

es del Observatorio / Observatorio's Reports
Informes del Observatorio / Observatorio's R
es del Observatorio / Observatorio's Reports
nformes del Observatorio / Observatorio's Re
es del Observatorio / **Observatorio's Reports**
Informes del Observatorio / Observatorio's F
es de **erv**atorio / Observatorio's Reports
Informes del Observatorio / Observatorio's F



ISSN 2373-874X (online)

051-05/2019SP

1

Reshaping Hispanic Cultures

2018

Instituto Cervantes Symposium on Recent Scholarship

Vol. II. Linguistics, Communication and Sociology in the Hispanic World

Rosana Hernández and Francisco Moreno-Fernández (eds.)

Presentación

El Instituto Cervantes en la Universidad de Harvard tiene entre sus objetivos el de la promoción de los estudiantes que se adentran en el ámbito del español, del hispanismo y de la ciencia que se expresa en español, así como la difusión de la lengua y la cultura hispanas en el entorno de la Universidad de Harvard. Estos fines, además, se buscan en complicidad, más allá de la cooperación, con los departamentos de la Universidad de Harvard cuyos profesores y estudiantes se interesan por el hispanismo y el pensamiento en español. Por eso cualquier ocasión es buena para expresarles nuestro más sincero agradecimiento.

Los simposios denominados «Reshaping Hispanic Cultures», cuya primera edición se celebró en 2016, nacieron como un espacio para la presentación de propuestas y el intercambio intelectual. Los convocados son estudiantes, profesores y todos los interesados en dar a conocer sus estudios, materiales e investigaciones sobre las culturas hispánicas en su sentido más amplio. La particularidad está en que se trata de un foro pensado para la presentación de estudios incipientes, de nuevos investigadores, de propuestas en desarrollo. El simposio se ofrece como banco de pruebas para mostrar y debatir, en sus fases iniciales, investigaciones relativas al hispanismo, en todas sus dimensiones, y como foro para nuevos estudiosos. Así hay que entender el contenido de estas páginas; sin mayores pretensiones, pero con la satisfacción de ofrecer un espacio amplio y abierto de pensamiento.

3

Este volumen ofrece el fruto de algunos de los trabajos presentados en el simposio celebrado en 2018, que tuvo lugar en Harvard, en las dependencias del Observatorio de la lengua española y las culturas hispánicas en los Estados Unidos. Los estudios que aquí se ofrecen son variados en sus temas y metodologías, y sus autores proceden de diferentes universidades. Ofrecemos, pues, estas páginas como una variada muestra del hispanismo que se está practicando en los Estados Unidos –y en otros lugares– y de algunos de los temas que más están interesando a los nuevos investigadores.

Finalmente, los editores de este volumen, tras varios años de trabajo en el Observatorio del Instituto Cervantes y de organización del simposio «Reshaping Hispanic Cultures», queremos agradecer el apoyo recibido por todos sus participantes y colaboradores. Deseamos, asimismo, que las ediciones del simposio que hayan de celebrarse en el futuro sigan cumpliendo su función de servicio dentro del espacio universitario. El resto vendrá de la mano del entusiasmo y la calidad de los nuevos investigadores que acudan al encuentro.

4

Francisco Moreno-Fernández

Catedrático de la Universidad de Alcalá

Exdirector del Instituto Cervantes en la Universidad de Harvard

Presentation

The Cervantes Institute at Harvard University has among its objectives the advancement of students who enter the fields of Spanish, Hispanic Studies, scientific research in Spanish; in addition, the Institute aims to support the dissemination of Hispanic language and culture within Harvard University and to its affiliates. These aims are sought in collaboration with departments of Harvard University whose professors and students have expressed a keen interest in Hispanic studies and thought in Spanish. Therefore we welcome any opportunity in which to express our sincerest gratitude to them.

The symposium titled "Reshaping Hispanic Cultures" had its first edition in 2016. It was born as a space to present proposals and for the intellectual exchange of ideas. Among those invited to participate are students, professors, and all those interested in sharing their research and work on Hispanic culture in its broadest sense. The most distinctive feature of the forum is that it is designed for the presentation of emerging studies, for new researchers, and for proposals still in development. The symposium is offered as a test bed to present and debate research, in its initial phases, related to Hispanic studies in all its dimensions, and as a forum for new scholars. It is within this mindset that the following publication should be read: unpretentiously, as an open and wide space for debate, which the Observatorio is proud to offer.

5

This volume pages contains a few of the works presented at the symposium held in 2018, at Harvard University at the Observatory of the Spanish Language and Hispanic Cultures in the United States. The studies presented here are varied in their subject matters and methodologies, and their authors originate from different universities. We offer these pages, then, as a wide-ranging and diverse sample of Hispanic studies currently being conducted in the United States –and in other parts of the world– and as a sample of topics that are of growing interest to new researchers.

Finally, after several years working at the Observatory of the Instituto Cervantes and organizing the symposium “Reshaping Hispanic Cultures,” the editors of this volume would like to thank the support received from all participants and collaborators. It is our desire that future editions of the symposium will continue to fulfill their service within the university space. The enthusiasm and quality of future researchers attending the meeting will no doubt contribute to this.

6

Francisco Moreno-Fernández

Professor - University of Alcalá

Former Director of the Instituto Cervantes at Harvard University

Índice

El español, lengua viva en la prensa de los Estados Unidos: una muestra de su variación léxica	9
Benedetta Binacchi	
La presentación oral como herramienta de construcción del discurso académico en hablantes de herencia de español	65
Eva Gómez García	
España y su reto hacia el <i>engagement</i> en 2020	99
Alicia Ors Ausín	
To Serve and Not to Be a Servant: A Case for Domestic Workers	111
Gigi Visbal	

El español, lengua viva en la prensa de los Estados Unidos: una muestra de su variación léxica

Benedetta Binacchi

Università degli Studi di Verona, Italia

Resumen: Este trabajo analiza la variación léxica y semántica del español empleado en la prensa hispana de los Estados Unidos, la prensa *hispanounidense*. En el país, el español ha alcanzado creciente visibilidad en las últimas décadas y la prensa en lengua española, impresa y digital, se ha extendido en todo el territorio a través de gentes de orígenes distintos que presentan rasgos lingüísticos propios de su comunidad y experimentan continuamente el contacto con la lengua inglesa. El objetivo de este trabajo es detallar los rasgos léxicos, semánticos y formales del español en una selección de textos periodísticos que se dirigen al heterogéneo público hispano de los Estados Unidos; para realizar el análisis se ha seleccionado una muestra de artículos del período diciembre 2017 - febrero 2018 procedentes de la prensa hispana local y nacional, con el propósito de abordar fenómenos léxico-semánticos como americanismos, anglicismos, *hispanglicismos* y neologismos, que se han clasificado a través de la consulta de obras lexicográficas y bancos de datos.

Palabras clave: Estados Unidos, prensa *hispanounidense*, lengua española, hispanohablantes, léxico, variedad, americanismos, anglicismos, *hispanglicismos*, neologismos.

Abstract: This paper analyzes the lexical and semantic variation in the Spanish language used in the Hispanic U.S. press, the *Hispanorthamerican* press. In recent decades, Spanish has become increasingly visible in the U.S., and the Spanish-language press, both printed and digital, has spread all over the country through people from different origins who have linguistic characteristics specific to their communities and who are constantly experiencing contact with the English language. The objective of this study is to describe the lexical, semantic, and formal features of Spanish in a sample of journalistic texts addressed to the heterogeneous Hispanic public of the U.S.; the sample is formed by

articles from the local and national press published between December 2017 and February 2018, with the aim of addressing lexical-semantic phenomena, such as americanisms, anglicisms, hispanglicisms and neologisms, which have been classified by consulting lexicographic works and databases.

Keywords: United States, *Hispanorthamerican* press, Spanish language, Spanish-speakers; vocabulary, language variety, americanisms, anglicisms, *hispanglicisms*, neologisms.

I. Introducción: la prensa *hispanounidense*

El español es actualmente la segunda lengua más hablada en los Estados Unidos, que es también el segundo país con mayor número de hispanohablantes en el mundo, por detrás de México, pero por delante de Colombia y España (Fernández Vítóres 2016). Por lo tanto, los hablantes de español se han convertido en la minoría lingüística más numerosa de los Estados Unidos: según el U.S. Census Bureau (2017), los hispanos residentes son 57,5 millones, de los cuales 40 millones hablan español en casa. A menudo se identifican con los nombres de hispanos o latinos, denominaciones en ocasiones cargadas de connotaciones racistas; otro término para definirlos es *hispanounidenses*¹, gentilicio acuñado por Gerardo Piña-Rosales, actual director de la Academia Norteamericana de la Lengua Española (ANLE). Dicha palabra hace hincapié, más que otras, en la identidad híbrida de los hispanos de los Estados Unidos, que viven entre dos

10

¹ Según la definición dada por Gerardo Piña-Rosales, *hispanounidense* indica el individuo de origen hispano, que hable o no español, residente en los Estados Unidos (Fundéu, consultado en junio de 2018).

culturas, la anglo y la hispana, y entre lengua de herencia –el español– y lengua dominante de la sociedad –el inglés–.

A pesar de que se estima un crecimiento continuo de la población hispana, según algunas previsiones, el futuro de la lengua española en el país está amenazado por la presión de la lengua inglesa y por las acciones políticas hostiles al bilingüismo; de hecho, ya la segunda y la tercera generación de migrantes de origen hispano, en su mayoría, van perdiendo parte de la competencia en español (Otheguy 2008: 223-224). Por eso, las continuas oleadas migratorias de hispanófonos y el crecimiento demográfico, como subraya Lodaes (2005: 192-193), podrán garantizar la conservación del idioma en el país solo si concurren otras circunstancias, especialmente la evolución socioeconómica de los hispanounidenses y el reconocimiento del español como lengua de prestigio.

11

Hoy en día estos factores han determinado el desarrollo de un vasto mercado en lengua española (Betti 2008) y el sector de la información en español está entre los más florecientes (López 2009: s.p.). Las raíces de la prensa en lengua española de los Estados Unidos –a la que nos referiremos como prensa hispanounidense– se remontan al año 1808, cuando se publicó la primera edición de *El Misisipí* en Nueva Orleans, y sigue siendo un sector vivo (Guskin y Anderson 2014). De hecho, entre 2000 y 2014 nacieron nuevos diarios y semanarios, como *La Voz de Arizona* (Phoenix), *Hoy* (Chicago), *Rumbo* (Houston), que se sumaron a las decenas de periódicos ya en activo, algunos desde hacía más de 90 años, como el diario *La*

Prensa de Nueva York (fundado en 1913), hoy en día conocido con el nombre de *El Diario (La Prensa)*. Además, la expansión de los hispanounidenses por todo el territorio ha estimulado en los últimos decenios el surgimiento de prensa en lengua española también en zonas no tradicionalmente de influencia hispana, como demuestran las siguientes publicaciones: *El Nuevo Georgia* (Atlanta, Georgia), *Qué Pasa Mi Gente Charlotte* (Charlotte, Carolina del Norte), *Vocero Latino News* (Cleveland, Ohio), *La Prensa de Minnesota* (Minneapolis, Minnesota), *El Latino de Hoy* (Portland, Oregón), *El Mundo Boston* (Boston, Massachusetts) y *Hola Arkansas* (Little Rock, Arkansas).

Aunque en los últimos años los hispanounidenses han ido adquiriendo siempre más competencia en inglés y la prensa, en general, está sufriendo descensos en las ventas y en la circulación de ejemplares –como ha ocurrido para los mayores diarios hispanos impresos, esto es, *La Opinión Los Ángeles*, *El Nuevo Herald Miami*, *El Diario Nueva York*–, en general la prensa digital y los semanarios en español están aumentando sus usuarios y lectores (Pew Research Center 2016: 73-79). Hasta la fecha, no han sido muchas las contribuciones publicadas sobre los rasgos lingüísticos de la prensa hispanounidense. Al respecto, es preciso señalar los estudios de López Morales sobre la globalización del léxico hispano en los medios de comunicación (2006) y los de Gómez Font (2003 y 2008) y Lozano (2015), centrados en los rasgos del español en la prensa de los Estados Unidos.

12

II. Objetivos

El objetivo del presente trabajo es presentar una muestra del análisis léxico-semántico llevado a cabo en un corpus de textos periodísticos. El material procede de la prensa hispana local y nacional, disponible en línea, de diferentes zonas geográficas de los Estados Unidos; la muestra corresponde al periodo que va desde diciembre de 2017 hasta febrero de 2018. El estudio de los rasgos léxico-semánticos del español ha sido realizado a través de la consulta de obras lexicográficas y corpus textuales de referencia.

Esta investigación nos ha permitido realizar una propuesta de clasificación de los fenómenos léxicos del español de los Estados Unidos en la prensa. Dicha propuesta se ha verificado a través del análisis de las voces acotadas, con el propósito de emplearla en investigaciones futuras. La clasificación abarca las categorías lexicológicas tradicionales, si bien adaptadas al español de los Estados Unidos, una variedad con rasgos propios y únicos dentro del marco de la dialectología hispánica (Lipski 2013: 122).

13

III. Metodología

3.1. *Corpus periodístico*

Para desarrollar la investigación se ha formado un corpus de textos periodísticos con artículos procedentes de diarios y semanarios hispanos en su versión digital, atendiendo a distintos criterios: el cronológico, el geográfico y el temático.

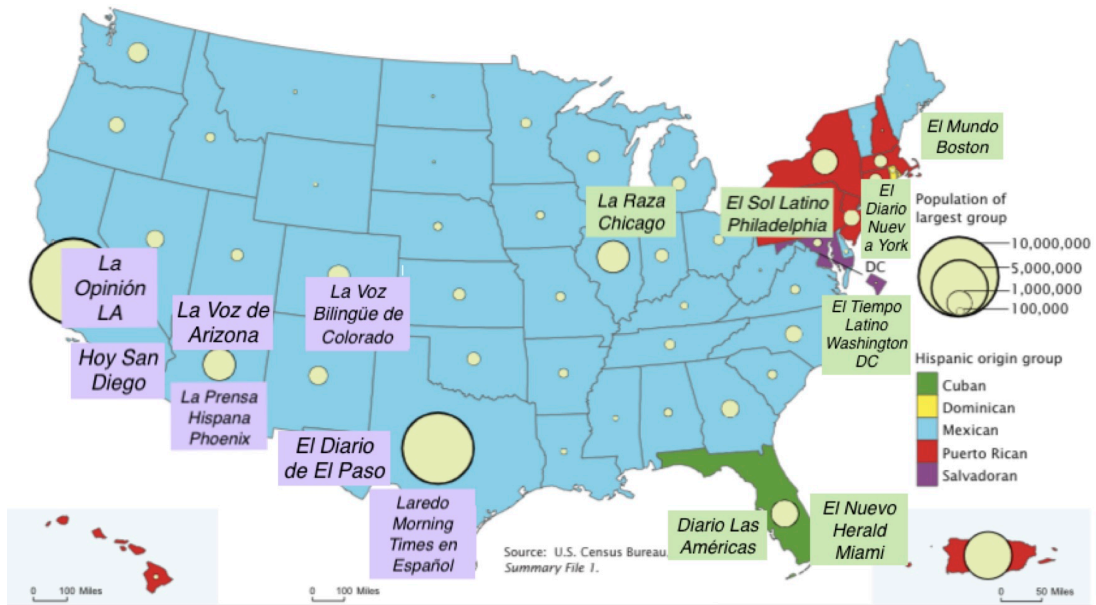
El período cronológico elegido, como hemos dicho, va desde diciembre de 2017 hasta febrero de 2018. En cuanto al criterio espacial se han considerado dos zonas hispanófonas geográfica y lingüísticamente diferentes: por un lado, la Costa Este y el Noreste, y por el otro, la Costa Oeste y el Suroeste. Dentro del período acotado, se ha seleccionado un tema concreto que ha afectado cada zona: en la primera, la oleada de frío causada por el fenómeno del *ciclón bomba* (*bomb cyclone*), que golpeó esta región durante el invierno 2017-2018; en la segunda, la cuestión –muy candente– de los *dreamers*². Se ha trabajado con una cantidad variable de artículos por cada periódico, desde un mínimo de dos hasta un máximo de siete, según la presencia en cada rotativo de textos sobre el tema seleccionado.

3.1.1. *Los diarios y semanarios de la Costa Este y del Noroeste*

En esta área de alta influencia hispanófona los grupos hispanos de mayor concentración son los puertorriqueños, los dominicanos, los salvadoreños, los cubanos, los mexicanos y los guatemaltecos (Ennis, Ríos-Vargas y Albert 2010), como se puede comprobar en la Figura 1. Al mapa original de la oficina del censo estadounidense, que muestra la presencia de las comunidades hispanófonas en el territorio y el número aproximado de individuos, hemos añadido los periódicos seleccionados para el estudio en cada zona.

² Dentro de las referencias, en el apartado «Sitiografía», se consignan las páginas web y los datos de consulta de todos los periódicos mencionados.

Figura 1. Distribución de los periódicos y comunidades lingüísticas de influencia. Fuente original: U.S. Census Bureau, 2010, modificada.



Las variedades diatópicas del español presentes en esta zona son la mexicana, la centroamericana y la caribeña, que sin duda influyen el español de la prensa en este territorio. Para observar los rasgos lingüísticos del español empleado en los periódicos de esta zona se han tomado en consideración diarios y semanarios en línea de la prensa generalista de las áreas de mayor influencia de estos grupos: el estado de Florida con la ciudad de Miami, Nueva York, Chicago (Illinois), Washington D.C., el estado de Massachusetts con la ciudad de Boston y Pensilvania con el centro urbano de Filadelfia. Los periódicos seleccionados cuentan con las secciones de local, nacional e internacional y otras dedicadas a las noticias de Hispanoamérica.

En Miami y en general en el estado de Florida se ha tomado en consideración el *Diario Las Américas*, publicación de distribución estatal, cuyos lectores son mayoritariamente cubanos del sur del estado; además se ha consultado *El Nuevo Herald*, que es un rotativo de distribución nacional con sede en Miami y es el segundo diario hispano más leído en los Estados Unidos (el primero es *La Opinión* de Los Ángeles; Pew Research Center/Mitchell 2016).

En Nueva York se ha observado *El Diario (La Prensa)*, diario que se dirige a la población hispana de la ciudad, que está formada mayoritariamente por puertorriqueños, dominicanos y mexicanos. Asimismo, en Chicago (Illinois) se ha estudiado el semanario *La Raza*, dedicado a los mexicanos y centroamericanos de dicha área urbana.

16

Además, en Washington D.C. se ha considerado el semanario *El Tiempo Latino*, que se dirige a los hispanos del área metropolitana de la capital, sobre todo centroamericanos (en su mayoría de origen salvadoreño); este semanario está asociado al diario en lengua inglesa *The Washington Post* (López 2009: s.p.).

De la zona de Boston y en general de Massachusetts se ha analizado *El Mundo Boston*, un semanario ofrecido a la población hispana de Boston y la zona este del estado, sobre todo de procedencia puertorriqueña; es el periódico más antiguo de Nueva Inglaterra y el más influyente en la zona.

Finalmente, del área de Pensilvania (y Delaware) y de la ciudad de Filadelfia se ha estudiado *El Sol Latino Newspaper*, un semanario pensado para los latinos de Filadelfia y el Valle del Delaware, sobre todo de origen puertorriqueño y salvadoreño.

3.1.2. Los diarios y semanario de la Costa Oeste y del Suroeste

En esta área de alta influencia hispanófono los principales grupos hispanos son sobre todo los mexicanos y los centroamericanos y, en cantidad menor, los caribeños (U.S. Census Bureau/Ennis/Río Vargas/Albert 2010), como muestra la Figura 1. De ahí que las variedades diatópicas del español habladas en el territorio sean, sobre todo, las correspondientes a los grupos citados. En esta zona se han tomado en consideración el estado de California, especialmente la ciudad de Los Ángeles, San Diego y la zona de Baja California; las ciudades de Laredo, El Paso y las zonas fronterizas con México en Texas; el estado de Arizona, en particular el centro urbano de Phoenix; y el estado de Colorado. Todos los rotativos estudiados incluyen las secciones de local, nacional e internacional; además, presentan contenidos dedicados a noticias de la zona fronteriza y de México.

17

En Los Ángeles (California) se ha considerado *La Opinión*, que es un diario que se dirige a la población hispana de la ciudad y de los condados del sur del estado, sobre todo de origen mexicano. Es el diario hispano más leído en los Estados Unidos y tiene una sección específica dedicada a la inmigración y al presidente Trump. En San Diego (California) se ha analizado el diario *Hoy*, dedicado a los

lectores hispanos, en mayoría de origen mexicano, de San Diego y de la zona de Baja California. Hoy está asociado al diario en lengua inglesa *San Diego Union Tribune*.

En Laredo (Texas) se ha observado *El Laredo Morning Times en español*; como delata su cabecera, está asociado al periódico en lengua inglesa *Laredo Morning Times*. La edición en español se dirige al público hispano, en particular de origen mexicano, de Laredo y de la zona fronteriza. Además, se ha estudiado *El Diario de El Paso*, un diario pensado para el público hispano de la ciudad texana y con una sección dedicada a las noticias procedentes de Chihuahua.

En Arizona, en particular en Phoenix, se ha seleccionado *La Voz de Arizona*, que es un semanario leído por los hispanos, en mayoría de origen mexicano, de Phoenix y del condado de Maricopa; está asociado al diario en lengua inglesa *The Arizona Republic*. Asimismo, hemos considerado *La Prensa Hispana* (Arizona), que es otro semanario dedicado al público hispano de Phoenix.

Finalmente, en Colorado, se ha elegido *La Voz Bilingüe*, que es un semanario en el cual todos los contenidos están disponibles en las dos lenguas y los artículos en español son, al parecer, traducciones del inglés. La cabecera cita la frase «La Voz Bilingüe de Colorado: Colorado's #1 Hispanic-Owned Bilingual Publication». Se dedica a la comunidad hispanounidense de Colorado, en particular de Denver,

18

Boulder, Greeley y Fort Collins; además tiene secciones dedicadas a la comunidad hispana: *La comunidad, Inmigración, La Vida Latina y Nuestra Gente*.

3.2. Herramientas lexicográficas y lingüísticas

Después de la formación del corpus, se ha realizado un análisis léxico, semántico y formal de los textos recogidos a través de la consulta de obras lexicográficas y corpus textuales de referencia. Se han comprobado el significado y el uso de los términos empleando diccionarios académicos y no académicos: el *Diccionario de la lengua española* (RAE-ASALE en línea 2014-2017; de aquí en adelante DLE), *Lema: el diccionario Vox de la Lengua Española* (Battaner Arias [coord.] 2001), el *Diccionario de americanismos* (ASALE en línea 2010; al que nos referiremos como DA), el *Diccionario del español de América* (Morínigo 1994) y los diccionarios diferenciales del español, en particular el *Diccionario del español usual en México* (Lara 1996) y el *Diccionario del español de Cuba* (Haensch 2000). Además, para investigar los anglicismos encontrados se ha consultado el *Gran Diccionario de Anglicismos* (Rodríguez González 2017) y el *Diccionario de Anglicismos del Español Estadounidense* (Moreno-Fernández 2018), y también diccionarios de la lengua inglesa: el *Merriam-Webster America's English Dictionary Online* (en línea), el *Oxford English Living Dictionary Online* (en línea) y el diccionario etimológico *Online Etymology Dictionary* (en línea).

19

Asimismo, se han consultado los corpus textuales digitales de la Real Academia Española dedicados al español contemporáneo, el CREA³ (versión 3.2, junio 2008) y el CORPES XXI⁴ (versión 0.83, junio 2016), para comprobar el contexto de uso, los significados y la difusión geográfica de las voces acotadas.

IV. Análisis y modelo de clasificación

El español de los Estados Unidos ha establecido una relación de herencia y continuidad con las variedades americanas, como se desprende de muchas de las voces estudiadas. De hecho, consideramos *americanismo* cada «vocablo, giro o rasgo fonético, gramatical o semántico peculiar o procedente del español hablado en algún país de América» (DLE) que se ha expandido también a los Estados Unidos. En cambio, clasificamos como *americanismos con difusión restringida* aquellos cuyo significado tiene una difusión limitada a pocas áreas hispanoamericanas, como demuestran los diccionarios y los corpus de referencia. El empleo de estas voces en el español de la prensa estadounidense se puede explicar por la presencia de un grupo dialectal determinado en la zona de difusión

20

³ Es un corpus de referencia compuesto por textos de géneros y temas diferentes pertenecientes al período 1975-2004; el 90% de los textos procede del medio escrito y el 10% del medio oral, el 50% del material procede de España y el 50% de América. Esta se vertebra en diferentes zonas lingüísticas: la andina, las Antillas (zona caribeña), el Caribe continental, la chilena, los Estados Unidos, México y Centroamérica, y el Río de la Plata.

⁴ Es un corpus digital que incluye textos de diferentes géneros y temas, del período 2001-2012, con 25 millones de formas por año; el 90% corresponde al medio escrito y el 10% al medio oral. Los textos proceden de todas las zonas hispanófonas: el 30% de España y el 70% de América. Esta última está clasificada según las mismas zonas lingüísticas del CREA; además, contiene textos procedentes de Filipinas y Guinea Ecuatorial.

de los periódicos o por el estilo del periodista, influenciado por su propia procedencia geográfica.

Además, en la prensa hispanounidense se hace evidente el contacto del español con el inglés, a través de préstamos lingüísticos, adaptados o no al español. Se han subdividido los *adaptados* gráfica y fonéticamente a lengua española según su difusión geográfica en el mundo hispanófono: los *anglicismos panhispanicos* son los difundidos en todas las zonas hispanófonas (de una y otra orilla), los *anglicismos panamericanos* son los empleados bien en Hispanoamérica, bien en los Estados Unidos, y los *hispanglicismos*, según la definición de Moreno-Fernández (2018: 8), son los anglicismos de uso específico en el español de los Estados Unidos.

21

En cuanto a los anglicismos no adaptados, se proponen distintas categorías. En primer lugar, la de los *anglicismos de uso en los Estados Unidos*, que abarca los préstamos del inglés aún no adaptados gráfica y fonéticamente al español – generalmente llamados extranjerismos o barbarismos– pero de uso habitual en el español de los Estados Unidos por su convivencia estrecha con el inglés. Para su clasificación se ha tomado en consideración la definición de *barbarismos* de Casado Velarde, «[extranjerismos] que tienen un uso muy o bastante extendido, que son sentidos por los hablantes como ajenos al sistema de la propia lengua,

como enquistados» (2017: 130)⁵; y también la del DLE: «extranjerismo no incorporado totalmente al idioma». Se ha añadido la etiqueta ‘*de uso en los Estados Unidos*’, que hace referencia al contexto lingüístico y cultural de nuestro interés. A veces estos términos se perciben como ajenos al sistema lingüístico del español y por esto se marcan entre comillas o en cursiva en la prensa, según la sensibilidad del redactor. En cambio, se agrupan bajo el rótulo de *anglicismos mediados* los términos ingleses no incorporados al español, cuyo significado se media para el lector hispanounidense a través de traducciones al español, glosas o explicaciones.

Finalmente, el léxico del español en la prensa hispanounidense se enriquece de *nuevas creaciones léxicas y semánticas* que conservan los patrones morfológicos internos de la lengua española: se indican como *nuevas creaciones léxicas* los términos en que el significante es novedoso; en cambio, son *nuevas creaciones semánticas* los términos cuyo significante ya existía en español, pero ha adquirido un nuevo significado.

A lo largo del estudio, se presentan varios gráficos que reproducen la difusión de algunas de las voces seleccionadas como muestra. Los gráficos representan los

⁵ Preferimos no emplear la denominación barbarismos porque puede sugerir una acepción negativa, ya que, como queda sancionado en el DLE, además de designar a un «Extranjerismo no incorporado totalmente al idioma», también se refiere a una «Incorrección lingüística que consiste en pronunciar o escribir mal las palabras, o en emplear vocablos impropios». Barbarismo, además, remite a algo de procedencia foránea, mientras que el español en los Estados Unidos comparte el mismo territorio y contexto con la lengua inglesa. Por lo tanto, sus hablantes tienden a no percibir las voces inglesas como «intrusas».

resultados ofrecidos por el CORPES XXI y el CREA: como las interfaces de dichos corpus no pueden mostrar la difusión geográfica de cada acepción de un término, incluimos solo los gráficos de las voces que tienen una única acepción. Sin embargo, aunque no se muestre visualmente, se ha comprobado la difusión real de cada una de las voces con las acepciones encontradas en los corpus de referencia.

4.1. Herencia y continuidad léxica: americanismos

Como era de esperar se han observado cuantiosos americanismos, o sea, términos con un significado peculiar y bastante difundido en el español hablado en Hispanoamérica: se trata de voces que se han incorporado al español de Estados Unidos a través de los grupos migratorios hispanoamericanos; aunque estos términos no siempre van acompañados por la marca diatópica *EU* (*estadounidismo*; propio de los Estados Unidos) u otra correspondiente en los diccionarios consultados, se ha comprobado su uso en el español de los Estados Unidos gracias a los corpus textuales de referencia.

23

A continuación, se detallan los americanismos identificados y los contextos en que aparecen en nuestro corpus periodístico según la procedencia geográfica del periódico. Se consignan las definiciones de los términos con el significado mencionado en el texto y las marcas diatópicas de uso señaladas por el DA.

4.1.1. En la Costa Este y en el Noroeste

Se han identificado numerosos americanismos, algunos muy conocidos, como *carro*: «[...] con los gatos hay que tener un cuidado muy especial porque ellos generalmente buscan lugares calientes y acostumbran a meterse debajo de los *carros* tratando de conseguir calor, lo que es un gran riesgo para sus vidas [...]» (Castropé en *Diario Las Américas* 01/05/2018)⁶; *carro* está registrado en el DA como: «EU, Mx: N,S, Gu, Ho, ES, Ni, Pa, Cu, RD, PR, Co, Ve, Pe. Automóvil». Además, se ha observado la expresión (*hacer un llamado*), que se encuentra dos veces en el corpus, como en: «[...] el gobernador Andrew Cuomo *hizo un llamado* a los empleadores para que permitieran a los trabajadores quedarse en sus hogares [...]» (Redacción de *El Diario* de Nueva York 01/04/18). Está registrado como: «Ho, ES, Ni, Cu, PR, Co, Ec, Bo, Ch, Py. Apelación a una nueva comunidad, especialmente para conseguir una respuesta o acción solidaria» (DA). Luego, *llanta*, que se presenta en: «[...] considere cambiar a *llantas* de invierno si vives en una zona donde hay problemas de nieve y hielo durante varios meses [...]» (Redacción de *La Raza* 05/01/18); está registrado como: «Mx, Gu, Ho, ES, Ni, CR, Pa, Cu, RD, PR, Co, Ec, Pe, Bo, Ch, Py, Ar, Ur. En la rueda de un vehículo, parte externa de caucho que roza con el suelo. Pop» (DA). Además, se ha encontrado *malecón*: «[...] las condiciones continuarán siendo monitoreadas y el *malecón* volverá a abrir una vez que los vientos fuertes y las olas se calmen [...]» (Osorio en *El Nuevo Herald* 01/02/18); Según el DA se trata de: «EU, Mx, Gu, ES, Ni, Pa, Cu,

24

⁶ En las citas se marcan en cursiva las palabras objeto de estudio. Además, de aquí en adelante, al citar un artículo de nuestro corpus, además del autor y de la fecha, indicamos también el periódico en que se ha publicado para evidenciar la zona geográfica de procedencia.

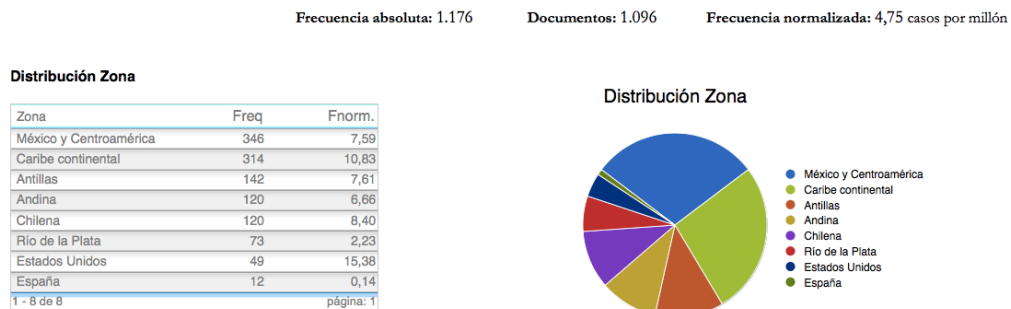
RD, PR, Co, Ve, Ec, Pe, Ch. Paseo que corre paralelamente a la orilla del mar o de un río pop+cult → esp.». Se ha identificado también el conocido americanismo *manejar*, que aparece varias veces: «[...] la policía pidió a los residentes que tuvieran prudencia en medio de la emoción de ver ese fenómeno natural: ‘Por favor, tenga extrema precaución si está *manejando* y no se exponga mucho tiempo al frío sin el atuendo apropiado’ [...]» (Otálora en *Diario Las Américas* 01/03/18); está definido en el DA como: *Gu, Ho, ES, Ni, CR, Pa, Cu, RD, PR, Co, Ve, Ch, Py, Ar, Ur. Conducir un vehículo*». Finalmente, *tanque (de gasolina)* aparece dos veces, por ejemplo: «[...] mantén el *tanque de gasolina* de tu automóvil lleno de combustible para uso durante emergencias y evita que se congele la tubería de paso del combustible [...]» (Intoci en *El Sol Latino Newspaper* de Philadelphia 01/05/18). *Tanque (de gasolina)* está registrado como: «*Mx, Ho, ES, Ni, CR, Pa, Cu, RD, PR, Co, Ec, Pe, Bo, Py, Ar, Ur. Depósito de combustible de un automóvil*» (DA).

25

Los americanismos sacados de los periódicos de esta zona son muy conocidos, de difusión general en Hispanoamérica y los Estados Unidos con los significados aludidos. El término *llanta* está marcado con la marca diastrática *pop.*, empleo popular, y el término *malecón* con *esp.*, estilo espontáneo: se encuentran bastantes casos de *llanta* en el CORPES XXI y en el CREA en la sección prensa de los Estados Unidos; en cambio, se registran muy pocos casos de *malecón* en la misma sección y en general en los dos corpus, aunque el DA lo marca como voz empleada en los Estados Unidos.

La Figura 2, del CORPES XXI muestra la difusión en Hispanoamérica y en los Estados Unidos de uno de los americanismos encontrados: (*hacer un*) llamado 'hacer una apelación'. La Figura 3, además, presenta la difusión del mismo término en el CREA.

Figura 2. Distribución del americanismo (*hacer un*) llamado en Hispanoamérica y los Estados Unidos. Fuente: CORPES XXI, consultado en junio de 2018.



26

Figura 3. Distribución del americanismo (*hacer un*) llamado en Hispanoamérica y los Estados Unidos. Fuente: CREA, consultado en junio de 2018.

Estadísticas

Año	%	Casos	País	%	Casos	Tema	%	Casos
1997	37.93	22	MÉXICO	31.34	21	3.- Política, economía, comercio y finanzas.	40.00	28
1996	27.58	16	CHILE	10.44	7	2.- Ciencias sociales, creencias y pensamiento.	21.42	15
1985	6.89	4	VENEZUELA	10.44	7	9.- Oral.	12.85	9
2000	5.17	3	ARGENTINA	8.95	6	5.- Ocio, vida cotidiana.	11.42	8
1988	3.44	2	EL SALVADOR	7.46	5	6.- Salud.	5.71	4
1992	3.44	2	REP. DOMINICANA	7.46	5	4.- Artes.	4.28	3
2002	3.44	2	COLOMBIA	5.97	4	7.- Ficción.	4.28	3
1981	1.72	1	COSTA RICA	4.47	3			
1984	1.72	1	HONDURAS	4.47	3			
Otros	8.62	5	Otros	8.95	6			

En los dos corpus la casi totalidad de las ocurrencias de (*hacer un*) llamado corresponden al significado de 'hacer una apelación'. Las que pertenecen a

España en el CORPES XXI sugieren un avance de la difusión de esta expresión americana también en la península, con el mismo significado. En el CREA los casos de (*hacer un*) *llamado* en la zona de los Estados Unidos son pocos y registrados bajo la categoría «Otros» en la tabla.

4.1.2. En la Costa Este y en el Suroeste

En los periódicos de esta zona también se han encontrado numerosos americanismos, como era de esperar. En primer lugar, el muy conocido *ahorita*: «[...] ‘quizá podamos descansar un poco, pero a la misma vez, no podemos parar *ahorita*. Queremos continuar la lucha por algo permanente’ [...]» (Ortega Martínez en *La Opinión* de Los Ángeles 01/10/2018); *ahorita*, diminutivo de *ahora*, está registrado en el DA como: «EU, Mx, Gu, Ho, ES, Ni, CR, Pa, Cu, RD, PR, Co, Ve, Ec, Pe, Bo. Dentro de un momento, más tarde pop + cult → espon. (horita; orita)». Además, *concientización*, que se presenta en: «[...] unos cuantos Laredenses afiliados a DACA, así como simpatizantes, tomaron las calles de Laredo en una protesta para incrementar la *concientización* [...]» (Santillana en *Laredo Morning Times en español* 01/11/18); está definido como: «Mx, Gu, Ho, ES, Ni, CR, Pa, Cu, RD, PR, Co, Ve, Ec, Pe, Bo, Py, Ar, Ur;Ch, cult. → esm. Toma de conciencia» (DA). Por otra parte, *egresar*, que se encuentra en: «[...] Seven Flores, de 23 años, es un joven *egresado* recientemente de la universidad Texas A&M International [...]» (Salas en *Laredo Morning Times en español* 12/27/2017); está registrado como: «Mx, Ho, ES, Ni, CR, Pa, RD, Co, Ve, Py, Ar. Salir de un establecimiento educativo después de haber obtenido el título correspondiente» (DA). Finalmente, *retén* (*de*

27

inmigración) aparece en: «[...] Luis Mora Villota, un estudiante de la Universidad de California, en Berkeley, que fue detenido en un *retén* cuando visitaba a su novia en el sur de California, quedó en libertad [...]» (Redacción de *La Opinión* de Los Ángeles 01/19/2018). *Retén* está definido como: «*Mx, Ho, ES, CR, Pa, Co, Bo, Ch, Py, Ur*. Puesto fijo o móvil, generalmente de la policía, situado en las carreteras que sirve para controlar, vigilar y evitar cualquier actividad ilícita» (DA).

También en la zona del oeste y suroeste se observan americanismos de amplia difusión en Hispanoamérica y los Estados Unidos. En particular, el término *ahorita* está marcado por el DA con la marca sociolingüística *esp.*, estilo espontáneo; no por casualidad aparece en un fragmento de una entrevista a una estudiante. En cambio, *concientización* es marcado como empleo culto (*cult.*) y de estilo esmerado (*esm.*).

28

A continuación, la Figura 4 presenta la difusión en Hispanoamérica y los Estados Unidos de uno de los americanismos encontrados en esta zona, *concientización* ‘toma de conciencia’. La Figura 5 detalla la difusión del mismo término en el CREA (nótese que en este corpus se documenta solo una ocurrencia de *concientización* en textos de los Estados Unidos).

Figura 4. Distribución del americanismo *concientización* en Hispanoamérica y los Estados Unidos. Fuente: CORPES XXI, consultado en junio de 2018.

Frecuencia absoluta: 357 Documentos: 264 Frecuencia normalizada: 1,44 casos por millón

Distribución Zona

Zona	Freq	Fnorm.
Río de la Plata	120	3,66
México y Centroamérica	104	2,28
Caribe continental	50	1,72
Antillas	42	2,25
Andina	31	1,72
Estados Unidos	7	2,19
Chilena	3	0,21

1 - 7 de 7 página: 1

Distribución Zona

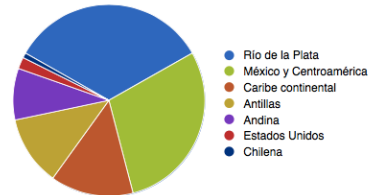


Figura 5. Distribución del americanismo *concientización* en Hispanoamérica y los Estados Unidos. Fuente: CREA, consultado en junio de 2018.

Estadísticas

Año	%	Casos	País	%	Casos	Tema	%	Casos
1997	16.87	27	MÉXICO	25.59	43	2.- Ciencias sociales, creencias y pensamiento.	22.40	41
1993	10.62	17	ARGENTINA	17.85	30	3.- Política, economía, comercio y finanzas.	20.76	38
1996	10.62	17	VENEZUELA	11.90	20	5.- Ocio, vida cotidiana.	15.30	28
1998	8.75	14	COLOMBIA	7.14	12	1.- Ciencia y Tecnología.	11.47	21
1999	5.62	9	ECUADOR	7.14	12	4.- Artes.	10.92	20
2004	5.62	9	CUBA	6.54	11	6.- Salud.	10.92	20
1985	5.00	8	PARAGUAY	4.76	8	9.- Oral.	6.01	11
2000	5.00	8	ESPAÑA	4.16	7	7.- Ficción.	2.18	4
2001	5.00	8	BOLIVIA	3.57	6			
Otros	26.87	43	Otros	11.30	19			

Como es evidente, la variedad diatópica mexicana es la más difundida en el territorio de los Estados Unidos, de ahí que influya mucho el español empleado en el país, no solo en el área de la Costa Oeste y en el Suroeste, donde se concentran mayormente los grupos migratorios mexicanos, sino también en el Noreste y en la Costa Este, si bien en esta última ejercen también mucha influencia los grupos caribeños y centroamericanos. Todos estos grupos repercuten en el español en general y, en concreto, en el de la prensa hispanounidense, como se

puede comprobar en los resultados ofrecidos por los corpus de referencia y de las marcas diatópicas señaladas por el DA para cada americanismo estudiado.

4.2. Americanismos con difusión restringida

Algunas voces encontradas en la prensa hispanounidense no tienen una amplia difusión en Hispanoamérica, sino que son palabras vivas en determinadas variedades regionales del español americano. De hecho, el DA indica que dichos americanismos (por lo menos con los significados encontrados en nuestro corpus) tienen una difusión restringida en Hispanoamérica: su presencia en la prensa hispanounidense podría deberse a la influencia de la comunidad lingüística hispana que vive en el territorio de difusión del periódico o al estilo personal del periodista, influenciado por su variedad diatópica. Entre los casos detectados cabe destacar *cascabeleo* que aparece en: «[...] se recomienda solicitar a un servicio técnico profesional la inspección detallada del vehículo, ya que el invierno magnifica problemas previos como *cascabeleos*, problemas de encendido, desempeño pobre o marcha irregular [...]» (Redacción de *La Raza* 05/01/18); está registrado en el DA como: «ES, Ec. Ruido y fallo del motor en el sistema eléctrico, la combustión o la mecánica». En otro caso se encuentra la voz *porra* en: «[...] los hermanos Francisco y Lorenzo Ochoa llegaron puntuales acompañados de sus *porras*, familia y amigos [...]» (Quiroz en *La Raza* 01/10/18); según el DA se trata de: «Mx, Gu, Ho, Ni, Co, grupo de seguidores».

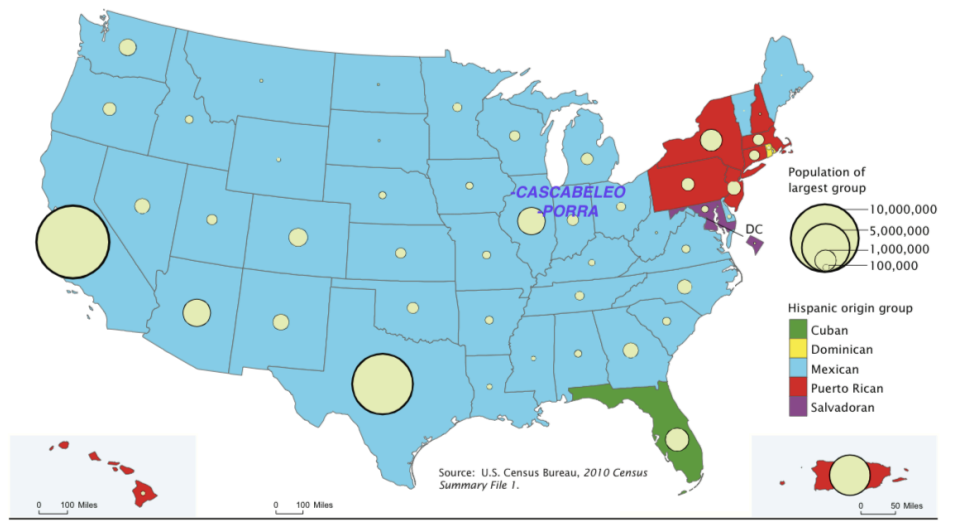
30

Cascabeleo y *porra* aparecen en artículos del diario *La Raza* de Chicago (Illinois), donde, según los últimos informes (U.S. Census Bureau/Ennis/Río Vargas/Albert 2010), los principales grupos hispanos proceden de México y Centroamérica, lo que correspondería con las marcas regionales indicadas en el DA para las definiciones de los dos términos. *Cascabeleo* y *porra* entonces, podrían ser regionalismos mexicanos y centroamericanos introducidos en la prensa hispana de Chicago por influencia de esas comunidades.

Sin embargo, hay que señalar que el término *cascabeleo* con el significado identificado en los artículos no aparece en los corpus de referencia en ninguna sección en las zonas geográficas de El Salvador (ES.) y Ecuador (Ec.), señaladas por el DA, y tampoco se registran casos en los Estados Unidos, lo cual evidenciaría que el uso de *cascabeleo* con la acepción ‘ruido, fallo del motor’ es poco difundido. En cambio, hay bastantes casos de *porra* en los países señalados y algunos en los Estados Unidos. En la Figura 6 se presenta la ubicación de estos dos americanismos de difusión restringida y las comunidades de influencia.

31

Figura 6. Ubicación de los americanismos de significado restringido *cascabeleo* y *porra*.
Fuente: U.S. Census Bureau 2010, modificado.



Como se puede observar, la zona de interés es la de Chicago (Illinois), en la que la comunidad hispana mayoritaria es la mexicana (en azul), que ejerce su influencia en los medios de comunicación.

4.3. El contacto con la lengua inglesa: anglicismos panhispanicos

En la prensa hispanounidense hay un contacto vital y poroso con la lengua inglesa, que se manifiesta a través de algunos fenómenos de contacto lingüístico, como los anglicismos, préstamos del inglés adaptados gráfica y fonéticamente al español. En cuanto a las observaciones sobre esta categoría, no consideramos necesario distinguir entre los periódicos de la Costa Este y Noreste y los de la Costa Oeste y Suroeste, ya que estas voces se han difundido de manera uniforme en todo el territorio estadounidense. Sin embargo, se ha decidido subdividir los

anglicismos identificados en diferentes grupos según la difusión en el mundo hispanófono.

Los *anglicismos panhispánicos* se han propagado en todo el territorio hispanófono y son términos muy conocidos y empleados en la comunicación cotidiana, como *bikini* (<ing. *bikini*) «prenda de baño» (DLE): «[...] así las cosas, las chaquetas y los abrigos reemplazaron a los minúsculos *bikinis* y otras prendas que se usan para disfrutar del sol, el mar y las olas [...]», (Castropé en *Diario Las Américas* 01/04/18). La voz es incorporada en su forma inglesa en el diccionario académico, pero existe también en la forma *biquini*. Otro ejemplo es *bolardo* (<ing. *bollard*), que significa «obstáculo de hierro, piedra u otra materia colocado en el suelo de una vía pública y destinado principalmente a impedir el paso o aparcamiento de vehículos» (DLE): «[...] el Departamento de Seguridad Nacional (DHS) renuncia al cumplimiento de más de 30 leyes ambientales para convertir 20 millas de barreras vehiculares en muros de *bolardos* (pilares de acero) a lo largo de la frontera al Oeste entre El Paso y el puerto de entrada de Santa Teresa [...]» (Henoa en *El Diario de El Paso* 01/24/18). Además, *récord* se encuentra en varios artículos, se cita un caso: «[...] el *récord* del 6 de enero más frío de la historia se registró en 1896 cuando las temperaturas bajaron a los 2° Fahrenheit [...]» (Cortés en *El Diario* de Nueva York 01/05/18). *Suéter* (< ing. *sweater*), con la acepción de 'jersey' (DLE), se presenta en: «[...] el domingo el Sol apenas podrá calentar el día y vendrá bien tener a mano un *suéter* porque la máxima sólo llegará a 69°F, alrededor de 20°C [...]» (Mata en *El Diario Las Américas* 01/11/18). *Ferri* (< ing.

33

ferry, «trasbordador» (DLE), se observa en: «[...] el transporte público sigue siendo la mejor manera de movilizarse en la ciudad y recordó que el único *ferri* que están funcionando de manera normal es el de Staten Island [...]» (Frisneda en *El Diario* de Nueva York 01/04/18). Finalmente, *tuitear* (<ing. *tweet*), con el sufijo hispano *-ear*, que es empleado para formar verbos denominales para transmitir el significado de acción repetida (Lavale Ortiz 2008: 419-420). *Tuitear* designa la acción de «comunicarse por medio de tuits» (DLE), del inglés *tweets* ‘palique, chácara’: «[...] ‘¡Nos vemos en la mesa de negociación!’, *tuiteó* este lunes el mandatario [...]» (Redacción de *La Voz de Arizona* 01/23/18).

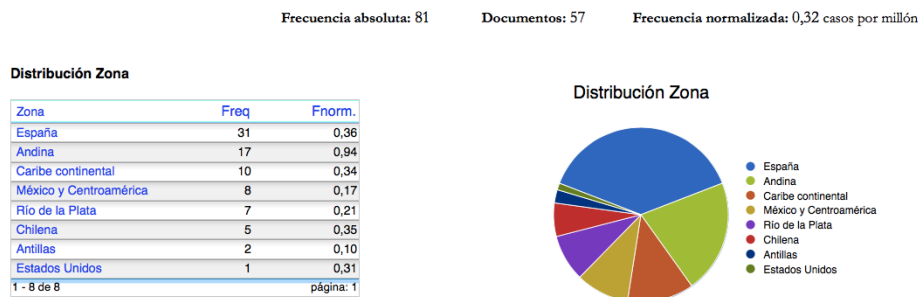
Otros anglicismos panhispánicos hacen referencia a elementos culturales anglófonos que, por supuesto, tienen un empleo bastante extendido en el español de los Estados Unidos. Por ejemplo, *Disneylandia* (< ing. *Disneyland*), acuñado según el patrón de Finlandia, Islandia, etc., es un término formado a partir de un nombre propio, Walt Disney, y se refiere al conocido parque de atracciones. Hay otra variante, *Disneyland* (*Gran Diccionario de Anglicismos*), que aparece en: «[...] casi al mismo tiempo que se llevaba a cabo la manifestación frente a *Disneylandia*, el Congreso tomaba una decisión importante [...]» (García Jacqueline en *La Opinión* de Los Ángeles 01/22/18). Otro ejemplo es *galón* (< ingl. *gallon*) con el significado de «medida de capacidad para líquidos, usada en Gran Bretaña, donde equivale a algo más de 4,546 litros y en América del Norte, donde equivale a 3,785 litros» (DLE): «[...] solo una explosión de tubería puede liberar *galones* de agua que podrán

34

correr detrás de paredes y techos, causando daños de miles de dólares a tu casa y artículos personales [...]» (Redacción de *El Tiempo Latino* 12/26/2017).

A continuación, se muestra la difusión de *tuitear* en el CORPES XXI (Figura 7). Dado que la red social *Twitter* se fundó en 2006, no se registran casos en el CREA, que recoge textos hasta 2004.

Figura 7. Distribución del anglicismo panhispanico *tuitear*. Fuente: CORPES XXI, consultado en junio de 2018.



4.4. Anglicismos panamericanos

En los textos se han observado términos que se han clasificado como anglicismos panamericanos. El adjetivo *panamericano* pretende evidenciar la difusión continental del anglicismo, es decir tanto en Hispanoamérica como en los Estados Unidos, hipótesis confirmada también por los corpus.

Un primer ejemplo es *monitorear*: «[...] las condiciones continuarán siendo *monitoreadas* y el malecón volverá a abrir una vez que los vientos fuertes y las olas se calmen [...]» (Osorio en *El Nuevo Herald* 01/02/18); como indica el DA tiene el significado de «*Mx, Gu, Ho, ES, Ni, CR, Pa, Cu, RD, PR, Co, Ve, Ec, Pe, Bo, Ch, Py, Ar, Ur.* controlar o supervisar algo». El término procede del inglés *monitor*, al que se le añade el sufijo hispano *-ear*, que es un elemento empleado para formar verbos denominales y, en este caso, tiene la función de iteración o instrumentalización: *monitorear* es la acción repetida hecha por medio del *monitor* (Lavale Ortiz 2008: 419-420). Como se infiere del Gráfico 6, el término está en fase de expansión también en España, aunque aún no está registrado en el diccionario académico, donde, en cambio, existe otro verbo similar: *monitorizar*, «observar mediante aparatos especiales el curso de uno o varios parámetros fisiológicos o de otra naturaleza para detectar posibles anomalías» (DLE). La Figura 8 muestra la difusión del término *monitorear* ‘controlar algo’ en el CORPES XXI.

36

Figura 8. Distribución del término *monitorear*. Fuente: CORPES XXI, consultado en junio de 2018.

Frecuencia absoluta: 1.161 Documentos: 898 Frecuencia normalizada: 4,69 casos por millón

Distribución Zona

Zona	Freq	Fnorm.
México y Centroamérica	360	7,90
Río de la Plata	218	6,66
Caribe continental	146	5,03
Andina	142	7,88
Chilena	126	8,82
Antillas	123	6,59
Estados Unidos	29	9,10
España	17	0,20

1 - 8 de 8 página: 1

Distribución Zona



Merece la pena recalcar la presencia de *anglicismos semánticos* en esta categoría, esto es, préstamos adquiridos del inglés por calco semántico, un fenómeno típico de las situaciones de contacto lingüístico. Es el caso de las voces *aplicar* y *calificar*: ambas son *calcos semánticos análogos*, es decir, que se semejan semántica y gráficamente a los términos ingleses de los cuales adquieren el nuevo significado. Estos términos están registrados solo en el DA, que evidencia su difusión tanto en Hispanoamérica como en los Estados Unidos.

Aplicar aparece tres veces, se cita un caso: «[...] Marcos está casado con una ciudadana estadounidense, sus hijos nacieron en EE. UU., así que él *aplicará* por la residencia permanente [...]» (García Jesús en *El Diario* de Nueva York 01/22/18), así lo define el DA: «EU, Ho, ES, Ni, CR, Pa, RD, PR, Co, Bo; Ve, est. Solicitar alguien algo a través de un formulario escrito». Es calco semántico (<ing. to apply) «to make an appeal or request especially in the form of a written application ex. apply for a job» (*Merriam-Webster America's English Dictionary online*), en cuanto que ya existe en español el verbo *aplicar*, al que se ha añadido el significado inglés de 'solicitar'.

Por lo que atañe a *calificar*, aparece en el texto siguiente: «[Vanessa Ceceña] explicó que el apoyo financiero por parte de esta institución consiste en cubrir el costo de la renovación de los permisos, que es de \$495 dólares, para aquellos jóvenes de bajos recursos que *califiquen* y que no puedan pagar» (Tellez en *Hoy* San Diego 02/18/18). Está registrado en el DA: «EU, Mx, Gu, Ho, Ni, CR, RD, Co,

37

Ve, Ec, Pe, Bo; Ch, esm. Cumplir alguien o algo ciertos requisitos o exigencias para ocupar un puesto o resolver un problema». Es calco semántico (<ing. to qualify) «to be or become fit (as for an office) or meet the required standard» (*Merriam-Webster America's English Dictionary online*). Ya existía el verbo *calificar* en español, al cual se le ha añadido el significado inglés de 'cumplir con los requisitos'.

4.5. Los hispanglicismos

Los *hispanglicismos*, según la definición de Moreno-Fernández (2018) son préstamos del inglés adaptados al español que tienen un significado específico en el español de Estados Unidos: se ha encontrado el término *departamento*, empleado en diferentes artículos, como en: «[...] el portavoz del *Departamento* de Justicia, Devin O'Malley, condenó esta noche la orden de Alsup, y dijo que la agencia federal mantiene la postura de que DACA fue implementado 'unilateralmente' para obviar de forma ilegal al Congreso [...]» (Peña en *La Opinión* de Los Ángeles 01/09/2018).

38

Departamento es registrado como: «<ing. *Department* división del gobierno federal de los Estados Unidos, dirigido por un secretario. Ej.: «trabaja en el *Departamento* de Sanidad». Geo.: EU: G. Soc.: Gen. Reg.: Gen.; Esc. Doc.: CC. Alternativas: ministerio, secretaría» (Moreno-Fernández, 2018). Es un calco semántico <ing. *department* 'ministerio' y se ha caracterizado por este sentido específico en el español de los Estados Unidos.

4.6. Anglicismos de uso en los Estados Unidos

Se han identificado también anglicismos no adaptados al español; la primera categoría es la de los *anglicismos de uso en los Estados Unidos*: la falta de adaptación gráfica y fonética al español podría provocar que los hablantes los perciban como distantes y ajenos, por lo tanto, a veces, estos términos se señalan con cursiva o comillas en el medio escrito; esto depende de la atención que dedica el periodista a señalar su procedencia extranjera (Casado Velarde 2017: 130).

Asimismo, puede que dichos anglicismos tiendan a no modificarse y a no ser señalados por el periodista, porque, en general, los hispanohablantes están acostumbrados a leerlos y oírlos en inglés; tal vez no necesitan una adaptación gráfica porque se refieren a elementos propios de la cultura anglo, como podría ser el *subway* de Nueva York, cuyo significante correspondiente no se marca con recursos ortotipográficos en nuestro corpus. En otros casos los anglicismos en cuestión son expresiones cuya grafía y pronunciación son similares a las del español, como en el caso de las voces *tip* y *top*.

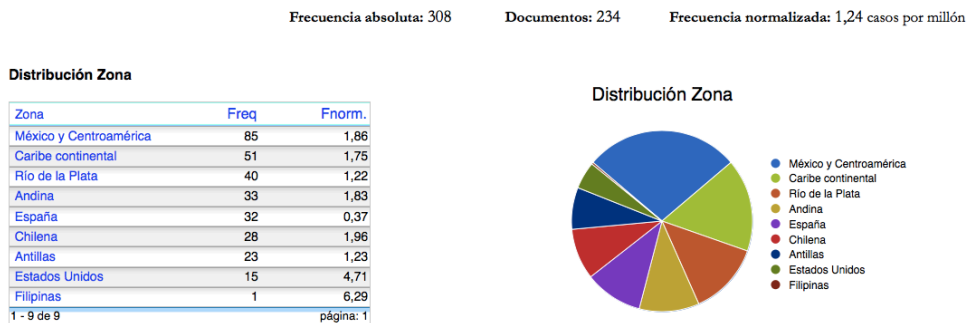
Subway se presenta en: «[...] el alcalde recordó que a pesar de los retrasos que se puedan estar registrando en el *Subway*, el transporte público sigue siendo la mejor manera de movilizarse en la ciudad [...]» (Frisneda en *El Diario* de Nueva York 01/04/18). *Subway* tiene el significado de ‘metropolitano’ y no está registrado en los diccionarios; su uso es bastante extendido en Hispanoamérica y, como

39

demuestran los contextos ofrecidos por los corpus consultados, la palabra no se refiere solo al metro de las ciudades estadounidenses.

Tip aparece en el título de un artículo: «Nueve *tips* para que las tuberías de tu hogar no se congelen» (Redacción de *El Tiempo Latino* 12/26/2017). *Tip* está definido en el DA como: «voz inglesa EU, Mx, Ho:N, ES, Ni, CR, Pa, Cu, Ec, Pe, Ch, Ar. Información puntual práctica y valiosa»; como señala el diccionario, su uso está extendido en Hispanoamérica y en los Estados Unidos, y los corpus de referencia también confirman esta distribución geográfica.

Figura 9. Difusión del anglicismo de uso en los Estados Unidos *tip*. Fuente: CORPES XXI, consultado en junio de 2018.



Aunque en los países de Hispanoamérica se observa un mayor número de ocurrencias de *tip* que en los Estados Unidos, estas no siempre corresponden al significado aludido en el texto; al contrario, las ocurrencias procedentes de los Estados Unidos de *tip* designan siempre una ‘información práctica y valiosa’.

Por su parte, se encuentra la voz *top* en el título de un artículo: «*Top 6* consejos de seguridad para manejar en el ciclón bomba» (Redacción de *La Raza* 05/01/18). *Top* está registrado en el DA como: «*Ch. Referido a persona o cosa, excelente. cult → espon.*» o «*Ch. De manera excelente o espléndida. cult → espon.*». La construcción sintáctica de la frase también le debe algo al inglés, ya que *top* se ubica frente al sustantivo, como en inglés. Los corpus de referencia demuestran que el término *top* con el significado aludido está extendido en los Estados Unidos y en áreas de Hispanoamérica más allá de Chile, que es la única zona indicada por el DA.

Figura 10. Difusión del anglicismo de uso en los Estados Unidos *top*. Fuente: CORPES XXI, consultado en junio de 2018.

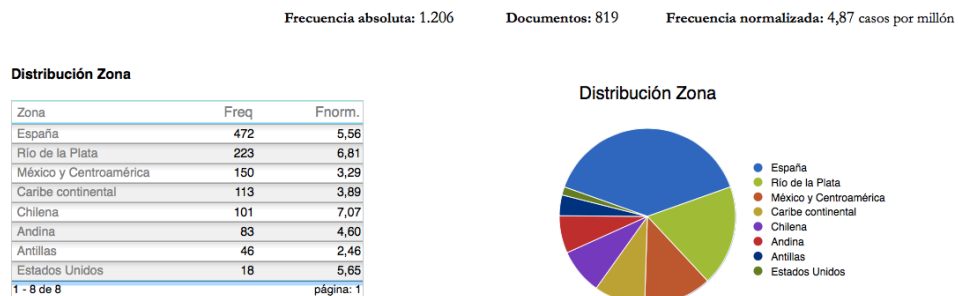


Figura 11. Difusión del anglicismo de uso en los Estados Unidos *top* en Hispanoamérica y los Estados Unidos. Fuente: CREA, consultado en junio de 2018.

Estadísticas								
Año	%	Casos	País	%	Casos	Tema	%	Casos
1997	25.12	100	ESPAÑA	56.45	236	5.- Ocio, vida cotidiana.	48.34	204
1996	11.80	47	CHILE	15.78	66	4.- Artes.	13.98	59
1995	11.55	46	ARGENTINA	11.48	48	1.- Ciencia y Tecnología.	8.29	35
1994	7.28	29	PERÚ	5.26	22	2.- Ciencias sociales, creencias y pensamiento.	8.05	34
2002	7.28	29	VENEZUELA	3.11	13	3.- Política, economía, comercio y finanzas.	7.58	32
2003	6.53	26	MÉXICO	1.91	8	7.- Ficción.	6.39	27
2004	6.03	24	COLOMBIA	1.43	6	9.- Oral.	5.45	23
2001	3.76	15	PUERTO RICO	0.95	4	6.- Salud.	0.94	4
1990	3.01	12	NICARAGUA	0.71	3	8.- Miscelánea.	0.94	4
Otros	17.58	70	Otros	2.87	12			

Hay solo una ocurrencia de *top* en los Estados Unidos en el CREA, incluida en la tabla (Figura 11) bajo la etiqueta «Otros». Se pueden notar muchas ocurrencias de *top* y algunas de *tip* registradas en España (Figuras 10 y 11); sin embargo, no siempre corresponden a los significados aludidos en nuestros textos. Aunque *top* con el significado de ‘excelente’ es de uso extendido en España, aún no ha sido incorporado en el DLE, y tampoco *tip*.

42

Ninguno de estos términos está marcado tipográficamente en los textos del corpus, lo cual podría indicar su uso extendido y habitual en los Estados Unidos. Podemos suponer que *tip* y *top* no necesiten adaptación gráfica por su similitud a la grafía y a la pronunciación española; son palabras muy breves y se prescinde sin ningún problema de la adición de una vocal final para ajustarse a la silabación española. Además, la influencia del inglés sobre el español en los Estados Unidos hace que los hispanounidenses perciban estos términos como familiares en su grafía y pronunciación, al igual que sucede con el término *subway*. Además, hay

que considerar que el semanario *El Tiempo Latino*, donde aparece el término *tip*, está asociado al diario en lengua inglesa *The Washington Post*, y se puede suponer que el diario en español presenta una influencia acusada del inglés.

Por otro lado, en las noticias relacionadas con los *dreamers* y con la inmigración se han identificado *anglicismos de uso en los Estados Unidos* marcados tipográficamente: ‘dreamers’, *dreamers* o DREAMers y ‘Dream Act’. De hecho, el término *dreamers* ‘soñadores’ es reciente, se refiere a «los jóvenes inmigrantes indocumentados [...] que ingresaron a EE. UU. de manera irregular acompañando a sus padres, [...] y que sin saber su condición migratoria han crecido y vivido en EE. UU. al que consideran su hogar» (*La Voz de América* (por la redacción) 08/10/16: s.p.). El apelativo *dreamers* surge después del proyecto de ley bipartidista *Dream Act* presentado en 2001, cuyo objetivo era proteger a los jóvenes indocumentados de las deportaciones y facilitar su camino hacia la ciudadanía. La discusión política acerca de los *dreamers* en los últimos años ha convertido este anglicismo en un término muy conocido y de uso frecuente en el español de los Estados Unidos, sobre todo en los medios de comunicación. Por esta razón, *Dreamers* y *Dream Act* se han agrupado entre los *anglicismos de uso en los Estados Unidos*. En los corpus no hay evidencia del término *dreamers* con el significado aludido; en cambio, se encuentra *Dream Act* en el CORPES XXI (consultado junio 2018).

43

Otro término que se puede clasificar como un *nuevo anglicismo de uso en los Estados Unidos* es *rally*: «[...] la Alianza de Inmigrantes de Laredo, un grupo liderado por afiliados a DACA y sus aliados, organizaron un *rally* el martes por la tarde afuera de las oficinas locales del Congresista Henry Cuéllar» (Santillana en *Laredo Morning Times en Español* 01/11/18). *Rally* es definido como «a mass meeting intended to arouse group enthusiasm» (*Oxford Living Dictionary Online*). Es un anglicismo no incorporado gráficamente y tampoco marcado tipográficamente en el texto, lo cual puede sugerir su uso frecuente y extendido en los Estados Unidos, porque los hispanohablantes están acostumbrados a su grafía. *Rally* con el significado de ‘manifestación, encuentro público’ es un anglicismo nuevo para la lengua española, porque con este significado no aparece en los diccionarios y en los corpus de referencia. En cambio, está registrado como anglicismo con el significado muy extendido de ‘competición deportiva’ en el DLE y esta acepción tiene mucha difusión también en los corpus de referencia.

44

La presencia del término *rally* con el nuevo significado se ha encontrado solo en la prensa hispanounidense y el hecho de que no esté marcado hace suponer que es un anglicismo de uso en el español de los Estados Unidos; además, hay que subrayar que el diario donde se encuentra el término, *El Laredo Morning Times en español*, es la edición en español del diario inglés *The Laredo Morning Times*, donde aparece la misma noticia: «Dreamers march down the streets of Laredo in support of DACA» (01/10/18), publicado el día antes del artículo en español y por la misma periodista, Melissa Santillana, y donde, por supuesto, aparece el término

rally. Tanto la vinculación entre los dos diarios como la inexistencia de un término tan breve y eficaz en español podría influenciar la elección del léxico y crear nuevos anglicismos.

4.7. *Anglicismos mediados*

Como ya se ha recalcado, el contacto entre el mundo anglo y el hispano en los Estados Unidos ha producido el uso en español de expresiones inglesas que no tienen aún un correspondiente preciso en español. Aunque se han estudiado estas expresiones también en el apartado precedente, hay que considerar que estos términos ingleses, en algunos casos, se presentan traducidos o glosados al español en la prensa hispana. Por lo tanto, se ha decidido clasificarlos bajo la categoría de *anglicismos mediados*, porque en el texto el significado de los términos ingleses se media para el lector hispanohablante a través de explicaciones o traducciones al español.

45

Un ejemplo es *blinding snow*: «[...] para el jueves, la llegada de la tormenta se parecerá, de muchas maneras, a un huracán de invierno, que azotará la parte este de Nueva Inglaterra con vientos potencialmente dañinos además de afectar la visión por exposición a estas condiciones climáticas (*blinding snow*) [...]» (Samenow en *El Tiempo Latino* 01/03/2018). La expresión inglesa indica ‘tempestad de nieve que imposibilita la visión de la carretera a quien conduce’ y no existe una expresión lexicalizada correspondiente en español. Por esto el redactor del artículo ha creado una glosa con la frase «la visión afectada por

exposición a estas condiciones climáticas (*blinding snow*)), poniendo la expresión inglesa entre paréntesis para facilitar la comprensión, al menos para los lectores bilingües, y para señalar que el fenómeno es conocido y ha sido clasificado, pero en lengua inglesa. Hay que señalar que la misma noticia se publica en inglés el día anterior en *The Washington Post*, diario asociado al semanario *El Tiempo Latino*, en un artículo escrito por el mismo periodista, titulado «*Bomb cyclone blasting East Coast before polar vortex uncorks tremendous cold late this week*» (Samenow 01/02/18). El artículo en español parece ser la traducción del texto inglés, por lo tanto, la expresión *blinding snow* procede de este proceso de traducción y el redactor ha añadido una glosa para la expresión inglesa.

En las noticias relacionadas con los *dreamers* y con la inmigración son muchos los anglicismos mediados, traducidos o explicados, por ejemplo, DREAM Act (Ley de los sueños): en este texto, el nombre de la ley es traducido al español y puesto entre paréntesis: «[...] con pancarta en mano y sus esperanzas en alto, Bárbara Hernández se unió a un grupo de jóvenes indocumentados y activistas el lunes por la mañana para pedir una aprobación del DREAM Act (Ley de los sueños) frente al lugar ‘más feliz del mundo’, Disneylandia [...]» (García Jacqueline en *La Opinión* de Los Ángeles 01/22/18). Además, se observa «*Ley Dream*» en muchas noticias, como semitraducción de la expresión inglesa *Dream Act*: «[...] La mayoría de los estadounidenses está a favor de la Ley *Dream*, y cuentan con el respaldo bipartidista en el Congreso [...]» (Leech en *La Voz Bilingüe* 02/27/18). *La Voz Bilingüe de Colorado*, donde aparece este anglicismo mediado, es un semanario

46

bilingüe en el que los artículos en español son traducciones de los textos en inglés y esto podría haber influenciado la elección de la expresión semitraducida.

«No dream, no deal» es un eslogan inglés objeto en ocasiones de mediación, al poner la traducción al español entre paréntesis: «[...] repitiendo la frase ‘No dream, no deal’ (No sueño, no hay trato) los jóvenes pedían al Congreso en su tercer día de cierre, que apoyen la aprobación del DREAM Act [...]» (García Jacqueline en *La Opinión* de Los Ángeles 01/22/18). Finalmente, se documenta frecuentemente el español «soñadores» como traducción de *dreamers*, por ejemplo, en el título del artículo «Soñadores lamentan que Congreso reabriese Gobierno sin tenerlos en cuenta» (Redacción de *La Voz de Arizona* 01/23/18).

47

4.8. *La innovación en la tradición: nuevas creaciones léxicas y semánticas*

La observación del léxico en el corpus de artículos de la prensa hispanounidense ha llevado al descubrimiento de dos términos españoles que aún no están registrados en casi ningún diccionario hispano. Hemos etiquetado esta categoría como *nuevas creaciones léxicas y semánticas*, ya que el primer término encontrado es *paleo*, una nueva creación léxica acuñada con un significante y un significado nuevo, y el segundo es *hoja de ruta*, una nueva creación semántica, porque el significante ya existía en español, pero el significado aludido en los artículos es más novedoso.

Paleo aparece en el texto siguiente: «[...] tome en cuenta los siguientes trucos para evitar lesiones en el *paleo*: escoge una pala correcta para ti; una pala tiene la longitud correcta cuando se puede asir en vertical flexionando ligeramente las rodillas, flexionando 10 grados o menos [...]» (Redacción de *El Tiempo Latino* 1/12/18). El término no está registrado en los diccionarios y ni en los corpus de referencia con el significado aludido en este contexto de ‘trabajar con la pala para quitar la nieve de la carretera’. Sin embargo, existe el verbo *palear* «trabajar con pala» (DLE) de *pal-a* + *-ear*, de donde con toda probabilidad el término *paleo* procede. *Paleo* es formado por *pal-a* más el sufijo *-eo* y es una formación deverbal; el sufijo *-eo* forma sustantivos que proceden de verbos que terminan en *-ear*, como *coqueteo*, *paseo*, *goteo* (DLE) e indica una acción reiterada, la de trabajar con una pala.

48

En cambio, *hoja de ruta* aparece (entre comillas) en el texto siguiente: «[...] el presidente Donald Trump sólo escucha las voces de asesores de línea dura y el Congreso, en realidad, no tiene una ‘*hoja de ruta*’ clara para resolver ‘DACA’» (Peña en *La Opinión* de Los Ángeles 01/22/18). La expresión *hoja de ruta* ya existe en español con el significado de «documento en el que constan las instrucciones e incidencias de un viaje o transporte de personas o mercancías» (DLE). Sin embargo, este término es empleado en el artículo con un significado nuevo: de hecho, se trata de un calco semántico estructural a partir del inglés *road map* ‘plan, agenda, estrategia’ según la definición del *Oxford English Living Dictionary Online*: «A plan or strategy intended to achieve a particular goal: a road map for

peace in the región», que en español se ha convertido casi literalmente en *hoja (map) de ruta (road)*. Es una extensión metafórica del significado más asentado de *road map/hoja de ruta*: de ‘documento en que constan las instrucciones de un viaje’ a ‘agenda, plan’.

Este nuevo significado de *hoja de ruta* no aparece en los diccionarios, excepto en el diccionario VOX (Battaner Arias [coord.]): «en el lenguaje periodístico y político, serie de fases que se establecen para llevar a cabo cierto proceso político». La investigación en los corpus de referencia ha mostrado que la expresión con este significado se emplea en todo el mundo hispanófono, incluso en la prensa y en la información mundial, no solo en lengua española; muy probablemente el término se ha difundido desde el siglo XXI, porque ha sido acuñado en 2002 de la expresión «*Road Map for Peace*» (*Hoja de Ruta para la paz*), en referencia al plan político propuesto por los Estados Unidos, la Unión Europea, Rusia y Naciones Unidas para solucionar la crisis entre Israel y Palestina y avanzar hacia la formación de un estado palestino independiente y soberano.

Esta expresión inglesa ha generado creaciones semánticas en otras lenguas, como en el francés *feuille de route* (Redacción-*Le Figaro* 02/06/2014), en el portugués *roteiro* (Lusa, *Diario Las Noticias* 02/15/2018), en el italiano *road map* (Redacción, *La Repubblica* 04/21/18) y en el alemán *Roadmap* (Redacción, *Süddeutsche de GmbH* 02/25/18). Aunque *hoja de ruta* ‘plan político para solucionar una situación compleja’ es calco semántico del inglés, su significante

pertenece al sistema interno del español, lo cual sugiere cierta capacidad conservativa del español de los Estados Unidos en el proceso de formación neológica.

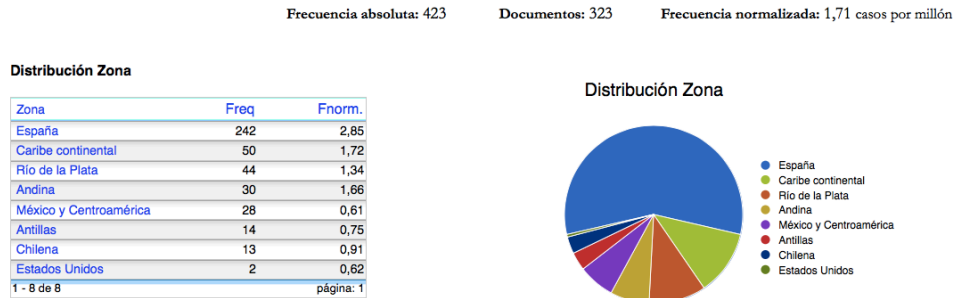
En la Figura 12 se aprecian las primeras veinte ocurrencias de la expresión *hoja de ruta* ‘agenda, plan’ en el CORPES XXI, mientras que en la Figura 13 se muestra la difusión de la expresión en todo el mundo hispanófono en el CORPES XXI. Como se ha explicado antes, la expresión se ha difundido a partir de 2002, lo cual nos lleva a prescindir del CREA, en el que aparecen, no por casualidad, pocos casos.

Figura 12. Primeras 20 concordancias de *hoja de ruta*. Fuente: CORPES XXI, consultado en junio de 2018.

REF. (Clasificación, país)	CONCORDANCIA	Ordenar por: Año ascendente	sin criterio
1 2001 Arg.	Anagrama: un libro que narra la bella, de a ratos inesperada y siempre emocionante	hoja	de ruta de catorce días en la ex URSS durante 1986, en los primeros tiempos de
2 2002 Arg.		Hoja	de ruta 2001
3 2002 Arg.	invocar su enseñanza en términos de su caricatura. 1. Para una actualización de la	hoja	de ruta, véanse los comentarios ad hoc en Post-Televisión y en La generación Nasdaq
4 2002 Arg.	versión, murió mi padre a los 97 años. Su ausencia reclama un lugar destacado en esta	hoja	de ruta modelo 2001.
5 2002 Par.	por el "Cuarteto de Madrid" en la sede de la ONU, en Nueva York. Ese plan, una "	hoja	de ruta hacia la paz", prevé la retirada israelí de las ciudades palestinas autónomas
6 2003 Esp.	se por separado con los dos ministros de Exteriores de Israel y Palestina. ¿La	hoja	de ruta sigue viva?
7 2003 Esp.	Sigue viva. Sigue viva, don Luis, hay que cuidarla mucho, hay que cuidarla. La	hoja	de ruta es frágil, la hoja de ruta es delicada, pero sigue viva, y yo creo que
8 2003 Esp.	Luis, hay que cuidarla mucho, hay que cuidarla. La hoja de ruta es frágil, la	hoja	de ruta es delicada, pero sigue viva, y yo creo que sigue viva y resistente.
9 2003 Esp.	que hay muchos, muchos que la desgraciadamente, que quieren que descarrille la	hoja	de ruta. Pero hay también muchos que no queremos que descarrille y que desde luego
10 2003 Esp.	Hombre, esto no es lo mejor en estos momentos. Pero, ya digo, que lo que la	hoja	de ruta es es resistente.
11 2003 Esp.	la agenda, dos, los americanos se han comprometido públicamente, en esa famosa	hoja	de ruta, a introducir el tema y plantear una solución para Palestina. Parece
12 2003 Esp.	¿No os parece que el hecho de que esta famosa	hoja	de ruta, que es ahora el camino a la esperanza, sea aplazada, digamos, su último
13 2003 Esp.	No, y decía yo que es que sí, por lo menos la	hoja	de ruta finalizara dentro del año 2004, tendríamos la esperanza de que Bush iba
14 2003 Arg.	Viajar en horarios adecuados, con una	hoja	de ruta previamente establecida.
15 2003 Arg.	de Sharon, quien está dispuesto a tomar "medidas unilaterales" a fin impulsar la "	Hoja	de ruta", el plan de paz del Cuarteto de Madrid que les servirá de base para la
16 2003 Par.	Powell también abordaron "las nuevas perspectivas de paz que la realización de la "	Hoja	de Ruta" abrió en Tierra Santa y toda la región", agregó el vocero papal.
17 2003 Par.	"Deseamos que gracias a esa "	Hoja	de Ruta" los dos estados, el israelí y el palestino, puedan gozar por fin de la
18 2003 Par.	El presidente estadounidense reiteró su compromiso con la "	Hoja	de ruta" para la paz que reclama que los palestinos desarmen los grupos extremistas
19 2003 Méx.	primer ministro Simon Peres, insistieron ayer en definir que la aplicación de la "	Hoja	de Ruta" es el mecanismo ideal para resolver el conflicto palestino-israelí.
20 2003 Méx.	Eliseo, Peres dejó claro que, a su juicio, más vale centrar los esfuerzos en la "	Hoja	de ruta", el plan de paz diseñado por Estados Unidos, la Unión Europea, Rusia y

Como se puede observar, la expresión *hoja de ruta* se registra marcada entre comillas o con mayúsculas, y la mayoría de los contextos proporcionados por el CORPES XXI se refieren a la *Hoja de Ruta para la paz* entre Israel y Palestina.

Figura 13. Difusión de la creación semántica *hoja de ruta* en el mundo hispanófono. Fuente: CORPES XXI, consultado en junio de 2018.



Se observa que la expresión *hoja de ruta* se ha difundido en todo el mundo hispanófono, lo cual subraya el caudal internacional del término, irradiado a través de los medios de comunicación. Este caso nos recuerda, así pues, que la prensa hispanounidense y la prensa internacional en lengua española no son estancos separados.

V. Conclusiones

Esta investigación evidencia que el español empleado en la prensa hispanounidense es variado, poroso e innovador, lo cual lleva a sugerir que es una lengua viva y dinámica. De hecho, el dinamismo es la fuerza que caracteriza a los hispanohablantes de los Estados Unidos, que, llegados al país como migrantes, siguen en movimiento dentro su territorio, bien a través de traslados internos de una zona a otra, bien gracias a sus esfuerzos para mejorar su situación social.

Así, es evidente que estas migraciones han introducido americanismos en el español de la prensa hispanounidense, como hemos visto con *manejar, carro, concientización, malecón, tanque, llanta, hacer un llamado* y otros, que se han difundido de manera general por todo el territorio del país. Hay que destacar la influencia de la variedad diatópica del grupo hispano mayoritario, el mexicano, y a seguir el caribeño y el centroamericano. Algunos de los significantes y significados estudiados, como los de *cascabeleo* y *porra*, tienen una difusión restringida tanto en Hispanoamérica como en los Estados Unidos.

Es cierto que los americanismos identificados en los periódicos hispanounidenses evidencian una relación de herencia entre el español de los Estados Unidos y el español de Hispanoamérica, si bien de continuidad, variedad y diversificación en el empleo de los términos, como se ha observado con los americanismos *llanta* y *malecón*, registrados con marcas sociolingüísticas que indican un uso popular y espontáneo según el DA. Recordemos que ya Lázaro Carreter, en un ensayo clásico, puso en evidencia que el lenguaje periodístico emplea distintos registros y se sitúa entre lo literario, lo administrativo y lo vulgar (1977).

Además, la lengua española en los Estados Unidos es porosa y permeable a la lengua inglesa: el contacto es inevitable y continuo porque el español comparte con el inglés el mismo territorio y los mismos hablantes: no solo el inglés es *de facto* la lengua nacional de los Estados Unidos y domina y ejerce su presión sobre el español, sino que es una lengua de influencia y prestigio global que afecta a la

52

información y la comunicación internacionales. Varios términos políticos y comerciales se acuñan directamente en inglés y de ahí se difunden a otros idiomas. Esta influencia entre las dos lenguas ha producido un repertorio léxico dinámico e innovador en el español de los Estados Unidos: anglicismos, adaptados o no adaptados, y anglicismos mediados. Los anglicismos adaptados que se encuentran en el español de la prensa estadounidense no son exclusivos de los Estados Unidos, sino que pueden tener diferente extensión: panhispánica, como hemos visto con *ferri*, *récord* o *suéter*, o panamericana, como *monitorear*, *aplicar* y *calificar*. Por otro lado, algunos de los anglicismos encontrados tienen un significado específico propio de los Estados Unidos: son los hispanglicismos, como *departamento*. Entre los anglicismos no adaptados se han observado términos ingleses de uso frecuente en el español de los Estados Unidos como *tip*, *subway*, *rally* y *dreamers*, y voces o expresiones inglesas mediadas, que se traducen o explican en español.

53

Todas las tipologías de anglicismos están difundidas de manera general en la prensa hispanounidense sin aparentes distinciones según la zona o el dialecto más hablado en la misma. Por otro lado, el empleo de anglicismos en la prensa hispana está condicionado por la influencia y el contacto con la prensa en lengua inglesa: como hemos comprobado, a menudo hay asociaciones entre periódicos en inglés y diarios o versiones en español. Además, el español de la prensa emplea términos innovadores y de extensión internacional dentro de los medios, como

hoja de ruta 'plan, agenda, estrategia', que es una nueva creación semántica difundida en la prensa hispanófono mundial.

Las creaciones léxicas y semánticas encontradas en el corpus nos llevan a afirmar que, en cuanto a creación neológica, el español de la prensa hispanounidense conserva el patrón morfológico propio de la lengua española; los procesos de innovación léxica en el español de los Estados Unidos y en la prensa hispanounidense no producen solo significantes extranjeros, como los préstamos del inglés, sino formas y expresiones propias, internas al sistema de la lengua. En la Tabla 1 hemos resumido nuestra clasificación, con los ejemplos objeto de estudio.

Tabla 1. Clasificación de los términos estudiados.

Americanismos	Americanismos con difusión restringida	Anglicismos panhispanicos	Anglicismos panamericanos	Hispanglolicismos	Anglicismos de uso en los Estados Unidos	Anglicismos Mediados	Nuevas creaciones léxicas y semánticas
ahorita carro concientización egresar (hacer un llamado) llanta malecón manejar retén (de inmigración) tanque (de gasolina)	cascabeleo porra	bikini bolardo Disneylandia ferri galón récord suéter tuitear	aplicar calificar monitorear	departamento	dreamers Dream Act rally subway tip top	Blinding snow (visión afectada por las condiciones climáticas mientras se está conduciendo) DREAM Act (Ley de los sueños) «No dream, no deal» (No sueño, no hay trato) Ley Dream «soñadores»	hoja de ruta paleo

Para concluir, es preciso subrayar que la presencia de americanismos y de los fenómenos léxicos de contacto con el inglés son una prueba de que el español de

la prensa hispanounidense es un reflejo de su público, es decir, lectores hispanos heterogéneos por procedencia y variedad diatópica hablada.

Consideramos este trabajo como el primer eslabón de un estudio de mayor envergadura dedicado al léxico de la prensa hispanounidense. Entre las posibles vías y temas de investigación para el futuro están la influencia que puede tener el estilo personal del periodista en la elección de determinados términos regionales y, sobre todo, el papel de los manuales de estilo que algunos rotativos toman como modelo y consultan para el empleo de un buen español y para el uso correcto de los anglicismos. Además, sería provechoso medir la influencia de la prensa en lengua inglesa en la prensa en español, en particular indagar qué relaciones se establecen entre periódicos anglos e hispanos asociados, como se ha observado en esta investigación en los casos de las parejas *El Tiempo Latino / The Washington Post*, *Hoy San Diego / San Diego Union Tribune*, *El Laredo Morning Times en español / The Laredo Morning Times*, *La Voz de Arizona / The Arizona Republic*. Estas relaciones podrían afectar al empleo de extranjerismos, como en el caso de *rally*, o de anglicismos mediados, traducciones o glosas, como se ha apuntado en el caso de *blinding snow*. Asimismo, merecen particular atención las técnicas estilísticas de traducción empleadas en los periódicos bilingües, como el semanario *La Voz Bilingüe de Colorado*, incluido en nuestra muestra.

55

Referencias

Artículos periodísticos

Castropé, Daniel. «Piden extremar el cuidado de mascotas durante frío en Miami-Dade», *Diario Las Américas* (Florida), 01/05/18. Disponible en: <https://bit.ly/2XROI3U> [Consultado el 01-05-2018].

Castropé, Daniel. «Pocos turistas disfrutaron de la playa tras ola de frío en Miami Beach», *Diario Las Américas* (Florida), 01/04/18. Disponible en: <https://bit.ly/2UyWQEB> [Consultado el 01-05-2018].

Cortés, Zaira. «Después de la tormenta...no viene la calma a NYC», *El Diario* (Nueva York), 01/05/18. Disponible en: <https://bit.ly/2Hfou6C> [Consultado el 01-05-2018].

Frisneda, Ramón. «Alcalde declara 'emergencia invernal' en la Gran Manzana», *El Diario* (Nueva York), 01/04/18. Disponible en: <https://bit.ly/2F2hBBQ> [Consultado el 01-05-2018].

García, Jacqueline. «Dreamers bloquean la entrada de Disneylandia pidiendo que congresistas aprueben el Dream Act», *La Opinión* (Los Ángeles), 01/22/18. En línea: <https://bit.ly/2UyGr2W> [Consultado el 01-05-2018].

56

García, Jesús. «Los Dreamers quieren vivir en el país donde crecieron», *La Opinión* (Los Ángeles), 01/22/18. Disponible en: <https://bit.ly/2T18W7C> [Consultado el 01-05-2018].

Henao, Julian. «Evaden leyes ambientales para construir valla fronteriza», *El Diario de El Paso*, 01/24/18. Disponible en: <https://bit.ly/2JaStOJ> [Consultado el 01-05-2018].

Intoci, Trina. «Recomendaciones para protegerse del Ciclón Bomba», *El Sol Latino Newspaper* (Filadelfia), 01/05/18. Disponible en: <https://bit.ly/2TB5wOn> [Consultado el 01-05-2018].

Leech, Peggy. «Carta al editor», *La Voz Bilingüe* (Colorado), 02/27/18. Disponible en: <https://bit.ly/2XU8wnx> [Consultado el 01-05-2018].

Lusa. «Roteiro da Inovação e Tecnologia é 'pequeno passo' para Portugal ser 'país do futuro'-ministro», *Diarios de Noticias*, 02/15/2018. Disponible en: <https://bit.ly/2UBdbb0> [Consultado el 01-06-2018].

Mata, Álvaro. «Otro soplo de aire frío llega a Miami este fin de semana», *Diario Las Américas* (Florida), 01/11/18. Disponible en: <https://bit.ly/2u1HXim> [Consultado el 01-05-2018].

Ortega Martínez, Araceli. «Fallo sobre DACA anima a jóvenes a luchar por solución permanente», *La Opinión* (Los Ángeles), 01/10/18. Disponible en: <https://bit.ly/2HdP93L> [Consultado el 01-05-2018].

Osorio, Sonia. «Florida dejará de ser el estado del Sol por unos días», *El Nuevo Herald* (Miami y Sur de Florida), 01/02/18. Disponible en: <https://hrlid.us/2NZliMH> [Consultado el 01-05-2018].

Otálora, Sergio. «Nieve en el norte de Florida: sorpresa y preocupación para las consecuencias», *Diario Las Américas* (Florida), 01/03/18. Disponible en: <https://bit.ly/2XTLXiH> [Consultado el 01-05-2018].

Peña, María. «Congreso no tiene ‘hoja de ruta’ clara para lograr acuerdo sobre ‘DACA’», *La Opinión* (Los Ángeles), 01/22/18. Disponible en: <https://bit.ly/2XVdXIV> [Consultado el 01-05-2018].

Peña, María. «Juez federal pone freno al plan de Trump de dismantelar ‘DACA’», *La Opinión* (Los Ángeles), 01/09/18. Disponible en: <https://bit.ly/2u1KJUO> [Consultado el 01-05-2018].

57

Quiroz, Javier. «El 1 de enero Francisco y Lorenzo derrotaron al frío de Chicago», *La Raza* (Chicago), 01/10/18. Disponible en: <https://bit.ly/2u0unMi> [Consultado el 01-05-2018].

Redacción. «¡Tenga cuidado con el hielo desprendido tras la tormenta!», *El Diario* (Nueva York), 01/10/18. Disponible en: <https://bit.ly/2F7Rlao> [Consultado el 01-05-2018].

Redacción. «¿Quiénes son los dreamers?», *La Voz de América*, 08/10/16. Disponible en: <https://bit.ly/2NZV9NX> [Consultado el 01-05-2018].

Redacción. «Consejos para palear la nieve», *El Tiempo Latino* (Washington D.C.), 01/12/18. Disponible en: <https://bit.ly/2UyYje5> [Consultado el 01-05-2018].

Redacción. «Exclusif: Découvrez la feuille de route sur l'intégration», *Le Figaro*, 02/06/2014. Disponible en: <https://bit.ly/1ndSjyR> [Consultado el 01-05-2018].

Redacción. «Governo, i dubbi del Pd. Martina: “Parlare con Di Maio? Aspettiamo il Colle», *La Repubblica.it.*, 04/21/18. Disponible en: <https://bit.ly/2u19elb> [Consultado el 01-05-2018].

Redacción. «Liberan a estudiante de UC Berkeley arrestado por inmigración», *La Opinión* (Los Ángeles), 01/19/18. Disponible en: <https://bit.ly/2XVg1dF> [Consultado el 01-05-2018].

Redacción. «Lo peor del Ciclón Bomba invernal en NYC ocurre ahora mismo», *El Diario* (Nueva York), 01/04/18. Disponible en: <https://bit.ly/2TFd2ad> [Consultado el 01-05-2018].

Redacción. «Macron und Merkel wollen mit Putin über Syrien reden», *Süddeutsche de GmbH*, 02/25/18. Disponible en: <https://bit.ly/2u2cl6H> [Consultado el 01-05-2018].

Redacción. «Nueve tips para que las tuberías de tu hogar no se congelen», *El Tiempo Latino* (Washington D.C.), 12/26/18. Disponible en: <https://bit.ly/2T241DI> [Consultado el 01-05-2018].

Redacción. «Senado de EE. UU. rechaza propuesta sobre ‘Dreamers’», *La Prensa Hispana* (Phoenix), 02/15/18. Disponible en: <https://bit.ly/2JceFYO> [Consultado el 01-05-2018].

58

Redacción. «Soñadores lamentan que Congreso reabriese Gobierno sin tenerlos en cuenta», *La Voz de Arizona* (Phoenix), 01/23/18. Disponible en: <https://bit.ly/2HtOAIE> [Consultado el 01-05-2018].

Redacción. «Top 6 consejos de seguridad para manejar en el ciclón bomba», *La Raza* (Chicago), 01/05/18. Disponible en: <https://bit.ly/2Cgw0K4> [Consultado el 01-05-2018].

Salas, María. «Continua lucha para solucionar DACA», *Laredo Morning Times en Español*, 12/27/17. Disponible en: <https://bit.ly/2EQG6So> [Consultado el 01-05-2018].

Samenow, Jason. “Bomb cyclone blasting East Coast before polar vortex uncorks tremendous cold late this week», *The Washington Post*, 01/02/18. Disponible en: <https://wapo.st/2F8Ezso> [Consultado el 01-05-2018].

Samenow, Jason. «Tormenta de nieve llegará a la costa este antes de que el vórtice polar traiga más frío a finales de esta semana», *El Tiempo Latino* (Washington

D.C.), 01/03/18. Disponible en: <https://bit.ly/2J9JWvI> [Consultado el 01-05-2018].

Santillana, Melissa. «Dreamers locales buscan apoyo de comunidad», *Laredo Morning Times en español*, 01/11/18. Disponible en: <https://bit.ly/2Tydlo2> [Consultado el 01-05-2018].

Santillana, Melissa. «Dreamers march down the streets of Laredo in support of DACA», *The Laredo Morning Times*, 01/10/18. Disponible en: <https://bit.ly/2T1IPin> [Consultado el 01-05-2018].

Tellez, Adairis Moreno. «Ayuda financiera para dreamers en San Diego», *Hoy* (San Diego), 02/02/18. Disponible en: <https://bit.ly/2F6Oy1c> [Consultado el 01-05-2018].

Estudios

Betti, Silvia (2008). *El Spanglish, ¿medio eficaz de comunicación?* Bologna: Pitagora Editrice.

Carreter, Lázaro (1977). «El lenguaje periodístico entre el literario, el administrativo y el vulgar», en Fundación Juan March (ed.) *Lenguaje en periodismo escrito*. Madrid: Fundación Juan March, 7-32.

Casado Velarde, Manuel (2017). *La innovación léxica en el español actual*. Madrid: Síntesis.

Fernández Vítors, David (2016). *El español: una lengua viva. Informe 2016*. Instituto Cervantes. <https://bit.ly/29jBB4K> [Consultado el 01-05-2018].

Gómez Font, Alberto (2003). «El 'español internacional' y la prensa hispana en Estados Unidos: la posible y necesaria unidad del español en los medios estadounidenses». Centro Virtual Cervantes. <https://bit.ly/2EOoDKC> [Consultado 01-05-2018].

59

----- (2008). «Los libros y manuales de estilo». *Enciclopedia del español en Estados Unidos, Anuario del Instituto Cervantes*. <https://bit.ly/2SRPP01> [Consultado 01-05-2018].

Guskin, Emily y Monica Anderson (2014). «Development in the Hispanic Media Market». Pew Research Center. Disponible en: <https://pewrsr.ch/1gr3KUD> [Consultado el 01-05-2018].

Lavale Ortiz, Ruth María (2008). «Análisis morfosemántico de los verbos derivados de sustantivos», en I. Olza Moreno, M. Casado Velarde y R. González Ruiz (eds.) *Actas del XXXVII Simposio Internacional de la Sociedad Española de Lingüística*. Disponible en: <https://bit.ly/2UszjoE> [Consultado el 01-05-2018].

Lipski, John M. (2013). «Hacia una dialectología del español estadounidense», en D. Dumitrescu, G. Piña Rosales (coords.) *El español en los Estados Unidos: e pluribus unum? Enfoque multidisciplinar*. New York: Academia Norteamericana de la Lengua Española, 107-128.

Lodares, Juan Ramón (2005). *El porvenir del español*. Madrid: Santillana.

López Morales, Humberto (2006). *La globalización del léxico hispánico*. Madrid: Espasa Calpe.

60

----- (coord.) (2008). *Enciclopedia del español en los Estados Unidos*. Madrid: Santillana.

López, Xosé (2009). «Un sector en auge. Evolución de la prensa en español de EE. UU.». *Telos*. Disponibl en: <https://bit.ly/2tZ23ts> [Consultado el 01-04-2018].

Lozano, Carlos Juan (2015). *El español internacional en la prensa hispana de los Estados Unidos: hacia una nivelación interdialectal del español en los medios estadounidenses*. Tesis doctoral dirigida por Milagros Aleza Izquierdo, Universitat de València.

Otheguy, Ricardo (2008). «El llamado *espanglish*», *Enciclopedia del español en Estados Unidos, Anuario del Instituto Cervantes*. Disponible en: <https://bit.ly/2XY3CpA> [Consultado el 01-05-2018].

Pew Research Center (2016). «State of the News Media 2016». Pew Research Center. Disponible en <https://pewrsr.ch/2ue6jqK> [Consultado el 01-05-2018].

U.S. Census Bureau (2017). Facts for Features: the Hispanic Heritage Month 2017. Disponible en: <https://bit.ly/2tSEtyD> [Consultado el 01-05-2018].

Ennis, Sharon R., Merarys Ríos-Vargas y Nora G. Albert (2010). «The Hispanic Population: 2010 Census Briefs». U.S. Census Bureau. Disponible en: <https://bit.ly/2vi7QJB> [Consultado el 01-05-2018].

Diccionarios y corpus

Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE) (2010). *Diccionario de americanismos* (DA). Disponible en: <https://bit.ly/2ttvDXN> [Consultado el 01-06-2018].

Battaner Arias, Paz (coord.) (2001). *Lema: Diccionario Vox de la Lengua Española*. Barcelona: Spes Editorial.

Haensch, Günther (2000). *Diccionario del español de Cuba*. Madrid: Editorial Gredos.

Lara, Luis Fernando (1996). *Diccionario del español usual en México*. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Disponible en: <https://bit.ly/2CdkGhP> [Consultado el 01-05-2018].

Merriam-Webster. *America's English Dictionary Online*. Disponible en: <https://bit.ly/2gUxOib> [Consultado el 01-06-2018].

Moreno-Fernández, Francisco (2018). *Diccionario de anglicismos del español estadounidense* (DAEE). Cambridge, MA: Instituto Cervantes at Harvard University, Informes del Observatorio / Observatorio Reports. Disponible en: <https://bit.ly/2XQhD8t> [Consultado el 01-05-2018].

Morínigo, Marcos A. (1994). *Diccionario del español de América*. Madrid: Grupo Anaya.

Online Etymology Dictionary. Disponible en: <https://bit.ly/2CGcDc6> [Consultado el 01-06-2018].

Oxford. *English Living Dictionary Online*. Disponible en: <https://bit.ly/2ecV1L5> [Consultado el 01-06-2018].

Real Academia Española (2008). CREA. Disponible en: <https://bit.ly/2gTgCd7> [Consultado el 01-06-2018].

----- (2016). CORPES XXI. Disponible en: <https://bit.ly/2tZlqTp> [Consultado el 01-06-2018].

Real Academia Española (RAE) y Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE) (2014-2017). *Diccionario de la lengua española* (DLE). Disponible en: <https://bit.ly/1XmNOUI> [Consultado el 01-06-2018].

Rodríguez González, Félix (2017). *Gran Diccionario de Anglicismos*. Madrid: Arcos Libros.

Sitografía

ANLE: www.anle.us [consultado junio 2018].

Contact – *El Latino de Hoy Newspaper de Oregon*:
www.ellatinodehoy.com/contact [Consultado el 01-02-2018].

Cunytv75. Nueva York: *Especial El Diario/La Prensa - 100 Aniversario*. YouTube:
<https://bit.ly/2CicP2J> [Consultado el 01-02-2018].

62

Diario Las Américas: www.diariolasamericas.com [Consultado el 01-05-2018].

El Diario de Cuba: www.diariodecuba.com [Consultado el 01-05-2018].

El Diario de El Paso: https://diario.mx/El_Paso/ [Consultado el 01-05-2018].

El Diario Nueva York: <https://eldiariiony.com/> [Consultado el 01-05-2018].

El Laredo Morning Times en español: <https://bit.ly/2SX6xLv> [Consultado el 01-05-2018].

El Mundo Boston: <http://elmundoboston.com/> [Consultado el 01-05-2018].

El Mundo hemeroteca digital: www.elmundo.es/hemeroteca/ [Consultado el 01-05-2018].

El Nuevo Georgia: www.elnuevogeorgia.com [Consultado el 01-05-2018].

El Nuevo Herald de Miami: www.elnuevoherald.com [Consultado el 01-05-2018].

El Sol Latino Newspaper Philadelphia: <http://elsoln1.com> [Consultado el 01-05-2018].

El Tiempo Latino: <http://eltiempolatino.com/> [Consultado el 01-05-2018].

Fundéu BBVA, *buscador urgente de dudas: 'hispanounidense' o cómo nace una palabra*: <https://bit.ly/2EWaJWF> [Consultado el 01-05-2018].

Hispanic and African American News Media Fact Sheet | Pew Research Center: <https://pewrsr.ch/2Hu7851> [Consultado el 01-05-2018].

Hispanic Heritage Month 2017: <https://bit.ly/2O763BL> [Consultado el 01-05-2018].

Hola Arkansas: <http://hola-arkansas.com/> [Consultado el 01-05-2018].

Hoy San Diego: www.tronc.com/gdpr/sandiegouniontribune.com [Consultado el 01-05-2018].

La Opinión de Los Ángeles: <https://laopinion.com/ultimas-noticias/> [Consultado el 01-05-2018].

La Prensa de Minnesota: www.laprensademn.com/ [Consultado el 01-05-2018].

La Prensa Hispana: <http://prensahispanaaz.com/wordpress1/> [Consultado el 01-05-2018].

La Raza Chicago: <https://laraza.com> [Consultado el 01-05-2018].

La Voz Bilingüe de Colorado: www.lavozcolorado.com [Consultado el 01-05-2018].

La Voz de América: www.voanoticias.com [Consultado el 01-05-2018].

Pew Hispanic Center: www.pewhispanic.org [Consultado el 01-05-2018].

Qué Pasa Mi Gente Charlotte: <https://charlotte.quepasanoticias.com/> [Consultado el 01-05-2018].

San Diego Union Tribune: www.tronc.com/gdpr/sandiegouniontribune.com [Consultado el 01-05-2018].

The Arizona Republic: <https://eu.azcentral.com> [Consultado el 01-05-2018].

The Laredo Morning Times: www.lmtonline.com [Consultado el 01-05-2018].

The Washington Post: www.washingtonpost.com [Consultado el 01-05-2018].

Vocero Latino News of Cleveland and North-East Ohio:
<http://vocerolatinonews.com> [Consultado el 01-05-2018].

La presentación oral como herramienta de construcción del discurso académico en hablantes de herencia de español

Eva Gómez García

Universidad Nebrija y Universidad de Brown

Resumen: El género de la presentación académica oral está cada vez más presente en el ámbito universitario. En el caso concreto de los hablantes de herencia de español, las investigaciones existentes se han centrado en la adquisición de la escritura y no se le ha concedido mucha importancia a la adquisición de un discurso académico oral, precisamente porque a este perfil de estudiantes se les presupone un dominio de la oralidad. Como consecuencia, se sigue subestimando la complejidad que las presentaciones representan para estos estudiantes y se espera que puedan realizarlas sin una enseñanza explícita. Sin embargo, debido al papel determinante que juega este género oral en el proceso de socialización académica es esencial definir las competencias necesarias para que estos estudiantes lleven a cabo presentaciones efectivas que les permitan convertirse en miembros de una determinada comunidad académica. Uno de los elementos que contribuyen a la efectividad de una presentación es la conexión con el público. Este trabajo pretende acercarse a través del metadiscurso (Hyland 2005) a una mejor comprensión de cómo los hablantes de herencia articulan la interacción con la audiencia en este género.

65

Palabras clave: hablantes de herencia, presentación oral, español académico, análisis del discurso, metadiscurso, marcadores de compromiso.

Abstract: The genre of oral academic presentations is increasingly present in the university context. In the specific case of Spanish heritage speakers, research has traditionally focused on the acquisition of writing skills, but less attention has been paid to the acquisition of an oral academic discourse, precisely because these students are assumed to have a good command of oral skills. As a result, the difficulty that these students experience with oral presentations is underestimated and they are expected to give their presentations without specific training. However, due to the crucial role that this oral genre plays in academic socialization, it is essential to define the skills needed for these students to make effective presentations that will allow them to become members of a given academic community. One of the elements contributing to the effectiveness of an oral presentation is knowing how to get through to the public. Resorting to

metadiscourse (Hayland 2005), this paper aims to deepen our understanding of how heritage speakers articulate their interaction with the audience in this genre.

Keywords: Heritage speakers, oral presentation, academic Spanish, discourse analysis, metadiscourse, engagement markers.

I. Introducción

Según los datos publicados en el informe más reciente del Instituto Cervantes (2018), en los Estados Unidos se calcula que hay unos 42,1 millones de hablantes nativos de español y 16 millones con una competencia limitada. Además, en este país, el español es, con diferencia, el idioma más estudiado en todos los niveles, con 790 mil estudiantes matriculados en cursos de español en la universidad.

Dada la importancia que ha ido cobrando el español en los últimos años dentro del sistema educativo estadounidense, resulta lógico que en los cursos que se imparten de español nos encontremos cada vez más con hablantes de herencia que buscan seguir desarrollando la lengua que han adquirido desde su nacimiento. Para este tipo de estudiantes, se han propuesto diversas definiciones, pero la definición ampliamente más aceptada pertenece a Valdés (2000), que los describe como «individuals raised in homes where a language other than English is spoken and who are to some degree bilingual in English and the heritage language». A través de esta definición, Valdés enfatiza el contexto familiar y de la comunidad en el que tiene lugar la adquisición de la lengua, así como el hecho de que son hablantes bilingües, por lo que sus habilidades funcionales dependerán

66

del contexto y de la situación en la que hayan aprendido español. De esta definición también se desprende que la formación académica de estos estudiantes se desarrolla en un contexto, como el estadounidense, en el que la lengua dominante es el inglés y, por lo tanto, al continuar con sus estudios serán más competentes en esa lengua en el ámbito académico.

En el contexto que se ha descrito, resulta muy complicado que los hablantes de herencia alcancen una alfabetización avanzada en español (Colombi 2002) debido a una exposición limitada a las convenciones pragmáticas y discursivas que se dan en un contexto monolingüe. El uso del español queda, por tanto, relegado al ámbito familiar y se caracteriza por su alta dependencia del contexto en el que el hablante se encuentra. Como consecuencia, el contexto reducido en el que se da el lenguaje académico se convierte en un reto para aquellos hablantes de herencia que quieren dominar este registro más formal.

67

A este respecto, autores como Colombi consideran que es fundamental el desarrollo de los registros y usos que van más allá del hogar y la comunidad con el fin de garantizar la continuidad del español en los Estados Unidos. Sin embargo, la pregunta planteada por investigadores como Villa (1996) y Valdés (2000), de si es necesario que estos estudiantes dominen un español académico, sigue estando vigente hoy en día. Estudios recientes e investigadores como Beaudrie (2015) subrayan que uno de los objetivos de la educación en lengua heredada debería ser el desarrollo del repertorio lingüístico para que los estudiantes se

desenvuelvan en contextos relevantes en su realidad y no tanto el desarrollo de un discurso académico. En esta misma línea se encuentra Fairclough (2015: 42), que apunta que cada vez más programas reconocen «el valor de incluir las variedades del hogar en las aulas, entendidas no solo como un punto de partida para enseñar la variedad estándar, sino como herramientas prácticas de enseñanza».

Aunque es importante no dejar de lado las variedades del hogar y otros dialectos alternativos para que el repertorio lingüístico de los hablantes de herencia se amplíe, el desarrollo de un español académico contribuye también a que estos estudiantes se conviertan en futuros miembros de una determinada comunidad académica. Sobre todo, como apunta Pinto (2012), uno de los objetivos que debe guiar el enfoque pedagógico del español como lengua de herencia debería ser ayudar a los estudiantes a alcanzar un dominio de la oralidad que no sea un impedimento futuro para su propio éxito profesional.

Asimismo, precisamente porque a este perfil de estudiantes se les presupone un dominio de la oralidad, la mayoría de los cursos para hablantes de herencia se ha centrado en aspectos relacionados con la escritura en detrimento de la competencia discursiva en el ámbito académico oral. Por lo tanto, la integración en cursos dirigidos a hablantes de herencia de contenidos que busquen desarrollar las destrezas del lenguaje académico en general y, en especial, el trabajo con lo oral, no debería dejarse de lado.

El género de la presentación académica oral (PAO), presente en el ámbito universitario, desempeña un papel determinante en el proceso de socialización académico que fortalece las identidades y las voces de estos estudiantes en los Estados Unidos. Aunque se subestima la complejidad de este género, su caracterización contribuye a que pueda enseñarse de forma explícita para que su aprendizaje sea consciente y alejado de la improvisación.

En este trabajo, nos centramos en uno de los aspectos que determinan la efectividad y la adecuación de una presentación: la conexión con la audiencia. Por ello, a través del concepto de metadiscurso propuesto por Hyland (2005) como marco teórico, se busca entender cómo los hablantes de herencia articulan lingüísticamente la interacción con la audiencia en el género PAO en español. Utilizando un corpus de presentaciones orales de hablantes de herencia y la taxonomía metadiscursiva de Hyland, se analizan los *marcadores de compromiso* que codifican las relaciones interpersonales y permiten establecer de forma explícita la presencia de la audiencia en el discurso. La pregunta de investigación de la que se parte es la siguiente: ¿Cuál es el patrón metadiscursivo que caracteriza las presentaciones orales en español realizadas por hablantes de herencia?

69

II. ¿Qué es el metadiscurso?

El lenguaje es una herramienta que permite principalmente intercambiar información; sin embargo, esta idea ha ido cambiando en los últimos años ya que

los hablantes lo usan no solo para transmitir información, sino que, al mismo tiempo, el lenguaje les permite organizar el contenido de su mensaje para su audiencia y guiar la comprensión de su discurso hacia una determinada dirección. Por lo tanto, el lenguaje cumple dos funciones: una proposicional y otra no proposicional. Es a esta segunda función a la que se conoce como metadiscurso.

El metadiscurso se deriva de las tres grandes funciones del lenguaje (*ideativa, textual e interpersonal*) establecidas por Halliday (1978) y constituye, dentro del concepto de registro, lo que este autor denomina *modo* y *tenor*, es decir, la forma de organizar el texto del emisor y la forma a través de la cual se relaciona con el receptor. Teóricos del metadiscurso como Vandekopple (1985) y Crismore (1993) lo definieron como «discurso sobre el discurso», es decir, como el material lingüístico que, sin añadir contenido proposicional, ayuda a los lectores a organizar, clasificar, interpretar, evaluar y reaccionar a la información proporcionada. Estos investigadores coinciden en señalar que el metadiscurso no cumple una función *ideativa*, que consiste en construir contenido proposicional, sino *textual e interpersonal*, por lo que dividieron las características que presenta el concepto de metadiscurso en estas dos últimas funciones.

70

Posteriormente, Hyland y Tse (2004) y Hyland (2005) sostienen que todo el metadiscurso es interpersonal, alejándose así también de la distinción de Halliday entre los planos del discurso textual e interpersonal. En el modelo que proponen Hyland y Tse (2004) para el inglés académico y científico, dividen los recursos

metadiscursivos en dos dimensiones: *interactiva* e *interaccional*. Los recursos disponibles en estas dos dimensiones, de forma interrelacionada, determinan la interacción que el escritor/expositor establece con su audiencia. Hyland (2005: 37) define el metadiscurso como «the cover term for the self-reflective expressions used to negotiate interactional meanings in a text, assisting the writer (or speaker) to express a viewpoint and engage with readers as members of a particular community». Por lo tanto, las elecciones del discurso que toma un escritor/orador son resultado de la interacción a través del texto con los otros miembros de la misma comunidad discursiva y, a través de esa interacción social, se construye significado y una identidad académica. La presencia del metadiscurso, aunque es mínima si se compara con el contenido proposicional, es determinante al permitir el establecimiento de vínculos con la audiencia, esenciales para captar su atención y hacerla partícipe del propósito comunicativo.

71

Para el análisis de este estudio se aplicará el modelo interpersonal del metadiscurso propuesto por Hyland (2005), que parte de clasificaciones anteriores y presenta las categorías de forma más precisa. Este modelo también se puede aplicar tanto al discurso escrito como oral y, por lo tanto, resulta de interés para el análisis del género PAO. Como se ha mencionado anteriormente, este modelo reconoce la existencia de dos dimensiones de interacción, la dimensión *interactiva* y la *interaccional*. La dimensión interactiva se compone de aquellos recursos que ayudan a guiar al lector a través del texto. Nos interesa para nuestro análisis la dimensión interaccional porque, a través de sus recursos, es

posible establecer el grado de participación de la audiencia en el discurso en el caso de las presentaciones académicas orales.

Hyland identifica las siguientes categorías dentro de la dimensión interaccional: matizadores (*hedges*), realzadores (*boosters*), marcadores de actitud (*attitude markers*), automenciones (*self mentions*) y marcadores de compromiso (*engagement markers*). Este análisis se centra en los *marcadores de compromiso* por ser sus recursos una muestra de la esencia de la comunicación académica como actividad socio-retórica, al construir explícitamente una relación con la audiencia.

Los *marcadores de compromiso* se pueden dividir según Hyland en las siguientes categorías:

1. Pronombres que se refieren al lector (nos referiremos a ellos como *pronombres de la audiencia*). Es la forma más explícita de marcar la presencia de la audiencia en el texto como participantes del discurso.
2. Apartes personales. Se trata de comentarios directos o interrupciones del discurso dirigidos a la audiencia durante la exposición.
3. Directivas. Se trata de enunciaciones que instruyen al lector a realizar una acción o ver un aspecto determinado de una forma establecida por el expositor.
4. Apelación a conocimiento compartido. Referencias a conocimiento compartido o expectativas comunes.
5. Preguntas. Es un recurso que invita a la interacción.

72

A través de estos marcadores es posible explorar cómo el estudiante que realiza una presentación oral establece de forma explícita la presencia de la audiencia en el discurso. Nos interesa el estudio de aquellas elecciones metadiscursivas, en lo que respecta a *marcadores de compromiso*, que realizan los hablantes de herencia y cómo estas elecciones determinan la efectividad comunicativa de la presentación académica oral.

El uso de estos recursos es un reflejo de la evaluación que hace el expositor de la posible respuesta de la audiencia y el patrón retórico de interacción al que se recurre está conectado con una determinada comunidad discursiva a la que pertenece o desea pertenecer. La percepción que del expositor tenga la audiencia dependerá de su competencia discursiva a la hora de gestionar las interacciones a través del uso de elementos metadiscursivos.

73

III. El metadiscurso interaccional en géneros académicos orales: la clase magistral y la presentación oral

La mayoría de las investigaciones existentes sobre el metadiscurso se han centrado casi en exclusiva en su dimensión interactiva en los géneros científicos y académicos escritos en inglés (Mur-Dueñas 2011; Mu *et al.* 2015; Kawase 2015; Gholami e Ilghami 2016), pese a que Hyland a través de sus investigaciones (2001, 2002a, 2002b, 2005a, 2005b, 2010) haya subrayado la importancia del metadiscurso interaccional y, en concreto, de los *marcadores de compromiso*. Estos trabajos ponen de relieve que elementos como la cultura, la lengua y el

género, entre otros, influyen en el uso del metadiscursivo, por lo que el patrón metadiscursivo variará en función de estos factores y de la tradición académica a la que pertenezca.

En cuanto al uso del metadiscursivo en el discurso oral, muchos autores han señalado la escasa atención que ha recibido, a pesar de que la gestión de la interacción en tiempo real requiera muchos más elementos metadiscursivos. Uno de los géneros académicos orales sobre el que se han realizado análisis metadiscursivos es la clase magistral. Destacamos la investigación de Fortanet y Ruiz (2014), que se centra en la descripción de las preguntas que formula el profesor en las clases magistrales invitadas en inglés dirigidas a un grupo de estudiantes españoles. Las principales funciones metadiscursivas identificadas fueron estructurar el discurso y entablar una relación con la audiencia. Por su parte, el trabajo de Lee y Subtirelu (2015) compara el metadiscursivo en el discurso del profesor en clases de inglés para fines académicos con el metadiscursivo en clases de contenido en el ámbito universitario. Sus resultados revelan que en ambos contextos el profesor recurre al metadiscursivo para mostrar su postura e interacción hacia el contenido y los estudiantes. Estas investigaciones centradas en las clases magistrales muestran que el metadiscursivo está presente en el género académico oral y cumple funciones específicas que ayudan al profesor a gestionar la interacción con sus estudiantes. Por lo tanto, no cabe duda de que los resultados de estos trabajos contribuyen a entender mejor la función del metadiscursivo en las PAO.

74

El papel que desempeña el metadiscurso en las presentaciones orales apenas ha recibido atención pese a tratarse de un género muy presente en el ámbito universitario. El estudio de Magnuczné Godó (2011) parte del metadiscurso para llevar a cabo un análisis de los elementos que caracterizan este género. A partir del modelo interactivo de análisis del metadiscurso, aborda la interacción en las presentaciones académicas de estudiantes universitarios. Uno de los objetivos de este trabajo era establecer una relación entre las estrategias interactivas metadiscursivas empleadas y la calidad de las presentaciones. Su estudio concluye que se identifica la presencia de estrategias interactivas en las presentaciones evaluadas como efectivas.

En cuanto a las presentaciones realizadas en español, no existe ningún trabajo que haya abordado este género desde una perspectiva metadiscursiva. A esto se suma que se trata de un género que todavía no ha sido estudiado de forma exhaustiva en español y las contribuciones de algunos autores para su caracterización son relativamente recientes (Villar 2011 y 2013; Ainciburu y Villar 2013).

75

IV. El discurso académico oral y las presentaciones orales en hablantes de herencia del español

La descripción de las habilidades lingüísticas de los hablantes de herencia de español ha sido objeto de múltiples estudios junto con el análisis del impacto que los programas de enseñanza de español tienen en el desarrollo de un registro

académico escrito en estos estudiantes. Existen numerosos trabajos sobre la escritura académica en hablantes de herencia (Schwartz 2003; García 2002; Martínez 2007) en los que se observa la influencia de la tradición retórica del inglés y la transferencia de la alfabetización. Sin embargo, son escasas las investigaciones que se centran en su producción oral formal.

Pinto (2012) reconoce que la investigación en el campo de la pragmática y el análisis del discurso en relación con el español como lengua de herencia en interacciones orales se encuentra en fase de desarrollo. También señala que entre los temas que han generado más interés se encuentran los actos de habla, los marcadores del discurso y los pronombres personales, mientras que otros temas como los registros académicos orales han atraído alguna atención, pero no la suficiente, por lo que se desconoce cuál sería el comportamiento de estos hablantes en cuanto a la transferencia retórica.

El estudio de Swender *et al.* (2014) es relevante para entender las dificultades de producción oral a las que se enfrentan los hablantes de herencia. Estos autores exploraron el perfil lingüístico de un grupo de estudiantes que hicieron la entrevista de competencia oral (OPI) en español. De los 41 participantes en el estudio, cuatro se encontraban en el nivel intermedio medio/alto, 24 de ellos se situaron en el nivel avanzado medio/bajo, 11 en el nivel avanzado alto y dos en el superior. En general, los estudiantes se sentían más cómodos hablando sobre temas relacionados con rutinas diarias y temas familiares y no se ubicaron en un nivel

76

superior debido a la dificultad en el desarrollo de ideas abstractas y en el uso de vocabulario especializado. De los resultados de este estudio se desprende que hay una relación directa entre niveles altos de competencia oral e instrucción explícita/formal en contexto universitario.

A pesar de que no son numerosas las investigaciones que se centran en la producción oral formal de hablantes de herencia en presentaciones orales, algunos autores se han interesado por este aspecto. Valdés y Geoffrion-Vinci (1998) realizaron una investigación del lenguaje académico oral en la que contrastaron las presentaciones orales de seis estudiantes universitarios monolingües en México con las de diez estudiantes universitarios bilingües de segunda y tercera generación en los Estados Unidos. El estudio determinó que el grupo de estudiantes bilingües era consciente de la existencia de un registro académico al que intentaba aproximarse. La principal diferencia se encontró en el menor uso de un lenguaje especializado y de conectores por parte del grupo de estudiantes bilingües. Además, este grupo evitó la alternancia de código en sus presentaciones puesto que lo percibía como inapropiado para el español académico. A pesar de tratarse de la presentación de contenido autobiográfico y argumentativo en el contexto de un debate, este estudio también concluyó que los estudiantes bilingües daban la impresión de tener dificultades para expresarse debido a un léxico reducido y a la ausencia de estrategias para gestionar interacciones académicas, lo que les limitaba a la hora de presentarse como académicos competentes. Según Valdés y Geoffrion-Vinci (1998: 494), en

77

contraste con los participantes monolingües, los estudiantes bilingües «appear to be young, unsophisticated, and sometimes even inarticulate».

Para Achugar (2003), el lenguaje que usamos es un reflejo de nuestra identidad y, por lo tanto, un hablante que no domine los registros formales puede ver afectado su posicionamiento dentro de una comunidad discursiva determinada. En su estudio, basado en un enfoque sistémico funcional, analizó las presentaciones orales de dos estudiantes graduados en dos seminarios de postgrado en contexto universitario en los Estados Unidos. Uno de los participantes era hablante monolingüe de español y el otro era un estudiante bilingüe con una formación académica en inglés. Su análisis reveló diferencias en la construcción de relaciones lógico-semánticas en las presentaciones orales a través de la expansión (una cláusula extiende o amplía el significado de otra) y la proyección (una cláusula funciona como representación de una representación lingüística), que se corresponde con el estilo indirecto, el uso de conjunciones y cláusulas incrustadas para integrar ideas y el uso de la alternancia de código. A través del uso de estos elementos en su presentación, el estudiante monolingüe pudo posicionarse como experto, mientras que el informante bilingüe no logró demostrar el mismo control discursivo, al no integrarlos en la misma medida en su discurso. Achugar pone de relieve cómo el uso de determinados recursos lingüísticos y discursivos contribuyen a la construcción de una identidad académica dentro de la comunidad discursiva de una disciplina.

78

Por último, Colombi (2014) realiza una comparación de presentaciones orales y pódcast desde el marco teórico de la Lingüística Sistémico Funcional (LSF). Los informantes son estudiantes en un curso de sociolingüística, a través del cual se pretende mejorar su competencia oral mediante presentaciones académicas formales. Su estudio busca identificar las características que presenta el español académico oral de hablantes de herencia de nivel avanzado y, a través de la LSF, determinar si los elementos lingüísticos encontrados han sido usados apropiadamente en un contexto social específico. Para ello, se analizan las tres metafunciones que la LSF considera dentro del lenguaje y que operan simultáneamente en la expresión de significados *textuales* (cómo se presenta el mensaje), *interpersonales* (cómo se presentan como expertos dentro de una comunidad académica y cómo citan otros estudios) e *ideacionales* (uso de un lenguaje académico, metáforas gramaticales, nominalizaciones). Los resultados que se desprenden de su análisis en cuanto a la presentación oral son que se emplea la 1ª persona singular y la 2ª persona singular/plural para aludir a la presencia de la audiencia. También se identifica una menor densidad y exactitud léxica, así como una mayor influencia del inglés y un número elevado de autocorrecciones. Asimismo, se encuentran características del lenguaje escrito en el oral (uso de *se* impersonal, voces medias, pasiva y citas) y se observan dificultades por parte de los estudiantes para presentarse como expertos, es decir, como miembros de una comunidad académica. En conclusión, según Colombi, los estudiantes son capaces de emplear una lengua impersonal, los conectores, el formato, la lengua técnica, pero no son capaces de posicionarse como expertos.

Los trabajos de Achugar, Valdés y Geoffrion-Vinci y, más recientemente, Colombi no nos hablan de los efectos del metadiscurso en sus investigaciones, pero subrayan la relevancia del desarrollo de la competencia oral formal en hablantes de herencia. También coinciden en la importancia del género de la presentación en la adquisición de destrezas que ayudarán a los estudiantes en su proceso de integración en una comunidad académica determinada.

V. Metodología

El primer paso para poder caracterizar el patrón metadiscursivo que presentan los *marcadores de compromiso* en las presentaciones orales de hablantes de herencia ha sido la elaboración de un corpus oral (Corpus HH). El corpus comprende seis presentaciones orales con un número total de 7.547 palabras. Los participantes son estudiantes en una universidad estadounidense en la que realizaron el mismo curso de contenidos sobre temas de interés para los hablantes de herencia. Además, no se proporcionó ningún tipo de instrucción a los estudiantes para realizar la presentación, ni se les comunicó el aspecto que se iba a analizar.

80

En cuanto a las características internas que presenta el corpus, se excluyó de las presentaciones la parte del *turno de preguntas* en los casos en los que se produjo. De esta forma, el metadiscurso de compromiso identificado es el que se encuentra en la *introducción*, el *desarrollo del tema* y la *conclusión* (Vilà 2005) y es producto

de la interacción metadiscursiva del expositor con la clase y no de un diálogo directo con ella o con el docente.

El modelo propuesto por Hyland (2005) es el marco que se emplea para identificar y clasificar los recursos que integran la categoría de *marcadores de compromiso* dentro de la dimensión interaccional del metadiscurso. Se ha excluido del análisis la categoría de *aportes personales*.

En la Tabla 1, se incluyen las estructuras lingüísticas que pueden adoptar los recursos dentro de la categoría de *marcadores de compromiso* con la que se establece la presencia de la audiencia en el discurso.

Tabla 1. Estructuras lingüísticas que pueden adoptar los marcadores de compromiso según Hyland (2001, 2005a, 2005b) y Hyland y Tse (2004).

Marcadores de compromiso	Estructuras lingüísticas
<p>Pronombres del lector (en adelante, pronombres de la audiencia para ajustarnos al contexto del género PAQ)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Marcadores de primera persona: <i>nosotros, nuestro(s), nos</i> • Marcadores de segunda persona: <i>tú, tu(s), tuyo(s), usted(es), su(s), le, les</i> • Pronombre impersonal: <i>uno</i> • Pronombre impersonal: <i>se</i>
<p>Directivas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Imperativo • Verbo de obligación dirigido a la audiencia, como <i>tiene que, deber (debe, debería), haber que</i> • Adjetivo predicativo que expresa el juicio de necesidad/importancia por parte del autor: <i>Es importante comprender...</i>
<p>Preguntas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Preguntas directas o retóricas
<p>Conocimiento compartido</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Marcadores explícitos que piden a la audiencia que reconozca algo como familiar o aceptado: <i>sabemos, obviamente, por supuesto, es claro, claramente...</i>

Estas estructuras se han empleado para identificar el metadiscursos y realizar las búsquedas en el corpus, primero, manuales y, posteriormente, automáticas con la herramienta de análisis textual *AntConc* (v. 3.4.4, Anthony 2014).

VI. Resultados

6.1. Los marcadores de compromiso en las PAO

En este apartado se expondrán los resultados obtenidos en el estudio empírico respecto al número y distribución de *marcadores de compromiso*. Los resultados del análisis del corpus confirman que los hablantes de herencia hacen uso de recursos metadiscursivos de compromiso para interactuar con la audiencia. Como se observa en la Tabla 2, el uso de *marcadores de compromiso* representa un total de 117 ítems (1,54%).

82

Tabla 2. Uso de *marcadores de compromiso*.

Categoría	Corpus HH (n=6)	
	Nº total ítems	Ítems por 1.000 palabras
Total general	117	15,45
% del total	1,54%	

Asimismo, del análisis no solo se desprende el alcance de la interacción a través de la categoría de *marcadores de compromiso*, sino también el tipo de recursos empleados. En la Tabla 3, se recogen los resultados sobre las cuatro categorías

de compromiso analizadas (*pronombres de la audiencia, directivas, preguntas y conocimiento compartido*).

Tabla 3. Incidencia absoluta y relativa de las cuatro categorías de *marcadores de compromiso* analizadas.

Categoría	Corpus HH (n=6)	
	Nº total ítems	Ítems por 1.000 palabras
<i>Pr. audiencia</i>	83	10,96
<i>Directivas</i>	9	1,19
<i>Preguntas</i>	11	1,45
<i>Con. compartido</i>	14	1,85
Total general	117	15,45

En la Figura 1, se ofrecen de nuevo los datos obtenidos para cada una de las categorías en forma de porcentajes para facilitar su contraste.

83

Figura 1. Marcadores de compromiso en el corpus (n=6)



La categoría más empleada son los *pronombres de la audiencia*, seguida de la categoría de *conocimiento compartido*, las *preguntas* y, por último, las *directivas*.

6.2. Patrón de interacción con la audiencia del metadiscurso de compromiso

En este apartado se profundizará en la presencia del metadiscurso de compromiso a través de las estructuras lingüísticas empleadas, ejemplos de su realización y las funciones que desempeñan dentro de las diferentes categorías de los *marcadores de compromiso*.

6.2.1. Pronombres de la audiencia

Se trata del recurso más frecuente de todos los *marcadores de compromiso* con un 70,94%. Con respecto a la totalidad del corpus, el uso de *pronombres de la audiencia* representa el 1,09%.

En cuanto a las categorías empleadas dentro de los *pronombres de la audiencia*, destaca el uso de *marcadores inclusivos* que comprenden los *marcadores de primera persona plural*, el *pronombre impersonal* ‘uno’ y el *pronombre impersonal* ‘se’. También forman parte de esta categoría de los *pronombres de la audiencia* los *marcadores de segunda persona* tanto en sus formas en singular como en plural (aquí se incluyen los pronombres de tercera persona gramatical *usted(es)* por ser su referente de segunda persona).

La Tabla 4 recoge la distribución que presentan las categorías pertenecientes a los *pronombres de la audiencia*.

84

Tabla 4. Incidencia absoluta y relativa de los *pronombres de la audiencia*.

Categoría	Corpus HH (n=6)	
	Nº total ítems	Ítems por 1.000 palabras
Marcadores 1ª pers. pl.	43	5,68
Pr. imp. 'uno'	12	1,58
Pr. imp. 'se'	18	2,38
Total marcadores inclusivos	73	9,64
Marcadores 2ª pers. sing./pl.	10	1,32
Total general	83	10,96

En la Tabla 5, se observan algunos ejemplos representativos del metadiscurso para la categoría de *pronombres de la audiencia*.

85

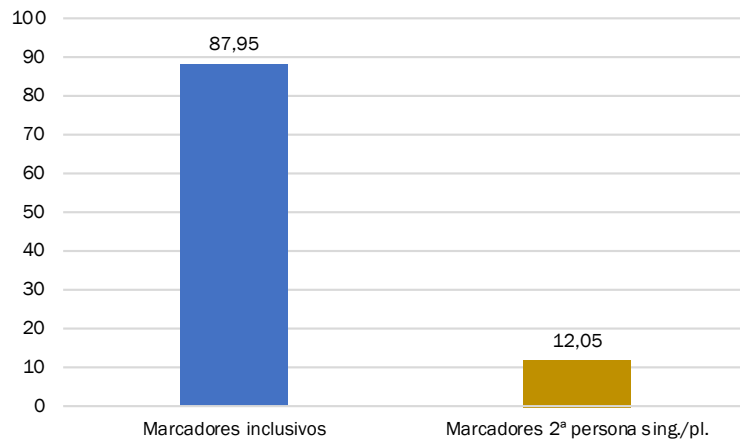
Tabla 5. Ejemplos del uso de *pronombres de la audiencia*.

Marcadores 1ª pers. pl. (pronombre)
«Ahora mismo nosotros estamos leyendo la primera parte, no llegamos tanto a cuando él estaba metido en los Estados Unidos [...]».
Marcadores 1ª pers. pl. (desinencias)
«Entonces tenemos ciudadanos que no lo son y eso me trae a la idea de doble ciudadanía».
«En la primera parte vemos que la mujer tiene que ser fuerte, pero en la segunda parte vemos que la mujer tiene que ser sumisa al hombre».
[...] en los Estados Unidos con el español y es en la segunda y tercera generación que podemos ver dónde está el <i>Spanglish</i> [...]
Pronombre impersonal 'uno'
«Siguen surgiendo barreras reales y simbólicas, bueno, uno puede ver ahora mismo con el muro de Trump».
«Y también no hay un lugar donde uno se puede sumergir completamente en el mundo de español, entonces viviendo aquí en los Estados Unidos uno va a tener, va a tener, situaciones cuando uno tiene que entender y hablar inglés».
Pronombre impersonal 'se'
«Entonces ahora en el tiempo presente se puede ver más la imagen de la chola».
« Se habla inglés en el colegio, con los amigos, en los restaurantes, en los bancos, en todos lugares».

Marcadores 2ª persona singular y plural (desinencias)
«[...] o sea puedes ver programas americanos en la televisión mexicana pero casi nunca se ven programas o películas mexicanas en la tele en América».
«Pero solo para que vean que la Virgen ... hay muchas vírgenes que son patronas de los países».
«[...] la chaqueta fue hecha por una tienda en línea llamada Hija de tu Madre, este, so si quieren apoyar a compañías latinas, pueden comprar allí».
«Cisneros igual que Anzaldúa, como podieron ver en la Borderland, en la lectura de Borderland».

Como conclusión de este apartado, los hablantes de herencia se apoyan en el uso de todos los recursos, aunque entre ellos destaca el uso de los *marcadores de primera persona plural* (51,81%), seguido del *pronombre impersonal 'se'* (21,68%), el *pronombre impersonal 'uno'* (14,46%) y, por último, los *marcadores de segunda persona plural* (12,05%).

Figura 2. Porcentajes de uso de *marcadores inclusivos* y de *marcadores de segunda persona singular y plural*.



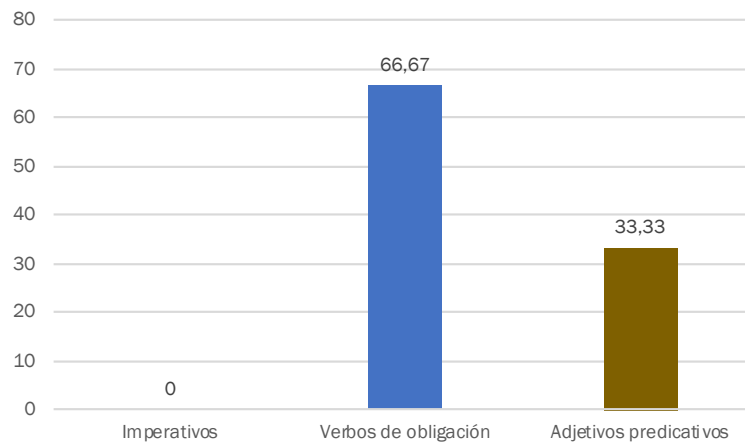
Los resultados sobre *pronombres de la audiencia* ponen de relieve que la interacción con la audiencia es constante en las PAO. En cuanto a su uso, se podría

afirmar que mientras que con el uso de *marcadores de 1ª persona plural* se genera una comunidad (formada por los estudiantes en la clase) a la que se alude de forma más indirecta, con el uso de *marcadores de 2ª persona sing./pl.*, por su parte, se busca obtener la atención inmediata de la audiencia y se le invita directamente a participar en el discurso.

6.2.2. Directivas

Las *directivas* son otro de los recursos que permiten al estudiante que expone conectar con la clase, ya que a través de su uso se instruye a la audiencia para que realice una acción o perciba una idea de una manera determinada. Aunque solo representan el 7,69% en el corpus, su uso contribuye a construir una interacción con la clase. En el corpus las *directivas* se realizan a través de *verbos de obligación* (66,67%) y *adjetivos predicativos* (33,33%). En las presentaciones orales analizadas no se recurrió al uso de *imperativos*.

Figura 3. Porcentajes de uso de las formas de las *directivas*.



No solamente nos interesa conocer las formas lingüísticas que se emplean, sino también su función. Las *directivas* analizadas según su función se dividen en *actos físicos* y *actos cognitivos*. A través de una *directiva* que realiza un *acto físico* se busca guiar a la audiencia para que realice o no realice una acción relacionada con el mundo real. Por su parte, las *directivas* que realizan *actos cognitivos* se emplean para guiar a la audiencia hacia una línea de razonamiento o con el fin de que comprenda un punto que se expone de una determinada manera. En la Tabla 6 se incluyen ejemplos de *directivas* clasificados según su función y la forma lingüística que presentan en el corpus.

Tabla 6. Ejemplos del uso de *directivas*.

Actos físicos
Verbos de obligación
«Yo interpreté esa, eso, con que... como los humanos somos, todos somos humanos, todos somos una raza y todos tenemos que estar unidos so una-una frontera no es natural y ella estaba hablando que los prohibidos son los que habitan ese espacio [...]».
«Sí, y también que el español es visto igual con la pobreza, entonces para salir de la pobreza uno tiene que aprender a hablar inglés».
Actos cognitivos
Adjetivos predicativos
«Entonces, es por eso que no es suficiente luchar por ciudadanía política, pero luchar en hacerse miembros de esa sociedad y ciudadanos en todos los aspectos de la palabra».
«Entonces no es completamente necesario poder ser, poder hablar inglés perfectamente, entonces, por eso va a ser más lento, la desaparición del español».
«Que no es una doble ciudadanía como de ser ciudadano de El Salvador y ciudadano de Estados Unidos, sino es que esa idea de doble ciudadanía se tiene que vivir políticamente y es una experiencia cultural».

Los asuntos sobre los que se presenta tienen que ver con asuntos que afectan directamente a los hablantes de herencia, normalmente conectados con temas de identidad y discriminación. Por esta razón, a través de las *directivas* con la función

de *actos físicos*, los estudiantes animan a los destinatarios, entre los que se encuentran hablantes de herencia, a emprender una determinada acción en el mundo real. Por último, los estudiantes utilizan las *directivas* con la función de *actos cognitivos* con el objetivo principal de dirigir a la clase hacia una determinada interpretación, al indicarle los puntos a los que debería prestar atención en el argumento, así como para subrayar aquel conocimiento que deberían tener con el fin de poder entender un contenido específico.

6.2.3. Preguntas

Las *preguntas* son un recurso que involucra a la clase de forma directa debido a la presencia simultánea tanto del expositor como de su audiencia (el profesor y los otros estudiantes) en el mismo espacio y tiempo. En el corpus, las *preguntas* representan un 9,40% y, a pesar de que su presencia no es destacada, su uso resulta fundamental en las PAO. En la Tabla 7, se puede observar algunos ejemplos representativos del tipo de preguntas identificadas en el corpus.

Las *preguntas* se revelan como una estrategia de implicación dialógica muy relevante para el género PAO, al invitar a la participación y atraer la atención de los estudiantes hacia el contenido que se presenta. Entre las preguntas identificadas se encuentran *preguntas directas* (ejemplo 1), que son preguntas reales. En el corpus PAO, las preguntas se dirigen a la audiencia porque el expositor quiere saber si necesita abordar un concepto antes de seguir con la presentación o se plantean a la audiencia porque el propio expositor no tiene la

89

respuesta. Las *retóricas* (ejemplo 2) son una de las funciones más habituales, al tratarse de una estrategia retórica que permite al expositor expresar su opinión a través de una pregunta para la que no espera respuesta o que va a contestar a continuación. Las *preguntas conectadas con el funcionamiento de la clase* (ejemplo 3) se usan para gestionar el tiempo o para resolver una duda específica, en este sentido dependerán de la situación que surja. Por último, las *preguntas para verificar la comprensión* (ejemplos 4-5) se emplean para confirmar que se puede continuar con la presentación porque se entiende el material cubierto hasta ese punto. Un corpus más extenso y situaciones contextuales más diversas contribuirán a configurar una clasificación de las funciones de la categoría de las *preguntas* más precisa.

6.2.4. Conocimiento compartido

La categoría de *conocimiento compartido* representa un 11,97%. Aunque su presencia respecto a la totalidad del corpus es mínima, las referencias a *conocimiento compartido* son un mecanismo que permite al estudiante interactuar con su audiencia de forma efectiva. En la Tabla 8 se comparten algunos ejemplos:

Tabla 8. Ejemplos del uso de *conocimiento compartido*.

« Como en Pollito Chicken [...]».
«Este tema que habíamos tocado [...]».
«La segunda, lo que me parecía bastante importante y tenemos creo que todos en la mente es exaltar - exaltación religiosa del migrante cuando él está observando los braceros».
«En la lectura de Borderland podimos ver un poco de Coatlicue y qué significa para Anzaldúa».

Hyland señala que este tipo de referencias es otra de las herramientas retóricas disponibles y que, a diferencia de las *directivas*, se trata de una estrategia de interacción menos impositiva. La función principal de esta categoría es conectar con la audiencia a partir de conocimiento en común. Este uso es realmente útil en el género PAO porque, además de establecer vínculos con la clase a través de conocimiento previo, permite al expositor identificar de qué contenido se parte y confirmar que se puede avanzar hacia materiales más complejos. Asimismo, en las muestras se han identificado casos en los que este *conocimiento compartido* está muy vinculado con el contenido del curso (referencias a lecturas realizadas, comentarios hechos, clases pasadas, etc.) y, en este sentido, además de conectar con los compañeros de clase, el expositor puede demostrar al profesor, quien también está presente y forma parte de la audiencia, su dominio y adquisición de los contenidos abordados en el curso. Por lo tanto, esta otra función podría ser exclusiva de géneros orales en contexto de clase en los que hay una evaluación de contenidos. En este sentido, nuestros resultados reflejan no solo el tipo de *conocimiento compartido* descrito por Hyland, sino un conocimiento en común derivado del contexto compartido físicamente por la clase.

91

VII. Conclusiones

Con este trabajo nos habíamos propuesto realizar un análisis metadiscursivo del discurso oral formal en hablantes de herencia a través del género de las presentaciones orales por su relevancia en el proceso de alfabetización académica

de estos estudiantes. Con este fin, se centró el análisis, a través de los *marcadores de compromiso*, en la interacción con la audiencia, que es uno de los aspectos que se convierten en determinantes en la construcción de la imagen de experto de estos estudiantes, y en la adecuación o no de la presentación oral al contexto en el que se inserta. Los resultados obtenidos responden a la pregunta de investigación de la que se partió y, además, permiten realizar una primera aproximación al patrón metadiscursivo que presenta la actuación de hablantes de herencia en las PAO.

En primer lugar, se ha podido constatar que el metadiscurso nos permite caracterizar la relación interpersonal y que en el género PAO se recurre a los *marcadores de compromiso* para interactuar con la audiencia. Entre los recursos identificados se encuentran, primero, la categoría de *pronombres de la audiencia* que destaca respecto al resto de categorías estudiadas. Los hablantes de herencia emplean *marcadores en primera persona plural y segunda persona plural* para interactuar con la clase, aunque se observa una tendencia a usar marcadores inclusivos de primera persona, con los que aluden de forma más indirecta a la audiencia al incluirse a ellos mismos en un nosotros colectivo. En segundo lugar, destaca el uso de la categoría de *conocimiento compartido* y se identificó que se usa esta estrategia, en concreto, para hacer referencias a conocimiento contextual derivado del contexto inmediato de la clase. Su comportamiento pone de relieve que existe una conciencia, por parte de los estudiantes, del contexto en el que se encuentran y de la importancia de mostrar a través de esta estrategia que han

92

adquirido conocimientos nuevos y dominan los materiales estudiados en el curso. En tercer lugar, con una distribución similar, se identificó la presencia de la categoría de *preguntas* seguida de las *directivas*. En cuanto al uso de estas dos estrategias, con las *preguntas* se atrae la atención de la audiencia de forma menos impositiva que con las *directivas*, además de cumplirse diferentes funciones con su uso, entre ellas, organizar el discurso y expresar opinión. Por su parte, se observa que a través de las *directivas* se influye para que la audiencia actúe o piense en un sentido u otro.

En cuanto a las limitaciones de este trabajo se encuentra que el corpus que se ha creado es reducido y consta solamente de seis informantes. Por lo tanto, convendría en el futuro trabajar con un mayor número de presentaciones orales para confirmar o refutar algunas de las interpretaciones realizadas aquí. Asimismo, sería interesante ampliar el análisis a otras de las categorías dentro de la dimensión interactiva e interaccional del metadiscurso para obtener datos más precisos sobre el patrón discursivo de los hablantes de herencia.

Desde el punto de vista didáctico, el metadiscurso y, en concreto, los recursos metadiscursivos estudiados son un modelo útil para la enseñanza de la comunicación oral. A partir de ellos, se podría elaborar materiales que sirvan para enseñar las opciones disponibles a la hora de hacer una presentación oral. Además, el conocimiento de estas estrategias permite a los estudiantes elegir, de

forma consciente y crítica, los elementos que se pueden emplear en la construcción de un discurso que dialogue con la audiencia.

En conclusión, y a pesar de las limitaciones del presente estudio, esta primera aproximación nos permite no solo conocer mejor el perfil lingüístico de la lengua oral formal de los hablantes de herencia, sino también contribuir a la caracterización del género de la presentación oral. Estos dos aspectos, sin duda, son determinantes en el desarrollo de la competencia discursiva oral de los hablantes de herencia en contexto universitario.

Referencias

- Achugar, Mariana (2003). «Academic Registers in Spanish in the U.S.: A Study of Oral Texts Produced by Bilingual Speakers in a University Graduate Program», en A. Roca y M. Colombi (eds.) *Mi lengua: Spanish as a Heritage Language in the United States, Research and Practice*. Georgetown University Press, 213-234.
- Acosta Corte, Álvaro (2013). «La adquisición y el desarrollo lingüístico de los hablantes de herencia de español: un estudio basado en la investigación-acción en el aula». *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada a la Enseñanza de Lenguas*, 13: 10-25.
- Ainciburu, María Cecilia y Claudia Mariela Villar (2013). «Coocurrencia de rasgos lingüísticos en la caracterización de la Presentación académica oral EFE». *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada. Número especial-Actas de Congreso*, 13: 30-44.
- Anthony, Laurence (2014). AntConc (Version 3.4.4) [programa informático]. Tokyo, Japan: Waseda University. Disponible en: <https://goo.gl/FcCcj>.
- Beaudrie, Sara (2015). «Approaches to Language Variation: Goals and Objectives of the Spanish Heritage Language Syllabus». *Heritage Language Journal*, 12

94

(1): 1-21.

Colombi, María Cecilia (2002). «Academic language development in Latino students' writing in Spanish». *Developing advanced literacy in first and second languages: Meaning with power*, 67-86.

————— (2014, 16 de mayo). «The development of Academic Proficiency in Oral Spanish in the United States: A functional approach». *Conversations in the Observatorio*. Observatorio Instituto Cervantes at Harvard. Disponible en: <https://goo.gl/u4d6ft> [consultado el 1-5-2018].

Crismore, Avon, Raija Markkanen y Margaret Steffensen (1993). «Metadiscourse in persuasive writing: a study of texts written by American and Finnish university students». *Written Communication*, 10 (1): 39-71.

Fairclough, Marta (2015). «Aproximaciones a la enseñanza del español como lengua de herencia». *Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica*, 41: 37-49.

Fortanet-Gómez, Inmaculada y Noelia Ruiz-Madrid (2014). «Multimodality for comprehensive communication in the classroom: Questions in guest lectures». *Ibérica, Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos*, 28: 203-224.

95

García, Ofelia (2002). «Writing Backwards Across Languages», en M. Schleppegrell y M. C. Colombi (coord.) *Developing advanced literacy in first and second languages*. Mahwah, New Jersey: Erlbaum, p. 245-260.

Gholami, Javad y Roghaie Ilghami (2016). «Metadiscourse markers in biological research articles and journal impact factor: Non-native writers vs. native writers». *Biochemistry and Molecular Biology Education*, 44 (4): 349-360.

Halliday, Michael (1978). *Language as social semiotic*. Baltimore: University Park Press.

Hyland, Ken (2001). «Bringing in the reader: Addressee features in academic articles». *Written communication*, 18 (4): 549-574.

————— (2002a). «Directives: Argument and engagement in academic writing». *Applied linguistics*, 23 (2): 215-239.

- (2002b). «What do they mean? Questions in academic writing». *TEXT-THE HAGUE THEN AMSTERDAM THEN BERLIN-*, 22 (4): 529-558.
- (2005a). *Metadiscourse. Exploring interactions in writing*. London: Continuum.
- (2005b). «Stance and engagement: A model of interaction in academic discourse». *Discourse studies*, 7 (2): 173-192.
- (2010). «Metadiscourse: Mapping interactions in academic writing». *Nordic Journal of English Studies*, 9 (2): 125-143.
- Hyland, Ken y Polly Tse (2004). «Metadiscourse in academic writing: A reappraisal». *Applied linguistics*, 25 (2): 156-177.
- Instituto Cervantes (2018). *El español: una lengua viva. Informe 2018*. Madrid: Instituto Cervantes.
- Kawase, Tomoyuki (2015). «Metadiscourse in the introductions of PhD theses and research articles». *Journal of English for Academic Purposes*, 20: 114-124.
- Lee, Joseph y Nicholas Subtirelu (2015). «Metadiscourse in the classroom: A comparative analysis of EAP lessons and university lectures». *English for Specific Purposes*, 37 (1): 52-62.
- Magnuczné Godó, Ágnes (2012). «Are you with me? A Metadiscursive Analysis of Interactive Strategies in College Students' Course Presentations». *International Journal of English Studies*, 12 (1): 55-78.
- Martínez, Glenn (2007). «Writing back and forth: The interplay of form and situation in heritage language composition». *Language Teaching Research*, 11 (1): 31-41.
- Moreno Fernández, Francisco (2016). «Español estadounidense: perfiles lingüísticos y sociales». *Glosas*, 9 (2): 10-23.
- Mu, Congjun, Lawrence Jun Zhang, John Ehrich y Huaqing Hong (2015). «The use of metadiscourse for knowledge construction in Chinese and English research articles». *Journal of English for Academic Purposes*, 20: 135-148.

- Mur-Dueñas, Pilar (2011). «An intercultural analysis of metadiscourse features in research articles written in English and in Spanish». *Journal of pragmatics*, 43 (12): 3068-3079.
- Pinto, Derrin (2012). «Pragmatics and Discourse: Doing Things with Words in Spanish as a Heritage Language», en Sara M. Beaudrie y Marta Fairclough (eds.) *Spanish as a Heritage Language in the United States: The State of the Field*. Washington, D.C.: Georgetown University Press, 121-138.
- Potowski, Kim (2005). *Fundamentos de la enseñanza del español a hispanohablantes en los EE.UU.* Madrid: Arco/Libros.
- Rodrigo, Victoria (2013). «Situación lingüística de los hablantes de herencia en Estados Unidos y la mejora de su competencia en español», en B. Bleuca, S. Borrell, B. Crous y F. Sierra (eds.) *Plurilingüismo y enseñanza de ELE en contextos multiculturales: XXIII Congreso Internacional ASELE*. Asociación para la Enseñanza de Español como Lengua Extranjera, 748-757.
- Schwartz, Ana María (2003). «¡No me suena! Heritage Spanish Speakers' writing strategies», en A. Roca y M. C. Colombi (coord.) *Mi lengua: Spanish as a heritage language in the United States*. Washington, DC: Georgetown University Press, 235-256.
- Swender, Elvira, Cynthia Martin, Mildred Rivera-Martinez y Olga Kagan (2014). «Exploring oral proficiency profiles of heritage speakers of Russian and Spanish». *Foreign Language Annals*, 47 (3): 423-446.
- Ucelli, Paola, Emily Phillips Galloway, Gladys Aguilar y Melanie Allen (2016). «Lenguajes académicos y bilingüismo en estudiantes latinos de los Estados Unidos». *Informes del Observatorio*. Cambridge, MA: Instituto Cervantes at Harvard University.
- Valdés, Guadalupe (2000). «The teaching of heritage languages: An introduction for Slavic-teaching professionals», en O. Kagan y B. Rifkin (eds.) *The Learning and Teaching of Slavic Languages and Cultures*, 375-403.
- (2001). «Heritage language students: Profiles and possibilities», en J. K. Peyton, D. A. Ranard y S. McGinnis (eds.) *Heritage languages in America. Preserving a national resource*. Washington, DC y McHenry, IL: Center for Applied Linguistics & Delta Systems, 37-80.

- Valdés, Guadalupe y Michelle Geoffrion-Vinci (1998). «Chicano Spanish: The Problem of the "Underdeveloped" Code in Bilingual Repertoires». *The Modern Language Journal*, 82 (4): 473-501.
- Vande Kopple, William (1985). «Some Exploratory Discourse on Metadiscourse». *College Composition and Communication*, 26 (1): 82-93.
- Vilà, Montserrat (coord.) (2005). *El discurso oral formal. Contenidos de aprendizaje y secuencias didácticas*. Barcelona: Editorial Graó.
- Villa, Daniel (1996). «Choosing a 'standard' variety of Spanish for the instruction of native Spanish speakers in the U.S.». *Foreign Language Annals*, 29 (2): 191-200.
- Villar, Claudia (2011). «Las presentaciones académicas orales de los estudiantes alemanes de E/LE: Del discurso monológico al dialógico». *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada*, 5 (10).
- (2014). *Las presentaciones académicas orales de los estudiantes alemanes de E/LE*. Frankfurt: Peter Lang.

España y su reto hacia el *engagement* en 2020

Alicia Ors Ausín

Instituto Franklin, Universidad de Alcalá

Resumen: La comunicación política refleja, cada vez más, el efecto de los avances en el lenguaje y la tecnología. La política ya no es solo política, también es entretenimiento y cercanía. Debe serlo si quiere conectar con el electorado y contar con su apoyo. Los ciudadanos hablan un lenguaje tecnológico y sencillo, plagado de referencias constantes al mundo de la publicidad, un código reconocido por la audiencia. Para encontrarse con el elector, la política y el político deben recurrir a los códigos compartidos, y en ese punto confluyen con los términos publicitarios: *engagement*, o la forma de *enganchar* al elector como si de un oyente o espectador se tratase; *storytelling* como técnica que permite facilitar el acceso del electorado al discurso político, entenderlo y, por lo tanto, conectar con él; y entretenimiento como la forma de dar a conocer la parte más personal de un político a su potencial votante. Todas estas nuevas formas en política proceden del discurso político estadounidense, muy acostumbrado ya a hablar otros lenguajes, además del estrictamente político. El resultado no es otro que políticos entrevistados en programas de entretenimiento, bailando e incluso cantando en formatos televisivos con gran audiencia. El objetivo: conectar con el electorado-audiencia.

99

Palabras clave: política, *engagement*, *storytelling*, *storyteller*, marketing político, comunicación.

Abstract: Political communication increasingly reflects the effects of changes and advances in language and technology. Politics is no longer just politics, it is also entertainment and proximity; it must be, if it is to get through to voters and gain their support. Citizens speak a technological and simple language, full of constant references to the world of advertising, a code which is easily recognized by the audience. In order to reach the voter, politics and politicians must resort to shared codes and, at that point, their discourse merges with advertising terminology: *engagement*, or the way to engage the voter as if they were a listener or a viewer; *storytelling*, as the technique that allows voters to access and understand political discourse and thus have a good rapport with it; and *entertainment*, as the way of making a politician's most personal side known to his/her potential voters. All these new ways in politics come from the U.S. political discourse, well accustomed to resorting to other registers, besides the strictly political one. As a result of

these new forms of communication, we can see politicians being interviewed in entertainment programs, dancing and even singing in TV formats with a large audience. The objective is to connect with the voters-audience.

Keywords: politics, *engagement*, *storytelling*, *storyteller*, political marketing, communication.

Las próximas elecciones generales en España y la campaña que las va a preceder, marcarán un antes y un después en cuanto a nuevos lenguajes, nuevos mensajes y nuevas plataformas desde las que se van a lanzar.

Una vez superada la crisis económica que ha azotado con dureza a España desde 2008 y hasta fechas recientes, el electorado está preparado para votar no ya desde el rencor y el castigo a las formaciones políticas tradicionales que no cumplieron sus expectativas, o que albergaron en su seno casos de corrupción, sino para votar desde el sentimiento de apego y compromiso hacia *la marca política* que le hace sentirse implicado e involucrado en su proyecto de partido. Y utilizo la expresión *marca política* porque, desde hace bien poco, hay una serie de términos, técnicas y elementos que llegan directamente importados desde el ámbito publicitario y que se han instalado cómodamente en el mundo de la política. No es algo pasajero, sino que han llegado para quedarse.

En los Estados Unidos se trata de un fenómeno que ya se consolidó con la gestión y el manejo del potencial de las redes sociales, entonces incipientes, durante la campaña de Barack Obama en 2008. Leyvi Castro Martínez, licenciada en

100

comunicación y autora del artículo «El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama», apunta que Obama convirtió en un «producto» su persona.

Se comercializó en libros, canciones, portadas de revista, con el *glamour* de la alfombra roja de un evento televisivo [...] se dio a conocer por su magnífica retórica, primero a través de sus dos libros: *Los sueños de mi padre* y *La audacia de la esperanza*, los cuales lograron que creara un canal de comunicación profundo, porque al contar su historia y hablar de sus orígenes, sensibilizó a todo aquel que lo leyó. La gente, ya en campaña, luego de leer sus libros, sentía que ya lo conocía (Leyvi 2012: web)

España y los Estados Unidos tienen muchas diferencias en cuanto a códigos y lenguaje político se refiere, especialmente cuando se trata de campañas electorales. No obstante, cada vez más y fundamentalmente después de la crisis económica, algo se ha movido en el ámbito de la comunicación política española. Diferentes premisas comunicativas procedentes de la cultura norteamericana se consolidan en los gabinetes de prensa de los partidos políticos españoles:

- No es suficiente con que ocurran las cosas, hay que comunicarlas. Y ello conlleva una buena estrategia en los medios de comunicación que implica, incluso, la inversión en publicidad. «Si no sales en los medios de comunicación, no existes. Los candidatos se esfuerzan por aparecer, y aparecer mucho. Y nada mejor que contar con una buena cantidad de dinero para hacerlo» (Sánchez Medero 2008: 14).

- No es suficiente con discursos políticos, hacen falta discursos humanos que toquen las emociones del ciudadano. No se trata de una estrategia nueva, sino más bien todo lo contrario. Hacer uso de discurso emocionales es algo que ya puso en práctica Obama apelando a John F. Kennedy o Martin Luther King. «El resultado ya lo conocemos: el triunfo total de la oratoria y el casi mesianismo de Obama [...] los dos eslóganes principales de su campaña: “*Chance*” y “*We Can*”. Algo habitual en este tipo de campañas, en las que prometer e hilar discursos esperanzadores resulta fundamental» (Sánchez Medero, 2008: 13).
- No es suficiente con estar en informativos y en prensa, hay que dar un paso más y estar donde está la gente, especialmente la gente joven. Esto implica trabajar profundamente el contenido en redes sociales verdaderamente activas. «Desde un principio, el equipo de Obama tuvo claro que para llegar a los jóvenes había que ir donde están los jóvenes y los jóvenes están en Internet, están en Facebook, están en My Space, están en otras redes sociales, en blogs, foros, etc. Obama ha creído en la Red [...] La apuesta de Obama por la Política 2.0 ha sido vital» (González, 2010: 31).
- No es suficiente con hablar, hay que emocionar y aquí entra en juego el ‘engagement’. Un término publicitario del que se habla mucho, pero que muy pocos entienden. La activista y escritora norteamericana Maya Angelou pronunció una frase que se acerca mucho al concepto que engloba la palabra *engagement*, «la gente olvidará lo que dijiste, la gente olvidará lo que hiciste, pero la gente nunca olvidará cómo la hiciste sentir». Dice

Guillermo Perezbolde, experto en Mercadotecnia y CEO de la agencia Mente Digital, en su blog 2.0, que el *engagement* «es el arte de crear una relación de amor incondicional hacia una marca». Apunta que, aunque parezca algo inalcanzable, y mucho más en la política española, teniendo en cuenta la herencia que arrastra en cuanto a casos de corrupción y el descrédito generado en el electorado, el *engagement* debe ser un objetivo obligado en prácticamente cualquier acción de marketing en *Social Media*.

Ahora más que nunca, el político es la marca y las técnicas de *marketing* digital son las herramientas que deben aplicarse con seriedad y practicidad sobre él, su persona, su discurso y sus resultados. Quien no lo haga estará fuera de mercado, si no ahora, en muy poco tiempo, atendiendo a la nueva sociedad digital y a los votantes digitales que se avecinan. «Para los demócratas, centrarse en los jóvenes fue crucial; este electorado promete mucho cuando se logra conectarse a él, de ahí que la campaña de Obama, para promover la participación juvenil, haya movilizado a los artistas» (Castro Martínez, 2012).

No es suficiente con mostrar la actividad del candidato en el ámbito político, es necesario ceder parte del ámbito privado a la esfera pública. Se trata de un ejercicio complicado de llevar a la práctica por parte de los políticos españoles, pero necesario. Así lo hizo ya Obama en su primera campaña electoral, como indica Castro Martínez (2012): «Michelle Obama fue una pieza clave: imprimió una ola de feminidad, de fortaleza [...]. Su presencia se concibió como el cúmulo de valores

103

familiares y de pareja, dio un empuje a su esposo, no al caminar detrás, sino al lado».

Las elecciones generales en España se van a batir en las urnas, pero se ganarán mucho antes en varios escenarios:

- Las nuevas redes sociales, entre ellas, una de las redes con más potencial de los últimos años, Instagram, especialmente ahora que ha incorporado la última herramienta llamada «Stories» o Instagram TV. Ambas permiten al usuario grabar y emitir pequeños videos apenas sin filtros, naturales y directos que llegan rápidamente a la audiencia.
- Los programas de televisión en *prime time*, con su parte de entrevista y su parte más «gamberra», en la que el político debe salir de su zona de confort y mostrar su yo más personal.
- Los programas de televisión de entrevistas cercanas, que implican la apertura de la esfera familiar y personal.
- Los programas de televisión que mezclan entrevista y aventuras. Aquellos que trasladan al candidato a un escenario radicalmente distinto al que está acostumbrado, lo llevan a situaciones límite y, allí, le hacen mostrar su lado más emocional.

104

Todos estos escenarios ya fueron conquistados en 2008 por Barack Obama a través de su capacidad comunicativa, un elemento esencial en los líderes políticos

norteamericanos y que combina el manejo del mensaje verbal y no verbal. El antropólogo norteamericano Ray Birdwhistell, pionero de la comunicación no verbal, afirmaba que en una conversación normal entre dos personas, «los componentes verbales suman menos del 35% del significado social de la situación mientras que más del 65% del significado social queda del lado de lo no verbal» (Birdwhistell: 15).

Desde que la red social Instagram fue adquirida por Facebook, inició un camino de implementaciones que inauguró con «Stories» en 2016, que permite grabar videos en directo y mostrarlos a tus seguidores durante 24 horas. Esta herramienta se ha convertido en una de las de mayor potencial en prácticamente todos los ámbitos. No obstante, hay dos especialmente interesantes, moda y política.

105

Centrémonos en este último ámbito, porque los líderes políticos y sus gabinetes empiezan a utilizar Instagram y sus *feeds* como una forma de reconectar con el electorado y humanizar su imagen.

De esta forma, los departamentos de comunicación empiezan a trabajar diferentes conceptos relacionados con el ámbito de la publicidad:

- *Branding*. El ejercicio de creación de marca que se hace con la figura política. Su sello, su presencia, encontrar su línea y su imagen para mantenerla y fijarla en el electorado. «Obama marca registrada: la primera

campana electoral del siglo XXI. Fue la primera vez que se consiguió cohesionar al candidato y su mensaje para crear una marca» (Castro Martínez, 2012).

- *Storytelling / Storyteller*. Un concepto básico para una red social como Instagram. La construcción de historias que conecten con el público. Es el arte de contar una historia aprovechando una atmósfera mágica, con el objetivo de conectar emocionalmente con la audiencia. «El *storytelling* ha surgido como una alternativa al discurso racional que, guste o no, ya no atrae a los individuos. Y no solo eso, el arte de contar relatos también nace como una opción para [...] fomentar la cohesión de un grupo en una sociedad donde la individualización está reinando. El *storytelling* permite que se cree un relato compartido» (López-Hermida-Ruso y Vargas Monardes 2013: 2).
- CTR o *Click through rate*. La medición se convierte en algo básico, fundamental y, además, sencilla. Es una ventaja que nos ofrece *Stories* en Instagram, que todas las historias pueden medirse y acceder a las estadísticas. Estas cifras nos permitirán saber si el rumbo elegido en cuanto a discurso y estrategia es el adecuado.

106

Del mismo modo, también se cometen errores, fruto de la inexperiencia en el manejo de todas estas herramientas virtuales por parte de los políticos españoles. Los errores más comunes en un perfil de una figura política en Instagram son los siguientes:

- Utilizar esta red como mera difusora de los mensajes de las notas de prensa o las declaraciones.
- No elaborar un mensaje distinto al de una nota de prensa, si el canal de comunicación es diferente y, sobre todo, más cercano al electorado.

El mensaje debe ser distinto en su contenido y en su elaboración, porque el público se acerca a Instagram de una forma diferente. Debe ser fresco, cercano, atractivo, tal y como lo es la herramienta. Cometer el error de trasvasar directamente la nota de prensa o la galería de imágenes de los actos a Instagram le restará atractivo y potencial a la aplicación como medio de comunicación. Definitivamente, el político no conseguirá conectar con su público y no conseguirá, por lo tanto, su objetivo. Todos estos medios, unidos a una trabajada puesta en escena, cosa que ya hizo en su día Obama, son los elementos que conforman a un buen candidato.

107

Conclusiones

Las redes sociales han tenido un papel fundamental en la participación social activa de los jóvenes, es decir, en su reconexión con la política, especialmente en las elecciones de 2016. Exactamente lo mismo ocurrió en 2008 con Obama. Él conquistó al electorado joven, consiguió movilizarlo. En 2016, en España, el fenómeno Podemos se adueñó de la calle y de esa reconexión del político con el votante a través de reuniones y mítines cargados de mensajes dirigidos fundamentalmente a los jóvenes. Como indica Núñez (2007: 16), «la carga emocional de los relatos capta mejor nuestra atención que la simple información,

haciendo que aprehendamos el sentido de los acontecimientos de una manera más rápida y más profunda que los mensajes asépticamente informativos».

Según un estudio elaborado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, publicado por el diario *El Mundo* el 9 de abril de 2015, el 46,10% de los jóvenes españoles de entre 18 y 25 años activos en internet y redes sociales «no confía en la política convencional». No obstante, y a pesar de estas cifras, el interés de los jóvenes por la política en España ha ido en aumento, según este mismo estudio. El 72,80% se interesa por ella, precisamente porque nuevos partidos políticos volvían a contar con ellos, con los jóvenes.

Según el citado estudio, el 72% de los jóvenes cree que, si los ciudadanos quieren, pueden cambiar las cosas, siempre que exista un compromiso. Volvemos al mensaje «Yes, we can», utilizado en la primera campaña de Barack Obama. En España, en octubre de 2014 y según el CIS, la voluntad de voto juvenil se situaba en el 66,5%, mientras que en 2015 el 80,8% manifestaba su voluntad de ir a votar. El motivo que esgrimían la mayoría de los jóvenes con intención de no acudir a las urnas era protestar contra la corrupción y la falta de interés de los políticos por los problemas reales de los ciudadanos.

En los últimos años, la reconexión del político con su electorado y el *engagement* conseguido por los nuevos partidos políticos hacia los jóvenes ha caído ligeramente. Justo cuando me encontraba dando los últimos retoques a este

artículo, en abril de 2018, el CIS publicaba su última encuesta en la que Ciudadanos se consolida como una de las principales fuerzas políticas.

- Ciudadanos supera al PSOE y se sitúa, con un 22,4% de intención de voto, a solo 1,6 puntos del PP.
- El PP baja hasta el 24%, aunque sigue encabezando las preferencias de los votantes.
- El PSOE desciende hasta quedarse en un 22% en intención de voto.
- Unidos Podemos se recupera tímidamente y sube 0,6 décimas hasta situarse en el 19,6%.

El protagonista de esta subida es un líder político español más forjado en las formas americanas, Albert Rivera, de palabra fácil, atractivo, natural y con facilidad para el manejo de las redes sociales.

109

A partir de ahora, y de cara a las próximas elecciones generales en España, la batalla se seguirá librando en las urnas, mientras paralelamente también lo hará en los programas de televisión, y no precisamente en formato de debate, sino en programas de entretenimiento y entrevistas personales.

Referencias

Castro Martínez, Leyvi (2012). «El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama». *Scientific Electronic Library Online*. Disponible en: <https://bit.ly/1U8ZKvh> [Consultado el 03-03-2018].

González, José Luís (2010). «La base electoral de Obama, redes sociales virtuales y reales: los casos de *generation engage* y *moms for Obama*». *Revista Mediterránea de Comunicación*, 25-35. Disponible en: <https://bit.ly/2HuzwnN> [Consultado el 01-03-2018].

Lakoff, G (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial Complutense.

López-Hermida-Russo, A. P. y J. Vargas Monardes. «La política relatada: el *Storytelling* de Barack Obama en el marco de la Operación Gerónimo». *Palabra clave* 16, 12-44. Disponible en: <https://bit.ly/2Txjmkx> [Consultado el 04-03-2018].

Núñez López, A (2007). *Será mejor que lo cuentes. Los relatos como herramientas de comunicación. Storytelling*. Empresa Activa.

Perezbolde, Guillermo (2010). «Engagement... el término del que todos hablan, pero pocos entienden». *Merca2.0*. Disponible en: <https://bit.ly/2tiQ8bH> [Consultado el 03-03-2018].

Sánchez Medero, Rubén (2008). «Ese producto llamado Obama». *El Viejo Topo*, nº 251. Disponible en: <https://bit.ly/2UzFiZ0> [Consultado el 04-03-2018].

110

To Serve and Not to Be a Servant: A Case for Domestic Workers

Gigi Visbal

Harvard University

Resumen: El trabajo doméstico es una de las principales profesiones de las mujeres en todo el mundo. Es un oficio tan común que, si todas las trabajadoras domésticas vivieran en el mismo país, este sería el décimo empleador más grande del mundo. Y, de hecho, va en aumento. Por ejemplo, en España el número de trabajadoras domésticas se duplicó, pasando de 355.000 en 1995, a 747.000 en 2005. Con una presencia importante en todo el mundo, estas trabajadoras tienen unas condiciones laborales que se pueden considerar de las peores y equiparables a la explotación. De hecho, el trabajo doméstico se asocia más con la esclavitud que con una profesión formal productora de un valor que dé lugar a una compensación monetaria. Todas estas características pueden observarse en el caso de Colombia, país en el que se centra más este estudio. La importancia de la profesión enfatiza la necesidad de profesionalizar la ocupación, principalmente, debido a su capacidad para absorber un número importante de mujeres dentro del mercado laboral porque no requiere capacitación formal. En este sentido, el trabajo doméstico debería ser reconocido como cualquier otra profesión con derechos y obligaciones por ley. Es una profesión basada en la prestación de servicios de limpieza y cuidado, no una en la que haya que renunciar a la dignidad. Por lo tanto, la protección gubernamental debería darse por hecho en el caso de las trabajadoras domésticas.

111

Palabras clave: servicio doméstico, migración, mano de obra, trabajo femenino, derechos laborales, invisibilidad, profesionalización del servicio doméstico, migración interna/global, Colombia.

Abstract: Domestic work is one of the main professions for women around the world. The profession is so prevalent that if all domestic workers were to live in one country, this would be the tenth largest employer in the world. In fact, domestic work is on the rise. For instance, in Spain the number of domestic workers doubled from 355,000 in 1995, to 747,000 in 2005. With an important presence around the world, they have one of the worst exploitative working conditions. In fact, domestic work is associated more with slavery than with a formal profession producing value which gives rise to monetary compensation. All these characteristics can be observed in the case of Colombia, which will be the main focus of this paper. The pivotal importance of the profession presses on the need to professionalize the occupation, mainly due to its capacity to absorb an important number of women into the labor market as it does not require formal training. In this sense, domestic work should be recognized as any other profession, entitled to

rights and obligations by law. It is a profession based on providing cleaning and caring services, rather than one in which to surrender one's dignity. Therefore, governmental protection should be a given for domestic workers.

Keywords: domestic work, migration, labor force, female labor, labor rights, invisibility, professionalizing domestic work, internal/global migration, Colombia

Domestic work is one of the main professions for women around the world. Although it is often related to a dying historical profession, or a profession exclusively present in the developing world, domestic work is a global phenomenon. The profession is so prevalent that if all the domestic workers, around the world, were to live in one country, this country would be the tenth largest employer in the world. In other words, one in every thirteen economically active women, worldwide, is a domestic worker. Only in Latin America, one in every four women is a domestic worker. Understanding the preponderance of this profession is especially important, when accounting for the fact that the number of women engaging in domestic work is on the rise. For instance, in 1995 there were 355,000 domestic workers in Spain. By 2005 the number was estimated to have doubled to 747,000 (International Labour Organization, 2013: 24-97).

112

Although they have an important presence around the world, domestic workers remained, as a group of laborers, with one of the worst exploitative working conditions. In fact, domestic work is associated more with slavery than to a formal profession that produces value which gives rise to a monetary compensation. The purpose of this article is to analyze the possible reasons behind the regnant nature

of domestic service as one of the main sources of employment for women locally and as migrants. The pivotal importance of the profession presses on the need to professionalize the occupation. Mainly, due to its capacity to absorb an important number of women into the labor market given that it does not required formal training. To do so, the dynamics linked to domestic work need to be understand in order to encourage more legal and societal protection for domestic workers.

In this regard, the most important fact is to acknowledge that *to serve does not mean to be a servant*. Domestic workers are not servants, nor slaves. Domestic work is a profession based on providing services of cleaning and caring, and not a profession to surrender one's dignity and humanity. The link that slavery has with domestic worker needs to become a historical link and not a constant in the profession. Ultimately, domestic work will continue to be an important source of income for women worldwide, and it should be recognized as any other profession entitled to rights and obligations. Therefore, organizations and governments need to be proactive in protecting and enforcing legislation with social policies that can guarantee dignity and better working conditions for domestic workers worldwide.

113

I. Domestic Work Increases

Domestic work is a fundamental profession that increases as more women enter the labor market. The rationality is based on the fact that as middle and upper-class women enter the labor force, they transfer their household and caring responsibilities to other women. In other words, they hired domestic workers. The

increase of the labor force is associated with industrialization. The sociologist Judith Rollins made important observations regarding the relation between domestic work and industrialization. She observed that increases in the level of industrialization of a country have as consequence the enlargement of the middle class. The middle class is able to afford paying the service of a domestic work. Therefore, the demand for domestic workers increases. For example, during the Industrial Revolution, Western Europe had the highest record of domestic workers. In England, in 1891, there were 1,549,502 domestic workers and in France, ten years before in 1881, there were 1,156,604 domestic workers. Rollins also observed that as the middle class expands mortality rate for kids decreases. More kids, increases the demand for domestic workers since one of their roles is as caregivers to kids (Rollins, 2007: 31). Rollins' observations contradict the traditional view that industrialization ends domestic work and other low skill professions. Indeed, the profession is on the rise worldwide.

114

The evidence also suggests that men are not increasing their involvement in caring for dependants and house chores to the point of significantly replacing women. Therefore, these responsibilities remained relegated to women. Also, there is a global tendency for the reduction of governmental sponsored caring facilities. This enforces the notion that middle and upper-class women need to hire help in order to be able to enter the labor market. Finally, there is more availability of women willing to engage in domestic work because cross-border migration has increasingly become feminized.

In this regard, the International Labor Organization has estimated that there are 150 million migrant workers around the world. Out of this number, 55.7% or 66.6 million migrant workers are women. According to these estimates, there are 11.5 million migrants domestic workers. 80% of those migrant domestic workers are women. In fact, in the global distribution of professions for migrants domestic work represents 7.7% of the total of economic activities that migrants engage upon (International Labour Organization, 2015). It has to be mentioned that these estimates are exclusively referring to migrant workers; thus, to the number of migrant women that are economically active as domestic workers. The number of local women which main profession is domestic work is not taken into account for these calculations. Similarly, 7.4 millions of minors working as domestic workers are also outside of these approximation. A common estimate is a number around 100 million domestic workers around the world (International Labour Organization, 2013: 96).

115

II. Defining Domestic Work

The difficulty of assessing the number of domestic workers is related to the notion that the profession fosters invisibility and that there is no common definition to what is domestic work. As a matter of fact, defining domestic work can be elusive and difficult. A lack of a common definition has been used as an argument to exclude domestic workers from any source of legal protection in the legislation of many countries (International Labour Organization, 2013: 7-20). This absence of

legal provisions overlooks the basic fact that domestic workers earn a wage just as any other worker who is protected by law. Since domestic workers are, in general, invisible in the eyes of the law the propensity for abusing domestic workers is endemic in the profession. Domestic workers are expected to work longer hours than other workers. Yet, they are among the workers that earn the lowest wages.

Also, having benefits such as; health insurance, maternity leave, or overtime payment are rarities. It is common to find domestic workers with salaries way below the stipulated minimum wage of a country, and even find that part of her salary is paid in kind. Wage reductions justified based on lodging, food, clothing and even personal favors are common. The matter is that, worldwide, it is more common to find domestic work as part of the “shadow economy” of a country, than to find domestic work fully protected and regulated by the legislation. In other words, a commonality for domestic workers worldwide is their invisibility in the eyes of the law, rendering them vulnerable when engaging in this economic activity.

116

It is undoubtable that domestic work represents an important segment of the population worldwide and at such; a definition is vital to procure an entitlement in the labor rights of these workers. Following this line of thought, the sociologist Judith Rollins made important observations that have served to set some parameters to define domestic work. According the Rollins (2007), domestic work refers to non-family members engaged in household chores. This definition is problematic because as it happens, domestic workers can be extended family of

the employer. For example, in the developing world the domestic worker could have some sort of blood relation to the employer; an aunt or a cousin in some degree.

Additional to Rollins' observations on domestic work, in the 1960s and the 1970s important contributions to understand domestic work were made by feminist theorists. This analysis is centered, primarily, around housework. Housework which traditionally has been assumed to be unsupervised and unpaid. The principal concept is that housework should be considered like any other kind of paid work. Just because it is performed in the private realm (the residence) it does not lose its status as an activity that creates a product that has monetary value. Marxists feminist theorists went further by considering the household as the workplace. In other words, an extension of the factory. As an extension of the factory, the household is part of the economic cycle as a function of male proletarians. Housework performed by females allows male workers to create capital in the factories. This means that in theory housework is the vehicle for equality between male and women given that both are productive beings creating capital. However, Marxist feminists found the previous idea as the source of oppression for women engaged in housework. If women are considered the proletarian confined to housework activities, then men are a class of domestic exploiters. The male proletarians are exploited by the bourgeoisie class/ the owners of the capital. However, according to Marxist feminists, the factory workers are the ultimate exploiters since they exploit females responsible for housework (Ehrenreich and Hochschild, 2003: 86-87).

117

It is important to make a distinction between Marxist feminists and plain Marxist Theory. For Marxist theorists, domestic work does not hold the dimension, nor the importance that it has under the Feminist Marxist Theory. According to Marxist Theory, domestic work does not represent a trading commodity in the market of capital. As “simple labor” it is not considered an economic activity, but only an activity reserved to the privacy of the household producing no value. These observations go further by pointing out to the idea that housework activities do not produce value as commodities created in factories do. In this sense, domestic work is characterized by the “use-value doctrine.” The product created by domestic work is consumed immediately, and as such, it is hard to treat it as a commodity exchangeable in the market. However, women domestic workers engaging in housework do produce a product that is traded in the market place (Gutiérrez Rodríguez, 2010: 90).

118

Simultaneously in the 1960s, the influential book “Feminine Mystique” was published. This book is a landmark text for the feminist thought. In regard to housework, Betty Friedan (2003) asserts that a male dominant society confined women to “janitorial chores, beneath the ability of the average woman.” According to Friedan, housework is not shameful, but it is defined in an unequal exploitative relation between men and women. This relation is constantly reinforced when males do not participate in housework chores and it is women who are the only performers of it. For Friedan, housework is mainly an occupation confined to women which reproduces male dominance. The effects are not between husband

and wife, but also girls helping their mothers and boys being served. These are mechanisms to keep women confined to caring for dependants and house chores activities from generation to generation (Ehrenreich and Hochschild, 2003: 87-88).

Despite the strong objections or the debates that domestic work and the chores related to it arouses, the International Labour Organization in the “Domestic Workers Convention” of 2011 Article 1; enumerates three characteristics to define domestic work. First of all, the term “domestic work” means work performed in a household or households. Second, the term “domestic.” Finally, a person who performs domestic work only occasionally or sporadically and not on an occupational basis is not a domestic worker. These three characteristics are based on the premise that domestic work must be performed, and it is restricted to a private household.

119

This definition is based on the United Nations, International Standard Industrial Classification (ISIC). The ISIC classifies all economic activities as, “Activities of private households as employers of domestic staff.” Under division 97, what ascribes to domestic work, in the explanatory note: “maids, cooks, waiters, valets, butlers, laundresses, gardeners, gatekeepers, stable-lads, chauffeurs, caretakers, governesses, babysitters, tutors, secretaries etc.” are all domestic workers. The rational is that “The product produced by this activity is consumed by the employing household” (United Nations Statistics Division). In other words, it seems that as

long as there is an economic activity performed in the household then that constitutes domestic work.

This definition is extremely problematic because it groups people that are engaged in different economic activities that required different skills/training in the same category. Furthermore, aside from ignoring the differences in special abilities required for each occupation, it ignores the differences in salary that people in this group have. Last, but not least, this definition ignores the way each occupation in this group is perceived differently by members of society. In other words, a maid does not hold the same status as a tutor. Even a waiter is not regarded the same as a secretary. Overall, the definition used by ILO based on the United Nations, ISIC contributes to the already spread misunderstanding and inefficient protection awarded to domestic workers. It even contributes to the generalized invisibility in which domestic work is maintained by employers and the government.

120

As has been reviewed, agreeing on a definition for domestic work has proven to be problematic. However, the profession of domestic work does have certain commonalities that are intrinsic to the profession around the world. First, domestic work entitles a constant transfer of care from women that can pay for domestic workers to women willing to be employed as domestic workers. This transfer of care follows two distributions; Urban/Rural and a North/South. In other words, in a rural/urban distribution the transfer of care takes place between rural women moving to the cities to offer their services as domestic workers. The second transfer

of care is between women in the developed world employing foreign women domestic workers to engage in house chores and the care of dependents. In the developed world, attention is centered around foreign women domestic workers because the number of local women engaging in domestic work has drastically decrease, yet it has not disappeared. In general, the employment conditions of women domestic workers and the underlying dynamics that dominate the field vary from region to region. However, low social status, low income, low governmental protection and low mobility into other professions are common features (International Labour Organization, 2013).

Following this line of thought, it is important to acknowledge that there is always the danger of turning domestic work into a single story. Domestic work and domestic workers represent a myriad of practices, working conditions, and life stories. This analysis does not want to minimize such an important profession into one narrative and one story. On the contrary, the main purpose of this research is to reflect and to explore a practice as ancient as civilization, and yet a profession ignored to the point of invisibility through history. This is the reason why any exploration on domestic work must try to build a global perspective that takes into account local nuances, but that understands that the differences and similarities in narratives are important to build a global understanding on domestic work as one of the main sources of income for women worldwide. Following this line of thought the case of domestic workers in Colombia serves as an important way to understand the prevailing nature of domestic work.

121

III. The Case of Colombia

This country was chosen because it has the different features of domestic service present in other regions of the developing world. Colombia has a strong social hierarchy, a racially diverse population, and a weak rule of law. Additionally, it is a country that struggles with the dichotomies of civil war and development. As well as, modernity and tradition. The example of Colombia serves to understand the tendency of domestic work to rise as a profession for women around the world. The example of Colombia also sheds light into the difficulties of measuring the real number of domestic workers due to fact that the occupation fosters invisibility and the notion that a lack of common definition makes difficult the act of defining who is actively engaged in domestic work and who is not.

122

In the case of Colombia, it seems that domestic service continuous to be one of the main sources of employment for Colombian women due to ancestral class and racial divisions; which have led to strong hierarchies, the constant enforcement of gender roles in a predominant male oriented society; resulting in the lack of opportunities of employment in other sectors, a rising number of middle and upper-class women entering the labor force and a limited number of public sponsor caregiving programs. These reasons are the same reasons why domestic work continues and will continue to be one of the main sources of income for women around the globe.

According to the DANE (Colombian National Gathered Data Center), Colombia has a population of 46,292,052 million people. It is estimated that out of those 46,292,052; 21,584,420 is the working population. Women represent the 42% of that work force. In other words, 9,014,698 of women are considered wage laborers. Out of those 9,014,698 working women; 987,525 are domestic workers. According to official data, domestic work represents the second profession for women in the country. The official data, estimates that the profession where more women work is as peddlers. Peddlers include lottery ticket sellers and newspaper sellers. The data indicates that there are 1,238,855 women peddlers. There is a difference of 251,330 of women that work as peddlers and not as domestic workers. It is important to underline that the official data leads to assume that the number of women working as domestic workers might be higher than estimated. The assumption might be that domestic work is the main profession for women in Colombia because there might be a sample error.

123

As shown in Table 1, the official data presents three categories closely related to domestic work. These three categories include economic activities such as cleaning, ironing, cooking, and serving. The first category of workers, cleaners and ironers estimates 111,030 women on these professions. The second category of cooks, waitresses and bartenders estimates 753,565 women in these economic activities. The last category closely related to domestic work is women working as doorwoman, cleaners and, sacristans. The data estimates that there are 437,869 women working in this category. Evidently, if these numbers are added assuming

that some of these women are domestic workers wrongly categorized, domestic work can be considered the main profession for women in Colombia. The assumption is that the three individual categories, presented above, are composed by activities that are closely related to domestic service. Therefore, women that were included in these categories could be mainly engaged in domestic work.

Table 1. Number of women working in categories related to domestic work at the national level. Source: Graph by DANE. National Administrative Department of Statistics. In Microdatos Gran Encuesta Integrada de Hogares GEIH. DANE, 2017.

Working Women	Total Number of Women
1. Washers, Cleaners and Ironers	111,030
2. Cookers, Waitresses and Bartenders	753,565
3. Doorwoman, Cleaners and Sacristans	437,869
Total number of working women in the three categories	1,302,464

124

These three categories added together represent 1,302,464 working women. As mentioned before peddlers, the largest category for working women, represent 1,238,855. The three categories added together surpass the number of women estimated to be working as peddlers. Now, if the number of women estimated in the three categories related to domestic work is added to the official number of domestic workers, 987,525, then the total number is 2,289,989 working women. Just assuming that there is a small percentage of women counted under the three

categories that could be assumed to be engaged primarily in domestic work, it is not misleading to assume that domestic work is the main profession for women in Colombia.

This sampling error in the Colombian case, can be also found in other countries in the world due to the lack of common definition of what constitutes domestic work and who is a domestic worker. In this sense, affirming that domestic work is the main profession for women in any country, is extremely controversial. Countries around the world are on a race to develop or to maintain hegemony. In this sense, domestic work is an anachronism to any modern society. The stigma associated with the profession and the common exploitative working conditions are associated with underdevelopment. Thus, having a large labor force actively engaged in domestic work is less than desirable. Nonetheless, if countries acknowledge or do not acknowledge the reality of their labor force it does not change the fact that domestic work has an immense capability to absorb women into the profession.

125

The main reason why domestic work, as a profession, can absorb an important number of women is because to perform this profession there is no need for formal training, nor special skills beyond knowing how to clean and care for others; abilities that are assumed to be natural in women. This lack of requirement for formal skills is especially advantageous for migrant women.

In fact, domestic work has an important transnational aspect. Global markets are not only linked through the flow of manufacturing production across borders but are also joined by the transfer of care (Zimmerman, Litt, and Bose, 2006: 60-61). Specifically, the developing world has been increasingly transferring the caring and the emotional labor of the household to migrant women. The traditional colonial model of raw material extraction has been adapted to include the extraction of care from migrant women active in domestic work.

In fact, throughout history, there has always been a transfer of care from the wealthy to the working class. There have been four major dynamics in the transfer of care. The first one is through slavery. The second dynamic for the transfer of care is to the working class. It is often assumed that engaging in domestic work is a strategy to alleviate poverty. The third dynamic is the transfer of care to ethnic/racial minorities. Lastly, the fourth dynamic of transferring of care, is to individuals belonging to specific historical and colonial zones of influence. According to Salazar-Parreñas (2001: 2) this category is also known as the Migration System Theory. An example to understand this category is the situation of Ecuadorians in Spain. For a long time, Ecuadorians due to do their historical tides to Spain, a previous Spanish colony, did not require a visa to visit Spain. Many took advantage of this and decided to stay permanently in Spain. Today, their presence is noticeable among women engaged in domestic work. A similar case was study by Parreñas in *“Servants of Globalization”*.

126

Parreñas (2001) study the situation of Filipino migrating to territories with historical and colonial ties with the Philippines. Her findings are centered around Filipino women migrating to Italy and the United States. The main motivation for Filipino women to move to Italy are cultural similarities based on a shared Catholic faith. On the other hand, for Filipino women moving to the United States is based on colonial ties and fluency in the English language. It is interesting to mention that all the categories reviewed above are coming together in an ever-growing globalized society. The transfer of care is not restricted to the categories mentioned above. In fact, all the categories are increasingly interacting with each other in the host society. The main reason is that the movement of people across borders is easier than before due to the reduction of transportation costs and the presence of already established networks of migrants. The principal is that the transfer of care to migrant workers has taken place for a long time. In this sense, women migrant domestic workers are just replacing previous waves of migrant women that upon arriving to the new countries were also engaged in domestic work (Romero, 1992: 61-71).

127

IV. Professionalizing Domestic Work

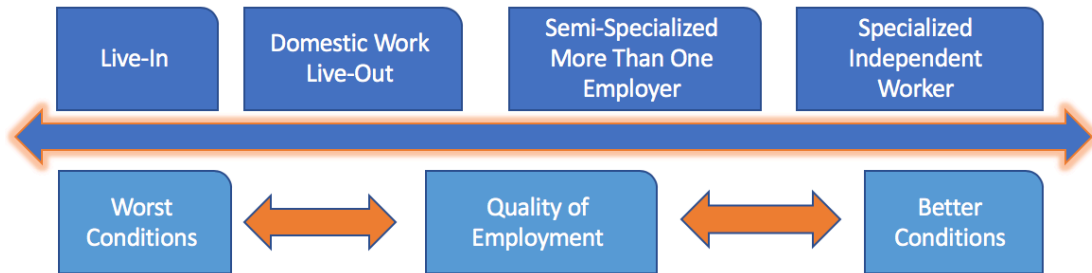
Disregarding the specifics of domestic workers as local or as transnational workers, a domestic worker is expected to care for the members of the household where she is employed. In this process, the importance of her own family and dependants is minimized and even completely ignored by the employer. It is important to acknowledge that not every employer is the same. Some employers for altruistic

reasons or genuine care for the domestic work assume a helping attitude towards the domestic worker. They help with extra expenses that the domestic worker may have to assume like schooling for her children or the care of a sick relative. Some employers even let the children of the domestic worker live with them in the employer's household. Sometimes they even assist the domestic worker in the process of bringing her children abroad from the country of origin. These are some of the examples when the employer takes into account the fact that while demanding care from the domestic worker to herself/himself and the members of the household, the domestic worker has her own family responsibilities.

Sadly, employers taking this into account are an exception to the rule. A common scenario is to find domestic workers struggling to accommodate demands of caring for the members of the household and longing for their own family. Even if the employer is extremely accommodating, domestic work demands deep human emotions and deep personal commitments based on caring and providing love to strangers (the members of the household). Domestic workers have to struggle to negotiate her impositions of love for strangers and responsibilities of caring for her loved ones. In this regard, the only arrangement in which the domestic worker does not have to negotiate her sentimental investment with her caring responsibilities is when the domestic worker is a "Specialized, live-out, domestic worker."

128

Figure 1. Horizontal Employment Mobility for Domestic Workers (Graph by ILO. IN. Trabajo Doméstico: *Un Largo Camino Hacia El Trabajo Decente*, 2009).



As Figure 1 shows, the worst scenario for a domestic worker is to live in the employer’s household. In this scenario, she is more vulnerable to actions of deference, exploitation, and unfair working conditions. However, for internal migrants (from the country side to the city) and cross-border migrants a live-in position can be advantageous. This resides in the fact that they can save money on food and lodging. It also provides shelter and protection in a new society. This can be true, but it can also be that the disadvantages outweigh the advantages. As has been discussed, it is normal to find that for women domestic workers that have live in positions, the employer adjusts the wages based on a reduction due to a charge for rent and lodging. Also, the workload increases. Usually since the domestic worker is around, the employer tends to rely more on her, even to the point that she is always on call. It means that her resting time and days off are easily reduced and/or ignored.

Additionally, sometimes when sharing living quarters, women domestic workers are exposed to predatory employers who harass them sexually. Overall, live-in agreements are where women domestic servants are more vulnerable. Also in this scenario, the family and the personal lives of domestic workers are completely ignored. If her kids also require care, or if she has to provide for a family member these realities completely ignored. For example, many employers do not know where their domestic worker comes from, or even her last name.

The second possibility, is when the domestic worker lives independently from the employer in a different household. Living outside the employer's household reduces interactions between the employer and the domestic worker that can result in actions of deference. The working schedule is established; therefore, after and before that work schedule the domestic workers has no obligation towards that household. At the same time, the hours of rest are respected and women domestic workers are less exposed to harassment by predatory employers. However, living in a different household than the employer does not avoid mistreatment and exploitation.

In a live-out work arrangement, the domestic worker is still dependable on the employer. In order to avoid losing her job, she could go to great lengths to remain available for the employer. Her workable hours of start and finish in the workday can be not respected and she could end up working more than what she originally intended. At the same time, actions of deference can still take place because the

income of the domestic worker still depends on one employer. In the absence of effective governmental protection and regulation, the salary of the domestic workers will depend on the will of just one employer.

The third scenario is a domestic worker in the semi-specialized category. In this category, the domestic worker lives in a different household from the employer and she works for more than one employer. In other words, the domestic worker holds multiple part-time positions. In this situation, her source of income depends on more than one employer. In this scenario, the domestic worker can be view as doing a formal occupation that entails a financial obligation from the employer. The majority of actions of deference do not apply to the domestic worker because the interactions between her and the employer are based on job performed and less about household interactions.

131

The expectations for the domestic worker are based on gaining a salary in exchange for a job performed and less about being protected and cared for by the family. In this sense, the fallacy of “like one of the family” is broken. Although it is hard to break the intimacy that arises from a working relation that takes place in the privacy of the household of the employer, the need for recognition essential for the live-in domestic worker becomes trivial for a domestic worker that holds multiple employers. There would always be great degrees of intimacy in the profession of domestic work, but dependency from one employer reduces those sensitive interactions.

Given the distance from the household, employers start to see the profession of domestic work as any other profession in the market place. As a profession that is based on the employer buying a product (cleaning and caring) tradable in the market place, produced by a domestic worker. Thus, entailing a monetary compensation just as in any other profession. This reduces the view that the salary of the domestic worker is an act of charity. The employer reduces the tendency to see himself as a paternal/maternal figure that needs to protect the domestic worker, a childlike creature. It also reduces the tendency for in-kind-payment. Since domestic work is view as any other profession, payment-in-kind is understood as less appropriate, and monetary compensation as the righteous kind of payment (Romero, 1992: 140).

132

Under this last category, the domestic worker is as independent as she can be, given the intimate nature of domestic work, having many employers and turning cleaning and caring for others as specialized skills. The domestic worker has to build a strong networking with either other domestic workers or different employers to be able to find different domestic work positions. In this scenario, employers understand the labor relation as paying for a specialized, professional service. As such, the compensation is higher for the domestic worker because the value of the service is perceived as more expensive. As a specialized worker, actions of deference are minimized because the service rendered by the domestic worker is understood as something desired and needed by the employer.

The bargaining power of the domestic is as strong as it can be. In this dynamic, the domestic worker is less seen as a “case of charity”, or someone from a lower social and racial standing, but as the real “ex-machina.” The ultimate problem solver/helper in the household that will make the life of the residents easier. As such, her role in the household is appreciated and fairly compensated. For the domestic worker acquiring this level of professionalization, and this level of independence from the employer is the best way to guarantee fairer working conditions. Moreover, it also benefits the domestic worker in the aspect that she can have more flexibility to her own family and to her own responsibilities.

In all the categories reviewed and shown in Figure 1 there will always be some degree of racial and social discrimination. The association of domestic work as a profession for the members of the bottom of the social hierarchy is hard to break. This is an association as old as civilization that would not be easily broken. However, a formality in the relation between the employer and the domestic worker and a professionalization of the service rendered by the domestic worker implies a less hierarchical approach to domestic work. Social and racial considerations, although still present, are less dominant in the relation between the employer and the domestic worker. Just as social and racial considerations are still present in this category, a degree of the fallacy of “like one of the family” would still play a role.

133

V. Final Remarks

In 1980, the Colombian government, predicted that domestic work, as a strategy of survival for the poor, was going to disappear in Colombia. The idea was based on the fact that industrialization was going to reduce low skill workers, like domestic workers. As it has been argued, domestic work can be the main profession for women in Colombia. The prevailing nature of domestic work as one, if not, the main source of income for women in Colombia is a good indicator to comprehend the importance of domestic work worldwide. The International Labor Organization (ILO), estimates a number of 100 million domestic workers around the globe (Valenzuela and Mora, 2009: 9).

The evidence reviewed shows that domestic work will keep increasing. Domestic workers world-wide face different challenges. Under no perspective the nuances of their circumstances can be generalized into one narrative. Different contexts of receptions, and different relations with employers result in individual experiences. However, there are elements attached to domestic work that shape into a great or a lesser extend the profession of domestic work. The first of these elements is the ancestral relation that domestic work has with slavery and servitude. This is the most challenging aspect of the profession. It is important for society, domestic workers, and employers to rationalize domestic work as any other formal profession that sells a product in the market. As it produces a product, it gives rise to a monetary compensation. Indeed, domestic work is not unproductive labor, but labor that gives the opportunity to an important group of women to enter the labor

134

market. Two distinctive group of women enter the labor market. First, the middle and upper-class women entering medium to high skills profession. The second group are women who received the household and care responsibilities from the first group.

In this sense, the world has been connected through trade, and through an extraction model in which the developed countries have purchased raw materials like rubber, metal, food, sugar. Currently, the world is connected through the transfer of care (Ehrenreich and Hochschild, 2003: 4). In other words, there is purchasing of care services from the developing world by wealthy nations. This global transfer of care sustains the life style of women at both ends of the transaction. On one side, women purchasing care rely on foreign domestic workers to be able to enter the labor market. As it was reviewed, men are increasing their participation in care roles and house chore activities. However, not to a rate to affirm that they have an equal participation with women, or that they have replaced female figures. Therefore, for those who can afford it, domestic work is the ideal solution to transfer caring responsibilities between female figures.

135

Also, there is a global tendency of governments to reduce care facilities for children and the elderly. The reduction of care facilities sponsored by the government is so persistent that for countries in the developing world to have access to loans, one of the conditions to lend money is to reduce welfare programs. This paternalistic approach is a precondition imposed by institutions like the World Bank and the IMF

(Zimmerman, Litt, and Bose, 2006: 81). This encourages the reliance on domestic workers for middle and upper-class women who want to enter the labor market. In fact, this makes difficult for women to enter the labor market because to do so they have to rely on other women for the care of their dependants. Another reason that motivates the likely increase of domestic work is the decline of the extended family (Ehrenreich and Hochschild, 2003: 104). Traditionally, women migrating looking for jobs from rural settings to the cities relied on their mothers and other family members to entrust the care of their children. This dynamic is not a given anymore. In fact, women that want to leave their children behind, they have to transfer their care responsibilities to other women and pay for it.

The importance of domestic work, their likeness to increase, and its crucial role in the transfer of care for women has been established. The exploitation and prejudice that women domestic worker is faced has also been reviewed. Since the profession is not likely to decrease its numbers, domestic workers have to be professionalized. Women domestic workers have to break the link that slavery has with the profession, by making their relations with the employer formal and less dependable. In this sense, women domestic workers have to engage in the profession by making a given that they produced a tradeable commodity that gives rise to a monetary obligation and a compensation. Only in this way, women domestic workers will receive the dignity and the protection that other professions hold. Domestic work is the art of serving, but not the art of being a servant.

136

In the words of Eliseo Orifece, in the movie *La Vita è Bella*, “You're serving. You're not a servant. Serving is a supreme art. God is the first servant. God serves men but he's not a servant to men” (Benigni, 1997).

References

- Benigni, Roberto (1997). *La Vita è Bella*. Available at: <https://bit.ly/2F7tNCN> [Accessed on 08-27-2017].
- DANE. “Microdatos Gran Encuesta Integrada de Hogares GEIH.” Available at: <https://bit.ly/2TCFzgD> [Accessed on 06-05-2018].
- Ehrenreich, Barbara, and Arlie Russell Hochschild (2003). *Global Women; Nannies, Maids and Sex Workers in the New Economy*. New York: Metropolitan Books.
- Friedan, Betty (2003). *The Feminine Mystique*. New York: W.W. Norton & Co.
- Gutiérrez Rodríguez, Encarnación (2010). *Migration, Domestic Work and Affect: A Decolonial Approach on Value and the Feminization of Labor*. New York: Routledge.
- International Labour Organization (2013). “Domestic Workers Around the Globe: Global and Regional Statistics and the Extent of Legal Protection.” Geneva: International Labour Organization. Available at: <https://bit.ly/1hUtyEU> [Accessed on 06-05-2018].
- International Labour Organization (2015). “Global Estimates on Migran Workers.” Geneva: International Labour Organization Available at: <https://bit.ly/1Obj2PO> [Accessed on 05-04-2018].
- Rollins, Judith (2007). *Between women: Domestic and their Employers*. Philadelphia: Temple University Press, 1987.
- Romero, Mary (1992). *Maid in the U.S.A.* New York: Routledge, 1992.
- Salazar Parreñas, Rhacel (2001). *Servants of Globalization: Women, Migration, and Domestic Work*. Stanford, CA: Stanford University Press.

137

United Nations Statistics Division. "Detailed Structure and Explanatory Notes: ISIC Rev. 4 code 9700." Available at: <https://bit.ly/2T1kYy1> [Accessed on 05-04-2017].

Valenzuela, María Elena, and Mora, Claudia (eds.) (2009). *Trabajo doméstico: un largo camino hacia el trabajo decente*. Santiago, Chile: Organización Internacional del Trabajo.

Zimmerman, Mary K., Jacquelyn S. Litt, and Christine E. Bose (2006). *Global Dimensions of Gender and Carework*. Stanford, CA: Stanford Social Sciences.