

Se llama «spanglish» al uso de palabras con origen español, pero morfológicamente «anglificadas».

Surgió el spanglish porque algunas comunidades hispanohablantes, lingüísticamente marginadas, fueron presionadas mediática y burocráticamente por la comunidad angloparlante, por lo que tuvieron que apropiarse del inglés y crearon un idioma «híbrido».

El término Spanglish no está incluido en el Diccionario de la Real Academia Española. Y sin embargo, hay escritores que sólo escriben en puro spanglish: entre sus exponentes más ilustres están las puertorriqueñas Giannina Braschi y Ana Lydia Vega.

Hoy día se publican varios periodicos y revistas que se ocupan de la cultura latina, no algunos en español, otros en inglés, unos son bilingües, como *Imagen*, *Estylo*, pero no pueden resistir la tentación de hacer «cócteles lingüísticos» como: *Latina*, o *Generation Ñ* (que promueve esa «lengua híbrida» a través de artículos o eventos), entre otros.

El spanglish es uno de los ejemplos más claros de la compenetración de lenguas. Existen diferentes puntos de vista sobre ese fenómeno. Muchas personas ya reconocen existencia de esa mezcla del español y inglés como lengua parcialmente independiente. Instan que el spanglish es un lenguaje que corresponde a una manera de vivir, que tiene sus propias reglas de desarrollo y que constituye una «lengua transgresora», nacida de la experiencia común del exilio, la discriminación y el acceso limitado a los derechos sociales, civiles, políticos y culturales.

Al mismo tiempo hay los puristas que forman parte de la intelligentsia hispana que se niegan a apoyar al spanglish como vehículo de comunicación porque carece de dignidad y esencia propia. Así, están convencidos que la existencia de una gramática unificada de la lengua española es una riqueza enorme para los hispanohablantes y que el spanglish constituye «una pérdida» desde esa perspectiva. Su posición es que el spanglish representa empobrecimiento del español.

Cada parte tiene sus razones para explicar su punto de vista, el spanglish es un problema para el cual no hay una respuesta clara, por eso no se puede decir exactamente que futuro tendrá.

*V.O. Лисовец  
БГУ (Минск)*

#### SANTANDER: RESUMEN DE RESULTADOS Y PERSPECTIVAS

Группа Сантандер признана журналом *The Banker* лучшим банком мира в 2009 г. и является единственной финансовой организацией в Испании, получившей данное признание. Также банковская группа входит в три крупнейших банка мира по размеру прибыли. Финансовая группа занимает лидирующие позиции в мире по числу акционеров и филиалов. Среди факторов успеха можно выделить разумное управление рисками, использова-

ние передовых технологий, привлекательность марки, квалифицированное управление, устойчивый баланс, практика спонсорства. Группа Сантандер реализует свою деятельность в трех регионах: Континентальная Европа, Соединенное Королевство и Латинская Америка. Сантандер также имеет весьма устойчивый способ ведения бизнеса, что и является составляющей успеха.

La revista The Banker eligió al Banco Santander como Mejor Banco del Mundo en 2009, también de Europa Occidental, Reino Unido, Portugal, Alemania y España. Con esto es la única entidad financiera de España que recibió el galardón de Banco Global del Año de The Banker.

Banco Santander cumple objetivos en 2009 y obtiene un beneficio atribuido ordinario de 8,943 millones de euros, con un aumento del 1 %.

Santander entra en top 3 de bancos internacionales por su beneficio en 2009 y es el único que se mantiene entre 7 primeros bancos por su estabilidad desde 2006.

En el Grupo Santander trabajan 169,460 personas, que atienden a cerca de 90 millones de clientes en 13,660 oficinas. Estas cifras colocan a Santander como el mayor grupo financiero internacional tanto en número de accionistas como en red de oficinas.

Entre los factores de éxito de Santander se puede destacar los siguientes:

1) el carácter internacional, que se refleja en la diversificación geográfica de sus negocios en tres grandes áreas: Europa Continental, Reino Unido y Latinoamérica;

2) orientación comercial;

3) prudencia en la gestión de riesgos;

4) tecnología de vanguardia al servicio de la eficiencia comercial;

5) una marca potente y atractiva, que representa muy bien la solidez, cercanía y recurrencia de negocio de la entidad. Hoy es la tercera marca financiera del mundo según Brand Finance, e Interbrand que ha incluido Santander en su ranking de las 100 primeras marcas del mundo. La alianza con Ferrari contribuyó a impulsar el negocio comercial en sus principales mercados;

6) un balance muy sólido, bien provisionado y una base de capital de las mejores del mundo;

7) un equipo extraordinariamente competente, liderado por el mejor Consejero Delegado de la banca internacional, que ha demostrado ser capaz de afrontar cualquier reto absorción de bancos en los territorios en los que opera;

8) práctica de patrocinios entre los que se destacan Fórmula 1 y el Fútbol;

9) proyecto global de la educación universitaria, como la mejor manera de apoyar el progreso de los países en los que Santander está presente.

Tanto desde el punto de vista geográfico como funcional, el Santander es un Grupo global que ofrece todo tipo de soluciones a todo tipo de clientes: particulares, empresas, instituciones, etc.

Santander mantiene una posición única en la banca internacional, con una sólida base de negocio comercial recurrente y un alto grado de diversificación geográfica que es garantía de futuro.