

EL LENGUAJE DE LA GENERACIÓN Z

Roxana Maria CREȚU

Universitatea de Vest din Timișoara

roxana.cretu@e-uvt.ro

DOI: 10.35923/AUTFil.62.06

The language of Generation Z

Language is a living organism, which is under constant development. The lexicon is the part of the language that is constantly being updated due to technological advancements, socio-cultural influences from other countries and the need of new generations to create their own language. Slang is responsible for the dynamics of the lexicon, as it refers to the type of language used by a certain social group. Youth slang is renewed with each generation, mainly due to young people, who often incorporate new words into their vocabulary of English origin or give new meanings to existing words in order to create their own language, their own identity. Therefore, the purpose of the article is to present the peculiarities of Generation Z's language. In the first part of the paper, we will give a brief introduction to Generation Z and its characteristics, while in the second part of the paper, we will talk about the language of this generation, its peculiarities and show a corpus of words used by the new generation. Our aim is to see to what extent Anglicisms are used and whether existing words in the language are given new meanings.

Keywords: *Anglicisms; language; Gen Z Slang; innovation; Spanish*

I. La Generación Z: definición y características

El *Diccionario de la Real Academia Española* define la generación como un “1. conjunto de las personas que tienen aproximadamente la misma edad. 2. conjunto de personas que, habiendo nacido en fechas próximas y recibido educación e influjos culturales y sociales semejantes, adoptan una actitud en cierto modo común en el ámbito del pensamiento o de la creación” (DRAE).

Para Ogg y Bonvalet (2006) una generación es “un grupo de edad que comparte a lo largo de su historia un conjunto de experiencias formativas que los distinguen de sus predecesores”. Karl Mannheim (1928) y Howe y Strauss (1991) afirman que hay tres atributos que diferencian una generación de otra: las creencias y los comportamientos en común; la ubicación en la historia que

se comparte y el sentido de pertenencia a la generación (Aviña Camacho 2023: 4).

La Generación Z destaca entre las otras generaciones por tener multitud de denominaciones: Centennials, Zoomers, Gen Tech, iGen, Generación Online, Post Millennials, Generación Facebook, Generación C (“conectados” a Internet, “comunicativos”, “centrados en contenidos”, “orientados a la comunidad”, “cambio”), Generación R (“responsabilidad”). Esta generación incluye a las personas nacidas en los años 90 y criadas en los años 2000, bajo el desarrollo tecnológico y la difusión del Internet a nivel mundial, la aparición de los móviles, de los portátiles, de las redes sociales y la digitalización (Dolot 2018: 45).

Es una generación marcada por la globalización. Los Zoomers no cabalgan entre lo analógico y lo digital como los *millennials*, ya que son 100% nativos digitales, o sea, nacieron con el Internet y lo han incorporado en su aprendizaje y socialización. Desde pequeños aprendieron a utilizar los teléfonos inteligentes, las tabletas y los ordenadores; y de esta manera tuvieron libre acceso a la información. Esto ha influido su estilo de vida, su educación, la manera de comunicarse y relacionarse con los demás. Su personalidad se ha desarrollado tanto en el mundo real, como en el mundo virtual.

La llegada de la tecnología ha revolucionado el sistema educativo y ha dado la posibilidad a millones de profesores de replantearse la modalidad de impartir clase, incluyendo una serie de aplicaciones y plataformas creadas con el fin de mejorar la educación, de adaptarla a la realidad del siglo XXI. Este cambio se debe en primer lugar, a la necesidad de actualizar y adaptar los contenidos de cada asignatura para que la joven generación, tan apegada a la tecnología, aprenda en un ambiente familiar y mantenga el interés hacia la cultura y conozca la importancia de la educación, ya que los Centennials siempre cuestionan la finalidad de las informaciones que reciben de sus profesores, o sea, se preguntan “de qué me sirve aprender esto”.

Los Zoomers se encuentran inmersos en dos mundos: el real y el virtual, y varias veces es difícil equilibrar su vida en ambas esferas. Se relacionan y se comunican en función al espacio en el que se encuentren: en el mundo virtual pueden crear y participar en foros de discusión de forma espontánea y sin ninguna complicación; en otras palabras, suelen hablar y expresarse virtualmente con facilidad, pero, en la vida real les cuesta hablar en público.

Esta generación vive de apariencias y filtros virtuales que no necesariamente reflejan su vida real. A los jóvenes les gusta exhibirse en las redes sociales. Suben fotos y videos editados en sus redes sociales para mostrarle al mundo su felicidad, buscando admiración por parte de los demás y reacciones de tipo “me gusta” o “me encanta” a sus publicaciones. Aparentan muchas veces una vida perfecta, un cuerpo perfecto, un trabajo perfecto.

Suelen tener cierta dependencia a las redes sociales. Los Centennials se comunican, se relacionan y establecen comunidades y colaboraciones a través de las redes sociales como: *Snapchat*, donde se envían mensajería efímera e imágenes que están disponibles por el tiempo determinado por el usuario; *Whatsapp*, que permite enviar y recibir de manera instantánea

mensajes, audios, vídeos, imágenes y documentos; *Facebook*, red social que permite hacer amigos y ampliar una red de contactos; *Youtube*, la herramienta social media más influyente en el mundo para crear, compartir e involucrarse en contenido audiovisual; *Instagram*, donde suben fotografías y videos con efectos fotográficos para posteriormente ser compartidos; *Twitter*, red para enviar mensajes breves (*microblogging*), y no se hacen amigos, solo se siguen a personas por el interés que puede generar por los usuarios, y *LinkedIn* es la mayor red profesional en el mundo (Aviña Camacho 2023: 8-9).

Como podemos ver, la nueva generación es muy activa en las redes sociales, prefiere comunicarse por mensajería instantánea y publicar sus actividades y logros. En otras palabras, los jóvenes prefieren adoptar un avatar detrás de la pantalla, ser quienes aspiran ser y no quienes son, afirmarse en la red como influencers, escondiéndose detrás de unos filtros para ser populares.

Aspiran a ser reconocidos por todo lo que hacen, tanto en su vida personal, como profesional. Prefieren trabajos flexibles que les permita combinar su vida personal y profesional; pero no sueñan con tener un alto cargo en una empresa, sino con adquirir conocimientos y experiencias que les hagan referentes para encarar nuevos desafíos profesionales. Se proponen emprender tanto dentro como fuera de una empresa y trabajar con libertad (Vilanova 2019: 43-44).

Esta generación es más abierta en términos de diversidad, inclusión y conciencia social. No juzga la raza, la etnia o la orientación sexual, es más lucha por la inclusión y el bienestar de todas las personas. Es más, es más consciente que los *Millenials* del cambio climático, de la sostenibilidad y es más activa en movimientos sociales, lucha para cambiar el mundo a través de sus acciones.

II. La innovación del lenguaje

La lengua es el instrumento mediante el cual transponemos nuestras ideas, creencias y pensamientos en palabras para hacer llegar nuestro mensaje al mundo. Los jóvenes en sus conversaciones de día a día con sus compañeros y amigos emplean la jerga juvenil. Esta capa de la lengua está en continuo desarrollo, pues se actualiza constantemente, con cada generación, para mantenerse viva.

Actualmente, el inglés se ha convertido en un idioma mundialmente hablado, debido en gran parte a los medios de comunicación, que favorecen la introducción de nuevos conceptos. El avance tecnológico y científico implica la creación de una nueva terminología, que se difunde fácilmente en otros idiomas. Los nuevos anglicismos son necesarios, ya que denominan nuevas realidades recién creadas, y para ellas, es muy difícil buscar un término dentro de la lengua que se parezca al significado de dicha realidad. Además, hay que tener en cuenta que estos nuevos conceptos que entran en la lengua lo hacen de manera rápida y mediante varias vías, mientras que la búsqueda de un equivalente dentro de la lengua y el proceso de selección y de evaluación de los lingüistas llevan tiempo.

El habla de los jóvenes tiene su origen en la utilización de los medios de expresión, mediante cuales pueden relevar sus sentimientos más profundos, demostrar su originalidad, fantasía y sentido de humor y sobre todo evidenciar qué los hace diferentes del resto de la sociedad, qué es lo que les gusta y qué es lo que quieren (Spisiaková 2011: 9).

Rodríguez González (2002) define la jerga juvenil como el “conjunto de rasgos lingüísticos presentes en las manifestaciones lingüísticas de los jóvenes, producidas de forma oral (o por escrito, como reflejo de lo oral), en situaciones coloquiales informales”. Bajo la apariencia clara y unívoca de lenguaje juvenil “subyace una pluralidad de variedades juveniles, debidas a la existencia de factores sociales, culturales y geográficos, concomitantes con el factor edad que actúa como rasgo unificador” (García Saiz 2018: 112).

El lenguaje juvenil se caracteriza en los niveles fónico, morfosintáctico y especialmente en el léxico como jerga con la que los jóvenes marcan su posición ante la cultura oficial mediante un argot propio que identifica a sus componentes y los cohesiona socialmente. Utilizan un estilo informal, coloquial, cuyo objetivo es estrechar lazos con los demás jóvenes y relacionarse. Los temas tratados son propios del ámbito cotidiano dentro de las actividades, vivencias e intereses juveniles, tales como los estudios, las relaciones personales y afectivas, el ocio, el trabajo, la música o la bebida, entre otros, haciendo uso principalmente de la comunicación oral. A nivel sintáctico se observa el uso de los enunciados oracionales, los enunciados interjectivos, frases nominales y los enunciados suspendidos

Una de las características de la jerga juvenil es el uso del disfemismo, puesto que apuesta por formas que se apartan de la norma especialmente las más estigmatizadas, como los vulgarismos y expresiones y palabras informales de connotación baja y de gran carga expresiva, que aportan un tono humorístico y peyorativo al discurso, como reacción a la solemnidad y rigidez del lenguaje oficial.

En cuanto al cambio de estructuras sintácticas, Herrero Moreno (2002) afirma que “en el sociolecto juvenil se encuentran verbos que han adquirido un nuevo significado, intencionadamente creado o modificado por el grupo, lo que, en consecuencia, contribuye a la formación de estructuras diferentes que se convierten en expresiones muy idiomáticas” (García Saiz 2018: 112-113).

Según Hernández Alonso (1991), el argot juvenil está condicionado por factores psicolingüístico, sociolingüístico y puramente lingüístico, que imponen una determinada forma de expresión y una forma de contenido, ya que conecta con la comunicación oral popular.

Los factores psicolingüísticos más destacados son: una afectividad muy acusada, espontaneidad comunicativa, improvisación, y la superposición y potenciación de códigos diferentes. En cuanto al plano sociolingüístico, es importante el tipo de relación que se establece entre los hablantes, la situación psíquica de los mismos y la intención que lleva el mensaje, que se caracteriza por la cercanía y la empatía. En el puramente lingüístico se centra en ley del “mínimo esfuerzo”, es decir, una tendencia a la economía lingüística debido a la actitud relajada de los interlocutores, que los lleva a una economía lingüística,

si bien esto contrasta en otras ocasiones con la repetición o las paráfrasis alrededor de una simple idea (García Saiz 2018: 113).

P. Burke y R. Porter y L. G. Andersson y P. Trudgill consideran que las principales características de la jerga son (citado en Kosovic 2014: 32-35 *passim*):

- “1. se utiliza en situaciones informales
2. se encuentra en una lengua hablada
3. no se puede encontrar en la gramática
4. es creativa
5. es de duración breve
6. enriquece la lengua
7. existe una tendencia hacia la universalización
8. pretende ser secreta
9. es una parte de la lengua muy dinámica”.

III. Corpus

Cada generación tiene su propio argot, como consecuencia de su búsqueda de identidad. Ya que nuestra investigación trata sobre los nativos digitales, hay que tener en cuenta el impacto del avance tecnológico, que implica la penetración de anglicismos en el léxico del español. Por lo tanto, el objetivo de este corpus es, además de explicar las palabras pertenecientes al argot juvenil, observar la influencia del inglés en el lenguaje juvenil actual.

A continuación presentaremos algunas palabras empleadas por la Generación Z. Hemos querido delimitar los anglicismos de los nuevos significados que han recibido las palabras españolas, porque nos interesa ver la cantidad de anglicismos que incorpora la nueva jerga juvenil.

Anglicismos (Glosario recogido de Ibáñez 2024; Planeta Joven 2024; EFE 2024):

- **Aesthetic**: Se utiliza para describir algo que es estéticamente agradable en los ámbitos de la moda y la decoración. Aparece en expresiones de tipo “outfit aesthetic” o “moda aesthetic”.
- **After**: En la vida nocturna se refiere a evento que sucede a otro principal, como por ejemplo una boda. Ocurre muy de noche o casi en el amanecer.
- **BAE** “before anyone else” (“antes que nadie”): Se dice de alguien al que le tienes cariño. Se puede utilizar en frases como “eres mi BAE” o “¿tu BAE ha respondido?”.
- **Beef** “pelea”: bronca o discusión.
- **Boomer**: Se utiliza fundamentalmente para descartar o burlarse de actitudes anticuadas, extremas o estereotipadas atribuidas a la generación del baby boom.
- **Bro** “Brother”: Ha sustituido al término “tío” como manera coloquial de referirse a un amigo.
- **BTW** “By the way”: Significa “por cierto”.

- **Bugear o buguear** (“Bug” – “error”): Sobre un dispositivo, funcionar con problemas de conexión.
- **Chetar** (“Cheat” – “hacer trampas”): Se emplea en los videojuegos.
- **Chetao**: “estar chetao” es una expresión que viene del mundo “gamer”, y es una adaptación del término inglés *cheat* (truco). Quiere decir que una habilidad, arma o similar es la bomba. Se usa mucho el superlativo “chetadísimo”.
- **Chill**: Tranquilo. Que tiene un “mood” tranquilo.
- **Cool**: Que está de moda.
- **Crack**: Alguien muy bueno, un maestro, experto. Actualmente, en ciertos ámbitos se usa como peyorativo: “pringao”.
- **Cringe**: Da grima, es asqueroso, incómodo de presenciarlo.
- **Crush**: Amor platónico, flechazo.
- **Cunty “cunt”**: Coño.
- **Cute**: Bonito. En “modo muñeca” se dice también “coquette”.
- **Cheugy**: Se utiliza para describir odiosamente a algo o alguien que está pasado de moda o está “tratando mucho” ser cool.
- **Doxear**: Revelar información personal en redes sociales.
- **Dou**: Se utiliza al final de las frases para enfatizar que se celebra algo muy bueno.
- **Exposeado**: Expuesto, descubierto, pillado en una situación comprometida.
- **Fail**: Fallo o fracaso muy vergonzoso, a veces se utiliza sustituido directamente por su inicial, “F”.
- **Fake**: Contenido falso o manipulado.
- **FOMO** “Fear of Missing Out”: Hace alusión al miedo a perderse algo.
- **Fifas**: Generalmente hombres heterosexuales que consumen y hablan mucho de fútbol y deportes. Miles de mujeres en redes sociales utilizan la palabra para sintetizar actitudes y comportamientos machistas de los hombres.
- **Flow**: Procedente del rap, que tiene estilo.
- **Ghostear o hacer ghosting**: Ignorar a alguien, bloquearlo en la comunicación, sobre todo por redes. Hacerle desaparecer, no comunicarse con alguien, como si fuera un fantasma.
- **Goat** “Greatest Of All Time”: Se usa para halagar a amigos cuando hacen algo bien.
- **Glow up**: Que se está volviendo atractivo o atractiva, que atrae todas las miradas. Literalmente brillar de forma intensa.
- **Gore**: Muy malo, asqueroso.
- **Hanguear** (“Hang around” – “actuar sin prisa, tranquilo”): Divertirse.
- **Hostear** (“Host” – “acoger”): Ser el anfitrión de un evento.
- **Hype**: Que le está gustando mucho a una persona, que se está “enviciando” con una serie o un videojuego.
- **Iconic**: Algo o alguien que llama la atención de manera sobresaliente y marca tendencia.
- **Idk** “I don’t know”: No lo sé.

- **LMAO** “laughing my ass off” (“reír hasta que se me parta el culo”): Se usa como sustituto del típico “jajaja” o incluso del LOL “laughing out loud” (“reírse fuerte”).
- **Match**: cuando dos personas se gustan.
- **Mood**: Literalmente “estado de ánimo”, humor, talante.
- **Noob**: En los videojuegos se usa para referirse a un novato.
- **NPC** “No playable carácter”: Personaje presente en un videojuego, pero que no interviene. Por extensión, persona que no pinta nada, sin personalidad.
- **Ofni/ovni** “outfit”: Hace alusión al look de alguien.
- ¡Ok, Boomer!: Se refiere a una persona “anticuada” que no entiende una tendencia o la crítica como algo nuevo o despreciable.
- **Outfit**: Aspecto, vestimenta, conjunto, estilo.
- **Prime**: “Estar en tu prime” es estar en el mejor momento de tu vida, juego o actividad que normalmente es de competición.
- **Potaxie**: Palabra utilizada especialmente en el universo LGTB para hablar de alguien contrario a los al término fifas. Una chica guay, que tiene gestos.
- **POV** “Point of view”: Utilizado en una frase como forma de escenificar una situación, normalmente con un apoyo visual en memes de internet, perspectivas inusuales; pero también se puede utilizar de forma oral en una conversación cara a cara.
- **Pro**: Experto, procedente de *proffesional*.
- **Protipero** (“Tips” – “trucos”) Que conoce los trucos de juego.
- **Random**: Aleatorio, cualquiera, desconocido.
- **Rt (retuit)**: Este término deriva de Twitter y cuando lo utilizan quieren decir que están de acuerdo con lo que otro dice.
- **Red flag** “señal de peligro”: Se utiliza para avisar de que algo es tóxico o peligroso con respecto a una persona, en una relación amorosa, sobre todo. También sirve en las redes sociales para rechazar violencia de género, comportamientos machistas, racistas, homófobos y todo lo que “no tiene sentido” en pleno siglo XXI.
- **Tbt** “Throwback Thursday” (Otra vez jueves): Se emplea para hacer alusión a recuerdos del pasado.
- **Tips**: Trucos. Consejo, dato práctico.
- **Tl;dr** “too long, didn’t read”: Se utiliza para responder a algo muy extenso que no se tiene intención de leer.
- **Too much**: Se emplea para lo que significa literalmente, es decir, para expresar que algo es “demasiado”.
- **Troleo o Trollear**: Burlarse de alguien, normalmente de broma.
- **Tragic**: Se usa para enfatizar que algo es una gran desgracia.
- **Trepe**: Sinónimo de “outfit” utilizado para referirse a un look que se ha planificado mucho.
- **Tryhardear** “try hard”: No rendirse. Se usa sobre todo en los videojuegos.
- **Same**: Parecido a “RT”, se usa para expresar que alguien está en la

misma situación que otro que acaba de leer, ya que viene del inglés “same” (lo mismo), pero utilizándose en frases en español.

- **Shippeo “Relationship”**: Intentar o aspirar a que dos personas se emparejen. O bien emparejar en modo ficticio.
- **Stalkear**: El hecho de investigar en internet, en las redes sociales a una persona que nos interesa. Sinónimo de curiosear, cotillear más que “acosar”.
- **Vibes**: Las “vibras” que te transmite una persona, queriendo comparar a alguien con algo. Como sinónimo también se puede utilizar “energía”.
- **Watafak “What the fuck”**: Que se utiliza para expresar sorpresa ante algo absurdo o chocante. A veces se usan solo las siglas “WTF”.
- **Woke**: Literal “estar despierto o iluminado intelectual o espiritualmente”, que ve las cosas con claridad.
- **Yass “Yes” (“sí”)**: Afirmación intensa o entusiasta.

Palabras españolas (Glosario recogido de Ibáñez 2024; Planeta Joven 2024; EFE 2024):

- **Ahre**: Unión de la onomatopeya “Ah” y la expresión “Re”. Se utiliza normalmente al final de las frases, a veces de manera sarcástica, otras para exagerar y, en muchas ocasiones, para expresar la dualidad de querer decir algo, pero avergonzarse de ello.
- **Amén**: Se usa para enfatizar lo real que resulta algo, como si fuese tan verídico que resultase dogmático.
- **Atacada**: Persona enojada que no sabe controlar su ira.
- **ATR “A todo ritmo”**: hace alusión a que se va a salir de fiesta a exprimir al máximo la diversión.
- **Basado**: Se utiliza cuando alguien expresa su opinión sin importarle las consecuencias. Por ejemplo, para aplaudir respuestas polémicas a temas polémicos en redes sociales.
- **Buenardo / Malardo**: Formas exageradas de decir si algo es bueno o malo.
- **Buenro**: Buen rollo.
- **Buguearse**: Quedarse pillado, atontado.
- **Calle** (Tener o no tener): Experiencia.
- **Cancelar**: Acto de avergonzar y castigar a un individuo u organización dejando de consumir su contenido o evitando tener contacto.
- **Cayetano/a**: Similar a “pijo”, de estética e ideología conservadora, de derechas.
- **C picó**: Algo mejoró o está más emocionante que antes, viene de “se picó”.
- **Delulu**: Alguien que está delirando.
- **De ruta**: Se utiliza para referirse a algo que está especialmente bien.
- **Devorar**: Para expresar que alguien hizo un buen trabajo, con connotación positiva.
- **De locos**: Increíble, maravilloso. Puede ser sinónimo de “me renta”.
- **Equis**: Término para referirse a algo o alguien que no tiene importancia.

- **Evento canónico:** Se utiliza en algunos cómics, series y películas para describir situaciones que están destinadas a ocurrir. Significa que es un momento de tu vida que no puedes cambiar y que te define para siempre.
- **Fantasia:** Es sinónimo de “me encanta”, “es perfecto”.
- **Flete:** Interés romántico casual. Se diferencia del “crush” porque es más a largo plazo.
- **Funar:** Se utiliza cuando a alguien se le critica con dureza y en masa a través de las redes sociales. Es parecido a “cancelar”, pero implica un acoso más activo hacia la persona cancelada.
- **Gata:** Una amiga muy cercana.
- **Gatada:** Algún desplante o falta.
- **GPI “Gracias por invitar”:** se utiliza de manera sarcástica cuando una persona no ha sido invitada a algún evento.
- **Heterobásico:** Persona límite, un poco tonto.
- **Insta:** De instantáneo, algo que gusta tanto que lo comprarías sin pensar.
- **JURA:** Utilizado para expresar incredulidad.
- **Lucir:** Utilizado para hablar del aspecto de alguien o algo: “luces cansado”.
- **Lo mítico:** Lo típico.
- **Malro:** Mal rollo.
- **Maluca:** Algo que es aburrido y no llama la atención.
- **Me caso:** Expresión de algo que nos encanta.
- **Me maten:** Algo que no gusta, o sorprende, o de mal rollo.
- **Me renta:** Se refiere a cuando algo satisface o es positivo.
- **Meh:** Se utiliza para expresar algo que resulta indiferente.
- **Mucho texto:** Alguien muy pesado, demasiado hablador.
- **Nashe:** Se usa para enfatizar que algo es especialmente bueno.
- **Ndeah:** Es una variante de “ahre”.
- **Padreando:** Es hacer algo bien con mucha soltura sin prácticamente la necesidad de esforzarse.
- **Paila:** Desesperanza ante algo sin solución.
- **PEC “por el culo”:** Algo magnífico, muy agradable (literalmente es el acrónimo de “por el culo”). Se aplica por ejemplo a una nueva serie de televisión o plataformas.
- **Piquete:** Alguien que viste bien, elegante, que tiene “flow”.
- **Puto:** Como prefijo para enfatizar. El “puto amo”.
- **Rata** o “mierder”: Alguien indeseable.
- **Tardeo:** Evento lúdico o reunión que sucede por la tarde. “Ir de tardeo”.
- **Té:** “Traigo té” quiere decir que tienes algo interesante que contar.
- **Tiesa:** Se utiliza cuando algo causa impresión y no se sabe reaccionar.
- **Salseo:** Entremeterse, meterse en todo, cotillear, comentar la vida de los influencers.
- **Sapo:** Chivato.

- **Servir coño:** Se utiliza para alabar una demostración de empoderamiento, para definir a una persona o acción como atrevida, audaz o extravagante. Señala que alguien ha realizado una acción muy transgresora. Es un “olé”.
- **Ubícate:** Si alguien te dice esta expresión quiere decir que te pongas al día o que te enteres de algo que está pasando ahora mismo.
- **Veinticuatro siete:** Todo el tiempo.
- **Y la queso** “y la que soporte”: Viene a designar un acto de reivindicación, es un sinónimo de “servir coño”. Similar a “ande yo caliente, y ríase la gente”.
- **Yo:** Al igual que “lit” o “same” se utiliza para manifestar identificación en una situación o noticia.

La mayoría de las palabras utilizadas pertenecen al ámbito de la moda (*aesthetic, cool, cute, flow, glow-up, iconic, ofni/ovni, outfit, trepe, piquete*), de las redes sociales (*basado, bugar o bugar, cancelar, doxear, exposeado, funar, ghostear o hacer ghosting, hostear, LMAO, Rt “retuit”, salseo, stalkear*) y de los videojuegos (*chetar, chetao, crack, hype, noob, NPC, prime, pro, protipero, tips, tryhardear*).

A estas se le añaden palabras relacionadas con el amor y las amistades cercanas (*beef, bro, crush, flete, shippeo “relationship”, bugararse, gata, vibes*), con los sentimientos y los estados (*chill, cringe, mood, tragic, woke, atacada, de locos, delulu, fantasía, me caso, me maten, me renta, paila, tiesa*), con las valoraciones positivas y negativas (*cheugy, boomer, ¡Ok, boomer!, fail, fifas, gore, red flag, potaxie, Too much!, buenardo/ malardo, de ruta, devorar, maluca, mucho texto, padreando*), con el ambiente y la diversión (*hanguear, buenro, malro*) y con los eventos (*after, dou, evento canónico, tardeo*).

También destacan los acrónimos (*BAE, BTW, FOMO, Goat, POV, Tbt, Idk, Tl;dr, Watafak, ATR, GPI, PEC*), las interjecciones (*Ahre, JURA, Meh, Nashe, Ndeah, Yass, Amén*) y los coloquialismos (*cayetano, cunty, puto, rata, sapo, servir coño, ubícate, y la queso*).

Además del empleo de estas palabras y expresiones, el lenguaje de la Generación Z se caracteriza por el uso de muletillas (*tipo, en plan, rollo, flipar, mazo; obvio; 100 %*); apodos (*amore, bebé, reina/rey*); palabras acabadas en “-i” (*holi, oki, guapi, tonti*) y expresiones acabadas en “-ch” (*y punto - “y punch”, amor/amore - “amorch”*).

IV. Conclusiones

La renovación del léxico de una lengua es algo natural, las palabras deben adaptarse a los nuevos tiempos, porque las nuevas generaciones viven bajo el avance tecnológico y la globalización y necesitan aportaciones léxicas que se ajusten a las nuevas realidades.

Como hemos podido notar por intermedio del corpus recogido de varias fuentes (Ibáñez 2024; Planeta Joven 2024; EFE 2024), el lenguaje de la Generación Z es innovador, adaptado a las nuevas realidades, contiene

numerosos anglicismos y nuevos significados para las palabras ya existentes, como consecuencias de la globalización y el desarrollo tecnológico.

La conclusión más relevante es que más de la mitad de las palabras que constituyen el corpus investigado es de procedencia inglesa, la mayoría crudas y algunas adaptadas a las normas ortográficas de la lengua española (*doxear*, *ghostear* o *hacer ghosting*, *hanguear*, *hostear*, *stalkear*, *troleear*/ *trolleear*).

Es importante, también, considerar el tratamiento de estos extranjerismos y los criterios de su incorporación a las nuevas necesidades expresivas del habla corriente de las generaciones contemporáneas de hispanohablantes. Esto nos determina examinar igualmente las recomendaciones y la lucha continua de la Real Academia Española y de las demás academias de la lengua de los países de Latinoamérica para mantener la pureza de la lengua, sus normativas para adaptar los extranjerismos de uso frecuente en el español de España o de América.

Referencias bibliográficas:

- AVIÑA CAMACHO, Issac 2023: *La generación Z en el ámbito educativo superior; sus retos*, in „Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores”, año XI, nº. 1, publicación 1, disponible en <https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticaayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/3765> (3.09.2024).
- CREȚU, Roxana Maria 2020: *Interferencias y contrastes entre el lenguaje común y el lenguaje coloquial*, in „Questiones Romanicae VIII. Interferențe și contraste în România. Lucrările colocviului internațional Comunicare și Cultură în România Europeană (Ediția a VIII-a)”, vol. I. Szeged, Jate Press, p. 557-598.
- CREȚU, Roxana Maria 2019: *La situación de los anglicismos en España e Hispanoamérica. ¿Préstamo o adaptación?*, in „Questiones Romanicae VII. Călătorii și călători. Incursiuni culturale și lingvistice. Lucrările colocviului internațional Comunicare și Cultură în România Europeană (Ediția a VII-a)”, vol. II. Szeged: Jate Press, p. 69-92.
- CREȚU, Roxana Maria 2019: *Consideraciones sobre la jerga de los delincuentes*, in „RELET (Revista del Lectorado español de Timișoara)”, N° 3 Octubre de 2019, Editura Waldpress, p. 6-19.
- CREȚU, Roxana Maria, Vilceanu, Raluca 2023: *El lenguaje de los influencers*, in „Excès et abus dans le langues romanes/ Eccesso e abuso nelle lingue romanze/ Exceso y abuso en las lenguas románicas/ Excesso e abuso nas línguas românicas”, vol. II, Cluj-Napoca, Presa Universitară Clujeană, p. 229-242.
- DOLOT, Anna 2018: *The characteristic of Generation Z*, in „e-mentor”, nº. 2 (74), p. 44-50, disponible en <https://www.e-mentor.edu.pl/artykul/index/numer/74/id/1351> (4.09.2024).
- DUQUE AGUDO, N., García García, A., Bautista Torrijos, R., Zafra Anta, M.Á. 2024: *Una aproximación al lenguaje de la generación Z*, in „Adolescere”, N° XII (1), p. 103-107, disponible en <https://www.adolescere.es/una-aproximacion-al-lenguaje-de-la-generacion-z/> (28.08.2024).
- GARCÍA SAIZ, Lorena 2018: *Flip/ELE ¡Cómo mola! o el acercamiento a la jerga juvenil*, in „Foro de profesores de E/LE”, N° 14, p. 111-120, disponible en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8249441.pdf> (5.09.2024).
- IBÁÑEZ, Isabel 2024: *‘Obvio’, ‘bro’, ‘servir coño’, ‘no me renta’, ‘estoy de chill’...*

50 términos para entender a la Generación Z, in „El Correo”, 19.01.2024, <https://www.elcorreo.com/vivir/padres-hijos/psicologia/obvio-bro-renta-chill-20240120162359-ntrc.html> (30.08.2024).

KOSOVIC, Katarina 2014: *La jerga en español, serbio e inglés* (tesis doctoral), Madrid, disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=99474> (30.08.2024).

SPISIAKOVÁ, Mária 2011: *Cómo hablan los jóvenes de hoy*, București, Editura Universității din București.

VILANOVA, Nuria 2019: *Generación Z: los jóvenes que han dejado viejos a los millennials*, in „Economistas”, n°. 161, p. 43-51, disponible en https://www.cemad.es/wp-content/uploads/2019/05/07_NuriaVilanova-1.pdf (3.09.2024).

Webografía:

<https://dle.rae.es> (29.08.2024).

Planeta Joven (25.04.2024) <https://fad.es/planetajoven/glosario-para-entender-como-hablan-los-y-las-jovenes-de-la-generacion-z/> (28.08.2024)

EFE (3.07.2024), *El lenguaje de la Generación Z* en <https://www.elpreg.org/efe-reportaje/el-lenguaje-de-la-generaci%C3%B3n-z> (30.08. 2024).