



Universitat de València, 10-12 marzo de 2010

El proceso de globalización: La incorporación de términos económicos anglosajones en la prensa española

M^a Cristina Calle Martínez
Universidad Complutense de Madrid
cristinacalle@filol.ucm.es

Resumen

El español es probablemente el idioma más rico que existe, no sólo en el vocabulario, sino en significados, pero aún así la globalización e Internet nos han obligado a asumir el uso cotidiano de palabras extranjeras que no poseen un equivalente en la lengua española.

En esta comunicación ofrecemos algunos de los resultados obtenidos en el transcurso de una investigación sobre anglicismos en el español de los negocios. Su objeto de estudio son los términos de origen anglosajón que se utilizan en textos españoles dentro de la lengua especial de la economía, las finanzas, la empresa y la bolsa, que genéricamente hemos denominado lengua de los negocios.

Muchos estudios se han hecho sobre la introducción de anglicismos al español a través de los medios de comunicación: H. Herrera (1993), E. Lorenzo (1985), M. Meunier-Crespo (1987), J.C. Santoyo (1987), Ch. Pratt (1980).

La confección de nuestra lista de términos exigió la construcción de un corpus lingüístico compuesto por textos periodísticos de cuatro publicaciones: El Economista, El Mundo, Expansión y la sección Economía del diario El País, entre los años 2008 y 2009 haciendo un seguimiento de enero de 2007 a enero de 2009.

En el corpus se recogen todo tipo de lexías, e incluso aquellas expresiones que P.J. Marcos Pérez (1971) califica de fórmulas estereotipadas, que aparecen en letra cursiva o entrecorrida.

Entre las razones por las que existe una presencia tan considerable de anglicismos en la lengua española de los negocios, podemos considerar las siguientes:

- 1) La primera potencia económica del mundo es, hoy por hoy, anglófona. Aquellos que diseñaron los sistemas económico y financiero que rigen el mundo hoy fueron fundamentalmente hablantes de inglés.
- 2) Las agencias de información de carácter internacional más importantes son anglosajonas, y por tanto, redactan originalmente las noticias en inglés.
- 3) La apertura generalizada de los mercados de bienes y capitales y el acceso de los países a los mercados internacionales provoca que la terminología de los negocios se renueve de forma constante y a una gran velocidad. Esta terminología se acuña en lengua inglesa.

El objeto de este estudio es el origen etimológico de los anglicismos encontrados, es decir, el origen de las palabras, cuándo son incorporadas a un idioma, de qué fuente y cómo su forma y significado han cambiado.

Si hubiéramos querido adoptar un criterio lingüístico puro, habríamos tenido que registrar terminología que, en cambio, se ha decidido omitir. Nos referimos sobre todo a los calcos, es decir, a aquellas expresiones que han llegado a ser más o menos usuales en el español moderno pero que son simplemente traducciones literales de expresiones procedentes del inglés y antes desconocidas.

Para esta presentación hemos seleccionado algunos de los términos más novedosos que hemos encontrado y que se comentarán pormenorizadamente.

Tras el estudio, a modo de conclusión decir que, en el español de los negocios, el estudio de los términos que aparecen y desaparecen, y del origen de sus significados constituye un campo de investigación tan fértil como inexplorado. Las palabras no son patrimonio exclusivo de ningún idioma, porque todas son fruto del contacto fecundo de unas lenguas con otras. La historia de las palabras y de sus significados refleja de forma muy fiel la historia de la gente que las ha creado, moldeado y desechado, y su estudio en un campo tan específico pero tan amplio como el de los negocios añade, si cabe, un aliciente a la investigación en una parte de la lingüística ya de por sí fascinante.

Palabras clave: globalización, español de los negocios, lengua de los negocios, anglicismo .

Abstract

Spanish is probably the richest language in the world, not only as for the vocabulary but in meanings. Despite, globalisation and Internet have compelled us to assume the daily use of foreign words which have no equivalent in the Spanish language.

In this paper we offer some of the results obtained along a research on anglicisms in Business Spanish. Its aim is the terms with an Anglo-Saxon origin used in Spanish texts inside Economics, Finance, Companies and Stock Market, what we have called as Business Language.

Many studies have been done about the introduction of anglicisms onto Spanish through mass media: H. Herrera (1993), E. Lorenzo (1985), M. Meunier-Crespo (1987), J.C. Santoyo (1987), Ch. Pratt (1980).

The production of the terms list demanded the construction of a linguistic corpus composed by journalistic texts belonging to 4 publications: El Economista, El Mundo, Expansión and the Economics section of El País, among the years 2007 and 2009. The monitoring was from January 2007 to January 2009. All types of lexias are included in the corpus, even those expressions which P.J. Marcos Pérez (1971) describes as clichéd formulas which come out in italics or in single quotes.

We have considered the following reasons as those why a substantial presence of Anglicisms comes out in Business Spanish:

- 1. The main economic power in the world is, nowadays, Anglophone. Those who drew up the economical and financial systems were mainly English speakers.*
- 2. The most important international news agencies are Anglo-Saxon, and therefore, they write the news originally in English.*
- 3. The widespread opening of the capital markets and the access of the countries to the international markets causes that the business terminology is renewed constantly and very quickly. Such terminology is written in English.*

The aim of this study is the etymological origin of the Anglicisms (object of study) found, that is, the origin of the words, when they are incorporated to a language, which source from and how their form and meaning have changed.

We have decided to omit the loan translations found in the texts object of the study. These expressions have become usual in modern Spanish but they are just literal translations from expressions which come from English and used to be unknown.

We have chosen some of the most original terms and expressions we have found and they will be discussed in detail.

In conclusion, in Business Spanish, the study of the terms which come out and disappear, and the origin of their meanings, represents a fertile and unexplored field. The terms are not the exclusive heritage of any language, because they all are the result of the fruitful contact of some languages with others. The

history of terms and their meanings reflects faithfully the history of the people who have created, modelled and rejected them, and their study adds an incentive to the research in that fascinating part of Linguistic.

Key words: globalisation, Business Spanish, Business Language, Anglicism.

Referencias bibliográficas / Bibliographical references:

Herrera, H. (1993). "Un análisis sobre la evolución de los préstamos que provienen del inglés económico". Estudios Ingleses de la Universidad Complutense, 1, 97-110.

Lorenzo, E. (1985). El español de hoy, lengua en ebullición. Madrid: Gredos.

Marcos, P.J. (1971). Los anglicismos en el ámbito periodístico: algunos de los problemas que plantean. Valladolid: Universidad.

Meunier-Crespo, M. (1987). "Les anglicisms dans le presse d'information économique espagnole". META, XXXII, 3, 273-277.

Pratt, Ch. (1980). El anglicismo en el español peninsular contemporáneo. Gredos, Madrid.

Santoyo, J.C. (1987). "Traduction, fertilisation et internationalisation: les calques en espagnol". META. XXXII, 3, 240-249.