La Real Academia Española ha lanzado una campaña contra la 'invasión' de palabras inglesas en la publicidad ofreciendo al público el perfume 'Swine' y unas gafas 'con efecto ciego'.

Por medio de un video que aparenta un anuncio publicitario comienza en España a una campaña que protege el uso del castellano a la hora de describir los productos en los anuncios. El supuesto anuncio presenta una situación en la que el espectador resulta engañado por las propiedades de un perfume de la marca 'Swine', una palabra que puede sonar bonita pero cuyo significado en inglés ('cerdo') hace que sea como mínimo poco adecuada para poner nombre a un perfume.

Según informa 'The Telegraph', en este primer video y en toda la campaña la RAE sale en defensa de la pureza del idioma español. Uno de sus mensajes es que esta institución lingüística "no es una 'startup'". Paradójicamente, la ejecución de la iniciativa contra el abuso de anglicismos fue encargada a la filial española de la agencia publicitaria estadounidense Grey Group, que utiliza mayoritariamente el inglés en las páginas web de sus filiales en distintos países.

El vídeo del 'perfume' y otro que anuncia unas gafas 'with blind effect' (con efecto ciego) han sido presentados durante la jornada '¿Se habla español en la publicidad?'*

*Con información de www.rt.com