general, en cuanto al uso de las palabras inglesas en habla española, como a veces se mezcla o usa las palabras inglesas en vez de españolas. ¿Tiene una opinión sobre eso?

M: No la uso.

P: ¿No?

M: No lo uso no.

### **G2\_H\_sec\_1:**

P: ¿Qué piensa de la lengua inglesa en general?

H: A, bien. Yo muy bien. Me gusta mucho. Las inglesas me gustan mucho. La lengua me gusta mucho.

P: ¿Y en cuanto al uso de palabras inglesas que se inserta cuando se habla en el español...?

H: Eso es... como de moler [sic, ¿molino] de vida, porque es de español que lógico que son ellos que llevan más o menos la batuta en cuanto a... a la tecnología, cuanto se... hay muchas palabras que hace salir incorporando, eso ya también pasaba antes en todas lenguas, lengua francesa, lengua... inglesa. Siempre cogen, por allí se sobre llega... o latín, o... Es normal. Lógico.

### **G2\_H\_sec\_2:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

H: ¿De qué?

P: De la lengua inglesa

H: ¿Qué pienso yo? ...

P: ¿Si le gusta o no...?

H: Sí.

P: Pero ¿por qué?

H: Me gusta porque... es común para como que estás en Europa, América. Porque es común a todos.



P: Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando a vez se usa en vez de las españolas.

¿Qué piensas de eso?

H: ¿Usar palabras inglesas?

P: Sí, inglesas en español

H: Me parece correcto.

P: ¿Correcto? ¿Sí? ¿Por qué?

H: Me parece bien, ... porque... queremos... así... que podemos tener en común, una entre España y otras... el idioma español y el idioma inglés

### **G2\_H\_sec\_3:**

P: ¿Qué piensa usted en general de la lengua inglesa?

H: No sé.

P: Si le gusta o no...

H: Hombre, gustarme, me gustaría saber hablar inglés, me gustaría saber hablar inglés.

P: Vale. Y en general, ¿que piensa usted del fenómeno cuando se inserta palabras inglesas en el habla española? Cuando se habla en español, pero usa... las palabras inglesas.

H: Sí. Yo lo veo bien.

P: ¿Sí?

H: Sí. Hay palabras que siempre van rodeando de unos idiomas a otros, lo veo normal. Al final hay palabras que nosotros no tenemos, y tenemos que coger de quien a las tiene.

### **G2\_M\_sec\_1:**

P: En general, ¿qué piensa de la lengua inglesa?

M: A mi me encanta. Me parece que es... una de las lenguas que mueve el mundo para todo, para los negocios. Que me parece súper necesaria. Nosotros tenemos tienda también en el aeropuerto y allí con el inglés... si no... niega todo mundo.

P: Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se inserta en habla española, cuando usa varias palabras...

M: Sí.

P: ¿Qué piensa de eso?

M: Sólo lo veo normal. No sé, porque al final es eso, está todo globalizado que... vamos a giriendo [sic] palabras incluso... modos, canciones, todo, todo, todo en inglés creo que nos influye.

### **G2\_M\_sec\_2:**

P: La primera pregunta es: ¿En general, que piensa de la lengua inglesa?

M: ¿Qué pienso de la inglesa? ... Me parece, bueno, que es una lengua... importante, hoy en día. Que todo mundo creo que tenemos que, que dominar, porque es un poco... la lengua... de todo mundo.

P: Bien. Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se habla en español, ¿tiene una opinión de eso, o una posición?

M: ¿Qué me parece?

P: Sí.

M: ¿Sobre que hemos oído muchos términos en inglés?

P: Sí.

M: Bueno. Supongo que al final es la evolución de la lengua, ¿no? Que vamos captando cosas que se utiliza en vida diaria y al final es algo...

P: Pero ¿no le parece algo negativo de ninguna manera no?

M: Bueno... Supongo que no me parece negativo siempre cuando mantengamos también nuestras palabras, de nuestro idioma, ¿no? Que no se pierda. Creo que a nivel de... coloquial pues es normal que se utilice, pero siempre cuando que el otro se lleva manteniendo.

### **G2\_M\_sec\_3:**

P: La primera pregunta es, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa en general?

M: No se, Puede ser que no entiendo la pregunta, ¿qué pienso? Pues...

P: ¿Si es una lengua útil...?

M: Sí. Todas las lenguas son útiles. Yo estoy estudiando inglés así que, perfecto. A mi me gusta el inglés y pienso que todas las lenguas son válidas.

P: Y en cuanto al uso... el fenómeno cuando se inserta las palabras inglesas cuando se habla en español, ¿qué piensa de eso?

M: Que depende que palabras son y a que vale sustituyen. Todo depende, porque hay palabras que sí, es cierto que en inglés tienen mucha más fuerza, pero hay otras que en castellano las tenemos y las estamos abandonando y no entiendo el por qué.

### **G2\_H\_uni\_1:**

P: En general, ¿qué piensa de la lengua inglesa?

H: De la lengua inglesa.

P: Sí.

H: [Eeh]... [risa].. Pues, a ver creo que es... ahora mismo es el... la lengua universal... Con

la que prácticamente en cualquier país te puedes comunicar un poco, en muchos más en otros menos. Y que, en España concreto, no, no se estudia muy bien. La gente. Y que debería potenciarse... ese estudio, para que la gente pueda viajar, trabajar, porque ahora mismo es la lengua número uno... aunque no es la más hablada, pero la más utilizada en todos los ámbitos, creo.

P: Y en general, ¿cuál es su posición o opinión en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se habla en el español?

H: Bueno, [Eeh] ... Creo que ahora se utiliza mucho más, que antes. Hay ciertas palabras que... creo que no tienen traducción con, para utilizarlas directamente en el español.

Entonces, la veo bien que se utilicen. Y otras que se han, han... han puesto por encima de las españolas, y por ejemplo *muffin* digamos, pues, no veo que se ve a utilizar porque hay una que ya existe de «magdalena», por ejemplo.

P: Piensa que es bueno o negativo usar las palabras...

H: ... Una cosa media digamos, porque para unas palabras sí que lo veo y otras que toda la vida... tipo *parking*, siempre se ha utilizado y creo que es universal, ¿no?

### **G2\_H\_uni\_2:**

P: En general quiero preguntar, ¿qué piensa de la lengua inglesa?

H: ¿Qué pienso de la lengua inglesa?...

P: ¿Si le gusta o no...?

H: Bueno... la conozco bien, y... es la lengua que se utiliza, porque sirve unión para todos los países, porque es una lengua que se estudia en todas partes para una lengua común, universal.

P: Y también, en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se inserta en oraciones españolas, cuando se habla en español, ¿qué piensa de eso?

H: Pues, que ya forma parte del... uso habitual para otros países comunicarse en inglés. Creo que de hecho no tenemos... a veces palabras claras en el castellano para identificar una palabra, que ya conocemos bien en inglés.

### **G2\_H\_uni\_3:**

P: Quiero preguntarle, ¿qué piensa de la lengua inglesa? En general.

H: ¿De la lengua inglesa? Para mí que, que es muy necesaria porque yo soy informático, y el idioma de la informática es inglés. Entonces, para mí siempre ha sido una necesidad, y he ido esa necesidad que cumplirla, el que va a ser trabajo, o por foi [sic] ...

P: Y cuanto se usa o inserta palabras inglesas cuando se habla en español, ¿qué piensa de eso?

H: ¿Qué pienso de eso? Pues en la informática es que es necesario... porque palabras que se crea en estados unidos y no... nosotros directamente cogemos esas palabras

### **G2\_M\_uni\_1:**

P: En general, ¿Qué piensa usted de la lengua inglesa?

M: ¿Qué pienso yo de la lengua inglesa?

P: Sí.

M: Bueno, la lengua inglesa creo que es un pasaporte para moverse por el mundo. Creo que es absolutamente necesario, tenerla lengua inglesa hoy en día si alguien quiere realmente... hacer cualquier... La verdad es que desempeñar cualquier trabajo, de provecho. Creo que nos guste y no nos guste, es la lengua internacional.

P: Y en general también cual es su posición o opinión en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se habla en español.

M: ¿El espanglish?

P: Sí.

M: [Risa] ... Bueno. El espanglish... yo creo que al fin es humano, pero no es correcto. La lengua... me has preguntado por la lengua inglesa, pero no me has preguntado por la lengua española. La lengua española también es importantísima en el mundo. Tres cuartas partes del mundo hablan español, esta en pleno crecimiento, sé que creciendo en español y creo que el castellano es una lengua muy rica, muchísimo más compleja que la inglesa, con lo cual tenemos muchísimo más vocabulario y por tanto es más fácil definir situaciones, tenemos un vocablo específico para cada... palabra inglesa y entonces utilizar las inglesas es simplemente, es una dejación. Es una relajación de una lengua como la castellana. Pues, bueno, se hace porque realmente hay cada vez menos cultura, la gente cada vez lee menos, se estudia poco y es una lástima, porque no hay ni una sola palabra inglesa que no tenga uno o varios vocablos más específicos en castellano. Pero bueno. La vida es así.

### **G2\_M\_uni\_2:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

M: Me encanta. Estoy estudiando inglés ahora mismo y me gusta mucho.

P: Y también que piensa de la... ¿Qué es su posición o opinión en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se habla en el español?

M: A mi me parece bien. A mi no me importa. Hay gente que no le gusta, pero yo... no me importa que lo como *jogging*, haya unas palabras, perfecto. Yo no tengo ningún problema en utilizar la y adaptarla al español. Ningún problema.

### **G2\_M\_uni\_3:**

P: Bueno, pues la primera pregunta es, ¿qué piensa en general de la lengua inglesa?

M: ¿La lengua inglesa? Pues, hombre hoy en día es que es necesario que todo mundo sepa inglés, porque es la lengua que nos sirve para comunicarnos, con gente de todo el mundo. Entonces, yo, por ejemplo, después del español fue la primera lengua que estudié. La (lengua) encuentro muy fácil al nivel de gramática. Es una lengua muy fácil de aprender. «Ehh»... Comparada con otras lenguas que yo hablo... Y la verdad que... como, como lengua pues, me parece que... que todo el mundo tiene que conocerla.

P: Y en cuanto al uso de las palabras inglesas que se inserta en cuando se habla en el español.

M: Sí.

P: ¿Qué es su posición o opinión?

M: Vale. Vale. Yo opino que está bien. Cuando en castellano no existe una palabra que pueda... utilizarse para esa... ese objeto o para esa... idea, está bien tomar palabras de otro idioma. Pero, a veces, se toma demasiadas palabras del inglés, puesto que es la lengua de moda y entonces a veces se pierden otras... palabras del castellano con lo cual supone un empobrecimiento, para nuestra lengua. ¿Vale? Pero no me parece mal que si se crean realidades es nuevas se utilice en inglés

### **G3\_H\_ana\_1:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

H: Está bien para, para a ver ... que los españoles aprender el inglés.

P: ¿Sí? ¿Por qué?

H: Por le sirve para trabajar.

P: Vale. Y en general en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se inserta en habla española, ¿qué piensa de eso? ¿Tiene una opinión?

H: No. Yo no podirlo [sic]... no, no se habla inglés.

### **G3\_H\_ana\_2:**

P: ¿Qué piensa usted de la lengua inglesa?

H: Pues, no se inglés.

P: Vale.

H: Es bueno saber idiomas. Abre puertas.

P: Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando a veces se vez de las españolas, ¿sabe?

Como se inserta palabras inglesas en habla española, ¿tiene una opinión de eso?

H: No sé. Es bueno que saber idiomas, pero... abre puertas laborales y eso, pero... [risa].

### **G3\_H\_ana\_3:**

P: ¿Qué piensa usted en general de la lengua inglesa?

H: Que es buena.

P: ¿Buena?

H: Sí.

P: ¿Por qué?

H: ¿Por qué? Porque haya hablado inglés, y he trabajado en Inglaterra, he trabajado en Norte América.

P: Y en cuanto al uso de las palabras inglesas en español, como a veces se usa...

H: La traduzco. Para traducirla.

P: Pero a veces se usa palabras inglesas a vez de...

H: Sí, hay veces. Sí, claro, hay palabras inglesas que se usa mucho.

P: Pero ¿qué piensa de eso? De ese fenómeno... ¿Qué es bueno, malo...?

H: Bueno. Bueno por su producción.

### **G3\_M\_ana\_1+2:**

P: En general, ¿Qué piensa usted de la lengua inglesa?

M1: Que me gustaría saber [risa].

P: ¿Sí? Y... ¿por qué?

M1: ¿Qué, por qué no he aprendido?

P: No, ¿por qué le gustaría saber?

M1: Bueno, Poderme relacionar con todo el mundo. Considero que la lengua...

P: Es muy útil, ¿no?

M1: Sí.

P: Vale. Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se inserta cuando se habla en español. ¿Tiene una opinión de eso?

M1: ¿De como se inserta...?

P: Como se inserta las palabras inglesas en el habla ...

M1: Es difícil.

P: ¿Difícil?

M1: Sí.

P: Vale. Y, ¿usted? ¿Qué piensa en general de la lengua inglesa?

M2: Por lo mismo que mi compañera. Es platin [sic] de bueno si que hay sepamos, porque yo tampoco no sé leer, tampoco lo sé. No pude, no pude aprender.

P: Vale. Y en cuanto al uso de las palabras inglesas en el habla española, cuando se inserta varias palabras...

M2: Por eso, muy difícil. A no saber. No entender... Te quedas así, un poco... con cara de... que no está diciendo.

### **G3\_M\_ana\_3:**

P: La primera pregunta es, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

M: Pues, el vehículo del mundo... hoy en día [risa].

P: Pero, ¿le gusta?

M: Bueno, sí.

P: Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se inserta en vez de las españolas a veces... ¿Qué piensa de eso?

M: Pues, al final eso es el vehículo del mundo y se transporta tu idioma... un vehículo por final [risa].

### **G3\_H\_sec\_1:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

H: Yo no hablo, pero... creo que es interesante. Porque es la primera relación con el mundo.

P: Vale. Y en cuanto al uso de las palabras inglesas, cuando se inserta en oraciones españolas, cuando se habla en español, ¿qué piensa de eso?

H: Supongo que... en inglés pasa lo mismo. Supongo... yo, supongo que allí pasa lo mismo. Hablan el inglés y intermedian dirán «joder» [risa]. Porque si tu estás aquí, cuando llegues allí, estabas hablando dirá... lo veo casi como normal.

### **G3\_H\_sec\_2:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

H: ...Tengo una opinión informada. Vamos a ver. Tengo muy buena opinión. Pienso que pocas décadas será el único idioma en el mundo junto con el español. Y el chino, también.

Pero... Que será la lengua dominante sobre todo porque es la lengua de la informática. Y la informática va más...

P: Sí, es muy útil en cuanto a informática, ¿no?

H: Muy útil, claro. El *Internet*, en general no son informática... El *Internet*, sí todo, aunque yo soy español yo hago muchas búsquedas en *Internet* en inglés, en cuando a más fin le

engaño al motor de «googel» [sic] y no sabe claro que me da respuestas más amplias en inglés.

P: Y en cuanto al fenómeno, que cuando se inserta palabras inglesas cuando se habla en español, ¿tiene una opinión de eso? ¿Si es positivo, o negativo?

H: Positivo. Enriquezca. Es normal porque, como lenguaje informático, el lenguaje inglés, es normal que tiene que adaptar a nuestro idioma al inglés.

### **G3\_H\_sec\_3:**

P: La primera pregunta es, ¿qué piensa usted en general de la lengua inglesa?

H: ¿De la lengua inglesa? Nada, me parece bien, que es la lengua... internacional.

P: Vale. Entonces, ¿le gusta?

H: Sí.

P: Y en general, en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se inserta en oraciones españolas, cuando se habla en español, ¿tiene una posición de eso, o opinión?

H: ¿En de las palabras inglesas que se añade al español?

P: Sí.

H: No. Me parece bien y lógico.

### **G3\_M\_sec\_1:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

M: ¡Ah!... Pues... bien. Pues, que... ¿cómo, cómo te digo?... pues, que es... bien, que está muy utilizada por todo el mundo, sí. Que es, es prácticamente con lo que se mueve, con lo que se comunican en distintos países. Es la lengua común, que todo... que la gente aprende para comunicarse con... los distintos países.

P: Y tiene una opinión en cuanto al fenómeno cuando se inserta palabras inglesas en oraciones españolas, cuando se habla en español.

M: ¿Tengo que decirte la verdad?

P: Sí.

M: [risa] No me gusta. Pero bueno, pero también... sea fácil. (recibe un teléfono a que responde) Me gusta... pero... porque el idioma español tiene... es muy rico, pero bueno hay que adaptarse a las circunstancias.

### **G3\_M\_sec\_2:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

M: Pues, que es, es muy útil y...



P: Muy útil ¿sí?

M: ...

P: Y en cuanto al uso de palabras inglesas cuando se habla en español, ¿qué es su opinión o posición? ¿Si es bueno...?

M: Bueno. Sí. Como ya están... integradas en nuestro idioma no me recuca [sin] extraño. No, me parece bien. A ser de un idioma muy utilizado por mucha gente, pues... entiendo que esté... ya integrado a nuestro idioma.

### **G3\_M\_sec\_3:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

M: ¿Qué pienso yo de la lengua inglesa? Pues, que es una lengua muy importante. Porque es la lengua... internacional, más hablada. De las lenguas más habladas. Cuando viajas, pero yo soy profesora de francés... [risa]... la competencia.

P: Sí, pero todas las lenguas son útiles, ¿no?

M: Sí. Todas las lenguas son útiles, sí.

P: Y en cuanto al fenómeno cuando se inserta palabras inglesas, cuando se habla en español. ¿Tiene una opinión de eso?

M: Bueno... Si... si es una palabra que... que no tiene en español un equivalente, pues me parece bien, pero siempre que tengamos una equivalencia y que intentamos utilizar las palabras del español.

### **G3\_H\_uni\_1:**

P: ¿Qué piensa usted en general de la lengua inglesa?

H: ... ¿En general?

P: Sí, en general

H: Bueno, yo pienso que la lengua inglesa es muy importante. Por hoy creo que es la lengua de los negocios, y cada vez más la gente necesita hablarla. En general, pienso que es muy importante. Quizá la lengua... quizá, para mi, la lengua más importante. La siguiente el español.

P: Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se habla en español, ¿qué es su opinión o posición?... Cuando se usa las palabras inglesas y se insertan las en...

H: ¡A, en español!... No me parece... ni bien ni mal. Simplemente pienso, que es una evolución. Son lenguas vivas. Y las lenguas vivas hacen que se generen nuevas lenguas. Por ejemplo, yo... un ejemplo... yo miro por la *window*. Yo miro por la ventana. Mucha gente

dice: yo miro por la *window*. Es español y inglés. Ni me parece mal, ni me parece bien. Son lenguas vivas y la gente genera su propio vocabulario, como en WhatsApp... en WhatsApp hay vocabulario de WhatsApp... Sí, esa es mi opinión.

### **G3\_H\_uni\_2:**

P: En general, ¿Qué piensa usted de la lengua inglesa?

H: ¿Qué pienso?... Que es como una herramienta, ahora mismo es... imprescindible. Ahora mismo es imprescindible. En decir... no se concibe... yo no puedo concebir un... cualquier profesión, no sólo técnicas, sino de... en humanidades, en la que no... tengas que utilizar el inglés. Es, es el medio de comunicación actual, la lengua de comunicación actual.

P: Y también, en cuanto al uso de palabras inglesas cuando se habla en español. ¿Tiene una posición o opinión en cuanto a eso?

H: Suele utilizar el español... Siempre que existe la palabra en español, utilizo la palabra en español. Es decir, utilizar el inglés, no quiere decir que abandonar otras lenguas. Ni mucho menos. Entiendo que la riqueza está en que la lengua se valla desarrollando. Entonces, normalmente, si la palabra, por ejemplo, *online*... utilizo «en línea». O *e-mail* utilizo «correo electrónico». Siempre que existe el término en español, utilizo el español.

### **G3\_H\_uni\_3:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

H: ¿De la lengua inglesa?

P: Sí

H: Bien.

P: ¿Parece bien? ¿Por qué?

H: Porque usamos el español [risa]. La lengua inglesa, pues bien...

P: Vale. Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando a vez se usa en vez de las españolas que se inserta en habla española...

H: ¿Cómo?

P: Como... a veces se usa palabras inglesas en vez de españolas... para describir algo o... ¿sabe? ¿Qué piensa de eso?

H: Mal.

P: ¿Mal, por que?

H: Mal porque, yo soy... yo hablo algo de inglés, algo francés, algo de portugués, me gustan todas las lenguas. Pero cada uno, tenemos que ser consecuente con nuestro pensamiento y nuestra nacionalidad. Yo soy español me gusta Colón [sic] español. Si pues, siempre cuando

he ido, porque he ido a varias veces a Inglaterra, procuro hablar en inglés. Que hay lo que hacer. Sea... tú... hay un refren [sic] muy español que dice «donde fueses...» ... ay no, perdón... o como diciendo que, donde vayas haz lo que hacen ellos. No te impongas tu. ¿Entiende que te queda decir?

P: Sí.

H: No hay que ponerse a uno. Yo, a mi nadie me llama a Inglaterra. Pero yo soy en Inglaterra, creo que hacerlas cosas de allí. Si voy a Tailandia procuro... hombre no de hablar de Tailandia porque es imposible. Se hablan inglés. Entonces... donde vayamos cada uno, tenemos que acostumbrarnos a las normas y a las costumbres de donde vamos. Porque no hemos de llamar a nadie.

### **G3\_M\_uni\_1:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

M: ... De le lengua inglesa, de la lengua... Pero, de la lengua inglesa ¿como lengua o como influencia en el mundo?

P: Puede decir algo sobre la lengua, sobre influencia...

M: Pienso que, el inglés es... hoy actualmente. ¿Tienes que apuntar o algo?

P: Voy a grabar, grabo lo...

M: Ah, ¿ya?

P: Sí.

M: El inglés actualmente es la lengua que está dominando el mundo, y es la lengua más hablada actualmente, pero considero que... que no es un lenguaje muy rico, en... significados. Es mucho más... en español, considero. Que también habla mucha gente, y que considero que el español tiene muchos más vocablos, muchos más... significados, las construcciones gramaticales, son más completas y creo que se dan mucha importancia al inglés que no merece tanto. No sé.

P: Y en general, cuando se usa... el fenómeno cuando se usa las palabras inglesas y se insertan en habla española, en oraciones españolas...

M: Sí

P: ¿Qué piensa de eso?

M: Pienso, que lo hacemos todos. Que ya es habitual. Porque las series de televisión, en la calle, la gente tiene muy interiorizado las palabras inglesas, pero creo que, no es bueno para las otras lenguas, porque las otras lenguas se empobrecen. Porque las otras lenguas, como por ejemplo el español, tiene también SUS palabras propias y la gente no las usa al final, y

pierden importancia. Y entonces, considero que... todos los usamos, sin que... involuntariamente, todo los usamos, pero no debería. No debería.

### **G3\_M\_uni\_2:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

M: Bueno, a mí me gusta mucho. Tengo buenos recuerdos del cuando estudié inglés. Pues, lo tengo cariño. Y me parece una lengua muy bonita. Lo que pasa que he olvidado ya muchas cosas, hace ya muchos años que estudié. Sí.

P: Bueno. Y también en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se habla en español, ¿qué es su posición o opinión?

M: Pues, haya... según que palabra. Y algunas cosas que cree que las encuentro como... naturales y otros que me parecen un poco de pereza intelectual en buscar un término nuestro más correcto. No es que sienta una posición hacia los... los neologismos, o las palabras tomadas del inglés. Pero...

P: ¿Tiene algunos ejemplos de palabras de las palabras que pueden ser más difíciles de encontrar un sinónimo en español?

M: Pues ahora mismo no recuerdo, pero, por ejemplo, hay una palabra que a mí no me gusta nada que se utilice... y utilicen «implementar» en español. Cuando aquí tenemos poner «en marcha» o «establecer una empresa» ... Hay cosas que no me agrada se traduzcan así directamente. Pero ahora mismo no sabría... no recuerdo en este momento.

### **G3\_M\_uni\_3:**

P: En general, ¿qué piensa usted de la lengua inglesa?

M: ¿Qué pienso? Pues, que de dominio ya mundial y imprescindible para muchos ámbitos. Y sí, muy importante, la verdad que es... le damos mucha importancia. Sí. Lo que pasa que, es... creo que en España el nuestro nivel del inglés... no es muy bueno... Bueno, en las generaciones más jóvenes sí. Ya... Como... Sí que han estudiado más. Pero, de personas a lo mejor de mi edad, siempre lo hemos tenido como la signatura pendiente.

P: Pero ¿Tiene algunas...

M: nociones... sí, tengo...

P: ¿...para que se pudiera mejorar?

M: Claro. Sí. Hay que estudiar más, claro.

P: Bueno, pues... Y en cuanto al uso de las palabras inglesas cuando se habla en español, ¿tiene alguna posición o opinión en cuanto a eso?

M: Bueno. Opinión, pues veo que, que... que muchas veces el lenguaje coloquial es algo que

es muy de la calle. Y entonces, nos légameos llevar... por las palabras que sean inglesas, que se han castellanizado, y que lo oímos mucho en... en la calle o la televisión y lo adaptamos a nuestra... nuestro lenguaje cotidiano. Pero vamos. Yo lo se [sic] uso... pues, me imagino como la mayoría, de personas a lo mejor de una forma mucho sin pensar... cuales puedan ser las consecuencias.

P: Pero ¿piensa que es algo positivo o negativo, neutral?

M: No. Yo pienso que a veces no podemos... es la evolución natural de las propias lenguas y eso es según el uso que las personas han. Yo lo veo como algo positivo.

Las tablas correspondientes a los gráficos

TABLA 24  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 1- CATEGORÍA: MUJER (PRESENTADOS EN EL GRÁFICO 3)

| PALABRA  | G0 M |    | G1 M |    |     |    | G2 M |    |     |    | G3 M |    |     |    |     |    |     |    |     |    |
|----------|------|----|------|----|-----|----|------|----|-----|----|------|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|----|
|          | SEC  |    | ANA  |    | SEC |    | UNI  |    | ANA |    | SEC  |    | UNI |    | ANA |    | SEC |    | UNI |    |
|          | SI   | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |
| SHOW     | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 3  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| CLICK    | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 2   | 1  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 3  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| SEXY     | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| LIGHT    | 2    | 1  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 1   | 2  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| GAY      | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| LIVING   | 2    | 1  | 2    | 1  | 3   | 0  | 2    | 1  | 2   | 1  | 1    | 2  | 2   | 1  | 0   | 3  | 3   | 0  | 2   | 1  |
| VIDEO    | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| E-MAIL   | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| STAFF    | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2    | 1  | 2   | 1  | 1    | 2  | 3   | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  | 3   | 0  |
| TOP      | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 1   | 2  | 2   | 1  | 2   | 1  |
| CASH     | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 1   | 2  | 1   | 2  | 2   | 1  |
| SHOCK    | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 1   | 2  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| HEAVY    | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 0   | 3  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| SANDWICH | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| ONLINE   | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  |

TABLA 25  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 1- CATEGORÍA: HOMBRE (PRESENTADOS EN EL GRÁFICO 4)

| PALABRA | G0 H |    | G1 H |    |     |    | G2 H |    |     |    | G3 H |    |     |    |     |    |     |    |     |    |
|---------|------|----|------|----|-----|----|------|----|-----|----|------|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|----|
|         | SEC  |    | ANA  |    | SEC |    | UNI  |    | ANA |    | SEC  |    | UNI |    | ANA |    | SEC |    | UNI |    |
|         | SI   | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |
| SHOW    | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 2   | 1  | 3    | 0  | 3   | 0  | 1   | 2  | 2   | 1  | 3   | 0  |
| CLICK   | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 2   | 1  | 2    | 1  | 3   | 0  | 2   | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| SEXY    | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| LIGHT   | 3    | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| GAY     | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| LIVING  | 3    | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3    | 0  | 2   | 1  | 1    | 2  | 3   | 0  | 0   | 3  | 2   | 1  | 2   | 1  |
| VIDEO   | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| E-MAIL  | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 1   | 2  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| STAFF   | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 1   | 2  | 1    | 2  | 3   | 0  | 1   | 2  | 2   | 1  | 3   | 0  |
| TOP     | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 1   | 2  | 2   | 1  | 3   | 0  |

|          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CASH     | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 |
| SHOCK    | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 | 3 | 2 | 1 | 3 | 0 |
| HEAVY    | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 3 | 0 |
| SANDWICH | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 |
| ONLINE   | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 3 | 0 |

TABLA 26  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 2 – CATEGORÍA: MUJER (PRESENTADOS EN EL GRÁFICO 5)

| PALABRA  | G0 M |    | G1 M |    |     |    |     |    | G2 M |    |     |    |     |    | G3 M |    |     |    |     |    |
|----------|------|----|------|----|-----|----|-----|----|------|----|-----|----|-----|----|------|----|-----|----|-----|----|
|          | SEC  |    | ANA  |    | SEC |    | UNI |    | ANA  |    | SEC |    | UNI |    | ANA  |    | SEC |    | UNI |    |
|          | SI   | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI  | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI  | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI  | NO |
| SHOW     | 3    | 0  | 3    | 0  | 2   | 1  | 2   | 1  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  | 0    | 3  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| CLICK    | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 1    | 2  | 3   | 0  | 1   | 3  | 0    | 3  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| SEXY     | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  |
| LIGHT    | 1    | 1  | 2    | 1  | 2   | 1  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 1    | 2  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| GAY      | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| LIVING   | 1    | 1  | 1    | 1  | 1   | 2  | 1   | 2  | 0    | 3  | 1   | 2  | 1   | 2  | 0    | 3  | 0   | 3  | 0   | 3  |
| VIDEO    | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| E-MAIL   | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| STAFF    | 2    | 1  | 2    | 1  | 2   | 1  | 0   | 3  | 0    | 3  | 1   | 2  | 0   | 3  | 0    | 3  | 1   | 2  | 1   | 2  |
| TOP      | 3    | 0  | 3    | 0  | 2   | 1  | 2   | 1  | 2    | 1  | 3   | 0  | 2   | 1  | 1    | 2  | 2   | 1  | 2   | 1  |
| CASH     | 2    | 1  | 0    | 3  | 3   | 0  | 0   | 3  | 2    | 1  | 2   | 1  | 0   | 3  | 1    | 2  | 1   | 2  | 0   | 3  |
| SHOCK    | 3    | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 1    | 2  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| HEAVY    | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 1   | 2  | 2    | 1  | 3   | 0  | 1   | 2  | 0    | 3  | 3   | 0  | 2   | 1  |
| SANDWICH | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  |
| ONLINE   | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  |

TABLA 27  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 2 – CATEGORÍA: HOMBRE (PRESENTADOS EN EL GRÁFICO 6)

| PALABRA | G0 M |    | G1 M |    |     |    |     |    | G2 M |    |     |    |     |    | G3 M |    |     |    |     |    |
|---------|------|----|------|----|-----|----|-----|----|------|----|-----|----|-----|----|------|----|-----|----|-----|----|
|         | SEC  |    | ANA  |    | SEC |    | UNI |    | ANA  |    | SEC |    | UNI |    | ANA  |    | SEC |    | UNI |    |
|         | SI   | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI  | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI  | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI  | NO |
| SHOW    | 3    | 0  | 3    | 0  | 2   | 1  | 2   | 1  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  | 0    | 3  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| CLICK   | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 1    | 2  | 3   | 0  | 1   | 3  | 0    | 3  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| SEXY    | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  |
| LIGHT   | 1    | 1  | 2    | 1  | 2   | 1  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 1    | 2  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| GAY     | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| LIVING  | 1    | 1  | 1    | 1  | 1   | 2  | 1   | 2  | 0    | 3  | 1   | 2  | 1   | 2  | 0    | 3  | 0   | 3  | 0   | 3  |
| VIDEO   | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  |

|          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| E-MAIL   | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 |
| STAFF    | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 0 | 3 | 0 | 3 | 1 | 2 | 0 | 3 | 0 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| TOP      | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 0 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| CASH     | 2 | 1 | 0 | 3 | 3 | 0 | 0 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 0 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 3 |
| SHOCK    | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 3 | 0 |
| HEAVY    | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 0 | 1 | 2 | 0 | 3 | 3 | 0 | 2 | 1 |
| SANDWICH | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 |
| ONLINE   | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 |

TABLA 28  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 3 – CATEGORÍA: MUJER (PRESENTADOS EN EL GRÁFICO 9)

| PALABRA  | G0 M            |                 | G1 M |   |     |   |     |   | G2 M |   |     |   |     |   | G3 M |   |     |   |     |   |
|----------|-----------------|-----------------|------|---|-----|---|-----|---|------|---|-----|---|-----|---|------|---|-----|---|-----|---|
|          | SEC             |                 | ANA  |   | SEC |   | UNI |   | ANA  |   | SEC |   | UNI |   | ANA  |   | SEC |   | UNI |   |
|          | + <sup>22</sup> | - <sup>23</sup> | +    | - | +   | - | +   | - | +    | - | +   | - | +   | - | +    | - | +   | - | +   | - |
| SHOW     | 2               | 1               | 3    | 0 | 3   | 0 | 2   | 1 | 3    | 0 | 3   | 0 | 2   | 1 | 2    | 1 | 2   | 2 | 3   | 0 |
| CLICK    | 3               | 0               | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 1 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 |
| SEXY     | 3               | 0               | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 1 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 | 3    | 0 | 3   | 1 | 2   | 1 |
| LIGHT    | 3               | 0               | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 1 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 | 3    | 0 | 3   | 0 | 2   | 1 |
| GAY      | 3               | 0               | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 1 | 3    | 0 | 2   | 1 | 3   | 0 | 2    | 1 | 2   | 1 | 3   | 0 |
| LIVING   | 3               | 0               | 3    | 0 | 3   | 0 | 2   | 1 | 3    | 0 | 2   | 1 | 3   | 0 | 2    | 1 | 2   | 1 | 1   | 2 |
| VIDEO    | 3               | 0               | 3    | 0 | 3   | 0 | 2   | 1 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 |
| E-MAIL   | 2               | 1               | 3    | 0 | 3   | 0 | 2   | 1 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 |
| STAFF    | 3               | 0               | 3    | 0 | 3   | 0 | 2   | 1 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 | 1    | 2 | 2   | 1 | 1   | 2 |
| TOP      | 3               | 0               | 3    | 0 | 3   | 0 | 2   | 1 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 | 2    | 1 | 3   | 0 | 3   | 0 |
| CASH     | 2               | 1               | 3    | 0 | 3   | 0 | 2   | 1 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 | 3    | 0 | 2   | 2 | 1   | 2 |
| SHOCK    | 2               | 1               | 2    | 1 | 3   | 0 | 0   | 3 | 3    | 0 | 2   | 1 | 1   | 2 | 1    | 2 | 2   | 1 | 2   | 1 |
| HEAVY    | 1               | 2               | 2    | 1 | 2   | 1 | 1   | 3 | 3    | 0 | 3   | 0 | 2   | 1 | 2    | 1 | 2   | 1 | 2   | 1 |
| SANDWICH | 3               | 0               | 3    | 0 | 3   | 0 | 2   | 1 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 |
| ONLINE   | 3               | 0               | 3    | 0 | 3   | 0 | 2   | 1 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 | 3    | 0 | 3   | 0 | 2   | 1 |

TABLA 29  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 3– CATEGORÍA: HOMBRE (PRESENTADOS EN EL GRÁFICO 10)

| PALABRA | G0 H |   | G1 H |   |     |   |     |   | G2 H |   |     |   |     |   | G3 H |   |     |   |     |   |
|---------|------|---|------|---|-----|---|-----|---|------|---|-----|---|-----|---|------|---|-----|---|-----|---|
|         | SEC  |   | ANA  |   | SEC |   | UNI |   | ANA  |   | SEC |   | UNI |   | ANA  |   | SEC |   | UNI |   |
|         | +    | - | +    | - | +   | - | +   | - | +    | - | +   | - | +   | - | +    | - | +   | - | +   | - |
| SHOW    | 3    | 0 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 | 3    | 0 | 1   | 2 | 2   | 1 | 3    | 0 | 3   | 0 | 3   | 0 |

<sup>22</sup> positiva  
<sup>23</sup> negativa



|          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CLICK    | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 |
| SEXY     | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 |
| LIGHT    | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 1 | 2 |
| GAY      | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 2 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 |
| LIVING   | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 |
| VIDEO    | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 |
| E-MAIL   | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 |
| STAFF    | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 2 | 1 |
| TOP      | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 |
| CASH     | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 |
| SHOCK    | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 1 | 3 | 0 | 0 | 3 | 1 | 2 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 |
| HEAVY    | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| SANDWICH | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 |
| ONLINE   | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 |

TABLA 30  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 4 – CATEGORÍA: MUJER (PRESENTADOS EN EL GRÁFICO 11)

| PALABRA  | G0 M |    | G1 M |    |     |    |     |    | G2 M |    |     |    |     |    | G3 M |    |     |    |     |    |
|----------|------|----|------|----|-----|----|-----|----|------|----|-----|----|-----|----|------|----|-----|----|-----|----|
|          | SEC  |    | ANA  |    | SEC |    | UNI |    | ANA  |    | SEC |    | UNI |    | ANA  |    | SEC |    | UNI |    |
|          | SI   | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI  | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI  | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI  | NO |
| SHOW     | 1    | 2  | 1    | 2  | 1   | 2  | 0   | 3  | 1    | 2  | 1   | 2  | 0   | 3  | 1    | 1  | 0   | 3  | 3   | 0  |
| CLICK    | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  | 1    | 2  | 3   | 0  | 3   | 0  | 1    | 1  | 2   | 1  | 2   | 1  |
| SEXY     | 2    | 1  | 1    | 2  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  | 1    | 2  | 3   | 0  | 1   | 2  |
| LIGHT    | 1    | 2  | 1    | 2  | 2   | 1  | 1   | 2  | 1    | 2  | 3   | 0  | 0   | 3  | 1    | 1  | 0   | 3  | 1   | 2  |
| GAY      | 0    | 3  | 0    | 3  | 1   | 2  | 0   | 3  | 1    | 2  | 3   | 0  | 0   | 3  | 1    | 2  | 0   | 3  | 1   | 2  |
| LIVING   | 1    | 2  | 2    | 0  | 1   | 2  | 1   | 2  | 1    | 2  | 2   | 1  | 1   | 2  | 2    | 0  | 1   | 2  | 1   | 2  |
| VIDEO    | 2    | 1  | 0    | 3  | 1   | 2  | 3   | 0  | 1    | 2  | 0   | 3  | 3   | 0  | 1    | 2  | 2   | 1  | 2   | 1  |
| E-MAIL   | 1    | 2  | 0    | 3  | 0   | 3  | 0   | 3  | 1    | 2  | 0   | 3  | 0   | 3  | 0    | 2  | 0   | 3  | 0   | 3  |
| STAFF    | 3    | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 0   | 3  | 1    | 2  | 1   | 2  | 1   | 1  | 2    | 0  | 2   | 1  | 1   | 2  |
| TOP      | 1    | 2  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  | 2    | 1  | 2   | 1  | 1   | 2  | 1    | 1  | 1   | 2  | 0   | 3  |
| CASH     | 1    | 2  | 0    | 3  | 0   | 3  | 0   | 3  | 0    | 3  | 0   | 3  | 1   | 2  | 2    | 1  | 0   | 3  | 1   | 2  |
| SHOCK    | 2    | 1  | 1    | 2  | 3   | 0  | 2   | 1  | 1    | 2  | 0   | 3  | 1   | 2  | 1    | 1  | 2   | 1  | 1   | 2  |
| HEAVY    | 2    | 1  | 2    | 1  | 0   | 3  | 1   | 2  | 1    | 2  | 0   | 3  | 1   | 2  | 2    | 0  | 2   | 1  | 1   | 2  |
| SANDWICH | 2    | 1  | 0    | 3  | 0   | 3  | 1   | 2  | 3    | 0  | 1   | 2  | 0   | 3  | 1    | 2  | 0   | 3  | 1   | 2  |
| ONLINE   | 2    | 1  | 1    | 2  | 0   | 3  | 1   | 2  | 3    | 0  | 3   | 0  | 1   | 2  | 0    | 3  | 1   | 2  | 0   | 3  |

TABLA 31  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 4 – CATEGORÍA: HOMBRE (PRESENTADOS EN EL GRÁFICO 12)

| PALABRA  | G0 H |    | G1 H |    |     |    | G2 H |    |     |    | G3 H |    |     |    |     |    |     |    |     |    |
|----------|------|----|------|----|-----|----|------|----|-----|----|------|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|----|
|          | SEC  |    | ANA  |    | SEC |    | UNI  |    | ANA |    | SEC  |    | UNI |    | ANA |    | SEC |    | UNI |    |
|          | SI   | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI   | NO | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |
| SHOW     | 1    | 2  | 1    | 2  | 0   | 3  | 1    | 2  | 1   | 1  | 1    | 2  | 1   | 2  | 1   | 1  | 0   | 2  | 0   | 3  |
| CLICK    | 2    | 1  | 1    | 2  | 3   | 0  | 2    | 1  | 2   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2   | 0  | 1   | 2  | 2   | 1  |
| SEXY     | 2    | 1  | 1    | 2  | 3   | 0  | 1    | 2  | 2   | 1  | 0    | 3  | 3   | 0  | 0   | 3  | 1   | 2  | 1   | 2  |
| LIGHT    | 1    | 2  | 0    | 3  | 1   | 2  | 0    | 3  | 0   | 3  | 0    | 3  | 0   | 3  | 0   | 2  | 0   | 3  | 1   | 2  |
| GAY      | 2    | 1  | 1    | 2  | 0   | 3  | 0    | 3  | 0   | 3  | 0    | 3  | 0   | 3  | 1   | 2  | 0   | 3  | 0   | 3  |
| LIVING   | 2    | 1  | 0    | 3  | 0   | 3  | 0    | 3  | 1   | 1  | 2    | 1  | 1   | 2  | 0   | 0  | 2   | 1  | 2   |    |
| VIDEO    | 3    | 0  | 1    | 2  | 1   | 2  | 0    | 3  | 2   | 1  | 2    | 1  | 2   | 1  | 3   | 0  | 2   | 1  | 1   | 2  |
| E-MAIL   | 2    | 1  | 0    | 3  | 0   | 3  | 0    | 3  | 1   | 2  | 0    | 3  | 0   | 3  | 1   | 0  | 2   | 1  | 0   | 3  |
| STAFF    | 1    | 2  | 1    | 2  | 1   | 2  | 0    | 3  | 1   | 1  | 2    | 1  | 2   | 1  | 1   | 0  | 3   | 0  | 1   | 2  |
| TOP      | 2    | 1  | 2    | 1  | 1   | 2  | 2    | 1  | 3   | 0  | 0    | 3  | 2   | 1  | 1   | 0  | 2   | 1  | 1   | 2  |
| CASH     | 0    | 3  | 1    | 2  | 0   | 3  | 0    | 3  | 0   | 3  | 1    | 2  | 0   | 3  | 2   | 1  | 0   | 3  | 1   | 2  |
| SHOCK    | 2    | 1  | 3    | 0  | 3   | 0  | 1    | 2  | 1   | 1  | 3    | 0  | 3   | 0  | 1   | 0  | 2   | 0  | 2   | 1  |
| HEAVY    | 2    | 1  | 1    | 2  | 0   | 3  | 0    | 3  | 0   | 3  | 2    | 1  | 0   | 3  | 1   | 0  | 3   | 0  | 0   | 3  |
| SANDWICH | 3    | 0  | 0    | 3  | 2   | 1  | 2    | 1  | 1   | 2  | 1    | 2  | 0   | 3  | 0   | 3  | 2   | 1  | 0   | 3  |
| ONLINE   | 0    | 3  | 0    | 3  | 1   | 2  | 1    | 2  | 1   | 1  | 1    | 2  | 0   | 3  | 1   | 0  | 1   | 2  | 0   | 3  |

TABLA 32  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 5 – CATEGORÍA: MUJER (PRESENTADOS EN EL GRÁFICO 13)

| PALABRA | G0 M             |                  | G1 M |    |     |    | G2 M |    |     |    | G3 M |    |     |    |     |    |     |    |     |    |
|---------|------------------|------------------|------|----|-----|----|------|----|-----|----|------|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|----|
|         | SEC              |                  | ANA  |    | SEC |    | UNI  |    | ANA |    | SEC  |    | UNI |    | ANA |    | SEC |    | UNI |    |
|         | IN <sup>24</sup> | ES <sup>25</sup> | IN   | ES | IN  | ES | IN   | ES | IN  | ES | IN   | ES | IN  | ES | IN  | ES | IN  | ES | IN  | ES |
| SHOW    | 3                | 0                | 3    | 0  | 3   | 0  | 1    | 2  | 2   | 1  | 2    | 1  | 0   | 3  | 0   | 2  | 2   | 1  | 0   | 3  |
| CLICK   | 3                | 0                | 3    | 0  | 2   | 1  | 3    | 0  | 1   | 1  | 3    | 0  | 3   | 0  | 1   | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| SEXY    | 2                | 1                | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 1   | 2  | 3   | 0  | 2   | 1  |
| LIGHT   | 2                | 1                | 2    | 1  | 3   | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 2    | 1  | 2   | 1  | 0   | 2  | 2   | 1  | 1   | 2  |
| GAY     | 3                | 0                | 2    | 1  | 2   | 1  | 3    | 0  | 2   | 1  | 3    | 0  | 3   | 0  | 0   | 3  | 0   | 3  | 3   | 0  |
| LIVING  | 1                | 2                | 2    | 1  | 0   | 3  | 1    | 2  | 0   | 2  | 1    | 1  | 0   | 3  | 0   | 2  | 0   | 2  | 0   | 3  |
| VIDEO   | 2                | 1                | 3    | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 1    | 2  | 3   | 0  | 2   | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| E-MAIL  | 2                | 1                | 3    | 0  | 1   | 2  | 1    | 2  | 3   | 0  | 3    | 0  | 1   | 2  | 1   | 1  | 2   | 1  | 3   | 1  |
| STAFF   | 3                | 0                | 1    | 2  | 1   | 2  | 0    | 3  | 0   | 2  | 1    | 1  | 1   | 2  | 0   | 2  | 0   | 2  | 0   | 3  |
| TOP     | 3                | 0                | 3    | 0  | 2   | 1  | 2    | 1  | 2   | 1  | 2    | 1  | 1   | 2  | 1   | 1  | 2   | 1  | 1   | 2  |
| CASH    | 0                | 3                | 0    | 3  | 0   | 3  | 0    | 3  | 0   | 3  | 2    | 1  | 1   | 2  | 0   | 3  | 0   | 3  | 0   | 3  |

<sup>24</sup> palabra inglesa

<sup>25</sup> palabra española

|          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| SHOCK    | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 0 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 0 |
| HEAVY    | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 3 | 0 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| SANDWICH | 3 | 0 | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| ONLINE   | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 0 | 3 | 1 |

TABLA 33  
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 5- CATEGORÍA: HOMBRE (PRESENTADOS EN EL GRÁFICO 14)

| PALABRA  | G0_H |    | G1_H |    |     |    |     |    | G2_H |    |     |    |     |    | G3_H |    |     |    |     |    |
|----------|------|----|------|----|-----|----|-----|----|------|----|-----|----|-----|----|------|----|-----|----|-----|----|
|          | SEC  |    | ANA  |    | SEC |    | UNI |    | ANA  |    | SEC |    | UNI |    | ANA  |    | SEC |    | UNI |    |
|          | IN   | ES | IN   | ES | IN  | ES | IN  | ES | IN   | ES | IN  | ES | IN  | ES | IN   | ES | IN  | ES | IN  | ES |
| SHOW     | 0    | 3  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  | 1    | 1  | 3   | 0  | 0   | 3  | 1    | 0  | 2   | 0  | 0   | 3  |
| CLICK    | 3    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 2    | 0  | 2   | 0  | 3   | 0  | 2    | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  |
| SEXY     | 2    | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| LIGHT    | 1    | 2  | 1    | 2  | 3   | 0  | 1   | 2  | 2    | 1  | 1   | 2  | 3   | 0  | 2    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| GAY      | 3    | 0  | 3    | 0  | 2   | 1  | 2   | 1  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 1    | 0  | 3   | 0  | 1   | 2  |
| LIVING   | 0    | 3  | 1    | 2  | 1   | 2  | 1   | 2  | 0    | 2  | 0   | 1  | 0   | 3  | 0    | 0  | 0   | 2  | 0   | 2  |
| VIDEO    | 3    | 0  | 2    | 1  | 2   | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  |
| E-MAIL   | 2    | 1  | 3    | 0  | 2   | 1  | 0   | 3  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  | 1    | 0  | 2   | 1  | 3   | 0  |
| STAFF    | 1    | 2  | 1    | 2  | 2   | 1  | 2   | 1  | 1    | 1  | 0   | 1  | 0   | 3  | 1    | 0  | 2   | 0  | 0   | 3  |
| TOP      | 1    | 2  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 2    | 1  | 2   | 1  | 2   | 1  | 1    | 0  | 2   | 1  | 0   | 3  |
| CASH     | 1    | 2  | 1    | 2  | 1   | 2  | 0   | 3  | 1    | 2  | 1   | 1  | 0   | 3  | 2    | 1  | 1   | 2  | 1   | 2  |
| SHOCK    | 2    | 1  | 1    | 2  | 3   | 0  | 3   | 0  | 1    | 2  | 3   | 0  | 3   | 0  | 1    | 0  | 2   | 0  | 3   | 0  |
| HEAVY    | 1    | 2  | 2    | 1  | 2   | 1  | 2   | 1  | 2    | 1  | 2   | 1  | 0   | 3  | 1    | 0  | 3   | 0  | 0   | 3  |
| SANDWICH | 1    | 2  | 2    | 1  | 3   | 0  | 3   | 0  | 3    | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  | 2    | 1  | 2   | 1  | 0   | 3  |
| ONLINE   | 1    | 2  | 3    | 0  | 3   | 0  | 3   | 0  | 2    | 0  | 2   | 1  | 3   | 0  | 1    | 0  | 3   | 0  | 2   | 1  |

TABLA 34  
CIRCUNSTANCIAS DEL USO DE LOS ANGLICISMOS – MUJER (PRESENTADOS EN EL GRÁFICO 7)

|      |     | PALABRA  | amigos | casa | escuela | trabajo | padres | iglesia |
|------|-----|----------|--------|------|---------|---------|--------|---------|
| GEN0 | SEC | SHOW     | 2      | 2    | 2       |         | 1      |         |
|      |     | CLICK    | 3      | 3    | 3       | 3       | 3      |         |
|      |     | SEXY     | 3      | 3    | 1       | 1       | 1      |         |
|      |     | LIGHT    | 1      | 1    | 1       |         | 1      |         |
|      |     | GAY      | 3      | 3    | 3       | 2       | 2      | 1       |
|      |     | LIVING   | 1      |      |         |         |        |         |
|      |     | VIDEO    | 3      | 3    | 3       | 3       | 3      |         |
|      |     | E-MAIL   | 3      | 2    | 3       | 3       | 3      |         |
|      |     | STAFF    | 2      | 2    | 1       | 2       | 2      |         |
|      |     | TOP      | 3      | 2    | 1       | 2       | 1      |         |
|      |     | CASH     | 1      | 1    | 2       |         | 1      |         |
|      |     | SHOCK    | 3      | 2    | 2       | 1       | 3      |         |
|      |     | HEAVY    | 3      | 1    | 3       | 1       | 1      |         |
|      |     | SANDWICH | 3      | 3    | 3       | 2       | 3      |         |
|      |     | ONLINE   | 3      | 3    | 3       | 3       | 3      |         |
| GEN1 | ANA | SHOW     | 3      | 3    |         |         | 1      |         |
|      |     | CLICK    | 3      | 3    | 1       | 1       | 3      |         |
|      |     | SEXY     | 3      | 3    |         |         | 2      |         |
|      |     | LIGHT    | 2      | 2    | 1       | 1       | 2      |         |
|      |     | GAY      | 3      | 2    |         |         | 1      |         |
|      |     | LIVING   | 1      | 1    |         |         | 1      |         |
|      |     | VIDEO    | 3      | 3    | 1       | 2       | 3      |         |
|      |     | E-MAIL   | 3      | 3    | 1       | 3       | 3      |         |
|      |     | STAFF    | 1      | 1    |         | 1       | 1      |         |
|      |     | TOP      | 3      | 3    | 1       | 2       | 3      |         |
|      |     | CASH     |        |      |         |         |        |         |
|      |     | SHOCK    | 2      | 2    | 1       | 1       | 2      |         |
|      |     | HEAVY    | 3      | 3    |         |         | 3      |         |
|      |     | SANDWICH | 3      | 3    | 1       | 2       | 3      |         |
|      |     | ONLINE   | 3      | 3    | 2       | 2       | 3      |         |
|      | SEC | SHOW     | 2      | 2    |         |         |        |         |
|      |     | CLICK    | 2      | 2    | 1       | 1       |        |         |
|      |     | SEXY     | 3      |      | 1       |         |        |         |
|      |     | LIGHT    | 2      | 2    |         |         | 2      |         |
|      |     | GAY      | 3      |      | 1       |         |        |         |

|       |     |          |   |   |   |   |   |  |
|-------|-----|----------|---|---|---|---|---|--|
| GEN1  | SEC | LIVING   |   |   | 1 |   |   |  |
|       |     | VIDEO    | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 |  |
|       |     | E-MAIL   | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 |  |
|       |     | STAFF    | 1 |   | 1 |   |   |  |
|       |     | TOP      | 2 |   |   |   |   |  |
|       |     | CASH     | 3 | 1 |   |   | 1 |  |
|       |     | SHOCK    | 3 | 2 | 1 |   | 1 |  |
|       |     | HEAVY    | 3 | 1 | 1 |   |   |  |
|       |     | SANDWICH | 3 | 1 | 1 | 1 |   |  |
|       |     | ONLINE   | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 |  |
|       | UNI | SHOW     | 3 |   |   |   |   |  |
|       |     | CLICK    | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |  |
|       |     | SEXY     | 3 |   |   |   |   |  |
|       |     | LIGHT    | 3 | 2 |   |   |   |  |
|       |     | GAY      | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 |  |
|       |     | LIVING   | 1 |   |   |   |   |  |
|       |     | VIDEO    | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 |  |
|       |     | E-MAIL   | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 |  |
|       |     | STAFF    |   |   |   |   |   |  |
|       |     | TOP      | 2 |   |   |   | 1 |  |
| GEN2  | ANA | CASH     |   |   |   |   |   |  |
|       |     | SHOCK    | 3 | 1 |   |   | 2 |  |
|       |     | HEAVY    | 2 |   |   |   |   |  |
|       |     | SANDWICH | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |  |
|       |     | ONLINE   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |  |
|       |     | SHOW     | 1 |   |   |   |   |  |
|       |     | CLICK    | 1 | 1 |   |   |   |  |
|       |     | SEXY     | 2 | 1 |   | 1 |   |  |
|       |     | LIGHT    | 3 | 2 |   | 1 | 1 |  |
|       |     | GAY      | 2 | 1 |   |   |   |  |
|       |     | LIVING   |   |   |   |   |   |  |
|       |     | VIDEO    | 3 | 3 |   | 2 | 2 |  |
|       |     | E-MAIL   | 2 | 2 |   | 2 | 1 |  |
| STAFF |     |          |   |   |   |   |   |  |
| TOP   |     |          |   | 1 |   |   |   |  |
| CASH  |     | 1        |   |   |   |   |   |  |
| SHOCK | 3   | 2        |   |   |   |   |   |  |
| HEAVY | 2   |          |   |   |   |   |   |  |

|          |     |          |   |   |   |   |   |   |
|----------|-----|----------|---|---|---|---|---|---|
| GEN2     | ANA | SANDWICH | 3 | 3 |   | 2 | 2 |   |
|          |     | ONLINE   | 3 | 2 |   | 1 | 1 |   |
|          | SEC | SHOW     | 3 | 2 | 2 | 2 |   |   |
|          |     | CLICK    | 2 | 2 | 2 | 3 |   |   |
|          |     | SEXY     | 2 | 2 | 2 | 1 |   |   |
|          |     | LIGHT    | 3 | 3 | 2 | 2 |   |   |
|          |     | GAY      | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
|          |     | LIVING   |   | 1 |   |   |   |   |
|          |     | VIDEO    | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |   |
|          |     | E-MAIL   | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |   |
|          |     | STAFF    |   |   |   | 1 |   |   |
|          |     | TOP      | 3 | 2 | 1 | 2 |   |   |
|          |     | CASH     | 1 |   |   | 1 |   |   |
|          |     | SHOCK    | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |   |
|          |     | HEAVY    | 3 | 1 | 1 | 1 |   |   |
|          |     | SANDWICH | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |   |
|          |     | ONLINE   | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 |   |
|          |     | SHOW     | 3 | 1 | 1 |   | 1 |   |
|          |     | CLICK    | 1 | 1 |   | 1 |   |   |
|          |     | SEXY     | 3 | 2 | 1 |   |   |   |
|          |     | LIGHT    | 3 | 2 | 1 | 1 |   |   |
|          |     | GAY      | 3 | 2 | 1 |   | 1 |   |
|          |     | LIVING   | 1 |   |   |   |   |   |
|          |     | VIDEO    | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 |   |
|          |     | E-MAIL   | 1 | 1 |   | 2 | 1 |   |
|          |     | STAFF    |   |   |   |   |   |   |
|          |     | TOP      | 1 |   |   |   |   |   |
| CASH     |     |          |   |   |   |   |   |   |
| SHOCK    |     | 3        | 3 | 1 |   | 1 |   |   |
| HEAVY    |     | 1        | 1 | 1 |   | 1 |   |   |
| SANDWICH |     | 3        | 3 | 1 | 1 | 2 |   |   |
| ONLINE   |     | 3        | 3 | 1 | 2 |   |   |   |
| GEN3     | ANA | SHOW     |   |   |   |   |   |   |
|          |     | CLICK    |   |   |   |   |   |   |
|          |     | SEXY     | 3 | 2 |   |   |   |   |
|          |     | LIGHT    |   | 1 |   |   |   |   |
|          |     | GAY      | 1 | 1 |   |   |   |   |
|          |     | LIVING   |   |   |   |   |   |   |

|          |        |          |   |   |   |   |   |   |
|----------|--------|----------|---|---|---|---|---|---|
| GEN3     | ANA    | VIDEO    | 3 | 2 |   |   |   |   |
|          |        | E-MAIL   | 2 |   |   |   |   |   |
|          |        | STAFF    |   |   |   |   |   |   |
|          |        | TOP      |   | 1 |   |   |   |   |
|          |        | CASH     | 1 |   |   |   |   |   |
|          |        | SHOCK    | 1 | 1 |   | 1 |   |   |
|          |        | HEAVY    |   |   |   |   |   |   |
|          |        | SANDWICH | 2 | 3 |   |   |   |   |
|          |        | ONLINE   | 2 |   |   |   |   |   |
|          | SEC    | SHOW     | 2 |   | 1 | 2 |   |   |
|          |        | CLICK    | 1 | 1 |   | 3 |   |   |
|          |        | SEXY     | 3 | 1 |   | 2 |   |   |
|          |        | LIGHT    | 2 | 3 |   | 1 |   |   |
|          |        | GAY      | 1 | 2 |   | 2 |   |   |
|          |        | LIVING   |   |   |   |   |   |   |
|          |        | VIDEO    | 2 | 3 |   | 3 |   |   |
|          |        | E-MAIL   | 2 | 2 |   | 3 |   |   |
|          |        | STAFF    | 1 |   |   | 1 |   |   |
|          |        | TOP      | 2 |   |   | 1 |   |   |
|          |        | CASH     | 1 |   |   | 1 |   |   |
|          |        | SHOCK    | 2 |   |   | 2 |   |   |
|          |        | HEAVY    | 3 | 1 |   |   |   |   |
|          |        | SANDWICH | 2 | 2 | 1 | 1 |   |   |
|          | ONLINE | 2        |   |   | 3 |   |   |   |
|          | UNI    | SHOW     | 3 | 3 |   | 2 |   |   |
|          |        | CLICK    | 2 | 2 |   | 3 |   |   |
|          |        | SEXY     | 2 | 1 |   | 1 |   |   |
|          |        | LIGHT    | 3 | 2 |   | 1 |   |   |
|          |        | GAY      | 3 | 3 |   | 3 | 1 |   |
|          |        | LIVING   |   |   |   |   |   |   |
|          |        | VIDEO    | 3 | 3 |   | 2 | 2 | 1 |
|          |        | E-MAIL   | 3 | 3 |   | 3 | 2 | 1 |
|          |        | STAFF    |   |   |   |   |   |   |
| TOP      |        | 2        | 1 |   | 1 |   |   |   |
| CASH     |        |          |   |   |   |   |   |   |
| SHOCK    |        | 3        | 2 |   | 2 | 1 | 1 |   |
| HEAVY    |        | 1        |   |   |   |   |   |   |
| SANDWICH |        | 2        | 2 |   | 1 |   |   |   |

|  |  |        |   |   |  |   |  |
|--|--|--------|---|---|--|---|--|
|  |  | ONLINE | 3 | 1 |  | 3 |  |
|--|--|--------|---|---|--|---|--|

TABLA 35  
CIRCUNSTANCIAS DEL USO DE LOS ANGLICISMOS – HOMBRE (PRESENTADOS EN EL GRÁFICO 8)

|      |     | PALABRA  | amigos | casa | escuela | trabajo | padres | iglesia |  |
|------|-----|----------|--------|------|---------|---------|--------|---------|--|
| GEN0 | SEC | SHOW     |        |      | 1       |         |        |         |  |
|      |     | CLICK    | 2      |      | 2       |         |        |         |  |
|      |     | SEXY     | 2      |      |         |         |        |         |  |
|      |     | LIGHT    |        | 1    |         |         |        | 1       |  |
|      |     | GAY      | 2      | 1    | 1       |         |        | 1       |  |
|      |     | LIVING   | 1      |      |         |         |        |         |  |
|      |     | VIDEO    | 2      | 1    | 1       |         |        | 1       |  |
|      |     | E-MAIL   | 2      |      |         | 2       | 1      |         |  |
|      |     | STAFF    | 1      |      |         |         | 1      |         |  |
|      |     | TOP      | 1      |      |         | 1       |        |         |  |
|      |     | CASH     | 1      |      |         |         |        | 1       |  |
|      |     | SHOCK    | 1      | 1    | 1       | 1       | 1      | 1       |  |
|      |     | HEAVY    | 1      |      |         | 1       |        |         |  |
|      |     | SANDWICH | 1      | 2    |         |         |        | 1       |  |
|      |     | ONLINE   | 2      |      |         | 1       |        |         |  |
| GEN1 | ANA | SHOW     | 3      | 1    |         | 1       |        |         |  |
|      |     | CLICK    | 2      | 2    | 1       | 1       |        |         |  |
|      |     | SEXY     | 3      | 2    |         |         |        |         |  |
|      |     | LIGHT    | 2      |      |         |         |        |         |  |
|      |     | GAY      | 3      | 2    | 1       |         |        |         |  |
|      |     | LIVING   | 2      |      |         |         |        |         |  |
|      |     | VIDEO    | 3      | 3    |         |         | 2      | 3       |  |
|      |     | E-MAIL   | 3      | 3    |         |         | 1      | 1       |  |
|      |     | STAFF    | 2      | 1    |         |         | 1      |         |  |
|      |     | TOP      | 3      | 2    |         |         |        |         |  |
|      |     | CASH     | 1      | 1    |         |         |        |         |  |
|      |     | SHOCK    |        |      |         |         |        |         |  |
|      |     | HEAVY    | 3      | 2    |         |         |        |         |  |
|      |     | SANDWICH | 2      | 3    |         |         | 2      | 2       |  |
|      |     | ONLINE   | 3      | 3    |         |         | 2      | 3       |  |
|      |     | SEC      | SHOW   | 3    | 2       |         |        |         |  |
|      |     | CLICK    | 3      | 3    |         |         |        |         |  |



|          |        |          |      |   |   |   |   |  |
|----------|--------|----------|------|---|---|---|---|--|
| GEN1     | SEC    | SEXY     | 3    | 3 |   |   |   |  |
|          |        | LIGHT    | 2    | 2 |   |   | 1 |  |
|          |        | GAY      | 2    | 2 |   |   | 1 |  |
|          |        | LIVING   |      |   |   |   |   |  |
|          |        | VIDEO    | 3    | 3 |   |   | 3 |  |
|          |        | E-MAIL   | 3    | 3 |   |   | 2 |  |
|          |        | STAFF    | 2    | 2 |   |   |   |  |
|          |        | TOP      | 3    | 3 |   |   |   |  |
|          |        | CASH     | 1    |   |   | 1 |   |  |
|          |        | SHOCK    | 3    | 2 |   |   |   |  |
|          |        | HEAVY    | 2    |   |   |   |   |  |
|          |        | SANDWICH | 3    | 3 |   |   | 3 |  |
|          |        | ONLINE   | 3    | 3 |   |   | 2 |  |
|          |        | UNI      | SHOW | 2 | 1 |   |   |  |
|          | CLICK  |          | 3    | 2 | 1 |   |   |  |
|          | SEXY   |          | 2    | 2 |   | 1 |   |  |
|          | LIGHT  |          | 1    | 1 | 1 |   |   |  |
|          | GAY    |          | 1    |   |   |   |   |  |
|          | LIVING |          | 1    |   | 1 |   |   |  |
|          | VIDEO  |          | 3    | 3 | 2 | 1 | 3 |  |
|          | E-MAIL |          | 3    | 3 | 2 | 2 | 2 |  |
|          | STAFF  |          |      |   | 1 | 1 |   |  |
|          | TOP    |          | 2    | 1 | 1 | 1 | 1 |  |
|          | CASH   |          | 2    | 1 | 1 | 1 |   |  |
|          | SHOCK  |          | 2    | 2 | 1 | 1 | 1 |  |
|          | HEAVY  | 3        | 1    | 1 | 1 |   |   |  |
| SANDWICH | 3      | 3        |      |   | 3 |   |   |  |
| ONLINE   | 3      | 3        | 2    | 2 | 3 |   |   |  |
| GEN2     | ANA    | SHOW     | 2    |   |   |   |   |  |
|          |        | CLICK    | 2    | 2 |   | 1 | 1 |  |
|          |        | SEXY     | 3    | 3 |   | 1 | 1 |  |
|          |        | LIGHT    | 2    | 2 |   | 2 | 1 |  |
|          |        | GAY      | 1    | 1 |   |   |   |  |
|          |        | LIVING   |      |   |   |   |   |  |
|          |        | VIDEO    | 3    | 3 |   | 3 | 3 |  |
|          |        | E-MAIL   | 3    | 3 |   | 2 | 2 |  |
|          |        | STAFF    |      |   |   |   |   |  |
|          |        | TOP      | 2    |   |   |   |   |  |

|          |     |          |   |   |   |   |   |   |
|----------|-----|----------|---|---|---|---|---|---|
| GEN2     | ANA | CASH     | 1 | 1 |   |   |   |   |
|          |     | SHOCK    | 1 | 1 |   |   |   |   |
|          |     | HEAVY    | 2 | 1 |   |   |   |   |
|          |     | SANDWICH | 3 | 3 |   | 3 | 3 |   |
|          |     | ONLINE   | 3 | 3 |   | 3 | 3 |   |
|          | SEC | SHOW     | 3 | 1 |   | 2 | 1 |   |
|          |     | CLICK    | 1 | 1 |   | 2 | 1 |   |
|          |     | SEXY     | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 |   |
|          |     | LIGHT    | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |   |
|          |     | GAY      | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 |   |
|          |     | LIVING   |   |   |   |   |   |   |
|          |     | VIDEO    | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 |   |
|          |     | E-MAIL   | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 |   |
|          |     | STAFF    |   |   |   | 1 |   |   |
|          |     | TOP      | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 |   |
|          |     | CASH     | 1 | 1 |   | 2 |   |   |
|          |     | SHOCK    | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 |   |
|          |     | HEAVY    | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
|          |     | SANDWICH | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
|          |     | ONLINE   | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |   |
|          | UNI | SHOW     |   |   |   |   |   |   |
|          |     | CLICK    | 3 |   |   | 3 |   |   |
|          |     | SEXY     | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 |
|          |     | LIGHT    | 3 | 3 |   | 3 | 1 |   |
|          |     | GAY      | 3 | 3 |   | 3 | 2 |   |
|          |     | LIVING   |   |   |   |   |   |   |
|          |     | VIDEO    | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 |
|          |     | E-MAIL   | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 |
| STAFF    |     |          |   |   |   |   |   |   |
| TOP      |     | 1        |   |   |   |   |   |   |
| CASH     |     |          |   |   |   |   |   |   |
| SHOCK    |     | 3        | 1 |   |   |   |   |   |
| HEAVY    |     | 1        |   |   |   |   |   |   |
| SANDWICH |     | 3        | 3 | 1 | 3 | 3 |   |   |
| ONLINE   |     | 3        | 3 | 1 | 3 | 1 |   |   |
| GEN3     | ANA | SHOW     |   |   |   |   |   |   |
|          |     | CLICK    |   |   |   |   |   |   |
|          |     | SEXY     | 2 | 1 |   |   |   |   |

|      |          |          |      |   |   |   |   |   |
|------|----------|----------|------|---|---|---|---|---|
| GEN3 | ANA      | LIGHT    | 2    | 1 |   |   |   |   |
|      |          | GAY      | 1    |   |   |   |   |   |
|      |          | LIVING   |      |   |   |   |   |   |
|      |          | VIDEO    | 3    | 3 |   | 1 |   |   |
|      |          | E-MAIL   | 1    | 1 |   |   |   |   |
|      |          | STAFF    |      |   |   |   |   |   |
|      |          | TOP      |      |   |   |   |   |   |
|      |          | CASH     | 1    |   |   |   |   |   |
|      |          | SHOCK    |      |   |   |   |   |   |
|      |          | HEAVY    |      |   |   |   |   |   |
|      |          | SANDWICH | 3    | 3 |   | 2 |   |   |
|      |          | ONLINE   |      |   |   |   |   |   |
|      |          | SEC      | SHOW | 2 |   |   |   |   |
|      | CLICK    |          | 1    | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|      | SEXY     |          | 3    | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 |
|      | LIGHT    |          | 3    | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|      | GAY      |          | 3    | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|      | LIVING   |          |      |   |   |   |   |   |
|      | VIDEO    |          | 3    | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 |
|      | E-MAIL   |          | 3    | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 |
|      | STAFF    |          | 2    | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 |
|      | TOP      |          | 1    |   |   |   |   |   |
|      | CASH     |          | 2    | 1 | 1 | 1 |   |   |
|      | SHOCK    |          | 2    | 2 | 1 | 1 |   |   |
|      | HEAVY    |          | 3    | 2 | 1 | 2 |   |   |
|      | SANDWICH |          | 3    | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 |
|      | ONLINE   |          | 3    | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 |
|      | UNI      | SHOW     | 1    | 1 |   | 1 |   |   |
|      |          | CLICK    | 1    | 2 |   | 3 |   |   |
|      |          | SEXY     | 3    | 2 |   | 1 |   |   |
|      |          | LIGHT    | 3    | 2 |   | 2 |   |   |
|      |          | GAY      | 2    | 2 |   | 2 | 1 |   |
|      |          | LIVING   |      |   |   |   |   |   |
|      |          | VIDEO    | 3    | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 |
|      |          | E-MAIL   | 3    | 3 | 1 | 2 | 1 |   |
|      |          | STAFF    |      |   |   | 1 |   |   |
| TOP  |          |          |      |   |   |   |   |   |
| CASH |          | 1        | 1    |   | 1 |   |   |   |

|  |  |          |   |   |  |   |   |  |
|--|--|----------|---|---|--|---|---|--|
|  |  | SHOCK    | 3 | 2 |  | 3 | 2 |  |
|  |  | HEAVY    |   |   |  |   |   |  |
|  |  | SANDWICH | 2 | 2 |  | 2 |   |  |
|  |  | ONLINE   | 2 | 3 |  | 3 |   |  |

Explicaciones adicionales a la pregunta cuantitativa número 3

Nota bene: Si no se indica lo contrario en el texto o entre paréntesis, el encuestado tiene la sensación de que es una palabra positiva.

**G0\_M\_sec\_2:**

GAY: no tiene connotación despectiva como sí tiene «marica» o «maricón» que son más usadas en español

**G1\_M\_ana\_1:**

GAY: que es más «positiva» de sentido que la española es un maldijo, que no es muy aceptado decir

**G1\_M\_ana\_2:**

SHOW: suele referirse a un acontecimiento no muy positivo, o puede ser atribuido a una persona

SHOCK: una situación en la que quedas paralizado o impacto por algo

HEAVY: una situación en la que un acontecimiento es intenso

**G1\_M\_sec\_1:**

CLICK: suena mejor que la española (pinchar)

GAY: más corta, más moderna

**G1\_M\_sec\_2:**

SHOW: simboliza entretenimiento

**G1\_H\_uni\_1:**

GAY: «maricón» es despectivo

**G1\_H\_uni\_2:**

GAY: depende, para despreciar se usa con el sentido negativo

**G1\_H\_uni\_3:**

GAY: depende, para despreciar negativa

HEAVY: suele indicar objeto difícil de mover a exceso de peso

**G1\_M\_uni\_1:**

SHOW: porque cuando hay un show te juntas con amigos y te diviertes

**G1\_M\_uni\_2:**

SEXY: depende

HEAVY: muy pesado (negativa)

**G1\_M\_uni\_3:**

SHOW: normalmente, es cuando alguien está haciendo un escándalo (negativa)

SEXY: se lo dices a alguien con el que tienes confianza (positiva)

LIVING: estás muy contenta por algo

SHOCK: ha pasado algo malo (negativa)

HEAVY: ha ocurrido algo negativo (negativa)

**G2\_M\_ana\_2:**

GAY: un poco dura (negativa)

**G2\_H\_sec\_1:**

SHOW: contexto de *marketing* detrás (negativa)

SEXY: venta, destacar (negativa)

GAY: está de moda (positiva)

STAFF: jefes/as siempre son negativos (negativa)

TOP: negativo, siempre connotación competitiva (negativa)

SHOCK: estado malo (negativa)

HEAVY: algo duro, heavy metal, música fuerte (negativa)

ONLINE: control de la red negativo, libertad en la red (negativa)

**G2\_H\_sec\_2:**

SHOCK: estado de «shock» (por la salud) (negativa)

HEAVY: en contexto de música (positiva)

**G2\_H\_sec\_3:**

SHOCK: la utilizo en contexto negativo

HEAVY: la utilizo en contextos positivos y negativos

**G2\_H\_uni\_1:**

SHOW: se puede utilizar para destacar un acto llamativo

GAY: es menos despectivo que en castellano

LIVING: no la veo cómoda, hay palabras en castellano más adecuadas (negativa)

CASH: no aporta nada al castellano (negativa)

HEAVY: puede indicar que algo es muy llamativo negativamente (positiva)

SANDWICH: la diferenciamos de bocadillo

**G2\_M\_uni\_3:**

SHOW: algo ridículo, extraño (negativa)

SHOCK: se refiere a algo traumático

HEAVY: se dice de algo impactante, en sentido negativo.

**G3\_H\_ana\_1:**

STAFF: suena raro (negativa)

**G3\_M\_ana\_2:**

GAY: no hay nada malo en ello

LIVING: porque lo he escuchado en una canción (positiva)

STAFF: la terminación es rara (negativa)

SHOCK: es un estado enfermizo (negativa)

**G3\_M\_ana\_1:**

GAY: da sensación de expresión

LIVING: me da la sensación (negativa)

**G3\_H\_sec\_1:**

GAY: mejor que española

**G3\_M\_sec\_3:**

SHOW: según contexto

SHOCK: estado negativo de salud (negativa)

**G3\_M\_sec\_1:**

SEXY: unida a la mujer más habitualmente (negativa)

SANDWICH: bocadillo con pan de molde

**G3\_H\_uni\_1:**

SHOCK: enfermedad

**G3\_H\_uni\_2:**

SHOCK: la tengo asociada a algo malo

HEAVY: según contexto (negativo y positivo) como música o que algo es muy pesado

SANDWICH: no me gustan (negativa)

**G3\_H\_uni\_3:**

STAFF: tenemos en español algún termino equivalente (negativa)

**G3\_M\_uni\_2:**

SEXY: parece peyorativo (negativa)

GAY: frivoliza la situación de la persona (negativa)

**G3\_M\_uni\_1:**

GAY: palabra corta y explica bien significado

STAFF: no se usa diariamente con la gente (negativa)

SANDWICH: se usa solo en España para pan de molde blando

**G3\_M\_uni\_3:**

E-MAIL: expresiva, más fácil y corta que en español



Explicaciones adicionales a la pregunta cuantitativa número 5

Nota bene: Si no se indica lo contrario en el texto o entre paréntesis, el encuestado prefiere la palabra inglesa.

**G0\_H\_sec\_1:**

CLICK: la uso en inglés porque «pinchar» suena peor

GAY: la uso en inglés porque las sustitutas en español suelen ser bastante ofensivas

E-MAIL: uso la inglesa porque es más rápida de pronunciar

SHOCK: uso la inglesa porque es una palabra que define muy bien un momento trágico o algo impactante.

HEAVY: uso mucho la palabra en inglés, para decir algo que me ha parecido chocante

**G0\_H\_sec\_3:**

SHOW: porque ya existen varias palabras en español si estoy hablando en español prefiero usar la palabra en español

SEXY: prefiero inglesa porque todos mis amigos utilizan esta palabra

GAY: no conozco la palabra en español

CASH: prefiero la palabra g ya que mis amigos no hablan mucho inglés

SANDWICH: no conozco la palabra en español

ONLINE: la palabra en inglés es más corta y fácil de pronunciar

**G0\_M\_sec\_1:**

SHOW: el significado va en la propia palabra. No sabría traducirla al español

LIGHT: (español: luz) no es una palabra que se usa generalmente por la hispanohablantes

GAY: no tiene connotación despectiva como ti tiene «márica» o «maricón» que son más usadas en español

LIVING: si usaría la inglesa el 50% de la población (incluso más) no me entendería

E-MAIL: es más corta (la inglesa)

TOP: el significado es más completo (la inglesa)

SHOCK: más corta y el significado es más completo

**G0\_M\_sec\_3:**

GAY: suena más suave

**G1\_H\_ana\_3:**

SHOW: depende

E-MAIL: la española es más complicada

**G1\_M\_ana\_3:**

SHOW: para mi (la inglesa) es más fácil y rápido de usar

ONLINE: es mucho más fácil de pensar en la palabra inglesa

SEXY: creo que esta palabra se ha normalizado en mi lengua y me resulta más fácil de decir

LIGHT: es una palabra muy utilizada y me ha acostumbrado a ella

GAY: creo que mucha gente utiliza la palabra *gay* despectivamente

LIVING: (español: vivo/a) me resulto difícil decirla en castellano porque me he acostumbrado a la inglesa

VIDEO: se ha normalizado tanto esa palabra que me cuesta pensarla en castellano

E-MAIL: creo que es una palabra más sencilla

TOP: es mucho más corta y fácil de decir y pensar

SHOCK: ya he incluido en mi vocabulario y estoy acostumbrada a ella

HEAVY: la palabra inglesa es mucho más sencilla para mi

SANDWICH: la palabra española «bocadillo» la empleo para un tipo de pan, por ejemplo baguette; el *sandwich* es con pan de molde

ONLINE: es una palabra incluida en mi vocabulario ya que estoy acostumbrada escucharla constantemente

**G1\_M\_ana\_1:**

SHOW: depende de contexto, la palabra show uso más en circunstancias más relajadas como con amigos

GAY: es más «positiva» de sentido que la española es un maldijo, que no es aceptado decir

**G1\_M\_ana\_2:**

SHOCK: acostumbrada

SEXY: más corta

**G1\_H\_sec\_2:**

GAY: la palabra española insulta más

**G1\_M\_sec\_2:**

CLICK: por costumbre (inglesa)

LIGHT: ha adquirido un significado diferente (inglesa)

GAY: parece menos despectivo (española)

E-MAIL: es más corta

CASH: suena mejor

SHOCK: por costumbre (inglesa)

ONLINE: (española)

### **G1\_M\_sec\_3:**

SHOW: depende, la inglesa es más corta

### **G1\_M\_sec\_1:**

CLICK: cuesta más pronunciar la inglesa (española: pinchar)

LIGHT: la tenemos asociada a los productos alimenticios

GAY: la española «homosexual» es más formal y «maricón» es ofensiva, por lo que prefiero *gay*

SHOCK: define mejor el significado de la palabra (inglesa)

ONLINE: palabra moderna (inglesa)

### **G1\_H\_uni\_3:**

SHOW: resume mejor en varias situaciones (inglesa)

CLICK: mundialmente más conocido

SHOW: equivale la agrupación de varios significados

GAY: es más corta

VIDEO: es más universal

E-MAIL: es más universal y corta

top: es más universal y corta, además de fácil de usar

CASH: demasiados significados (cambio, dinero efectivo) y fácil de confundir en inglés (española)

SANDWICH: es más universal y corta

ONLINE: es más universal, corto y fácil de usar

### **G1\_M\_uni\_3:**

CLICK: no se cómo es el término en español

SEXY: parece menos directa que en español

LIGHT: es más corta

GAY: es más corta

LIVING: no encuentro traducción exacta y corta (inglesa)

E-MAIL: (español: correo) me gusta más (española)

TOP: es más corto

HEAVY: (español: fuerte) me gusta más (española)

SANDWICH: es más común y fácil

ONLINE: suena mejor

### **G1\_M\_uni\_2:**

SHOW: normalmente uso la palabra española, pero en contexto más relajado *show*

SEXY: más concreta

### **G1\_M\_uni\_1:**

SHOW: porque adoro el inglés, soy profe de inglés

CLICK: es más fácil

SEXY: me resuelta más familiar

LIGHT: es más fácil

GAY: es más fácil

TOP: no tengo palabra traducida en mi vocabulario

SHOCK: no traduzco esta palabra en inglés cuando hablo

HEAVY: no utilizo la palabra equivalente en español

SANDWICH: no utilizo la palabra equivalente en español

ONLINE: no utilizo la palabra equivalente en español

### **G2\_H\_ana\_1:**

GAY: (español: mariquita) es una maldición entonces no es muy popular usar la palabra (inglesa)

### **G2\_M\_ana\_1:**

SHOW: show es más corta, uso «espectáculo» solo en circunstancias más formales

E-MAIL: más corta

### **G2\_H\_sec\_3:**

SHOW: suena mejor

SEXY: engloba más que «guapo»

LIGHT: más corta

GAY: más corta

E-MAIL: más corta

TOP: es más corta y engloba más palabras

SANDWICH: la utilizo si es pan es de molde, si es de barra utilizo bocadillo, es como una diferenciación

### **G2\_H\_sec\_1:**

SHOW: es más utilizada al nivel cotidiano

CLICK: más corta

SEXY: palabra corta

GAY: más corta, no es peyorativa

VIDEO: más fácil

E-MAIL: más fácil

STAFF: más fácil para mi (española)

TOP: (español: lo mejor) más fácil (española)

CASH: más fácil (española)

SHOCK: más fácil

HEAVY: más fácil (española)

SANDWICH: establecido en la cultura cotidiana

ONLINE: más fácil

### **G2\_M\_sec\_3:**

SHOW: porque es mi idioma (española)

CLICK: es más usual

GAY: porque es más corto

VIDEO: es castellano (española)

E-MAIL: es más corta

TOP: es más corta

CASH: es más corta

SHOCK: es más corta

HEAVY: es más común

SANDWICH: más corta

ONLINE: es más común

**G2\_M\_sec\_1:**

CASH: en trabajo se usa mucho esa palabra

**G2\_M\_sec\_2:**

SHOW: creo que ya la he introducido en mi vocabulario

CLICK: es más usual

SEXY: la utilizamos en todos los niveles-

LIGHT: (español: sano, ligero) porque me parece más usual

GAY: es más corto

E-MAIL: lo he aprendido así

TOP: la utilizo pero suelo hacerlo más en mi lengua (española)

SHOCK: es más corta y usual

HEAVY: muy usual

SANDWICH: muy usual

ONLINE: es muy común

**G2\_H\_uni\_2:**

SHOCK: forma parte de mi vocabulario

HEAVY: (española: pesado) no es muy utilizada en general (española)

SANDWICH: ambas, *sandwich* es con pan de molde

ONLINE: está más extendida

**G2\_H\_uni\_1:**

CLICK: no me gusta otra que sea sinónima

SEXY: está muy introducida en el lenguaje español

LIGHT: es más cómoda de utilizar

E-MAIL: es más corta la palabra

STAFF: (español: reparto) es más cómoda utilizar la palabra castellana

TOP: porque indica que algo está por encima del resto me parece más adecuada

SHOCK: no encuentro otra mejor

ONLINE: por mi trabajo y internet es más cómodo

**G2\_M\_uni\_1:**

SEXY: más adecuada al significado

LIGHT: en contexto de sin grasa (inglés)

GAY: más suave que afeminado

LIVING: no es necesario el uso en inglés (español)

E-MAIL: más uso del trabajo

STAFF: no es necesario su uso en inglés (español)

TOP: no es necesario su uso en inglés (español)

CASH: no es necesario su uso en inglés (español)

SHOCK: define mejor y es más corto (inglesa)

HEAVY: no necesaria

SANDWICH: depende, *sandwich* cuando es pan de molde, y bocadillo cuando es barra de pan

ONLINE: uso al 50% en trabajo en inglés y resto en español

### **G2\_M\_uni\_3:**

SEXY: suena mejor

LIGHT: nos hemos acostumbrado a utilizar en inglés (español)

GAY: es menos «explícita»

VIDEO: la palabra no es de origen inglés, viene de latín y no hay palabra equivalente en español

SHOCK: es la más común hoy en España

SANDWICH: es más corto

ONLINE: es más breve y se utiliza más

### **G2\_M\_uni\_2:**

SHOW: depende de la situación

LIVING: depende de la situación

VIDEO: pensaba que era española

### **G3\_H\_ana\_1:**

SEXY: *sexy* y «bonita» no describe lo mismo

### **G3\_H\_ana\_3:**

LIGHT: más comercial (inglesa)

### **G3\_M\_ana\_1:**

CLICK: porque vale para los dos

SEXY: porque vale para los dos géneros

VIDEO: por costumbre

E-MAIL: es lo que se lleva ahora  
TOP: más fácil y suena más a menudo  
SHOCK: más fácil de pronunciar  
SANDWICH: me gusta más  
ONLINE: es más común

**G3\_H\_sec\_1:**

SHOW: más corta

**G3\_H\_sec\_3:**

SANDWICH: prefiero usar la española cuando se habla de pan de molde, pero cuando bocado digo *sandwich*

**G3\_H\_sec\_2:**

SHOW: mayor abstraction

**G3\_M\_sec\_1:**

SHOW: creo que el idioma español tiene mucho vocabulario  
VIDEO: está más normalizada  
STAFF: me parece usar demasiado, si hay palabras españolas (español)  
HEAVY: está muy normalizada  
SANDWICH: hay palabras suficientes en español (español)

**G3\_M\_sec\_2:**

SHOW: más descriptiva  
SEXY: uso habitual  
LIGHT: uso habitual  
GAY: despectiva (prefiere española)  
E-MAIL: costumbre  
TOP: muy sonora  
SHOCK: costumbre  
HEAVY: costumbre  
SANDWICH: entiendo como cosas distintas por tipos de pan utilizado

**G3\_H\_uni\_1:**

SHOW: más fácil



CLICK: informática

VIDEO: no hay otra

E-MAIL: por trabajo, profesión

### **G3\_H\_uni\_2:**

SHOCK: es más fácil y extendida

ONLINE: según contexto, en el trabajo normalmente online

### **G3\_H\_uni\_3:**

GAY: la española ya identifica sin necesidad de recurrir al término inglés (española)

E-MAIL: más sintética

SANDWICH: para pan de molde

### **G3\_M\_uni\_3:**

SHOW: creo que abarca muchas aceptaciones

TOP: más fácil

### **G3\_M\_uni\_2:**

CLICK: según si se necesita en varias ocasiones seguidas, se van usando alternativamente

TOP: no es necesaria, no está muy extendido el uso

SANDWICH: porque un bocadillo es otra cosa si es con pan de molde, si suele decir *sandwich*

ONLINE: porque es más práctica, se usa sólo una palabra

### **G3\_M\_uni\_1:**

CLICK: es muy claro lo que quieres decir

SEXY: se utiliza más coloquialmente

LIGHT: se usa más para productos de comida y existe otras en español

GAY: es más corta

VIDEO: la utiliza más la gente

E-MAIL: es más corta

SHOCK: expresa mejor en inglés lo que quieres y es breve

SANDWICH: uso más la española (bocadillo), la palabra inglesa sólo se usa para pan de molde blando.

ONLINE: prefiero la palabra inglesa, porque se usa más y es más fácil decir lo que quieres.