

## RESEÑA / REVIEW

**Carmen Luján-García (ed.):**  
***Anglicismos en los nuevos medios de comunicación.***  
***Tendencias actuales***

(Colección Interlingua, n.º 277, Granada:  
Editorial Comares, 2021. 162 páginas)

**Marcela Contreras Torregrosa**

Universidad de Santiago de Chile  
Chile  
[marcela.contreras@usach.cl](mailto:marcela.contreras@usach.cl)

ONOMÁZEIN 55 (marzo de 2022): 195-198  
DOI: 10.7764/onomazein.55.14  
ISSN: 0718-5758



La incorporación de anglicismos al español a distintas áreas del saber y del quehacer y las complejidades que pueden presentar para la traducción son temas de investigación que cada cierto tiempo nos entregan un panorama de este fenómeno discursivo que está intrínsecamente relacionado con la globalización y la permeabilidad cultural y lingüística que esta conlleva. A pesar de que no es un fenómeno nuevo, la difusión de los anglicismos en otras lenguas se ha visto acelerada en los últimos años por la inmensa cobertura de los medios de comunicación que han ganado dinamismo e inmediatez producto de la revolución digital. Los espacios virtuales han cambiado la forma en que nos comunicamos y accedemos a la información, junto con incorporar nueva terminología a nuestro bagaje lingüístico, ya sea que lo hagamos de manera inconsciente o con alguna intención determinada.

Es esta relación la que ocupa a este volumen, *Anglicismos en los nuevos medios de comunicación. Tendencias actuales*. Tal como plantea su editora Carmen Luján-García en la introducción, el objetivo de la obra es presentar evidencias actuales sobre el uso de la lengua inglesa en la cotidianidad de los medios de comunicación virtuales y las redes sociales en España, mediante una serie de estudios descriptivos y empíricos que abordan el tema desde un prisma sociolingüístico. El propósito se cumple claramente, pues nos encontramos con un conjunto de investigaciones bien documentadas que dan cuenta del uso de anglicismos en dichos medios, entre los años 2018 y 2020, sin afán prescriptivo y con diferentes miradas, aunque todas coincidan en que el uso en el español de préstamos lingüísticos del inglés es un fenómeno real y creciente y que sus causas pueden ir más allá de la sola necesidad comunicativa. El texto está estructurado en dos secciones. La primera, con cuatro capítulos, aborda los anglicismos en periódicos y revistas digitales, y la segunda, con dos capítulos, los aborda en redes sociales.

En el capítulo I, “El inglés y el español ante la globalización: una muestra de anglicismos en el ámbito de la economía”, Javier Medina López enmarca su trabajo en el contexto de la globalización y de los intercambios masivos de información, junto con sus efectos a nivel comunicativo. Plantea la hegemonía de la lengua inglesa en los mecanismos de globalización y de interculturalidad internacional, lo que la ha llevado a transformarse en el idioma para los negocios y el comercio, pero también hace referencia al nuevo rol que ha ido adquiriendo la lengua española en ese mismo contexto. Su estudio se centra en el análisis de anglicismos económicos y financieros usados entre 2012 y 2020 tanto en la prensa económica como en periódicos generales digitales, además de páginas web y blogs. Proporciona ejemplos de ellos y explica su incorporación al español no solo como lenguaje de especialidad, sino también como uno cuyos usuarios pueden ser un mediador lingüístico o cualquier ciudadano. Complementa el análisis indicando si el término está registrado en alguna fuente lexicográfica del español.

En el capítulo II, “El *look* de las *celebrities* o la imagen de los famosos. La influencia del inglés analizada a través de las secciones sobre gente y estilo en la prensa”, Cristina Tejedor Martí-

nez aborda la anglicanización del español como un fenómeno real e inevitable. Sobre la base de que la prensa escrita es un reflejo de la sociedad y de sus cambios, analiza los anglicismos presentes en las secciones de gente y estilo en dos periódicos españoles de cobertura nacional, en sus versiones digitales del primer semestre de 2020. Entrega un marco referencial con definiciones y clasificaciones de los préstamos lingüísticos, además de explicar su forma de integración a la lengua receptora. Su trabajo se centra en la clasificación y análisis del corpus seleccionado y describe su grado de incorporación a la lengua española mediante su revisión en fuentes lexicográficas actualizadas. Concluye con algunas observaciones sobre las causas del incremento en el uso de anglicismos que muestran que van más allá de solo la necesidad de creación neológica.

En el capítulo III, María Isabel González Cruz, en su estudio “Anglicismos en los titulares del periódico digital *Canarias 7*. Categorías, usos y funciones”, clasifica y analiza el uso de anglicismos en los titulares y subtítulos de un periódico regional español en tres fases comprendidas entre los años 2019 y 2020. Reconoce también la anglicanización sociocultural y lingüística del español en la actualidad y el rol de la prensa escrita en la difusión de los préstamos de la lengua inglesa. Entrega una descripción del lenguaje periodístico y de cómo este ha debido adaptarse a Internet, en particular en el caso de los titulares, cuya función ya de naturaleza compleja ahora se inserta en un ambiente multimodal. El estudio proporciona un registro de anglicismos de uso actual, los categoriza, los jerarquiza y entrega algunas observaciones formales, gramaticales, semánticas y pragmáticas respecto a ellos.

En el capítulo IV, “*Tips de tu BFF sobre make-up*”: el uso de anglicismos en revistas digitales en español para jóvenes adolescentes”, José Antonio Sánchez Fajardo primero presenta una contextualización de su trabajo que describe, por una parte, el argot juvenil como un lenguaje efímero y permeable a las influencias de la lengua inglesa y, por otra, los conceptos de anglicismo y préstamo directo. Luego lleva a cabo un análisis de las características morfosintácticas y semánticas de los préstamos directos del inglés extraídos de un corpus compilado entre marzo y junio de 2020 a partir de dos revistas digitales en español orientadas a un público adolescente hispanoparlante. También realiza una categorización de los campos semánticos en los que se inscriben las unidades seleccionadas y revisa su inclusión en fuentes lexicográficas del español.

En el capítulo V, “Este jugador está en el *top ten* de los *cracks*: anglicismos en la prensa deportiva en las redes”, María Jesús Rodríguez-Medina describe la forma en que la prensa especializada presenta los anglicismos en las redes sociales y la manera en que la utilizan los usuarios de dichos medios. Al igual que los estudios anteriores, reconoce la influencia del idioma inglés en España y presenta brevemente la evolución que ha tenido el concepto de anglicismo para terminar con su propia definición y propuesta de clasificación. El corpus fue seleccionado a partir de la versión en Facebook de un diario deportivo español, en doce fechas comprendidas entre el 5 de mayo y el 10 de junio de 2020, periodo en que las

competencias deportivas estaban suspendidas por la pandemia de la COVID-19. Concluye con observaciones con respecto a la alta presencia de anglicismos en el medio analizado, particularmente de anglicismos puros, la forma en que se presentan en cuanto a la grafía y las funciones comunicativas a las que responden.

Finalmente, Eliecer Crespo-Fernández, en el capítulo VI, “Anglicismo léxico, eufemismo y tabú sexual en foros de internet”, nos muestra el análisis del uso de anglicismos no adaptados en dos foros españoles de Internet que abordan temáticas sexuales, en un corpus recopilado entre mayo de 2018 y abril de 2020, ambos incluidos. Valora algunas características de este tipo de medio para el estudio de los fenómenos de la comunicación, como el asincronismo, el anonimato y la posibilidad de que participen personas de diferentes países. Junto con evaluar las connotaciones de dichos anglicismos y las motivaciones subyacentes a su uso en la comunicación mediada por computador, entrega una clasificación temática. Enmarca su trabajo en la interdicción lingüística y conceptualiza el eufemismo, el cuasi-eufemismo y la metáfora. Concluye con observaciones con respecto a las funciones comunicativas que cumplen los anglicismos en el contexto de foros virtuales sobre sexualidad.

En definitiva, *Anglicismos en los nuevos medios de comunicación. Tendencias actuales*, otro aporte de la colección Interlingua de la editorial Comares a los estudios de traducción e interpretación, constituye un volumen de lectura interesante y dinámica. Los análisis de cada capítulo, la inclusión de gráficos, tablas y apéndices con el registro de los anglicismos estudiados, más las categorizaciones o clasificaciones y comentarios sobre su aceptación o no en fuentes lexicográficas como el *Diccionario de la lengua española*, FUNDEÚ u otros, dan una utilidad práctica inmediata para la traducción y para los estudios lingüísticos, desde un enfoque social y cultural. Además, puede constituir una herramienta de apoyo para la formación de traductores, ya sea como tema de discusión académica, de investigación o como proyección de problema de traspaso en tareas profesionales, pues da cuenta de la vigencia y del interés constante por analizar el fenómeno de la incorporación de la lengua inglesa a la lengua española, en este caso, a través de las nuevas modalidades que nos ofrecen de los medios de comunicación digitales.