

ANGLICISMOS EN LA PRENSA DIGITAL ESPAÑOLA CONTEMPORÁNEA/ ANGLICISMS IN THE CONTEMPORARY SPANISH DIGITAL PRESS

Vitalina RUSU

estudiante

(Universidad de Estado «Alecú Russo» de Bălți, República Moldova)

vitalinarusu128@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0006-2214-9940>

Tatiana GOREA

profesor adjunto

(Universidad de Estado «Alecú Russo» de Bălți, República Moldova)

tatiana.gorea@usarb.md, <https://orcid.org/0009-0006-2214-9940>

Abstract

This article deals with the presence and frequency of anglicisms in the Spanish digital press, focusing on unadapted terms taken directly from English. A body of articles published in eight sections of the Spanish news portals «El Periódico», «Okdiario» and «20 Minutos» was analysed. The quantitative analysis focused on the frequency of articles containing anglicisms and the number of anglicisms in each section, while the qualitative analysis addressed their typology. The results reveal the existence of anglicisms in all the areas considered, but with varying frequency. Thus, technology, culture, television, and sports proved to be the most favourable environments for the integration of anglicisms.

Keywords: *anglicism, neologism, digital press, news article, thematic area.*

Rezumat

În articol, examinăm frecvența anglicismelor în presa digitală spaniolă și, în particular, a termenilor neadaptăți, preluați din limba engleză. A fost supus analizei un set de articole blicate în opt secțiuni ale portalurilor de știri spaniole „El Periódico”, „Okdiario” și „20 Minutos”. Analiza cantitativă s-a axat pe frecvența articolelor care conțin anglicisme și pe numărul de anglicisme în fiecare secțiune, în timp ce analiza calitativă ia în cont tipologia acestora. Rezultatele scot la iveală existența anglicismelor în toate ariile vizate, dar cu o frecvență diferită. Astfel, tehnologia, cultura, televiziunea și sportul se dovedesc a fi mediile cele mai favorabile pentru integrarea anglicismelor.

Cuvinte-cheie: *anglicism, neologism, presă digitală, articol de știri, domeniu tematic.*

El inglés está consolidando su estatus como lengua vehicular en el mundo globalizado del siglo XXI. En este contexto, un fenómeno observable desde el punto de vista lingüístico es la penetración de palabras, frases o estructuras específicas inglesas en otros idiomas, sin ser traducidas o adaptadas completamente al idioma de destino. Estos son *anglicismos*, un término que atrae cada vez más la atención de los lingüistas, pero también de los simples usuarios de las lenguas que reciben anglicismos. El idioma español no ha sido ajeno a este fenómeno, por lo que la introducción de anglicismos se siente cada vez más en diferentes áreas, con algunos

hablantes que apoyan esta tendencia y otros que son más escépticos u hostiles hacia ella.

Independientemente de las actitudes de los lingüistas y hispanohablantes hacia los anglicismos, una cosa es cierta: ellos son cada vez más frecuentes y visibles en la lengua española, en comparación con los documentales anteriores bajo la influencia del inglés mundial (Schmidt y Diemer, 2015). El online *Diccionario de la lengua española* define el término *anglicismo* como «vocablo o giro de la lengua inglesa empleado en otra» (RAE), y en nuestro caso, en la lengua española. Algunos anglicismos, al entrar en el sistema lingüístico español, mantienen intacta sus formas originales, mientras que otros a menudo sufren adaptaciones ortográficas, como señala H. López Morales (López Morales, 1987). Otra clasificación es dada por W. Dietrich y H. Geckeler, quienes, además de los préstamos directos del inglés que no sufren adaptaciones, incluyen en la categoría de anglicismos también los calcos léxicos (por ejemplo, la palabra *rascacielos*, que se basa en la estructura inglesa (*skyscraper*), pero utiliza recursos españoles) y calcos semánticos (por ejemplo, la adopción, desde el inglés, del significado secundario de *estrella* como «celebridad» o «figura famosa») (Dietrich y Geckeler, 2000). La idea de que muchos anglicismos están sujetos a adaptaciones específicas del español también es apoyada también por F. Rodríguez González (Rodríguez González, 2021), que presta especial atención a las formaciones derivadas de los anglicismos en español. El autor subraya que, en el proceso de adaptación de los anglicismos al sistema lingüístico del español, un mecanismo clave es la derivación, y en particular, la sufijación. Rodríguez González llama la atención del lector de su artículo sobre varios tipos de sufijos utilizados en el proceso de integración de palabras de origen inglés en la lengua española, como los sufijos para sustantivos concretos (incluyendo tanto préstamos directos, por ejemplo *-er* en *hacker* o *blogger*, como adaptaciones al español, por ejemplo *-ero* o *-ista* en *chatero* o *futbolista*) y para sustantivos abstractos (sufijos como *-ismo*, *-idad*, *-aje*, que dan lugar a palabras como *dandismo*, *serendipidad* o *clompaje*). También menciona los sufijos apreciativos o expresivos, como diminutivos (por ejemplo, *-ito* en *jerseyito*), aumentativos (como es *-azo* en *claxonazo*) y los de valor despectivo (*-aco* en *usaco*, *-orro* en *skinorro*). Asimismo, destaca los sufijos locativos y colectivos, que crean nombres de lugar o de grupo (*-ería* en *nursería*, *-erío* en *freakerío*, *-era* en *chequera*), los sufijos verbales típicos del español (por ejemplo, *-ear* e *-izar*) que permiten crear nuevos verbos a partir de anglicismos (como *chatear* o *customizar*), así como sufijos adjetivales, que generan adjetivos que expresan relación o pertenencia, características o actitudes (por ejemplo, *westernian*, *cartoonesco*, *fashionable*, *freakoso*).

La influencia de la lengua y la cultura inglesas en diversas esferas de la vida y de la actividad humana ha conducido, de manera inevitable, a la integración de anglicismos en todos estos ámbitos. El estudio realizado por

C. Gerding-Salas, M. Fuentes, L. Gómez y G. Kotz (Gerding-Sala et alii, 2014) destaca la tendencia a introducir anglicismos con mayor frecuencia en campos como la tecnología de la información y la comunicación, la economía, las finanzas y el comercio, la cultura, el entretenimiento y el deporte. En cuanto a los medios de comunicación en los que los anglicismos se integran y difunden con frecuencia, la prensa ocupa un lugar importante. M. P. Ortega menciona que la prensa es, probablemente, el medio más efectivo para la «renovación léxica» de la lengua española (Ortega, 2001). En este contexto, nos interesa especialmente la prensa digital, concretamente los artículos de noticias, porque, a diferencia de otras esferas de la prensa digital (como los blogs personales, los textos publicitarios o las redes sociales), los artículos de noticias suponen un mayor grado de precisión lingüística. Así, pueden reflejar las tendencias de evolución de la lengua, respetando al mismo tiempo las normas aceptadas de la comunicación periodística oficial. Además, las plataformas online de noticias ofrecen una gran variedad de temas (desde política y economía hasta entretenimiento), lo que permite una observación más amplia del uso de anglicismos.

Por lo tanto, en este artículo nos hemos propuesto determinar el grado de utilización de los anglicismos en la prensa online española, así como los ámbitos temáticos en los que aparecen con mayor frecuencia. Para ello, se ha examinado un corpus de artículos de noticias publicados en tres portales españoles de gran popularidad: *El Periódico*, *Okdiario* y *20 Minutos*. Se han seleccionado 20 artículos (los más recientes) de cada una de las ocho secciones comunes a los portales de noticias mencionados anteriormente: *Ciencia*, *Cultura*, *Deportes*, *Economía*, *Gente*, *Salud / Sanidad*, *Tecnología* y *TV / Televisión*, lo que resultó en un corpus final de 480 artículos, publicados entre el 16 de junio y el 14 de julio de 2025.

El análisis de los textos periodísticos seleccionados permitió identificar una serie de anglicismos de diferentes tipos, tanto desde el punto de vista del grado de adaptación de los anglicismos al idioma de destino (el español) como de su temática. Desde la perspectiva léxica, se identificaron:

- anglicismos «crudos» – tal como los denomina J. Medina López (Medina López, 2004) –, por ejemplo *shock*, *prime time* o *haters*;
- anglicismos adaptados, en mayor o menor medida, a la lengua española: *fútbol* (del inglés *football*), *estandar* (considerado por el *Diccionario de anglicismos y otros extranjerismos* como anglicismo basado en el término *standard* (Suárez Iglesias, 2021, p. 210)) o *tuit* (variante adaptada al español del término inglés *tweet*);
- calcos léxicos, que W. Dietrich y H. Geckeler también incluyen en la categoría de anglicismos (Dietrich y Geckeler, 2000). Muchos de ellos se han evidenciado en el ámbito tecnológico (especialmente términos que se refieren a nombres de funciones, procesos y tecnologías nuevas y que

adoptan la estructura *substantivo + determinante*, como por ejemplo *carga rápida* (que corresponde al inglés *fast charging*), *inteligencia artificial* (*artificial intelligence*) o *asistente de voz*, es decir, *voice assistant*). Algunos calcos provienen del lenguaje económico anglófono, probablemente debido a la influencia de los países de habla inglesa en este ámbito (especialmente Estados Unidos y el Reino Unido, así como Canadá, India y Australia, incluidos entre los 20 países más influyentes del mundo desde el punto de vista económico, según un ranking presentado por la empresa de medios digitales *U.S. News & World Report*). Algunos de estos calcos identificados en los artículos de los tres portales de noticias son *beneficio contable* (calco del término *accounting profit*), *cadena de valor* (inglés *value chain*), *capital riesgo* (es decir, *venture capital*) y *salario real* (*real wage*);

- calcos semánticos, también distinguidos por W. Dietrich y H. Geckeler (2000). Un ejemplo ilustrativo en este contexto es el término *bombazo*, que, además del significado primario de explosión con el que fue introducido en el léxico español, ha adoptado el significado de novedad o descubrimiento impactante que también tiene la palabra inglesa *bombshell*.

Estos hallazgos demuestran que el lenguaje periodístico no evita los anglicismos. Por el contrario, los utiliza tanto en su forma original como adaptados, parcial o totalmente, al español. No obstante, se ha realizado un análisis cuantitativo solo de los anglicismos «crudos», es decir, aquellos que conservan su forma original en inglés, sin adaptaciones morfológicas ni ortográficas (por ejemplo, *podcast*, *reality*, *marketplace*). La motivación principal para ello es, por un lado, que la identificación exclusiva de los anglicismos no adaptados presenta un mayor grado de precisión y objetividad y, por otro lado, la oportunidad de observar en qué medida la prensa española opta por conservar la forma original de los términos ingleses y, respectivamente, el grado de apertura de la lengua española y del público hablante hacia la integración directa de anglicismos.

Los resultados obtenidos tras analizar todos los artículos de las tres páginas web indican que los periodistas españoles utilizan anglicismos en una gran variedad de ámbitos, dado que en cada una de las ocho secciones de los tres portales hay al menos un artículo en el que se ha identificado uno o algunos anglicismos no adaptados. Sin embargo, la frecuencia de uso de los anglicismos varía en función del ámbito temático. Por ejemplo, los datos de la *Tabla 1* revelan una divergencia visible entre el grado de integración de los anglicismos crudos en los artículos de temática científica (los artículos con anglicismos representan solo un 5-25 % del total de los artículos estudiados) y en los artículos del ámbito tecnológico (la frecuencia en este tipo de artículos es muy alta en las tres fuentes, aproximadamente 80-85 % de los artículos), los de temática cultural (especialmente en el portal *El Periódico*) y los artículos relacionados con la televisión (a excepción del sitio web 20

Minutos, donde el número de artículos con anglicismos en la sección *TV* es menor, por ejemplo, que en la sección *Gente*). La sección *Deportes* también contiene muchos anglicismos crudos en los tres portales (por ejemplo, *set*, *break*, *sprint*, *reds*, *draft* o *FanZone*), pero una gran parte del total de anglicismos utilizados son los parcialmente adaptados. Entre los más frecuentes se encuentran términos como *fútbol*, *boxeo*, *tenis*, *gol* y *ronda*:

Sección	<i>El Periódico</i>	<i>Okdiario</i>	<i>20 Minutos</i>
Ciencia	3/20 (15%)	1/20 (5%)	5/20 (25%)
Cultura	17/20 (85%)	10/20 (50%)	11/20 (55%)
Deportes	11/20 (55%)	11/20 (55%)	7/20 (35%)
Economía	6/20 (30%)	7/20 (35%)	6/20 (30%)
Gente	9/20 (45%)	9/20 (45%)	10/20 (50%)
Salud / Sanidad	5/20 (25%)	3/20 (15%)	6/20 (30%)
Tecnología	16/20 (80%)	17/20 (85%)	16/20 (80%)
TV / Televisión	15/20 (75%)	11/20 (55%)	7/20 (35%)

Tabla 1: Frecuencia de los artículos que contienen anglicismos en cada sección de los tres portales de noticias

La *Tabla 2*, que presenta el número total de anglicismos identificados en cada sección, confirma la dominancia de *Tecnología*, *Cultura* y *Televisión* como los ámbitos con mayor volumen de términos de origen inglés. En *Cultura*, la diferencia entre las publicaciones es pronunciada: *El Periódico* tiene 63 anglicismos, casi el doble que *Okdiario* (35) y más del doble que *20 Minutos* (29). En *Televisión*, *El Periódico* también tiene un elevado número de términos (39), frente a los 13 de *20 Minutos*. En cambio, en *Tecnología* las cifras son altas y relativamente similares (45-50), lo que sugiere una influencia uniforme (y notable) de la terminología tecnológica inglesa en la prensa digital española. Los ámbitos *Ciencia* y *Salud/Sanidad* tienen el volumen total más bajo (entre 1 y 6 términos en el primer caso y entre 7 y 17 en el segundo), lo que confirma su resistencia a la anglicización:

Sección	<i>El Periódico</i>	<i>Okdiario</i>	<i>20 Minutos</i>
Ciencia	4	1	6
Cultura	63	35	29
Deportes	24	20	14
Economía	18	17	14
Gente	21	16	24
Salud / Sanidad	11	7	17
Tecnología	45	50	47
TV / Televisión	39	30	13
Total	225	176	164

Tabla 2: El número de anglicismos en cada sección de los tres portales de noticias

Así, como sugieren y los datos de las dos tablas, se ha detectado una gran variedad de anglicismos desde la perspectiva temática. En este contexto, destacan especialmente las esferas con un alto nivel de internacionalización y con una gran influencia de la cultura y la civilización de los países anglófonos (y, por consiguiente, una influencia significativa del language anglófono). Los anglicismos del ámbito tecnológico y digital (como *tablet*, *software* u *over-ear*) son, en general, los más frecuentes en los tres portales de noticias, y no necesariamente solo en la sección *Tecnología*. En la sociedad globalizada actual, ha desaparecido la necesidad de buscar o inventar equivalentes de los términos tecnológicos ingleses en las lenguas de destino, optándose cada vez más por la opción más simple: tomar prestado el término original del inglés, sin modificaciones o con modificaciones mínimas. De manera similar, también se utilizan anglicismos relacionados con las redes sociales (*reels*, *emojis*, *tiktoker*) y los videojuegos (*gaming*, *gamepad*, *gamers*). Además, los países de habla inglesa tienen una contribución significativa en el ámbito del cine y la televisión, así como en la industria musical. De ahí el número de anglicismos con estas temáticas, como *reality*, *talent show*, *thriller* o *binge-watch*, por un lado, y *jazz rock*, *mash up* o *piano-man*, por otro. Algunos anglicismos se refieren a profesiones, ocupaciones, estatus social – como *CEO*, *cofounder*, *community manager*, *influencer*, *celebrities* o incluso *nepobaby* (aunque no es un término que se refiera a un estatus social propiamente dicho, supone un estatus atribuido que garantiza el éxito de la persona gracias a sus vínculos familiares). Otros anglicismos se refieren a generaciones (*baby boomers*, *millennials*, *centennials*, *xennials*) o aspectos relacionados con la sexualidad (*demisexual*, *trans*, *swinger* o *womanizer*). Otros anglicismos, como ya se ha mencionado, tienen una temática económica, mientras que otra buena parte – deportiva. Y solo unos pocos anglicismos son de tipo científico. Estos resultados confirman, por tanto, la tendencia de los hablantes de español a integrar, especialmente, anglicismos de esferas temáticas como las TIC, la cultura y el entretenimiento, el deporte, la economía y áreas relacionadas (Gerding-Salas et alii, 2014), pero sin limitarse únicamente a estos ámbitos.

Una última observación sobre la integración de anglicismos en el texto de los artículos, concretamente los anglicismos no adaptados, es que el origen extranjero de muchos de estos términos se destaca, ya sea mediante el formato cursivo de estas palabras o mediante el uso de comillas. No obstante, algunos anglicismos crudos no se marcan de ninguna manera, lo que puede sugerir una normalización de su uso, desapareciendo así la necesidad de marcar su estatus como palabras extranjeras (por ejemplo, anglicismos como *web*, *fan*, *app*, *PR manager*, términos que designan géneros musicales, etc.).

En conclusión, el análisis realizado de los materiales publicados en los portales de noticias *El Periódico*, *Okdiario* y *20 Minutos* confirma que los

anglicismos son un fenómeno existente y visible en el español moderno, y en particular en la prensa online. Sin embargo, aunque aparecen en todos los ámbitos investigados, su frecuencia no es uniforme. Un mayor flujo de anglicismos penetra en áreas como la tecnología, la industria cinematográfica, la música y el deporte, mientras que ámbitos con terminología más especializada, como la ciencia y la medicina, parecen más conservadores en cuanto al uso de anglicismos, especialmente los no adaptados, siempre que se puedan encontrar equivalentes en español. Otro hallazgo importante es que, mientras que algunos términos o expresiones inglesas se adaptan completamente al español (especialmente mediante calcos léxicos o semánticos) o solo parcialmente (mediante modificaciones fonéticas, ortográficas o/y morfológicas), otros términos ingleses se utilizan en su forma original. Esto sugiere tanto la influencia global del inglés como la actitud relativamente abierta de la prensa y, respectivamente, del público español hacia la integración directa de términos y expresiones inglesas.

Bibliografía

Dietrich, W., Geckeler, H. (2000). *Einführung in die spanische Sprachwissenschaft: Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. <https://www.esv.info/download/katalog/inhvzch/9783503079957.pdf>.

Gerding-Salas, C., Fuentes, M., Gómez, L., Kotz, G. (2014). Anglicism: an Active Word-Formation Mechanism in Spanish. *Colombian Applied Linguistics Journal*, 16(1), 40–54. <https://doi.org/10.14483/udistrital.jour.calj.2014.1.a04>.

López Morales, H. (1987). Anglicismos léxicos en el habla culta de San Juan de Puerto Rico. *Lingüística Española Actual*, 9(2), 285–304.

Medina López, J. (2004). El anglicismo en el español actual. *Cuadernos de Lengua Española*, 51.

Ortega, M. P. (2001). Neología y prensa: Un binomio eficaz. *Espejulo: Revista de Estudios Literarios*, 18.

Rodríguez González, F. (2021). Anglicismos y formaciones derivadas en español actual. *Lexis*, 45(2), 575–622. <https://doi.org/10.18800/lexis.202102.003>.

Schmidt, S., Diemer, S. (2015). *Comments on Anglicisms in Spanish and their reception*. https://jahrbib.sulb.uni-saarland.de/bitstream/20.500.11880/23701/1/FINAL_Schmidt_Diemer.pdf.

Diccionarios

Real Academia Española (RAE). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/anglicismo>.

Suárez Iglesias, D. (2021). *Diccionario de anglicismos y otros extranjerismos (I parte)*. <https://defensadelidioma.com/wp-content/uploads/2021/10/diccionario-anglicismos-extranjerismos-2021-1.pdf>.

Textos

U.S. News & World Report. *These Are the Most Economically Influential Countries.*
<https://www.usnews.com/news/best-countries/rankings/economically-influential>.

20 Minutos. <https://www.20minutos.es/>.

El Periódico. <https://www.elperiodico.com/es/>.

Okdiario. <https://okdiario.com/>.