EL PRÉSTAMO LINGÜÍSTICO EN LA ENSEÑANZA DE LAS LENGUAS. PROBLEMAS DE ETNOCENTRISMO.

Juan Manuel García Platero

Se ha hecho hincapié, en más de una ocasión, en la necesidad de que el hablante no nativo abandone en su aprendizaje actitudes excesivamente etnocéntricas como premisa fundamental para alcanzar la necesaria empatía con la cultura de la lengua meta. En este sentido, el progresivo proceso de aculturación por parte del discente, provoca, según algunos (Shumann, 1978), la egopermeabilidad precisa para obtener el dominio comunicativo de la L2.

En su día defendí la necesidad del conocimiento de las diferentes modalidades de una misma lengua histórica, en el sentido coseriuano, por parte del aprendiz del sistema no nativo, para alcanzar de esta manera la participación afectiva del hablante en una realidad que, en principio, le resulta ajena (García Platero, 2000). La comprensión de la heterogeneidad cultural y por lo tanto lingüística conlleva el alejamiento de ideas preconcebidas y prejuicios simplificadores, que en nada contribuyen a un dominio eficaz, fundamentalmente léxico. De ahí que el supuesto carácter etnocéntrico inicial deba superarse.

Independientemente de que se crea o no en la validez de los diferentes mecanismos aculturizadores, cabría preguntarse hasta qué punto se consigue el anhelado abandono del etnocentrismo cuando el hablante no nativo desarrolla su aprendizaje en culturas donde imperan comportamientos caracterizados por una evidente xenofilia lingüística.

Es evidente que para la denominación de nuevas realidades de carácter científico o técnico, es decir, cuando nos referimos a la neonimia, se recurre en gran parte a términos de origen foráneo, aunque no hay que olvidar el préstamo intralingüístico u homogloso. En todo caso, y centrándonos en la heteroglosia, se ha hecho hincapié en la no permisible admisión sistemática del préstamo cuando la lengua posee sus propios mecanismos. Otro problema

Centro Virtual Cervantes

es que se hable, a mi juicio erróneamente, de la existencia de una internacionalización de las voces de carácter científico, en la medida en que se piensa en un étimo remoto, cuando la mayor parte de las veces tenemos que recurrir a una etimología inmediata. Y es ahí donde habría que hablar de una identificación extralingüística de un vocablo neonímico. En este sentido, M. Alvar (1993: 167-168) señalo en su día que "no es que millones de hombres hablemos inglés, sino que el inglés ha entrado en todas las lenguas y las horada primero, las socava después, o, bajo apariencia falaz, desfigura lo que creíamos inalienable. Y más adelante señala: "Lo menos malo es aceptar lo que no se tiene; lo peor es claudicar cuando poseemos nuestros propios instrumentos".

Más de una vez se ha hablado de las causas que explicarían la omnipresente influencia inglesa en nuestra lengua. Habría que referirse, una vez más al inevitable influjo de los medios de comunicación, sobre todo si tenemos en cuenta la existencia de las deficientes traducciones de los textos que proporcionan las distintas agencias de prensa. Félix Rodríguez y Antonio Lillo, en su reciente *Nuevo diccionario de anglicismos*, (1998), señalan que aproximadamente un 2% de los vocablos empleados en la prensa son anglicismos.

Los factores que explican esta «invasión» son muy diversos. Y no solamente en nuestro país, ya que se extiende, quizá con mayor pujanza, por la América hispana. Son conocidas las palabras que en su día dejó escritas Montes Giraldo (1985: 83-84): "A través de las seudotraducciones de las agencias de noticias, de los malos doblajes de las películas estadounidenses para cine, televisión, betamax, del habla de personas que han residido en los Estados Unidos como estudiantes, turistas, trabajadores, del español escrito de quienes han recibido el influjo del inglés a través de la enseñanza universitaria en ingeniería, economía, lingüística, etc., el alud anglicizante se ha precipitado sobre el español, y particularmente el español americano, con una intensidad no conocida hasta ahora". En este sentido, Jesucristo Riquelme (1998: 51) enfatiza la importancia de los factores de tipo social que explican el fenómeno al que estoy haciendo referencia. En efecto, en el ámbito hispánico, se ha pasado del apego a la lengua francesa al tímido influjo inicial anglosajón, en principio basado en un prestigio social llevado al mundo literario, hasta llegar a una colonización económica y cultural realmente importante, donde entran, a juicio del propio Riquelme, diversos factores: "el poderío de las agencias de noticias y su influencia en la prensa española; el predominio de Estados Unidos en ámbitos como la política, la economía, las ciencias, el cine o la moda; la moda de los pantalones vaqueros (o *jeans*) procedentes de su uso en Texas (por ello lo de "tejanos"), de las "americanas" (chaquetas); vestir con camisetas, gorras o viseras con inscripciones publicitarias de universidades o productos, sobre todo

Centro Virtual Cervantes

de Norteamérica.". Todo ello, influye, ciertamente, en la pujanza del inglés. No descubrimos, desde luego, nada nuevo. La economía, el prestigio de lo dominante, y una casi "avasalladora" política de imperialismo cultural, propicia, según algunos, que el llamado "planeta americano", al que hacía referencia Vicente Verdú (1996), configure unos hábitos lingüísticos evidentes. Algunas posturas son más optimistas. En este sentido, hay quien defiende que sólo cabe mirar la realidad desde una perspectiva amplia y no dejarse llevar por apresurados y apocalípticos juicios de valor. Sólo hay que dar tiempo al tiempo. Al igual que ocurre con la neología no foránea, es preciso esperar a que un término estrictamente necesario desde el punto de vista comunicativo esté generalizado y aceptado por los hablantes. Sólo podremos, de esta manera, saber si estamos ante moda, capricho o necesidad expresiva. Los llamados barbarismos pueden obedecer o no a mecanismos estrictamente comunicativos, y, por ello, necesarios. Al igual que ocurrió en un periodo determinado con los galicismos, en la actualidad son los términos de origen anglosajón los predominantes, pero si no ocurrió nada de especial trascendencia, al margen del positivo mestizaje lingüístico, con los vocablos y giros de origen francés, habría que suponer que el periodo de predominio inglés acabe con parecidos resultados en el dominio hispano. Desde esta punto de vista, menos negativo, cabe destacar las palabras que, hace ya algunos años, escribió Francisco Ayala (1983: 18-19) cuando se refería a la introducción de los barbarismos: "En gran medida obedece a los estímulos de la moda: de igual forma que se imitan las costumbres y maneras, buenas o malas, de los países que detentan en cada momento el poder político y económico, también se adoptan expresiones y vocablos de su lengua, sin que pueda advertirse acaso otra razón que el deseo de novedad y distinción prestigiosa. En multitud de casos, su vigencia será tan efímera como la de todas las cosas que se ponen de moda: entran con entusiasmo, y pronto vuelven a desaparecer del uso corriente". Independientemente de que adoptemos puntos de vistas más o menos optimistas, desde planteamientos glosodidácticos la realidad es que, contextualmente o no, existen rasgos evidentes que muestran cierta superioridad no sólo económica, sino también lingüística, más allá, como he señalado, de mestizajes enriquecedores. Ya desde un principio, el estudiante norteamericano conoce, porque es una realidad ampliamente estudiada, que en su propio país los hablantes hispanos utilizan para comunicarse una extraña mezcolanza de las características de su sistema lingüístico nativo y los propios del país que los acoge. Algunos han querido ver en este fenómeno un grave peligro para la persistencia de cultura hispánica, ya que temen su extensión por otros ámbitos geográficos no bilingües, gracias a una pretendida sumisión lingüística, en la medida en que se confunde la superioridad económica con la cultural. El fenómeno del llamado "espanglish" (permítanme, al menos, que huya de la s líquida), puede entenderse como un deseo de evitar los lógicos

Centro Virtual Cervantes

obstáculos que aparecen entre dos lenguas distintas. Razones, por tanto, de comunicación explican su empleo en la coloquialidad del discurso. Sin embargo, se habla del fenómeno en otros ámbitos. Así en los últimos años se hace alusión al ciberespanglish, ya que estamos en la era de internet. Incluso en un deseo de dignificar el fenómeno está, como todos sabemos, en marcha una traducción del Quijote: "In un placete de La Mancha of which nombre no quiero remembrearme". ¿Se trata realmente de un peligro para unidad de la lengua? Algunos afirman que sí, mientras que otros se apegan a la absoluta estandarización del español formal hablado en Estados Unidos. Sea como sea, para lo que a nosotros nos interesa, la glosodidáctica, es obvio que el aprendiz de español es consciente de una realidad: una lógica preponderancia lingüística, en la medida en que los habitantes no nativos de Norteamérica adoptan gran parte de los hábitos lingüísticos de otra cultura, obviando los propios, en aras de establecer una comunicación, como dije antes, fluida. Si el etnocentrismo apriorístico en un hecho en todo aprendiz, con mayor pujanza tendrá lugar cuando aparezcan fenómenos como el que acabo de comentar.

La labor del docente es ciertamente compleja si en otra cultura, como la española, están presentes hábitos, derivados de modas o prestigio, que acrecientan el problema. Hace un par de cursos académicos propuse a algunos alumnos norteamericanos que querían perfeccionar la lengua española en la Universidad de Sevilla que me contaran su particular inmersión en una sociedad que, en principio, podrían entender que les resulta ajena. Al margen de los problemas de afectividad, siempre latentes, que en cierta manera dificultaban sus anhelos de aprendizaje (ya que casi siempre se refugiaban, comprensiblemente, en el contacto cotidiano con la cultura de origen), lo cierto es que sus hábitos en nada propiciaban, ellos mismos lo reconocían, el conocimiento individual de aquello que los rodea. Los datos obtenidos de estas encuestas son muy reveladores. Los alumnos eran conscientes, en todo momento, de que no bastaba con el aula para aumentar su competencia comunicativa. Igualmente, entendían la inevitable interrelación lengua-cultura. Sin embargo, pocas veces, al margen de los propios trabajos de clase, tendentes a que conozcan de una forma más directa la realidad social del país, leían prensa nacional, regional o local, oían música en español o veían producciones cinematográficas distintas a las que estaban acostumbrados. Igualmente, utilizaban, con frecuencia, internet para seguir en contacto con su país de origen, pero desconocían páginas interesantes que le ayudan a adentrarse en la realidad cultural hispánica. Es decir, fuera del aula, existe una lógica preponderancia de la realidad nativa, incluido, por supuesto, la lingüística. Este fenómeno dificulta, qué duda cabe, el abandono de las señaladas actitudes etnocéntricas y, por lo tanto, una necesaria empatía con el sistema que se pretende dominar. Sin embargo, el problema aun es más complejo. A estos mismos alumnos les encargué la elaboración de varios trabajos que abordaran

Centro Virtual Cervantes

distintos aspectos relacionados con la realidad cultural hispánica. Así, les pedí que se informaran de la música, la cinematografía, la televisión, la prensa, o la publicidad dominante en España. Cada grupo se encargó de analizar algunos de estos apartados con la finalidad de conseguir un mayor conocimiento fundamentalmente léxico del español. Sin embargo, los datos que aportaron fueron significativos. Posiblemente los alumnos no tuvieron tiempo de abordar con profundidad la realidad cultural del país. Sin duda el conocimiento lingüístico y las lógicas limitaciones académicas y personales propiciaron que se simplificara en exceso lo que, tal vez, debe matizarse. En todo caso, obedecen estos datos a la tendencia que estamos apuntando. Por ejemplo, un grupo de trabajo que se encargó de analizar los gustos musicales entre la juventud española llegó a afirmar que, según ellos mismos comprobaron, los jóvenes españoles apenas escuchan canciones en su idioma nativo. Lo prácticamente dominante es el inglés, salvo, según ellos, excepciones muy evidentes. Otro grupo, que se ocupó del cine, constató que los españoles apenas veían películas producidas en su país. Los programas de televisión, decía otro grupo, son una imitación de los norteamericanos. Lo mismo ocurría con los otros medios de comunicación. Eran, como dije antes, afirmaciones imprecisas, basadas en datos no suficientemente contrastados, de ahí que nos parezcan exagerados. Pero no se pretendía que se hicieran análisis sociológicos totalmente rigurosos, sino impresiones extraídas de un contacto con una realidad. En todo caso, habría que matizar que nos encontramos exclusivamente con ciertas tendencias sociales, por más que, en un principio, el hablante no nativo extraiga unas consecuencias no certeras en su totalidad y tenga la impresión de encontrarse en una sociedad dañada por una suerte de colonialismo cultural que llevado hasta el extremo supondría una situación diglósica. Sabemos que el término *diglosia*, empleado, en un primer momento, por Ferguson (1959), se aplicó a la superposición de una variedad lingüística, cuya elaborada codificación se consigue mediante enseñanzas formales. Las otras variedades se consideran menos prestigiosas. Además del concepto de prestigio, se habla de un reparto de funciones, según el cual la variedad superpuesta se aplica en ámbitos de especial formalidad. Del mismo modo, el corpus literario de la lengua funcional más codificada es especialmente extenso. La adquisición, estandarización, estabilidad, etc. son factores que también se tienen en cuenta en esta primera concepción del fenómeno diglósico. Sin embargo, con posterioridad, se ha aplicado esta concepción a situaciones en las que ya no se puede hablar del empleo de dos variedades lingüísticas con distinta función, es decir, una lengua estándar frente a una determinada diafasía, diatopía o diastratía, sino a un bilingüismo imperfecto, en la medida en el hablante considera que una lengua histórica, generalmente la nativa, es menos prestigiosa o escasamente utilizada por los miembros más selectos de la sociedad. Si nos quedamos con este concepto más amplio del término, y

Centro Virtual Cervantes

volviendo al ámbito glosodidáctico, convendría preguntarse si lo que realmente se encuentra el aprendiz de una L2 en el ámbito hispánico es o no una situación realmente diglósica que dificulta el abandono de actitudes etnocéntricas. Los datos antes comentados parecen reflejar, en una lectura superficial, este fenómeno, pero no podemos hacer una afirmación radical. Habría que referirse, en todo caso, a los hábitos culturales de carácter generacional, que, contextualmente podrían hacer creer en una situación diglosia generalizada. Motivos de tipo social o económico llegan a explicar, del mismo modo, algunos de estos usos lingüísticos. En este sentido, conviene hacer referencia al empleo de anglicismos en el periodismo, la publicidad e internet, ya que son pilares básicos con los que inevitablemente va a entrar en contacto todo aprendiz de una L2.

Se ha escrito mucho sobre la enorme influencia de los medios de comunicación, en la medida en que trasmiten a los hablantes determinados comportamientos lingüísticos, basados, por un lado, en la aceptación y seguimiento de la norma académica y, por otro, en su trasgresión, lo que puede conllevar la estandarización de lo que en un principio se aparta de lo oficial, o lo que es lo mismo, el asentamiento de lo consuetudinario, si tenemos presentes los planteamientos coseriuanos. En todo caso, e independientemente de que hablemos de errores y aciertos en este tipo de discurso, se acude con frecuencia a un corpus periodístico para la elaboración de repertorios lexicográficos que reflejen el léxico usual del español, lo que conlleva innegables ventajas desde el punto de vista glosodidáctico. Igualmente, en la enseñanza de las lenguas, sean o no nativas, es innegable que son útiles los datos obtenidos a partir de textos periodísticos para la elaboración de ejercicios encaminados a que el aprendiz de una L2 no sólo aumente su caudal léxico, sino que a que adquiera un conocimiento más profundo de la cultura meta. El conocimiento de los diferentes mecanismos neológicos resulta esencial para una aprendizaje veraz de las tendencias lexicogenésicas de la lengua no nativa (García Platero, 2001), y, por supuesto, en este tipo de discurso los datos no escasean. Entre las voces neológicas destacan los extranjerismos, algunos de ellos adaptados las peculiaridades grafemáticas y fonéticas del español. Esta tendencia lexicalizadora se justifica en la medida en que la voz foránea intenta ocupar un hueco vacío en el sistema, ya que obedece, la mayor parte de las veces, a causas de necesidad objetiva en la comunicación. En cuanto a las voces no adaptadas, sólo el tiempo nos dirá qué procedimiento se seguirá con ellas. Muchos de los vocablos, incluso sin adaptar , que se leen constantemente en las páginas de periódicos y revistas o se oyen en los medios de comunicación audiovisuales se han admitido, para algunos sorprendentemente, en la reciente edición del DRAE, convenientemente marcados, eso sí, en letra cursiva, para distinguirlos de aquellos cuyos grafemas o sonidos resultan admisibles desde el punto de vista hispano. No llega a sorprender, de esta manera, que las voces no adaptadas

Centro Virtual Cervantes

se incluyan, con más razón de ser, en los repertorios lexicográficos no académicos. En este sentido, los diccionarios de español para extranjeros contienen en su macroestructura anglicismos más o menos necesarios, en la medida en que intentan reflejar un caudal importante del léxico español, empleado en los medios de comunicación y generalizado, dada su enorme influencia, entre los hablantes. No voy a ser yo quien critique la admisión de este tipo de voces en un repertorio destinado a extranjeros; solamente constato una realidad con evidente consecuencias glosodidácticas. Basta consultar el reciente *Diccionario de español para extranjeros* de SM, publicado en Madrid en 2002, para darnos cuenta del fenómeno que estamos analizando. Incluso llega a admitir voces foráneas no sancionadas en la última edición académica. Se trata de un repertorio monolingüe destinado a estudiantes no nativos de español, que, como dice en su portada, refleja la lengua que se habla hoy en España y América Latina. Si este diccionario incluye artículos lexicográficos como *happy end*, en el que se proporciona la definición "final feliz", por más que en otros casos aparezcan voces o frasemas seguidos de su alternativa española, lo que manifiesta al menos preferencias generalizadas, lo normal es considerar que el fenómeno del anglicismo, lejos de ser una moda más o menos pasajera, está suficientemente extendido y cabría hablar de cierta preponderancia en cuanto a los gustos lingüísticos. De nuevo, se constata que el abandono de las actitudes etnocéntricas resulta ciertamente complejo, ya que incluso en un material didáctico como el diccionario se observa una constatación evidente de una tendencia social que posee unas lógicas implicaciones de carácter lingüístico.

Este mismo fenómeno se manifiesta también en la publicidad. Una alumna alemana, que se ocupó en trabajo de investigación de analizar las tendencias léxicas del discurso publicitario, se sorprendía de que en muchas ocasiones no se tradujeran al español algunos mensajes con clara vocación persuasiva, al menos en su país. Evidentemente la tendencia es más marcada en el caso del inglés. La respuesta resulta evidente: pesa más el exotismo del texto no traducido que su propio contenido. No olvidemos que en publicidad los valores de tipo connotativo son esenciales. A esto habría que añadir los extranjerismos gráficos, como el llamado genitivo anglosajón o los grafemas extranjerizantes que intentan vestir de foráneas voces patrimoniales (Ferraz Martínez, 2000: 28): "La publicidad llega a establecer entre productos, marcas y entidades, por un lado, y países o regiones de origen, por otro, asociaciones estables. La necesidad de competir con los productos originarios, de cuyas connotaciones prestigiosas se quieren apropiar, puede llevar a otros productos al empleo de un código foráneo asociado con los primeros". La tendencia se acentúa en el caso de las marcas. En este sentido, Guerrero Ramos y Annna Käuper (1998:188), que llegan a preguntarse qué tiene una *mountain bike* que no tenga una bicicleta de montaña, señalan, cuando analizan la xenofilia característica del discurso

Centro Virtual Cervantes

publicitario: "En publicidad, un aspecto importante de la neología lo constituye el préstamo de voces extranjeras: la causa reside en el prestigio y la novedad y espectáculo *relativos* que aportan los términos de idiomas (relativamente) ajenos al nuestro". En definitiva, el prestigio que puede llegar poseer un producto por el simple hecho de no ser autóctono (aunque también podamos hablar del fenómeno contrario) tiene un peso específico en la venta del producto, de ahí la reverencia lingüística. Se trata de una veneración sociocultural que, por supuesto, capta, no sabemos si en su justa medida, el aprendiz no nativo.

Por lo que respecta al uso del español en la red, las cosas no parecen ir en otra dirección. El predominio de la lengua inglesa es una realidad que difícilmente se puede poner en duda. Esa sensación la tienen, qué duda cabe, los estudiantes norteamericanos que estudian nuestro idioma. Incluso para documentarse sobre determinados aspectos de la realidad sociocultural hispana encuentran con mayor facilidad páginas que informan en inglés. En este sentido, conviene recordar que Marcos Marín (2000: 329) elaboró en su día un exhaustivo informe, para el Anuario del Instituto Cervantes del año 2000 sobre la lengua española en internet, en el que afirmó lo siguiente: "Internet es plurilingüe, pero ni siquiera las lenguas internacionales están seguras. Las estadísticas sobre el uso de la lengua en la red, aunque con manifiestas discrepancias en detalles que podemos considerar secundarios, nos llevan a una situación muy conocida, con el inglés como lengua general de comunicación, con cerca de un 60 por ciento de uso, en el menos favorable de los censos, mientras que el 40 por ciento restante cada vez está más fraccionado entre las lenguas".

Es decir, más allá del hecho, siempre enriquecedor, y, por lo tanto, deseable, del mestizaje léxico, lo cierto es que se constatan predominios culturales, y, por lo tanto, lingüísticos, tendentes a la consecución de una lengua de común entendimiento, en los que entran razones de economía y prestigio.

Sin duda, los cambios lingüísticos se generalizan de forma rápida en el nivel léxico, dado que las alteraciones del sistema son mucho menores. En este sentido, se puede hablar del constante empleo por parte del hablante de préstamos heteroglosos tanto formales como semánticos, por más que aquellos sean especialmente problemáticos, en el ámbito en que nos movemos, dado que la propia conciencia lingüística revela actitudes que difícilmente se pueden unir al interés glosodidáctico por abandonar comportamientos que anulen la empatía y dificulten el desarrollo de una eficaz competencia lingüística.

En efecto, resulta ciertamente complejo pretender que el aprendiz de una L2 acceda a comprender que existen otras culturas y otros sistemas

Centro Virtual Cervantes

lingüísticos (no inferiores, solamente distintos) cuando determinados comportamientos le hagan ver que el propio hablante nativo muestra preferencias léxicas por lo no patrimonial, casi siempre procedentes del sistema lingüístico dominante, que es el que paradójicamente conoce el alumno. Como señala Moreno Cabrera (2000: 256): "Una manera que tienen los hablantes de una lengua de dignificarla y de mostrar que es tan útil o digna como las demás, es la de utilizarla como signo de identidad cultural y, por tanto, usarla aun en el caso de que se pueda utilizar otra lengua segunda". Usemos la lengua sin complejos y enseñemos a nuestros alumnos a comprender que existe una identidad. No hay lenguas superiores. El docente puede elaborar ejercicios en el aula que ayuden a que el alumno reflexionar sobre la auténtica necesidad del préstamo en la L2 y a establecer los mecanismos adecuados de adaptación, es decir, ha de tener en cuenta los caracteres grafemáticos y fonéticos de la lengua meta. Sólo de esta manera se mitigarán efectos no deseados, en la medida en que el aprendiz se dará de cuenta de la necesidad de preservar la identidad, sin menoscabo, qué duda cabe, de un mestizaje que, en todo momento, ha estado y estará presente en la evolución idiomática.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvar, M. (1993): "El lenguaje de los economistas: desde un léxico particular al inventario común", en *La lengua de...*, Guadalajara, Universidad de Alcalá de Henares, 167-174.

Ayala, F. (1983): "Nuestro común idioma", en *Palabras y letras*, Barcelona, Edhasa, 7-34.

Ferguson, Ch. (1959): "Diglossia", *Word*, 15, 325-340.

Ferraz Martínez, A. (2000): "El lenguaje publicitario: mestizaje y retórica", *Español Actual*, 73, 25-38.

García Platero, J. M. (2000): "La modalidad lingüística en la enseñanza de las lenguas", en M. Franco, C. Soler, J. de Cos, M. Rivas y F. Ruiz (eds.), *Nuevas perspectivas en la enseñanza del español como lengua extranjera*, vol. I, Málaga, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz, ASELE, 309-315.

García Platero, J. M. (2001): "Los diccionarios de neologismos en la enseñanza de las lenguas", en M. C. Ayala Castro (coord.), *Diccionarios y enseñanza*, Madrid, Universidad de Alcalá de Henares, 163-177.

Guerrero Ramos C. y Annna Käuper, Anja (1998): "La internacionalización del léxico en el discurso publicitario", en J. de Dios Luque Durán y F. J. Manjón Pozas (eds.), *Teoría y práctica de la lexicología. IV Jornadas Internacionales sobre Estudio y Enseñanza del Léxico*, Granada, Granada Lingüística y Método Ediciones, 185-195.

Centro Virtual Cervantes

Marcos Marín, F. (2000): "La lengua española en internet" en *El Español en el Mundo. Anuario del Instituto Cervantes*, Barcelona, Instituto Cervantes, Círculo de Lectores, Plaza y Janés, 299-357.

Montes Giraldo, J. J. (1985): "Calcos recientes del inglés en español", *Thesaurus*, XL, 1, 17-50.

Moreno Cabrera, J. C. (2000): *La dignidad e igualdad de las lenguas. Crítica de la discriminación lingüística*, Madrid, Alianza Editorial.

Riquelme, J. (1998) *Los anglicismos. Anglismos y anglicismos: huéspedes de la lengua*, Alicante, Ayuntamiento de Torrevieja y Editorial Aguaclara.

Rodríguez, F. y Lillo, A. (1998): *Nuevo diccionario de anglicismos*, Madrid, Gredos.

Shumann, J. H. (1978): "The acculturation model for second language acquisition", en R. Gringas (dir.), *Second Language Acquisition and Foreing Language Teaching*, Arlington, Center for Applied Linguistics, 27-50.

Verdú, V. (1996): *El planeta americano*, Barcelona, Anagrama.

Centro Virtual Cervantes