

El uso cada vez mayor de palabras en inglés en el idioma francés molesta a algunos expertos, quienes dicen que una ley de 25 años debe ajustarse para adaptarse a nuestra era tecnológica en rápida evolución.

Según los informes, el gobierno francés va a reforzar una ley antigua que ordenaba el uso del idioma francés en varios sectores cruciales de las comunicaciones, frenando la propagación del anglicismo.

"En esta globalización lingüística, nuestro deber es rechazar cualquier tendencia a avanzar hacia un único idioma [mundial], [y] cualquier debilitamiento de la diversidad de idiomas, como de culturas, en Francia y en otros lugares", dijo el ministro de Cultura de Francia, Franck Riester, [según lo cita](#) The Times.

Dijo que la ley, adoptada en 1994, sería modificada en "la era digital", para movilizar a los partidarios con un mensaje: "El francés es asunto de todos".

Esto se refiere a la llamada Ley Toubon, que lleva el nombre del entonces ministro de cultura de Francia. Exigía que el idioma francés fuera obligatorio en anuncios comerciales y anuncios públicos, documentos del lugar de trabajo, contratos comerciales y etiquetado de productos.

La ley también obligaba a las escuelas estatales a enseñar en francés y ordenaba que al menos el 40 por ciento de las canciones que se reproducen en la radio deben ser francesas.

En 2006, una subsidiaria de General Electric recibió una multa de más de \$ 700,000 bajo esta ley por no proporcionar a sus empleados de habla francesa traducciones de software, documentos relacionados con la salud y manuales escritos en inglés.

Franck Riester afirmó que la legislación fue "globalmente bien aplicada y respetada", aunque algunos críticos afirman que no ha logrado evitar que el inglés supere al francés.

Le Figaro, por ejemplo, se quejó de la difusión del inglés tanto en los medios como en la publicidad la semana pasada. El popular periódico [criticó a Air France](#), la aerolínea de bandera nacional, por abandonar su eslogan francés para la campaña "Francia está en el aire" y dijo que se suponía que una ley protegería al país "del invasor inglés".

El lingüista francés Bernard Cerquiglini dijo que el uso del inglés en la publicidad era "angustiante". Cerquiglini destacó MadeforSharing, el eslogan en inglés que Francia adoptó para los Juegos Olímpicos de verano de 2024. Afirmó que el eslogan, que una vez se vio en el letrero de la Torre Eiffel, es "contrario a la ley y las disposiciones olímpicas".

La Académie française, el guardián francés de siglos de antigüedad, había criticado anteriormente el eslogan, alegando que "ya se ha utilizado en otras campañas ... especialmente para compartir pizzas".

Según Le Figaro, en 1994 se publicó un diccionario de términos oficiales en francés, que enumeraba más de 3.000 anglicismos para ser reemplazados por palabras en francés; por ejemplo, recomendó decir "tir de réparation" en lugar de "penal", "restovite" en su lugar de "restaurante de comida rápida" y "cales de départ" en lugar de "bloques de partida".

Sin embargo, la jerga tecnológica y de Internet se compone principalmente de palabras en inglés, y Le Figaro lamenta que "solo los optimistas todavía sueñan" con [una francesificación efectiva](#) de este vocabulario.