

CANARIAS Y AMÉRICA: ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA ANGLOAMERICANA SOBRE LA CULTURA CANARIA ACTUAL A TRAVÉS DE LA LENGUA

THE CANARIES AND AMERICA: ANALYSIS OF THE ANGLOAMERICAN INFLUENCE ON CURRENT DAY CANARIAN CULTURE THROUGH THE LANGUAGE

Carmen Isabel Luján García

RESUMEN

La presente comunicación pretende analizar la influencia de la cultura anglo-americana en la sociedad canaria. Este estudio reflexiona sobre esta influencia a través de los rótulos publicitarios de las calles de Las Palmas de Gran Canaria, la música que los más jóvenes escuchan, las ropas que usan con mensajes en inglés, la instauración de festividades como Halloween. No obstante, el principal objeto de este trabajo es la integración de numerosos anglicismos en nuestra lengua. Para ello, se ha realizado un estudio de un total de 20 anglicismos entre 19 estudiantes de la ESO en Las Palmas de Gran Canaria. Esta investigación pretende arrojar luz no sólo en términos cuantitativos al ver qué anglicismos se emplean más, sino además estudia las diferencias de género con respecto al grado de uso de estos anglicismos.

ABSTRACT

This paper aims at analysing the degree of influence that Anglo-American culture is having on Canarian society. This study focuses on various fields where this increasing influence may be observed; English shop signs in the streets of Las Palmas de Gran Canaria, the music that the youngest generations listen to; the clothes that young people use (with messages in English), the increasing popularity of festivities such as Halloween. However, the main objective of this paper is the nativisation of a number of English words into Spanish. With that aim, a research has been carried out. Nineteen students of secondary compulsory education in Las Palmas de Gran Canaria have answered a questionnaire. It intends to shed light not only on which anglicisms are more frequently used, but also it also studies whether there are gender differences in terms of use of the examined anglicisms.

Carmen Isabel Luján García: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Departamento de Filología Moderna. Edificio de Humanidades: c/ Pérez del Toro, 1- Despacho 2- 35003. Las Palmas de Gran Canaria. clujan@dfm.ulpgc.es

PALABRAS CLAVE: anglicismos, Las Palmas de Gran Canaria, influencia, anglo-americana, sociolingüística.

KEYWORDS: anglicisms, Las Palmas de Gran Canaria, influence, Anglo-American, sociolinguistics.

INTRODUCCIÓN

Está más allá de todo tipo de duda la influencia que la cultura anglo-americana está actualmente ejerciendo sobre la mayoría de las sociedades a lo largo y ancho del mundo. Enlazando con la temática de este coloquio, “historia canario-americana”, en la presente comunicación, presentaremos la conexión existente entre Canarias y América, más concretamente, de América del Norte en la actualidad. Lo haremos desde un punto de vista lingüístico.

Como es de esperar, la sociedad española en general y, por supuesto la canaria no son excepciones a los influjos que la cultura anglo-americana está ejerciendo en nuestra sociedad. Los canarios estamos expuestos a una inmensa avalancha de anglicismos que se infiltran casi a diario en nuestra lengua. Y eso por no hablar de las tan extendidas costumbres de origen anglo-americano, que parecen haberse hecho un hueco en nuestra cultura y han pasado a instaurarse casi como “nuestras costumbres”. Nos referimos a la celebración de festividades tales como *Halloween*, que de manera sutil y gradualmente ha desbancado a la tradicional fiesta canaria de los finados o celebración de la víspera del día de los difuntos. El día de San Valentín o de los enamorados parece ser también una fiesta proveniente de la sociedad anglo-americana y que se ha instaurado como parte de nuestro calendario festivo. También es muy frecuente en el período de Navidad encontrar en numerosos escaparates de tiendas y comercios, mensajes de felicitación del tipo *These X-mas be real by Springfield* o *Happy Cool Christmas*, por mencionar sólo unos pocos, como pueden ver en las fotografías.



Anglicismos en los escaparates de las tiendas en Las Palmas de Gran Canaria
Carmen Luján García. Enero 2009



Anglicismos en los escaparates de las tiendas en Las Palmas de Gran Canaria.
Carmen Luján García. Enero 2009

Es muy habitual ver a los jóvenes canarios escuchar música de origen anglo-americano, y por supuesto en inglés. Son muchas las bandas de variados países, cuya lengua materna no es el inglés, que eligen esta lengua para componer e interpretar sus canciones. Algunas bandas españolas que interpretan su música en inglés son: *Cat People*, *The Sunday Drivers*, *The Blows*, *Second*, *The Singletons*, *The Unfinished Sympathy* or *Mendetz*. Estas bandas además eligen sus nombres en inglés en lugar de en castellano. La principal razón que se atribuye a estos usos es el deseo de parecer moderno y *cool* que aporta la lengua inglesa.

Con respecto a la moda, también vemos a diario camisetas, chaquetas, gorras y todo tipo de complementos indumentarios que exponen sus mensajes en inglés o aluden a universidades o equipos deportivos con gran frecuencia norteamericanos. Si nos remitimos a la calle, en los carteles y rótulos de establecimientos es muy habitual no sólo encontrarnos con nombres propios en inglés, sino que además vemos los nombres de esos establecimientos en inglés únicamente, una mezcla de inglés y español, e incluso la construcción de la lengua inglesa del genitivo sajón. Algunos ejemplos son *Queco's* o *Showroom TRASTornados*. En un estudio reciente, pongo de manifiesto el creciente impacto de la cultura anglo-americana en el entorno de los rótulos publicitarios de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria.



Anglicismos en los rótulos publicitarios de las tiendas en Las Palmas de Gran Canaria.
Carmen Luján García. Octubre 2009



Anglicismos en los rótulos publicitarios de las tiendas en Las Palmas de Gran Canaria.
Carmen Luján García. Octubre 2009

Diariamente observamos una presencia notable de anglicismos que se han infiltrado en nuestra lengua. Ya en 2003, en un estudio en profundidad del uso de anglicismos por parte de la sociedad canaria de Las Palmas de Gran Canaria y de Santa Cruz de Tenerife, daba testimonio de tal presencia. En 2009, González et al. también se hacían eco de la masiva influencia de los anglicismos entre los jóvenes canarios. Hoy, en 2010, y como resultado de la globalización, entre otras razones, observamos que tal influencia no sólo no ha disminuido, sino que tal vez, podríamos aventurarnos a decir que ha aumentado.

OBJETIVOS

El principal objeto de este estudio es llevar a cabo, desde un punto de vista lingüístico, un análisis de la presencia de palabras inglesas o los tan conocidos “anglicismos” en múltiples ámbitos de nuestra vida cotidiana. Para ello, investigaremos el grado de conocimiento y de uso de estos.

En segundo lugar, pretendemos determinar si existen diferencias de género en el grado de conocimiento y uso de los anglicismos analizados.

MÉTODO

En el presente trabajo nos hemos centrado en el análisis del uso de anglicismos por parte de las generaciones más jóvenes, que son las más expuestas a estos influjos. Para ello, hemos llevado a cabo un estudio donde se ha administrado un cuestionario a una muestra de 19 chicas y 19 chicos de

ESO de distintos centros de enseñanza secundaria ubicados en Las Palmas de Gran Canaria. El cuestionario contaba con un listado de 20 anglicismos frecuentemente oídos en el habla de los jóvenes canarios. Pretendo cerciorarme que estos jóvenes conocen y utilizan dichos anglicismos en su uso cotidiano de la lengua.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos ponen de manifiesto que existe un importante grado de conocimiento y uso de anglicismos por parte de los adolescentes de Las Palmas de Gran Canaria. Para ello, desglosaremos la información analizando palabra por palabra.

El primero de la lista es el término *basket*, como abreviatura del inglés *basketball* o ‘baloncesto’, a lo que un 100%, tanto de chicas como de chicos, afirma conocer. No obstante, el porcentaje de uso varía, siendo más elevado en el caso de los chicos, con un 68,4% frente a un 52,6% de chicas que lo usa. Un 47,3% de chicas y un 31,5% de chicos no lo usa. Por consiguiente, podemos afirmar que existe un mayor grado de uso de esta palabra por parte de los chicos que de las chicas.

El segundo vocablo era *miss*. Este cuenta con un 100% de chicas que afirman conocerlo y un 63,1% que además lo usa, frente a un porcentaje inferior de chicos (84,2%) que lo conoce y un 57,8% que lo utiliza. Se trata, pues, de un término más extendido entre las chicas.

La tercera palabra era *marketing* que, aunque cuenta con su equivalente español “mercadotecnia”, ofrece un porcentaje coincidente de un 94,7%, tanto de chicos como de chicas, que afirman conocer el término. Sin embargo, el grado de uso varía, ya que es más elevado entre los chicos, con un 57,8% que lo utilizan, frente a tan sólo un 36,8% de chicas que lo usan. Es, por tanto, una palabra más empleada por los varones que por las mujeres.

El cuarto en la lista era *doping*, término alternativo al castellano ‘dopaje’. Estamos ante una palabra más conocida por los chicos, con 84,2% frente a 73,6% de chicas que la conocen. En cuanto al grado de uso, un 52,6% de chicos afirma decir *doping*, frente a tan sólo un 31,5% de chicas que dicen usar el término. Existe un porcentaje considerable de chicas, un 68,4%, que no emplea esta palabra a pesar de conocerla. Nuevamente, nos hallamos ante una palabra más frecuente en el habla masculina.

El quinto era *casting* o ‘proceso de selección artística’, a lo que un 100% de chicas junto a un 94,7% de chicos afirma conocer. El grado de uso es bastante elevado también, con un 89,4% de mujeres y un 84,2% de varones que lo emplean. Es una palabra ampliamente extendida entre ambos sexos.

El sexto vocablo era *hobby* o ‘afición’ que obtuvo un 100% tanto de chicos como de chicas que lo conocen. Sin embargo, las chicas parecen usarlo

más, con un 89,4% frente a un 73,6% de chicos que también lo emplean. Es una palabra muy frecuente entre ambos sexos, aunque algo más habitual en las mujeres.

La séptima palabra era *happy hour* 'hora en la que se sirven dos bebidas por el precio de una' con un 52,7% de chicas y un 47,3% que la conocen. El uso es bien distinto en este caso, pues un 94,7% de chicas y un 100% de los chicos afirma no emplearla.

El octavo vocablo era *karting* o 'actividad de correr con un determinado tipo de coches de carrera', mucho más común entre los chicos, ya que un 94% de estos lo conocen, frente a un 68,4% de chicas que también afirma conocerlo. El uso es mucho más elevado entre los chicos con un 84,2%, frente a tan sólo un 36,8% de chicas que lo emplea. Se trata de una palabra bastante más propia del habla masculina que de la femenina.

El término noveno era *light* o 'bajo en calorías'. En el caso de esta palabra, un 94,7% de chicas y un 89,4% de chicos dice conocerla, y, asimismo, es bastante usada tanto por chicos, con un 63,1%, como por chicas, con un 68,4%.

La décima palabra era *look* o 'apariencia física de una persona' y los resultados son tajantes, con un 100% tanto de chicas como de chicos que la conocen. El uso es algo inferior, con un 68,4% de chicas y un 57,8% de chicos que la utilizan. Este es un término ampliamente conocido, aunque no tan usado. No obstante, se desvela que las mujeres lo emplean algo más que los hombres.

El undécimo término era *mountain bike* como alternativa al castellano 'bicicleta de montaña'. En este caso, existe un porcentaje coincidente de un 94,7%, tanto de chicos como de chicas, que conocen la palabra. En cuanto al uso, observamos que es más empleada por los varones, con un 89,4% frente a un 52,6% de las mujeres. Debemos afirmar que estamos de nuevo ante un término más propio de los varones.

La palabra duodécima era *piercing* o 'perforación en la piel', y, sorprendentemente, parece ser más conocida por las chicas, con un 100% frente a un 89,4% de varones que afirma conocerla. De la misma manera, un 100% de las mujeres frente a un 84,2% de varones emplean el término. Es una palabra muy extendida entre los adolescentes, pero especialmente entre las mujeres.

El término decimotercero era *gay* como alternativa a la palabra 'homosexual', y los resultados desvelan que un 100% de mujeres junto a un porcentaje algo inferior de varones, un 94,7%, afirman conocerla. Del mismo modo, un 84,2% de chicas frente a un porcentaje algo inferior de chicos, 73,6%, la emplean. Se trata, pues, de una palabra más extendida en el habla femenina que en la masculina.

La decimocuarta palabra es *sexy* y un 100% tanto de chicos como de chicas sostiene tanto conocer el término como utilizarlo. Es un vocablo tan

habitual en el habla que no podemos establecer distinción entre ambos géneros, es decir, es empleado frecuentemente por todo el mundo.

La palabra decimoquinta es *discman* o ‘aparato portátil para escuchar música en discos.’ Los resultados reflejan que es mayormente conocida por las chicas, con un 100%, frente a un 84,2% de chicos que la conocen. Igualmente, al analizar el uso del término, el porcentaje de chicas que lo emplean es superior, con un 78,9% frente a un 68,4% de chicos.

El término decimosexto era *top model* o ‘modelo de alta costura’, a lo que un 94,7% de chicas junto a un 89,4% de chicos respondieron que sí lo conocen. No obstante, el grado de uso varía entre ambos sexos, pues un 73,6% de las mujeres afirma usar la palabra, frente a tan sólo un 47,3% de los hombres. Es otro término más propio del habla de las mujeres que de los varones.

La palabra decimoséptima es *wonderbra* o ‘tipo de sujetador’, que tan sólo conoce un 42,1% de chicos frente a un 84,2% de chicas, es decir, el doble de mujeres que de hombres. De la misma manera, resulta llamativa la diferencia con respecto al grado de uso, pues un 100% de los hombres afirma no usarla, frente a un 47,3% de mujeres que sí la emplean. Sin duda, esta es una palabra más habitual entre las mujeres.

El término decimooctavo era *rap music* o ‘música rap’, que tan de moda está entre los adolescentes. Aquí el porcentaje es superior entre los chicos, con un 94,7% que afirma conocerlo, frente a tan sólo un 78,9% de chicas. Con respecto al uso, también es mucho más empleado por los chicos, con un 42,1% frente a tan sólo un 10,5% de chicas que lo utilizan.

El vocablo decimonoveno es *rally* y un 94,7% de chicos frente a un porcentaje algo inferior de chicas y un 78,9% afirma conocerlo. Como cabría esperar, también el uso es más extendido en el habla de los varones, con un 89,4% frente a tan sólo un 57,8% de mujeres que lo utilizan. Podríamos decir que éste es un término más frecuente en el habla masculina.

Por último, la palabra *latin lover* o ‘galán latino’ gozó del mismo porcentaje de chicos que de chicas que la conocen, un 63,1%. En cuanto al grado de uso, detectamos que un 100% de varones junto a un 89,4% de mujeres no la utilizan. Es un término no tan extendido como otros analizados anteriormente.

CONCLUSIONES

Tras haber llevado a cabo un análisis de los usos de anglicismos por parte de jóvenes de Las Palmas de Gran Canaria, debemos concluir que esta se encuentra expuesta a tales influjos en un elevado grado. Prueba de ello es que los veinte anglicismos estudiados son no sólo conocidos sino además usados por los jóvenes objeto de este estudio.

En segundo lugar podemos también afirmar que algunos de estos vocablos son más propios del habla masculina. Algunos ejemplos son: *rally*, *doping*, *karting*, *mountain bike* o *rap music*.

Por el contrario, otros son más propios del habla femenina. Algunos son: *miss*, *piercing*, *discman*, *top model* o *wonderbra*.

Finalmente, también existen algunas palabras que son empleadas con frecuencia por ambos géneros sin existir diferencias notables: *basket*, *casting*, *hobby*, *happy hour*, *light*, *gay* o *sexy*.

BIBLIOGRAFÍA

- GONZÁLEZ CRUZ, Isabel; RODRÍGUEZ, MEDINA, M^a J. y DÉNIZ SANTANA, M^a J.: *Anglicismos en el habla juvenil de Las Palmas de Gran Canaria*. Madrid: La Factoría de Ediciones, 2009.
- LUJÁN GARCÍA, Carmen Isabel: *La lengua inglesa en Canarias: usos y actitudes*. Gran Canaria: Ediciones Cabildo Insular, 2003.
- “La presencia de la lengua inglesa en carteles publicitarios en las calles de las Palmas de Gran Canaria”, en *Miscelánea*. (en prensa).