

Lectura: No Spanish please. You will read an article about Spanish heritage speakers in United States. First, familiarize yourself with the questions below. Then, based on the reading, answer the questions **IN ENGLISH**. Do not translate from the passage, but rather use your own words.

1. Explain the why Adriana is a bilingual person.
2. According to the article, which generation of immigrants is more likely to keep their Spanish language? Why?
3. Based on the article, explain why speaking Spanglish can be important for people like Cristina Burgos?
4. Explain David Morse's opinion about media and bilingualism.
5. Based on the article, what do you think about Spanglish? Have you ever mixed languages in your life? Do you know someone who does? Why is this relevant or not (according to you) in the U.S.? Explain.

No Spanish please

Ana Lucía González
BBC News



"En mi casa hablo en español, aunque entre mis hermanos hablamos en inglés. Me encantan las telenovelas y las vemos en familia. Me gusta el rock, pero mi papá pone rancheras", dice Adriana, una adolescente que nos encontramos en la secundaria Bell High School en el este de Los Angeles, California.

Adriana es típica de la segunda generación de inmigrantes en ese ir y venir entre dos mundos y dos idiomas: el español de sus padres mexicanos, y el inglés en el que estudia y socializa con otros jóvenes. Las familias inmigrantes usualmente siguen una trayectoria en el que el dominio del idioma nuevo aumenta con cada nueva generación, que a la vez va perdiendo el idioma de los padres.

El porcentaje de niños hispanos que no dominan el inglés disminuye marcadamente de una generación a otra. Mientras que en la primera generación el porcentaje alcanza el 43%, en la segunda es del 21% y en la tercera, 5%.

Pero la rápida adopción del nuevo idioma no necesariamente significa la pérdida del español. Ocho de cada diez jóvenes de la segunda generación dominan el español, lo cual significa que son bilingües.

Mexicana cool

En esta generación, la frontera entre ambos idiomas es borrosa, y siete de cada diez confiesan utilizar frecuentemente el híbrido mejor conocido como *spanglish*.

El *spanglish*, que antes era condenado como un mal uso del idioma, cada vez es más utilizado en los medios de comunicación latinos. Cristina Burgos, quien vive en Los Angeles y escribe un blog en *spanglish*, dice que "hace algunos años nos criticaban por hablarlo, decían que éramos perezosos y no podríamos hablar ni un idioma ni el otro. Pero ahora es aceptable y lo ves en comerciales, en la televisión, en los carteles. Es una tendencia del mercado".

Para Burgos, "es un código, porque si hablas *spanglish* y conoces a alguien que también lo habla inmediatamente sabes que esa persona es bilingüe y que te puedes comunicar en un nivel más profundo porque también es bicultural". Ese biculturalismo se refleja en la creación de nuevos canales de televisión que tienen como mercado objetivo la segunda generación de hispanos. Telemundo y NBC crearon el canal Mun2 y MTV lanzó MTV Tr3s.

Consumiendo in English

La segunda generación de hispanos ya está en la mira de compañías y medios que han visto su potencial como consumidores. David Morse, director general de la agencia de estudio de mercado New American Dimensions señala que "esta generación es un mercado extremadamente importante y podría llegar a ser el futuro de Estados Unidos. Cuando

entran a la escuela generalmente hablan en español o son bilingües, pero para el momento en que se gradúan prefieren hablar en inglés".

El canal Mun2, que hizo un estudio de jóvenes hispanos, encontró que el 80% de los entrevistados no conocía ninguna compañía que les hablara directamente a ellos, y que muchos se identificaban con las mismas marcas que los demás jóvenes estadounidenses.

"La gente automáticamente te empieza a hablar en español, sólo porque eres latina. Pero ser latina no necesariamente significa que hables en español, en mi familia se habla inglés", confirma Rosemary, quien también estudia en Bell High School.