

Diana Esteba Ramos. 2010.

La publicidad española ¿monolingüe?

*Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 41, 31-55.

<http://www.ucm.es/info/circulo/no41/esteba.pdf>

### Resumen

El actual discurso publicitario español es multilingüe, puesto que en él aparecen, además de la lengua española, algunas lenguas extranjeras: esta presencia se relaciona fundamentalmente con ciertos valores connotativos que estas lenguas ceden a los productos anunciados. El presente trabajo muestra en una primera aproximación la manera en que esas lenguas se introducen en el discurso publicitario a la vez que propone una exploración en las causas que llevan a la utilización de este recurso.

**Palabras clave:** lenguaje de la publicidad, español, lenguas extranjeras, pragmática

### Abstract

Spanish advertising: is it monolingual?

Spanish advertising discourse is nowadays multilingual since, besides the Spanish language, some other foreign languages appear. This presence is related to certain connotative values given to the advertised products. With the aim of providing a first approach to the topic, the present work shows the way in which those languages are introduced in the advertising discourse and it also proposes a study of the reasons why this resource is used.

**Diana Esteba Ramos** es profesora ayudante en la Universidad de Málaga y autora de la tesis doctoral *Los ejemplos en las gramáticas del español como lengua extranjera: Siglo de Oro* (2005).

desteba en uma es

<http://webdeptos.uma.es/feft/fichadesteba.htm>

Publicado 27 febrero 2010

Actualizado 6 marzo 2010