

EL USO DEL ANGLICISMO EN EL SECTOR DE LA MODA EN ESPAÑOL



Sara Castro López

Trabajo Fin de Grado

Grado en Español: Lengua y Literaturas (2020-2021)

Tutor: José Joaquín Martínez Egido

Título: El uso del anglicismo en el sector de la moda en español

Resumen

De una manera paulatina y a causa de diversos factores, el inglés ha colonizado numerosos aspectos de nuestras vidas, entre ellos la moda, que podría considerarse como una de las manifestaciones sociales que tiene más influencia en la sociedad actual. Como consecuencia, muchas revistas españolas cuentan con una ingente cantidad de anglicismos que adornan sus discursos con el objetivo de llegar al público más internacional. Sin embargo, este proceso de inclusión en nuestra lengua se encuentra siempre en continuo cambio debido a los nuevos estilos y tendencias que surgen cada cierto tiempo y que necesitan de nuevas voces para nombrarlos, voces que normalmente son de procedencia inglesa. Por este motivo, el objetivo de este trabajo es determinar la definición de anglicismo, sus clasificaciones, el lenguaje de la moda y su finalidad. Para ello, el corpus del trabajo se ha extraído de cuatro revistas españolas: *VOGUE España*, *¡Hola! Fashion*, *GQ España* y *Esquire*, más concretamente los números que corresponden a la temporada de invierno 2020/2021. Las revistas seleccionadas y el análisis más detenido de ciertos anglicismos que designan elementos que forman parte de nuestra indumentaria nos permitirá establecer cuál es el grado de influencia de estas voces en las revistas españolas seleccionadas y qué papel tienen en este sector.

Palabras clave: préstamo lingüístico, español, anglicismo, moda.

Title: *The use of anglicisms in the fashion sector in Spanish*

Abstract

In a gradually way and due to multiple factors English has conquered numerous aspects of our lives, included fashion, which we can considered as one of the most influential social manifestations in our actual society.

As a consequence, plenty of Spanish magazines gathered an enormous amount of anglicism to embellish their lines in order to reach the most international public. However, the phenomenon of inclusión in our language is always in constant change because of the new styles and trends that emerge every certain time and that are in need of new voices to name them, which are commonly from English speaking countries. For that reason, the aim of this paper is to determinate the meaning of anglicism, their classifications, the fashion language and its finality. For that, the corpus has been extracted from four Spanish magazines: VOGUE España, ¡Hola! Fashion, GQ España y Esquire, these editions specifically belong to the winter season 2020/2021. The selected magazines and the deeply analysis of certain anglicism that describe elements that are part of our clothing will allow us to establish how influential these voices are in the selected Spanish magazines and what is their roll in this sector.

Key words: *loanword, Spanish, anglicism, fashion.*

ÍNDICE

1.	Introducción.....	6
	1.1 Presentación.....	7
	1.2 Justificación.....	7
	1.3 Estructura del trabajo.....	8
2.	Hipótesis, objetivos y metodología.....	10
3.	Contextualización teórica: el anglicismo.....	12
	3.1 Concepto de anglicismo.....	14
	3.2 Clasificación de los anglicismos.....	16
	3.3 Historia de la moda.....	18
	3.4 Las lenguas de especialidad: el lenguaje de la moda.....	20
	3.5 Factores que influyen en la presencia de anglicismos en la moda.....	23
4.	El anglicismo y la moda.....	28
5.	Análisis de resultados.....	29
	5.1 Estudio de anglicismos.....	30
	5.1.1 <i>Vintage</i>	32
	5.1.2 <i>Shopping</i>	33
	5.1.3 Suéter.....	35
	5.1.4 Cárdigan.....	36
	5.1.5 <i>Fashionísimo</i>	37
	5.1.6 <i>Leggins</i>	38
	5.1.7 <i>Streetwear</i>	40
	5.1.8 <i>Body</i>	41
	5.1.9 <i>Choker/ Gargantilla</i>	42
6.	Conclusión.....	45
7.	Bibliografía.....	47
8.	Anexo: Tabla de anglicismos extraídos y análisis general.....	51

1. Introducción

La lengua es un organismo vivo y, como tal, se encuentra en constante evolución y cambio, lo cual tiene como consecuencia que el léxico y ciertas estructuras gramaticales se renueven cada cierto tiempo para poder adaptarse a las nuevas realidades, pues como bien indican Crowley y Bower (2010:11):

“Humans are creative creatures and they are constantly thinking up new words and new expressions. New technology is created (like telephones, computers, radar, and so on), and so we need names for these new things. New slang comes and goes, and so it isn't at all surprising that words should change over time.”

Si bien es cierto, este proceso de actualización de la lengua se puede dar de distintas maneras, aunque una de las más interesantes, en mi opinión, es mediante la incorporación de términos extranjeros, ya que estos se encuentran cada vez más en nuestra vida diaria sin apenas darnos cuenta.

Actualmente, el inglés es la lengua que más influencia tiene en el español debido a ciertas causas históricas, su consideración de lengua internacional y su carácter de poder y prestigio, algo que ha provocado que se produzca una progresiva “anglicización” en diversos sectores de nuestra vida, como es el de la moda y su lenguaje.

La moda actual cuenta con una gran variedad de palabras técnicas que, a diferencia de muchos lenguajes de especialidad, son conocidas por la mayor parte de la sociedad. Este fenómeno se ha visto favorecido especialmente gracias a la difusión de revistas de moda, tanto femeninas como masculinas. Por ese motivo, el presente trabajo tiene como objetivo llevar a cabo un análisis detallado del léxico de la moda en cuatro revistas españolas, centrándonos especialmente en la presencia de anglicismos en este lenguaje de especialidad. De este modo, pretendemos juntar inglés, moda y Lingüística, tres mundos que intentaremos unir para comprender de una manera más exacta la constante tendencia que presentan los discursos en las revistas de moda españolas de incluir voces inglesas.

Así pues, gracias a este trabajo, podremos examinar cómo se emplean estas voces extranjeras en nuestro idioma, su origen, significado y alternativas en español. En definitiva, vamos a comprobar cómo esta lengua, bautizada *inmigrante léxico* por Gómez Capuz (2005), ha llegado para quedarse en el sector de la moda español.

1.1 Presentación

El presente trabajo de fin de grado pertenece al grado Español: Lengua y Literaturas ofrecido por la Universidad de Alicante (código C008) y ha sido realizado bajo la dirección del profesor Jose Joaquín Martínez Egado.

Lo que se pretende en las páginas siguientes es realizar un análisis detallado de la presencia de voces inglesas en el léxico de la moda, tomando como referencia cuatro revistas de moda. Con el fin de alcanzar dicho objetivo y justificar la necesidad que ha llevado a realizar el siguiente estudio se ha dividido la introducción en los siguientes apartados: (1) presentación, (1.2) justificación (1.3) estructura del trabajo e (2) hipótesis, objetivos y metodología.

1.2 Justificación

Los anglicismos han ido adquiriendo cada vez más y más interés debido a la creciente importancia de la lengua inglesa y su impacto tanto en el español como en otros idiomas, por este motivo han sido objeto de estudio de múltiples investigadores, y aunque se hayan realizado diversos trabajos sobre este tipo de palabras en prensa deportiva, de cine o de publicidad, las revistas de moda no es una de las áreas en las que abundan estas investigaciones. Pero esta no es la única razón por la que me decanté por este tema, pues siempre he sentido un especial interés por la lengua inglesa, ya que cursé dos años del grado Estudios Ingleses y he participado en varios programas de intercambio de idiomas con estudiantes de español cuya lengua materna era el inglés. Fueron estas experiencias las que han provocado que introduzca incons-

cientemente anglicismos en mi forma de hablar y, aunque mi idioma sea el español, tiendo a utilizar muchos términos de procedencia inglesa.

Por estos motivos, me resulta interesante dedicar mi TGF a este fenómeno de la lengua y conocer más a fondo este tipo de palabras y su presencia en nuestra vida, ya que están más presentes de lo que nosotros pensamos.

1.3 Estructura del trabajo

Con fin del alcanzar los objetivos que se mencionan a continuación, el presente trabajo se compone de dos partes claramente diferenciadas aunque relacionadas entre sí, puesto que la parte teórica es necesaria para poder llevar a cabo y comprender la parte de análisis.

Para poder entender mejor todo aquello relacionado tanto con los anglicismos como con la moda, la parte que se corresponde con el marco teórico consta de: (3) contextualización teórica: el anglicismo, (3.1) concepto de anglicismo, (3.2) clasificación de los anglicismos, (3.4) historia de la moda, (3.5) la lengua de especialidad: el lenguaje de la moda y (3.6) factores que influyen en la presencia de anglicismos en la moda.

Como se puede observar, en los primeros tres puntos se pretenderá estudiar de una manera más profunda estas voces de procedencia inglesa, la consideración del inglés como lengua franca y una alusión a las investigaciones más importantes relacionadas con este fenómeno. Mientras que los tres restantes pretenden ser una aproximación al mundo de la moda, características de los lenguajes especializados, y en especial el de la moda, aquellos motivos que han provocado la masiva presencia de estas voces tanto en este sector como en las revistas seleccionadas, y los factores que motivan su transmisión.

El apartado cuatro consiste en una revisión teórica sobre lo explicado en las páginas anteriores y sirve como introducción al posterior análisis donde se realiza una exploración del origen, formación y ciertos aspectos, semánticos, fonéticos, etc, de ciertos anglicismos.

Todo esto finaliza con una conclusión donde se comentará todo aquello que ha aportado el estudio, si se han alcanzado los objetivos señalados y una reflexión sobre el lenguaje especializado de la moda y su presencia en la actualidad. Además, el trabajo también cuenta con un anexo final donde se recogen todos los anglicismos seleccionados en las revistas propuestas acompañados de una caracterización sintáctica, semántica y descripción morfológica, es decir, información relevante que ayuda a ampliar lo que se ha expuesto a lo largo del trabajo.

2. Hipótesis, objetivos y metodología

Este trabajo parte de la hipótesis de que debido a que el sector de la moda es un área en el que las tendencias trascienden las fronteras lingüísticas, su léxico se considera como el campo idóneo para analizar préstamos lingüísticos. Además, también partimos del supuesto de que el lenguaje de especialidad de la moda es una lengua en la que los anglicismos se incorporan con una gran facilidad, por eso se comprobará su presencia en los materiales propuestos.

Por otra parte, aunque es posible que en páginas previas se haya mencionado la intención del trabajo, a continuación se expondrá de una manera más concisa.

Objetivo principal:

- Estudiar la inclusión y uso actual de las voces extranjeras que aparecen en las revistas de moda seleccionadas.

Objetivos secundarios:

- Analizar la tipología del préstamo, su aparición y adaptación mediante el auxilio de diversos diccionarios de español de referencia.
- Recopilar estudios previos centrados en el anglicismo y su clasificación.
- Reflexionar sobre los factores que influyen en la presencia de estas voces inglesas en el sector de la moda.

Para poder llevar a cabo este estudio, se han analizado cuatro revistas de moda españolas correspondientes a la temporada de invierno 2020/2021 (*VOGUE España, Esquire, ¡Hola! Fashion* y *GQ España*) con el objetivo de conocer cuáles son las voces inglesas que inundan sus páginas. Se ha visto oportuna la elección de estas revistas para el posterior análisis debido a que estas cuentan con una gran cantidad de textos y están enfocadas para un público variado, ya que este tipo de revistas reflejan la vida de nuestra sociedad y, como consecuencia, el lenguaje que esta emplea, por lo que las conclusiones finales se basaran en este material, el cual

se puede considerar bastante representativo aunque puede variar con la aparición de futuras investigaciones.

En cuanto al léxico, se ha excluido todo aquel que no estuviera relacionado con el ámbito de la moda, como por ejemplo el de la tecnología, el deporte o las redes sociales para que este trabajo solo cuente con términos relacionados con prendas de moda, complementos, estilos o novedades dentro de este mundo.

Para localizar las unidades léxicas se ha realizado una consulta manual de las revistas mencionadas seleccionando todas las voces del inglés y se han pasado a tablas, donde se indica el contexto en el que aparecen y cierta información léxica y semántica básica que está ampliada en el análisis de aquellas voces inglesas que se han considerado más destacables.

Con todo esto, se pretende conocer la frecuencia, cantidad y variedad de anglicismos en este sector y su grado de inserción en diccionarios españoles como el *DRAE*, el *Diccionario General de Vox*, el *DUE* o el *Oxford Dictionary (OD)* para comprobar si mantienen en español el mismo significado que en inglés. Asimismo, también se buscarán en ciertas páginas de referencia como la *Fundéu*, la *OBNEO* o el *CREA*, entre otras. Finalmente, una vez recogido el corpus y habiendo realizado el análisis de un cierto número de anglicismos, se reflexionará sobre lo expuesto en la conclusión, se comprobará si se han cumplido los objetivos propuestos y se finalizará con una breve valoración personal.

3. Contextualización teórica: el anglicismo

Desde sus inicios, la lengua española siempre se ha visto influenciada por numerosas lenguas extranjeras debido a la gran cantidad de pueblos que han pasado por la Península Ibérica incorporando palabras al español por vía del préstamo.

Como bien sabemos, el español es una lengua romance, lo que quiere decir que proviene del latín, al igual que otras lenguas romances como el francés, el catalán, el italiano o el portugués, de las cuales también ha absorbido ciertos préstamos. Sin embargo, estas no fueron las únicas lenguas con las que el español tuvo contacto. Destacamos sobre todo la presencia de arabismos en este idioma a causa de la invasión musulmana en el siglo VII, la cual provocó la convivencia entre musulmanes y cristianos y, por lo tanto, de su lengua también. Se cree que hay alrededor de 4.000 palabras de origen árabe empleadas actualmente en el idioma castellano, como *algodón*, *alcohol* o *azahar*.

Si bien es cierto, podría decirse que hoy por hoy es el inglés el idioma extranjero que tiene una presencia cada vez más notable en nuestra forma de hablar, aunque esto se debe en su gran mayoría al francés, pues esta lengua ha servido como puente para la adopción de términos ingleses, un proceso que otorga al francés de una relevancia extraordinaria.

Los galicismos¹ ocupan en nuestra lengua un lugar privilegiado debido a que el francés fue la primera lengua moderna de cultura con la que el español entró en contacto, hasta que comenzó su decadencia a favor de inglés a mitad del siglo XX. En palabras de Javier Medina López (1996:13), a diferencia del francés, el inglés llegó a nuestro país a causa de una serie de factores externos y sociales, como las dos guerras mundiales, el creciente poder político y económico de países angloparlantes, como Estados Unidos o Inglaterra, su importante papel en actividades culturales como el cine, la moda o la música, o por su masiva presencia en medios de comunicación, redes sociales y publicidad, entre otras cosas.

¹Palabra, expresión o giro procedentes de la lengua francesa que se usan en otro idioma. La inclusión de estas palabras en el español se debe principalmente a la llegada de la dinastía borbónica en España, las relaciones religiosas, principalmente a causa del Camino de Santiago, y, finalmente, debido a las relaciones comerciales y culturales entre estos dos países.

Destacamos los años sesenta como uno de los momentos en los que la influencia inglesa se intensificó gracias al auge del turismo. Las costas españolas, especialmente la del Mediterráneo, se convirtieron en el destino vacacional favorito de los turistas británicos, lo cual dio lugar a que cada vez se asentaran con una mayor facilidad términos asociados con el mundo del ocio y la moda. Todo esto provocó que Inglaterra se convirtiera en el lugar de moda para la juventud española y comenzara la “Revolución británica”, un movimiento que provocó cambios en la moda, como por ejemplo la aparición de las minifaldas -calco del inglés *miniskirts*- y el desarrollo de grupos de música como *The Rolling Stones* o *The Beatles* (Ramón González Ruiz, 2019:801).

Por otro lado, su inclusión en el sistema de enseñanza español también ha sido clave para su expansión y para que a finales del siglo XX empezara a igualar e incluso desbancar al francés, que en aquel momento era la lengua de moda. Aunque esto no fue siempre así. Hasta hace relativamente poco, la lengua que más se enseñaba en los institutos españoles era el francés, y durante los cursos 1955 y 1958 el número de alumnos que elegía estudiar inglés en los institutos de enseñanza media -los cuales ofrecían un total de cuatro lenguas- era del 5%, mientras que el número de alumnos en los cursos de francés era del 90% (Ramón González Ruiz, 2019:802). No obstante, tampoco debemos olvidar que la literatura inglesa en la primera mitad del siglo XIX ya ejerció un gran impacto en los intelectuales españoles con la publicación de la primera gramática inglesa y la aparición de las primeras traducciones del inglés al español realizadas por artistas como Cadalso o Moratín, lo cual ha servido para difundir y publicar trabajos científicos más allá de las fronteras nacionales.

Una vez mencionado esto, no es de extrañar la gran cantidad de neologismos² procedentes del inglés en el español actual. Sin embargo, cabe destacar que este impacto de la lengua inglesa no ha afectado a España únicamente, sino que cada vez son más los países que introducen palabras de procedencia inglesa en sus discursos, lo que ha dado lugar al término *anglicismo*, es decir, préstamos lingüísticos procedentes del inglés. Es por esto que numerosos in-

² Palabras o giros que se introducen en una lengua por su contante uso o por las nuevas acepciones que adquieren vocablos ya existentes.

investigadores se han centrado en estos préstamos, sus usos, clasificaciones, etc. No obstante, a causa de la extensión del trabajo y para alcanzar los objetivos propuestos, se han elegido aquellos estudios que se han considerado más oportunos.

3.1 Concepto de anglicismo

Es esta creciente influencia lingüística que está recibiendo el español por parte del inglés desde finales del siglo XX, pues los anglicismos que se incorporaron al idioma antes de este siglo lo hicieron a través del francés, lo que ha llevado a tantos investigadores a interesarse y a realizar estudios sobre este tipo de vocablos. No obstante, es necesario señalar que no existe una única definición para referirse al término anglicismo, aunque si bien es cierto casi todas las definiciones comparten como punto inicial la influencia o procedencia del inglés.

En un primer lugar mencionaremos a Enrique J. Alfaro y su gran conocido *Diccionario de Anglicismos* (1964), donde muestra una seria preocupación sobre la infiltración de anglicismos en el español contemporáneo. Su obra constituye una útil lista de anglicismos -y galicismos- que según Luis Flórez “circulan anárquicamente en el uso actual de las comunidades hispanohablantes americanas”, pues recordemos que Alfaro es de Hispanoamérica, concretamente de Panamá, una zona caracterizada por la constante lucha entre el inglés y el español. Fue este diccionario una de las fuentes básicas para que Chris Pratt, en su también reconocida obra *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo* (1980), pudiera abordar este mismo tema. No obstante, aparte de añadir él mismo investigaciones y argumentos propios, señala bastantes errores e inexactitudes en el libro de Alfaro:

«Pese a su renombre, poco tiene que ver con la lingüística, sea la histórica tradicional, sea la moderna. Pertenece a la escuela tradicional hispanoamericana prescriptiva y proscriptiva (...). Pese a sus grandes fallos, sin embargo, DA constituye una lista útil, y sobre todo, proporciona muchos datos valiosos sobre el estado de lengua del español de América a finales de la década de los años 40. » (Chris Pratt, pp. 95)

Asimismo, este mismo autor nos ofrece en su libro la definición de anglicismo, la cual llama bastante la atención puesto que los define exclusivamente en relación con el español, y en concreto con el español de la Península: «un anglicismo es un elemento lingüístico, o grupo de los mismos, que se emplea en el castellano peninsular contemporáneo y que tiene como étimo inmediato un modelo inglés.» (pp.115)

Por otro lado, según el *DRAE*, en sus acepciones dos y tres, un anglicismo consiste en un: “// 2. Vocablo o giro de esta lengua empleado en otra. //3. Empleo de vocablos o giros ingleses en distintos idiomas”.

También encontramos otras definiciones, como por ejemplo la de María Vázquez Amador (2016:277), quien opina que los anglicismos son “las voces de procedencia inglesa que otras lenguas adoptan, normalmente para nombrar un concepto nuevo o por otra serie de causas lingüísticas como el uso de sinónimos y efectos estilísticos”, o las dos acepciones con las que Isabel Huyke Freiria definió este término: “1. Palabra cuya forma -ya sea adaptada fonéticamente al español o en su forma original- proviene del inglés// 2. Significado que se le atribuye a una voz debidamente aceptada en el idioma español que proviene de una voz inglesa”. (1978:124)

Por lo tanto, podemos deducir que existen varias ideas y muy dispares con respecto a la definición de este tipo de términos. Algunos autores coinciden con Pratt, otros creen que los anglicismos son las palabras que mantienen una apariencia inglesa, y otros opinan que son la creación de voces inglesas a través de material español. Sin embargo, a pesar de estas discrepancias, para nuestro trabajo nosotros usaremos el término anglicismo para referirnos a las palabras de procedencia inglesa incorporadas en otras lenguas -en este caso el español- para referirse a un concepto nuevo, ya sea por una serie de causas lingüísticas, como por ejemplo el empleo de sinónimos, o por efectos estilísticos.

3.2 Clasificación de los anglicismos

La contante presencia de este tipo de préstamos en el español ha dado lugar a la necesidad de clasificarlos y, al igual que en las definiciones, también encontramos una gran variedad de opciones a la hora de hacer esta clasificación por la disparidad de opiniones con respecto a estos. Proponemos a continuación una serie de tipologías centradas en el anglicismo con el fin de abarcarlo con una mayor exactitud debido a su gran impacto en nuestra lengua y, sobre todo, por su relevancia en el presente trabajo.

El anglicismo en el español contemporáneo de Alfaro (1948:115-118) es considerado el primer tratado importante sobre los anglicismos, donde podemos encontrar la siguiente división:

«1ª. Los barbarismos crudos, vulgares, malsonantes y malnacidos [...]. 2ª. Los pochismos [...] que son los vocablos y giros peculiares de los pochos o pochos [...]. 3ª. Los anglicismos consistentes en [...] formar por paronimia voces alienígenas [...]. 4ª. Dicciones inglesas que tienen significado diferente y a veces opuesto [...]. 5ª. [...] Palabras castizas [...] pero usadas con acepciones que no tienen en castellano [...]. 6ª. Las dicciones que son de por sí castizas y se usan en su acepción corriente, pero que unidas a otras palabras producen una locución o giro anglicado [...]. 7ª. [...] Solecismos, o se los giros, frases, locuciones o construcciones en que se agrupan voces castellanas conforme a la sintaxis inglesa [...]. 8ª. Los extranjerismos puros [...]. 9ª. [...] Neologismos producidos por la influencia inglesa [...]. 10ª. Los anglo-galicismos, o sea los barbarismos derivados de voces francesas puras que se ha apropiado el inglés [...]. 11ª. Los pseudo-anglicismos, o sea ciertas dicciones a las cuales se da en castellano uso menos frecuente que el que tienen en inglés sus congéneres parónimos [...].»

Como hemos mencionado previamente, Chris Pratt criticó esta tipología debido a que la consideraba llena de arbitrariedades y ambigüedades, por lo que él propuso una nueva clasificación.

En su obra *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*, Pratt divide dentro de los anglicismos léxicos los «patentes» y «no patentes». Según este autor, un anglicismo patente consiste en “toda forma identificable como inglesa, o bien totalmente sin cambiar (como *ranking*, *hippy*, *sidecar*), o bien adaptada, parcial o totalmente, a las pautas ortográficas del espa-

ñol contemporáneo (*boicot, boxear, travelín*), mientras que los no patentados son las palabras que se reconocen como formas españolas, por ejemplo “habito” por costumbre o “académico” en relación a la enseñanza en general. En 1957, Stone también propuso una clasificación de este tipo de palabras de origen inglés. Encontramos seis tipos distintos:

«He considerado como anglicismos palabras usadas en su forma inglesa o derivadas del inglés; palabras que pasaron de otros idiomas al inglés, y de este, al español; o bien del inglés al español a través del francés; términos y vocablos creados por gentes de habla inglesa e introducidos en el español: palabras castizas usadas en un sentido inglés (préstamos semánticos o contaminaciones); y traducciones de tropos, complejos y modistos ingleses.» (pp. 142)

Finalmente, mencionar a Gimeno y Gimeno (1991), quien distingue entre anglicismo léxico y préstamo integrado. El primero, según Medina López (1996:24) “caracterizaría bien la interferencia, bien el cambio de código (fluido o señalizado), bien el préstamo momentáneo”, mientras que al segundo “cabe considerarlo ya como parte de la gramática social de la comunidad de habla (y desde luego de la gramática del hablante).”

Para este trabajo, sin embargo, nosotros nos vamos a guiar por la clasificación realizada por Emilio Lorenzo (1996), quien los clasifica según su grado de adaptación a nuestro idioma. En primer lugar tendríamos los anglicismos “crudos”, que han mantenido en español la grafía y más o menos la pronunciación inglesa (“short” que sería un pantalón muy corto para hacer deporte). En segundo lugar, tendríamos los anglicismos en periodo de aclimatación, que han sufrido ciertos cambios ya sea en la grafía o en la pronunciación (*club/clubes*). A continuación tendríamos los anglicismos completamente asimilados en la lengua española (suéter, tenis, túnel) y, por último, tendríamos los calcos y los calcos semánticos. Los calcos serían “adaptaciones léxicas correspondientes a conceptos no reconocidos o desconocidos por el que se adapta (como es el caso de supermodelo, que proviene de *top-model*)”, y los calcos semánticos son las palabras o expresiones españolas que adquieren un significado que antes no tenían, como por ejemplo *audiencia* (público) o *romance* (amoríos).

3.3 Historia de la moda

A lo largo del tiempo el ser humano ha sentido la necesidad de expresar sus pensamientos a través de diversos medios, principalmente a través de la palabra, que es nuestro medio de expresión predilecto, aunque este medio puede llegar a imponer al ser humano una serie de limitaciones, por lo que hemos tenido que buscar otros vehículos alternativos para manifestar nuestra interioridad, como la moda, un elemento que forma parte de la conciencia individual y colectiva de quienes la componen y expresa la singularidad de las personas, así como su grupo social, sus creencias, ideales o su oposición a ciertas posturas.

Para poder llevar esto a cabo siempre se han buscado diseñadores y países de referencia, siendo Francia uno de los más destacados. Ciertamente la historia de este país en cuanto a la moda es larga, pues desde antes de la Revolución Francesa ya se afirmaba la importancia de este sector en la sociedad de este país, y la familia real y sus diseñadores eran quienes marcaban las tendencias. Mencionamos por ejemplo a la marquesa de Pompadour o María Antonieta. Si bien es cierto, la importancia de Francia y más concretamente de París alcanzó su mayor apogeo en el siglo XX y aún hoy se considera como escenario principal para que numerosos artistas presenten sus colecciones y anuncien las nuevas tendencias. Además, de contar con diseñadores de la talla de Paco Rabanne, Nina Ricci, Yves Saint Laurent, Christian Dior o Coco Chanel, diseñadores conocidos en prácticamente el mundo entero.

No obstante, Nerea Martínez Herrero (2014:20) señala que Estados Unidos, después de su triunfo en la Segunda Guerra Mundial, empezó a cobrar una considerable importancia en este sector. Nos encontramos en un momento en el que la mujer volvía a su hogar después de la guerra y se esforzaba en ser la esposa perfecta y en lucir su máximo atractivo en todo tipo de eventos sociales. Fue en estos momentos cuando destaca la imagen de Jean Dean, Marilyn Monroe -como iconos de la moda en este país- y Brigitte Bardot, quien popularizó el famoso biquini, una prenda que hasta los años 50 se veía como algo inmoral. Además, la Segunda Guerra Mundial provocó que Francia quedara aislada y que los Estados Unidos no pudieran inspirarse en sus modelos y diseñadores, por lo que empezaron a crear un estilo propio: el

american look, diseñado por Claire McCardell. Esta tendencia se basaba en la combinación de prendas sencillas, dando lugar de esta manera al *ready to wear*, un estilo completamente independiente de los criterios de alta costura.

Asimismo, esta imposibilidad de viajar a París a ver los desfiles de moda provocó que se creara la “Semana de la moda” en Nueva York por primera vez en 1943. Un evento que fue un éxito y que causó que revistas de moda como *VOGUE* se interesaran e introdujeran entre sus páginas más reportajes sobre diseños estadounidenses y menos cantidad de diseños franceses. Por otro lado, Estados Unidos no era el único país anglosajón que estaba despuntando en lo referente a la moda. Inglaterra, y más concretamente Londres, a principios de los años 60 y después de que el triunfo de la Segunda Guerra Mundial provocara que muchos parisinos abandonaran Francia para ir a la Gran Manzana a ver los desfiles de moda, dio comienzo a la conocida “Invasión Británica” protagonizada por muchas de las mejores bandas de música de la historia -*The Beatles, The Who, The Kinks...*- que provocaron también una revolución cultural que abrió las puertas a artistas como Mary Quant, una de las diseñadores más icónicas gracias a su mundialmente conocida minifalda.

Otro artífice de la revolución británica en relación con la vestimenta masculina fue Paul Smith, quien incluso fue nombrado Diseñador Real de la Industria en 1991. Destaca también Terence Conran, quien cambió la manera en la que los británicos vivían en sus casas al ofrecer un diseño inteligente al alcance de todos en 1964.

No obstante, aunque la moda inglesa haya ganado bastante terreno a través de estos sucesos, no debemos olvidar que la moda francesa nunca ha llegado a quedar en el olvido y muchos diseñadores actualmente aún se siguen inspirando en los modelos franceses, siendo de esta manera París, Londres y Nueva York los centros de moda más conocidos del mundo. Desgraciadamente, no se puede decir lo mismo de la moda española, puesto que esta siempre ha vivido a la sombra del resto de países debido a la ausencia de una industria nacional lo suficientemente fuerte. Por ese motivo, encontramos en su lenguaje de moda tal cantidad de voces de origen foráneo, que han ido aumentando con el progresivo crecimiento social de la moda y su actual proceso de internacionalización. A causa de este auge de la moda, desde finales del si-

glo anterior ha aumentado en nuestro país la cantidad de revistas dedicadas a este sector y a aspectos relacionados con esta temática.

Estos anglicismos en el lenguaje de la moda se han ido incluyendo paulatinamente, voces como jersey, suéter, cárdigan o mocasín se encuentran en nuestro idioma desde mediados del siglo XX, de hecho mocasín fue introducido en la segunda mitad del siglo XIX. Sin embargo, también existen en estas revistas voces de incorporación muy reciente, las cuales veremos más adelante.

3.4 Las lenguas de especialidad: el lenguaje de la moda.

Los anglicismos no se encuentran de la misma manera ni en la misma cantidad en todos los ámbitos, ya que en muchos de ellos se realiza la traducción al español, lo que puede provocar que el término original pierda precisión. A pesar de esto, podemos afirmar que estas palabras de origen inglés tienen una mayor presencia en aquellos sectores de la sociedad que están en continuo cambio o son más innovadores, como por ejemplo la tecnología, los negocios, la investigación científica -pues el inglés es considerado por muchos como el idioma científico universal- o la moda, que será el sector en el que nos centraremos a continuación.

Según el *DRAE*, la moda consiste en 1. f. Uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país //2.f. Gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos.

Teniendo en cuenta esta definición y aplicada al plano de la lengua, deducimos que no se puede corresponder al de la lengua común, si no a un tipo de lengua que acepta y permite variaciones ante la aparición de un nuevo elemento o tendencia que necesita de otros términos específicos. Por este motivo, la moda es considerada una lengua de especialidad. Sin embargo, este concepto, ha tenido una gran relevancia durante los últimos años en los estudios de Lingüística Aplicada, pues tiene una definición un tanto difusa en relación con su concepto y a la elección de su etiqueta. No obstante, al margen de estos debates, proponemos en este trabajo una de las definiciones que consideramos más acertada en cuando a la concepción de

este tipo de lenguas, que es la definición de Cabré y Gómez de Enterría (2006:12), quienes consideran las “lenguas de especialidad como subconjuntos de recursos específicos, lingüísticos y no lingüísticos, discursivos y gramaticales, que se utilizan en situaciones consideradas especializadas por sus condiciones comunicativas”.

Por otro lado, el trabajo de I. Agulló Benito afirma que las lenguas especializadas son un tipo de lengua que se caracterizan por poseer un léxico propio que en algunos casos se incorpora al léxico común o general empleado por la mayoría de los hablantes de una zona concreta.

Este trabajo también destaca que la lengua de especialidad de la moda no está definida por criterios geográficos ni socioeconómicos, es decir, este tipo de lenguaje se habla entre profesionales de este sector, como modelos, diseñadores, modistos..., es decir, un grupo de personas que comparten un mismo campo del saber y que no buscan una finalidad críptica, puesto que lo que pretenden realmente es la divulgación de sus productos y la identificación de estos por los usuarios. Además, la lengua de la moda, a diferencia de otras lenguas de especialidad (como la jurídica o científica), ha traspasado la frontera entre la lengua general y la lengua especializada, pues una gran cantidad de su léxico es comprensible por un elevado porcentaje de la sociedad.

Es preciso señalar también que el mundo de la moda ocupa un lugar destacado en nuestra sociedad actual. Gracias a esta podemos expresar valores, características personales e incluso de la época en la que nos encontramos. En un primer momento, la gente se vestía para cubrir sus necesidades básicas, taparse el cuerpo, no pasar frío... Pero ahora la sociedad cada vez es más consciente de la importancia de la ropa y las prendas pueden transmitir tus ideales, gustos e incluso tu estatus social. Es por esto que este sector ha creado un lenguaje propio, un lenguaje que se caracteriza principalmente por la continua aparición de nueva terminología a causa de la propia naturaleza de la industria. Asimismo, podría decirse que se trata de una lengua que acepta y se adapta a estos nuevos cambios, de hecho, la segunda acepción del *DRAE* mencionada previamente: “f. Gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos”, reafirma esa idea de un tipo de lenguaje adaptable, abierta a evolucionar y con un alto grado de variabilidad, es decir, la mayoría de términos que se emplean en esta industria

son inestables y cambian a la misma velocidad que las tendencias e influencias sociales o económicas

Asimismo, que la moda haga uso de tantas palabras foráneas también nos indica que este sector es un elemento social y cultural y, por lo tanto, va a ser distinto dependiendo del país, la cultura o la persona. Por otro lado, estos nuevos términos que surgen se expresan a través de significantes nuevos, que en español son generalmente préstamos lingüísticos. Este hecho sucede debido a que España nunca ha sido una potencia muy importante en esta industria y se encuentra dominada por influencias estéticas de otros países. Por esta razón, la lengua de la moda española está abierta a la incorporación de préstamos lingüísticos y el uso de términos extranjeros, principalmente del inglés. Aunque, como indica el trabajo de Sonia Alessandra (2015:50):

«Algunos de los términos de la moda que se han colado en la lengua española llevan tanto tiempo que ya no nos chocan. A pesar de eso, muchos no están incluidos en las entradas de los diccionarios por ser extranjerismos o porque no han pasado a formar parte de la lengua general. En este caso, deben resaltarse ortotipográficamente, escribiéndolos en cursiva o entrecomillados.»

Muchos de estos extranjerismos aparecen, como hemos señalado anteriormente, en su forma original, completamente asimilados a las normas ortográficas y fonológicas españolas o como calcos lingüísticos. Si bien es cierto, el *DRAE* ha llegado a incluir y adaptar algunas de estas palabras de procedencia inglesa a su diccionario, como por ejemplo *bikini*, que en español ha pasado a ser biquini. Aunque debemos reconocer que es un proceso lento y como hemos indicado, la moda se trata de un mundo cambiante y que se mueve por tendencias, por lo que es mucho más común encontrar anglicismos crudos, como *glamour*, *crop-top*, *make-up* o *mom jeans*.

No obstante, no todas las palabras de origen inglés se han incluido al español para designar nuevas realidades o para ser una alternativa a la forma española, sino que también hay vocablos que se denominan así por quien lo inventó o puso de moda, como es el caso del cárdigan, *strass*, que se trata de pequeños diamantes o brillantes de imitación, o *bloomer*, que consiste

en un falda muy ancha que por debajo lleva unos pantalones también anchos. Estos términos existen y se denominan de esta forma por sus creadores. El cárdigan por ejemplo debe su nombre a James Thomas Brudenell, conde de Cardigan, *strass* proviene del apellido del inventor del material, Josef Strasser y *bloomer*, fue popularizado por Amelia Jenks Bloomer.

En definitiva, el lenguaje de la moda varía según la propia evolución de la moda, la realidad sociocultural y, en la mayoría de las ocasiones en España, este significante nuevo que designa nuevas tendencias o elementos es un préstamo lingüístico que proviene el inglés, aunque también puede venir del francés, ya que París y Hollywood han luchado durante varios años por el primer puesto en la propuesta universal de modas.

Actualmente, la moda forma parte de nuestras vidas y en la mayor parte de las ocasiones se ha buscado el empleo de un léxico más actualizado a través del inglés, pues uno de los rasgos de este idioma es el de poseer una connotación de poder, prestigio y de estar, nunca mejor dicho, a la moda.

3.5 Factores que influyen en la presencia de anglicismos en la moda

Como hemos señalado previamente, los anglicismos comenzaron a sumergirse en la lengua española durante el siglo XX, llegando a igualar o incluso desbancar a las palabras de origen francés, que en aquel momento era la lengua de moda y la que se enseñaba como segunda lengua en los colegios. El inglés se puso en cabeza a causa del creciente poder político y económico de países angloparlantes y su importante papel en actividades culturales como el cine, la moda o la música.

Con la aparición de la prensa escrita en el siglo XVIII los préstamos lingüísticos empezaron a difundirse con una mayor rapidez y facilidad, ya que esta nueva información llegaba a una mayor cantidad de personas de diferentes maneras, de hecho, según varios investigadores, los anglicismos en nuestro país fueron introducidos de manera inicial por la prensa. No obstante,

al principio aparecían de manera esporádica puesto que eran palabras de nueva incorporación que aún no se habían asimilado en el léxico español.

Los anglicismos más comunes en español provenían principalmente de préstamos culturales adaptados. Las razones de su inclusión eran principalmente el nivel de prestigio que tenía la lengua emisora y la necesidad que tenía la lengua receptora de cubrir ese vacío lingüístico (Hockett, 1971:196). Sin embargo, en este proceso de adquisición y asimilación han jugado un papel importante otros factores externos que han provocado la incorporación de nuevos vocablos.

Actualmente, el fenómeno de la globalización ha provocado cambios en diversas disciplinas, como en este caso la moda, un mundo lleno de competencia, de producciones masivas, de consumo desorbitado y de constante actualización. En un principio, las nuevas prendas o modas se presentaban en el lugar de origen y a partir de ahí se daban a conocer al resto de culturas, por lo que esas culturas recibían los términos de la lengua original y, por lo tanto, se veían “obligadas” a usar extranjerismos o que traductores y expertos conocieran esas expresiones y las adaptaran al español o hicieran, en la medida de lo posible, una traducción.

Si bien es cierto, en las revistas de moda actuales encontramos una gran presencia de palabras extranjeras, ya no solo porque no se haya podido hacer una traducción correcta o porque así se ha incorporado esa palabra a nuestro léxico, sino porque en muchas ocasiones emplear anglicismos transmite un aire de modernidad, de frescura, de originalidad y, lo más importante, de carácter internacional. Además, el uso de palabras extranjeras ameniza la lectura y la hacen más entretenida e interesante, y no hablamos únicamente acerca de la lectura sobre moda, sino también sobre el nombre de las prendas de ropa. Es mucho más probable que alguien se interese por unos *straight fit jeans* que por unos pantalones rectos, aunque signifiquen lo mismo. Por lo tanto, uno de los factores que influyen en el uso de extranjerismos es la comercialización y en la captación de posibles compradores para que se sientan atraídos por esa información que están leyendo o viendo y estén dispuestos a comprar esos productos que se ofertan en las páginas de las revistas.

Por otro lado, el fenómeno de los medios de comunicación -internet, televisión, radio...- ha reforzado el panorama de la lengua inglesa. Su presencia en este nuevo medio de comunicación es evidente, de hecho, según David Graddol (1997:41) internet es "*the flagship of global English*" y el 80% de la información almacenada en Internet, incluyendo la de la moda, está escrita en inglés, entre otras cosas por su condición de lengua internacional, por su capacidad para crear nuevas palabras, por su morfología flexional que es considerablemente más sencilla que la de otras lenguas y, sobre todo, por su economía lingüística gracias a la gran cantidad de palabras monosilábicas que posee. (Rosa María Sanou, 2018:179)

Asimismo, no hay duda de que son las generaciones más jóvenes las que más expuestas se han visto al constante auge de este idioma, especialmente por redes sociales como Instagram, Facebook o Twitter, donde hay una ingente cantidad de materiales publicados en inglés debido a que permite una comunicación instantánea y rápida entre usuarios de diferentes partes del mundo.

Por este motivo, es más probable que una persona joven tenga un primer contacto con una prenda de ropa o un estilo en esas redes sociales, donde lo verá expresado en inglés, que en una tienda física. Además, las redes sociales permiten que tengamos un contacto más directo con el mundo anglosajón y con personas que admiremos de allí, por lo que no es de extrañar que muchos jóvenes al ver esto demanden ese mismo tipo de vida e intenten imitar a los famosos que admiran comprando camisetas de *animal print*, llevando un *bucket hat* y todo con un labial de tono *nude* para que combine con su *outfit*.

De hecho, para ser más exactos, como indica la propia red social de Instagram, "durante las Semanas de la Moda primavera/verano 2018 en Nueva York, Londres, Milán, y París, más de 143 millones de personas en el mundo recurrieron a Instagram para descubrir y compartir las nuevas tendencias y hablar sobre ellas".

Por lo tanto, podemos afirmar que el empleo de palabras inglesas en la moda goza de cierto prestigio. Es muy raro encontrar una revista de moda actual que no tenga entre sus páginas algún anglicismo, además, como indica el estudio de Sanou:

«Subyacente a su empleo, está la motivación sociocultural de los hablantes de intentar proyectar una cierta imagen de sí mismos, a partir del imaginario social de su comunidad: los anglicismos parecen estar estrechamente ligados a una serie de ámbitos y de cualidades que resultan interesantes, atrayentes o casi glamurosos a la sociedad actual.» (pp.190)

Sin embargo, tampoco debemos dejar de lado las propuestas de estudiosos sobre el tema, como Gómez Capuz (1996:305-310), quien afirma que el extranjerismo es “poco frecuente en el registro coloquial (...) cuando aparece suele aportar una eficacia semántica o un potencial expresivo del que carece la mayoría de las voces patrimoniales.”

Según este autor, hay una serie de motivos por lo que las voces foráneas tienen tanta presencia actualmente. No obstante, entre sus muchas motivaciones, en este trabajo se mencionarán las que se creen más importantes en relación con la aparición de palabras inglesas en las revistas de moda, y estas son la función expresiva y la función textual y la eficacia lingüística del extranjerismo.

La función expresiva se compone de la motivación psicológica, en relación con elementos afectivos como el humor o la ironía, y de la motivación sociológica, pues la gente incluye anglicismos en sus discursos para otorgarles un aire más intelectual, y elegante (entrevistando a una cantante: su *outfit* combina perfectamente con la estética de lugar).

Por otro lado, el extranjerismo posee una gran eficacia conceptual, ya que su empleo evita la monotonía tanto en el discurso hablado como el escrito y podemos intercalar la voz patrimonial con la voz inglesa (por ejemplo en nuestras revistas encontramos tanto gargantilla como *choker*, que significan lo mismo). Asimismo, el uso de este tipo de palabras potencian la expresividad de un concepto y aportan precisión semántica cuando la versión española carece de ese significado tan rico (por ejemplo, en moda, *vintage* aparte de antigua tiene un matiz de elegante, femenino).

Finalmente, Gómez Capuz hace referencia la capacidad de estas voces de extenderse entre los hablantes por ser un término genérico y amplio. Además, también presentan una mayor comodidad frente a las perífrasis del español (*heels* en lugar de “zapatos de tacón”) y a sus valo-

res argumentativos, ya que es muy común encontrar anglicismos en las revistas al principio o al final de las oraciones (Este invierno los colores pastel son un *must*).

En definitiva, son diversas las causas que han propiciado la inclusión de anglicismos en nuestro idioma y más concretamente en las revistas de moda. Si bien es cierto, no es erróneo pensar que los medios de comunicación han jugado un papel fundamental en los últimos años, aunque tampoco debemos olvidar que también ha sido muy importante la economía lingüística que aportan las voces inglesas en nuestros discursos en español y su capacidad para conseguir que los textos suenen más actuales y frescos.

Además, como indica Pratt (1980:88) una “sociedad tecnificada lleva necesariamente consigo un gran número de voces neológicas que lexicalizan y se refieren a los nuevos procesos, dispositivos, máquinas, objetos, etc.” En este sentido, Pratt pretende informar sobre la necesidad por parte de nuestra sociedad de incluir en sus sistemas lingüísticos estas formas para referirse a realidades que antes no existían y para potenciar la funcionalidad de las léxias extranjeras mediante procesos como la derivación.

4. El anglicismo y la moda

Gracias a la teoría expuesta tanto sobre los anglicismos como sobre el sector de la moda y dicho lenguaje de especialidad, se procederá al análisis de ciertos términos escritos relacionados con la moda para constatar hasta qué punto está presente el inglés en el mundo de la moda actual, pues como se ha mencionado previamente, diversas causas sociales han provocado que descartemos por completo el vocabulario técnico y específico que nos ofrece nuestro diccionario y nos decantemos por préstamos extranjeros, de hecho, de acuerdo con el trabajo de Sonia Alessandra, si abriésemos un diccionario de moda nos encontraríamos con vocablos arcaicos, neologismos surgidos en la actualidad y voces extranjeras. (pp.48)

Asimismo, la moda es un sector en el que las innovaciones léxicas extranjeras son bienvenidas, sobre todo en España, donde estos préstamos lingüísticos abundan a causa de que nuestro país nunca ha estado en la vanguardia de la industria de este sector y se puede incluso considerar como un país colonizado por influencias estéticas externas, solo tenemos que fijarnos en la propia palabra moda, la cual se introdujo en el español en el siglo XVIII a través del francés *mode*, término que a su vez proviene del latín *modus*, manera.

Según Estornell (2012:63) aquellas revistas cuya temática es la moda se caracterizan por emplear un léxico que destaca por la presencia de voces foráneas, por términos de nueva creación y por el uso de palabras híbridas, es decir, palabras formadas a partir de un elemento patrimonial y otro extranjero. Además, Estornell afirma que “el fenómeno del préstamo en estas revistas es un hecho destacable debido a su recurrencia.” Por este motivo, el lenguaje de la moda posee una ingente cantidad de préstamos lingüísticos de origen extranjero, especialmente del inglés durante los últimos años, dando lugar a anglicismos crudos, asimilados, o voces extranjeras adaptadas a las normas ortográficas españolas, es decir, procesos que se verán más detalladamente en el siguiente análisis.

5. Análisis de resultados

Para realizar el análisis de los anglicismos en el ámbito de la moda se ha tomado como base el corpus de cuatro revistas dedicadas a este sector; dos revistas femeninas, *VOGUE España* y *¡Hola! Fashion*, y las revistas masculinas *GQ España* y *Esquire*, siendo las cuatro correspondientes a la temporada de invierno 2020/2021.

Para empezar, *VOGUE España* es una revista estadounidense que nació en las manos de Arthur Baldwin Turnure y que tiene como objetivo presentar reportajes de las marcas de moda más importantes, al igual que la revista española *¡Hola! Fashion*, aunque esta última cuenta además con contenido relacionado con la vida de los famosos y consejos de gastronomía, maquillaje, etc.

Con respecto a las revistas masculinas, *Esquire* fue fundada en USA y aparte de estar enfocada en la moda masculina, también informa sobre cultura, tecnología o belleza masculina. Además, durante varios años esta revista fue publicada en conjunto con la revista *GQ* (*Gentlemen's Quarterly*) también fundada en USA y considerada actualmente como una de las revistas masculinas más exclusivas y sofisticadas. Cabe destacar que en estas revistas aparecen una gran cantidad de anglicismos no solo relacionados con la moda, sino también con la tecnología y redes sociales, como por ejemplo *smartphone*, *followers*, *stories*, etc. Sin embargo, esos vocablos no los tendremos en cuenta a la hora de realizar el recuento y análisis.

Las cuatro revistas cuentan con un estilo moderno relacionado con una tendencia lingüística singular, la cual se focaliza en el léxico, pues en todas encontramos un uso constante de palabras extranjeras, principalmente de procedencia inglesa, que en ocasiones van acompañadas de innovaciones léxicas en la formación de palabras españolas, como por ejemplo palabras híbridas (*fashionísimo*). Estos préstamos podemos encontrarlos prácticamente en todas las páginas de cada revista. Por otro lado, cabe destacar que los anglicismos que más presencia tienen en estas cuatro revistas son *look*, *top* y *vintage*, y aunque hayan muchas otras palabras inglesas que aparezcan en las mismas, también se ha dado el caso de que uno o más anglicismos solo aparezcan en una de ellas, como por ejemplo *streetwear* y *skater*, que aparecen úni-

camente *GQ España*, o *glitter* y *eyeliner* que solamente se han dado en *¡Hola! Fashion España*. Entre las unidades léxicas que aparecen en las revistas mencionadas se dan distintos grados de frecuencia, pues su uso depende de su función discursiva y de aquello que denotan, por lo que habrá momentos en los que haya más o menos cantidad de estas voces en ciertos apartados según el tema al que pertenezcan, es decir, el tipo de discurso y estilo de redacción afectan al uso de las voces, además del tipo de destinatario, puesto que dependiendo de este último se emplearán en los textos más o menos vocablos de este tipo.

En relación al destinatario, es necesario indicar que ambas revistas de moda masculina tienen un número considerablemente menor de anglicismos que las otras dos revistas femeninas. Mientras que tanto en *VOGUE España* y *¡Hola! Fashion* hay alrededor de 42 vocablos ingleses empleados para referirse a elementos relacionados con la moda, en *Esquire* y *GQ España* hay apenas 21, lo que sería menos de la mitad. Según Sanou (2018:191), el porcentaje de mujeres utilizando este tipo de préstamos es de 21%, mientras que el de los hombres es de un 12%, es decir, tenemos un 9% de diferencia, lo cual ratifica la preferencia femenina por las formas de habla inglesa en su comunidad.

5.1 Estudio de anglicismos

Para poder comenzar el estudio de todos los elementos analizados se ha creado una tabla, la cual recoge todos los anglicismos que se refieran únicamente a prendas, accesorios, estilos y elementos relacionados con la moda. Asimismo, se ha incluido información relevante sobre cada anglicismo, como su descripción morfológica, semántica o si está o no recogido en el *DRAE*. La realización de esta tabla se ha visto oportuna para crear un acercamiento general a todos los préstamos ingleses. Un ejemplo del análisis de un anglicismo que veríamos en el anexo es el siguiente:

Anglicismo	Caracterización morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<i>Baggy</i> ¡Hola! Fashion. Diciembre 2020 Pg, 18	Anglicismo crudo. Formado a partir del sustantivo <i>bag</i> (bolsa) y el sufijo “-y” para otorgarle la categoría de adjetivo.	Adjetivo usado para referirse a aquellas prendas que quedan holgadas.	Funciona siempre como adjetivo acompañando a un nombre. No admite el ni el plural ni artículos.	El terciopelo será el encargado de vestirnos las noches más elegantes del año de la mano de trajes sastre, vestidos con bordados y brocados y pantalones “ <i>baggy</i> ”.	No

Como se puede comprobar con este ejemplo, en todas las palabras del anexo, que son un total de 41, se indica su contexto de uso con la página y el nombre la revista en la que aparecen, qué tipo de anglicismo es, su formación, a qué se refiere, si admite el plural o artículos y si está o no admitido en el *DRAE*, es decir, datos que se han visto oportunos añadir sobre cada anglicismos extraído. Sin embargo, a pesar de contar con esta información, a continuación se van a comentar en profundidad un total de nueve anglicismos para poder comprender mejor tanto el origen, como el uso, como algunos rasgos en concreto de estos. Con respecto al criterio de selección de estos anglicismos, se han elegido: voces que han tenido una presencia más notoria en el corpus propuesto; préstamos que se encuentran completamente asimilados en nuestro idioma, y otros anglicismos que destacan por el valor pragmático que aportan al discurso, de ahí la selección que mostramos en este análisis, así como los ofrecidos por completo en el anexo que acompaña a este trabajo.

A la hora de elaborar el análisis de cada palabra, en un primer momento se ha indicado el contexto en el que aparece para comprender con mayor exactitud su significado, y se ha determinado su origen, evolución y función en nuestro idioma. Además, en este análisis también se ha

definido el tipo de anglicismo y si está aceptado o no en ciertos diccionarios españoles de referencia y en el *OD* para comprobar si la acepción que se le ha otorgado en español coincide con la acepción inglesa.

5.1.1 *Vintage*

En primer lugar, hablaremos de la palabra *vintage*, una de las tres más empleadas por las tres revistas:

(1) “(...) presentando una cara distinta a la anterior, cumple la misma promesa: ofrecer la combinación perfecta de clasicismo, deportividad, modernidad, estética *vintage* y calidad”.

GQ España, pp. 54

Vintage es un anglicismo crudo, es decir, es una palabra de origen inglés que ha mantenido en español la grafía y más o menos la pronunciación inglesa, por lo que debe escribirse en cursiva. Además, esta palabra no está recogida en el *DRAE*, aunque sí en otros diccionarios como el *Diccionario General de Vox* donde se define como: //1. adj. Se aplica al objeto o la estética que no es nuevo pero está de moda por su diseño atractivo. // 2. Se aplica al vino de gran calidad conocido por su añada.

Como podemos comprobar, la primera definición iría relacionada a esa idea de algo que a pesar de no ser nuevo, está de moda por su diseño atractivo. Mientras que la segunda indica que el término se emplea para los vinos de gran calidad. Esto resulta curioso debido a que si buscamos en el *Oxford Dictionary (OD)* encontramos el orden opuesto: 1. adj. vintage wine is of very good quality and has been stored for several years. // 2. (British English) (of a vehicle) made between 1919 and 1930 and admired for its style and interest. // 3. typical of a period in the past and of high quality; the best work of the particular person.

Asimismo, aunque en el diccionario de María Moliner (*DUE*) tampoco aparece recogida esta palabra, la página *Martes neológico* sí la recoge e indica que se trata de un préstamo proce-

dente del inglés. La Fundéu tampoco recoge esta palabra e indica que debido a ser un extranjerismo debemos escribirla en cursiva o emplear traducciones en español como “clásico”, “retro”, o “de época”. Por otro lado, en el *CREA* se señala que la primera aparición de la palabra *vintage* en España fue en 1995 en un artículo de prensa titulado *Un dedito de Oporto en Buckingham Palace*.

Según los datos que proporciona el Observatori de Neologia de la Universitat Pompeu Fabra (*OBNEO*), la palabra *vintage* con el significado de “algo que a pesar de no ser nuevo, está de moda por su diseño atractivo” está registrada a partir de 2002. Asimismo, en el *CORPES XXI* *vintage* comenzó a aparecer a partir de ese mismo año en España y su frecuencia ha ido aumentando hasta la fecha, recogiendo un total de 235 resultados.

Con respecto a su origen, este término proviene del anglo-normando *vintage*, y este a su vez del francés antiguo *vendage*, pues los anglicismos antiguos penetraron a través del francés en nuestro país, por lo que realmente es un galicismo que ha llegado a nosotros a través del inglés.

Actualmente, este término se usa para referirse a objetos o accesorios de gran calidad con cierta edad, aunque tampoco tan antiguos como para considerarse antigüedades. A día de hoy su definición se ha generalizado y lo podemos usar para hablar de muebles, decoración, joyas y, evidentemente, moda.

Por otro lado, cabe destacar que *vintage* no es una voz en inglés que se emplee para referirse a una realidad que no existe en nuestro idioma, sino que funciona más bien como una manera de expresar un concepto que en español carece de un significado único específico, además del tono estilístico, el cual añade un valor pragmático.

5.1.2 Shopping

Por otra parte, también encontramos una gran variedad de anglicismos morfológicos formados con el sufijo -ing, como *feeling*, *lifting*, *casting*, *branding* o *shopping*, aunque nosotros nos centraremos en *shopping* debido a que es el único relacionado con la moda:

(2) “Un traje de chaqueta blanco perfectamente coordinado con accesorios al tono y...lista para dar un paseo por la ciudad y empezar con el *shopping* navideño”

¡Hola! Fashion, pp. 24

Para empezar, este anglicismo no se encuentra registrado en el *DRAE*. Asimismo, *shopping*, es uno de los anglicismos más empleados y aparece en repetidas ocasiones a pesar de existir ya una palabra en español que signifique lo mismo, “compras”. Esto refuerza la idea previa de buscar términos que resulten más modernos. Asimismo, aunque en el contexto *shopping* aparezca como un nombre, en español puede adquirir diferentes valores semánticos, como “hacer compras” o “ir de compras”, y se puede combinar con otros conceptos para designar realidades distintas, como *slow shopping*, que consistiría en comprar de forma relajada. Por lo tanto, este anglicismo en concreto aporta economía lingüística y estilo.

Por otra parte, en el *Oxford Dictionary* aparece registrado con el significado que le otorgamos en español: the activity of going to shops and buying things or ordering them online. Sin embargo, esta palabra no se da muchos diccionarios como el *Diccionario General de Vox* ni en el *Martes Neológico*. En cambio, tanto en el *DUE*³ como en la *Fundéu* sí aparece registrada, de hecho, según los datos que proporciona la *OBNEO*, la palabra *shopping* con el significado de “compras” está registrada a partir de 1997. No obstante, en el *CREA* el primer registro en España fue en 1996, es decir, un año antes, en El Diario Vasco con el título de *La participación de Max Center resucita el proyecto para la Brecha*.

³ Diccionario de uso del español (DEU). Shoooping [shópin] (ingl.) 1 m. Más frecuente en Hispanoamérica. Acción de ir de tiendas. // 2 R. PI Centro comercial.

Además, según el *CORPES XXI*, *shopping* comenzó a aparecer tanto en España como en varios países de Latinoamérica en 2001 y cuenta con un total de 161 resultados. Como podemos comprobar, el valor que tienen la mayoría de estas palabras es normalmente pragmático, se usan para conseguir un efecto en el enunciado de originalidad, “internacionalidad” e incluso de diversión. Realmente emplear este tipo de voces en los discursos no es necesario, pues aparecen más bien como transferencias léxicas ocupando el lugar que tendría su versión en español. Algunas voces de este tipo aparecen más esporádicamente, mientras que otras son bastante más recurrentes y tienen la capacidad de aparecer en diversos contextos.

5.1.3 Suéter

Aunque sean los anglicismos crudos los que tienen una mayor presencia, también encontramos calcos semánticos o anglicismos completamente asimilados en la lengua española⁴, como es en el caso de suéter.

(3) “Chaqueta de chándal, suéter y pantalones de algodón WALES BONNER”.

GQ España, pp. 134

En primer lugar, el sustantivo suéter es la adaptación gráfica al español de la palabra en inglés *sweater*, que como podemos comprobar hemos modificado según la forma en la que nosotros pronunciamos esta palabra⁵ que ya está recogida en el *DRAE* y se define como: “m. Prenda de vestir de punto, cerrada y con mangas, que cubre desde el cuello hasta la cintura aproximadamente”.

De la misma manera, también aparece recogida en el *Diccionario General de Vox*, en el *DUE*, donde se indica la procedencia inglesa, y en el *Oxford Dictionary* con el mismo significado

⁴ Al tratarse de un anglicismo asimilado no haría falta que se escribiera en cursiva.

⁵ Véase en el anexo

que en español aunque con la grafía original (*sweater*). No obstante, esta palabra no aparece en espacios como *Martes Neológico* o la *OBNEO*. Además, acorde con la información de la Fundéu su uso corresponde más al de países latinoamericanos, mientras que en España la palabra correcta sería *jersey*.

Si nos centramos en páginas como el *CREA* o *CORPES XXI* podemos comprobar que en la primera suéter aparece registrado por primera vez en España en un artículo de prensa de *La Vanguardia* en 1995, mientras que en el *CORPES XXI*, su primer registro en este país sería en 2001 con una total de 69 resultados, es decir, una muy inferior a la de países como México y Centroamérica, donde hay alrededor de 400 resultados.

5.1.4 Cárdigan

En otro orden de ideas, no todas las palabras de origen inglés se han incluido al español para designar nuevas realidades o para ser una alternativa a la forma española, sino que también hay vocablos que se denominan así por quien lo inventó o puso de moda, como es el caso del cárdigan.

(4) “Gucci cárdigan de punto, 1.300€”

GQ España, pp. 140

El sustantivo cárdigan proviene del inglés *cardigan*⁶, y al igual que suéter es un anglicismo que está completamente asimilado en el idioma español sin haber sufrido muchos cambios, únicamente señalar el acento al tratarse de una palabra esdrújula. Además, sí se encuentra registrado en el *DRAE*: “m. Chaqueta deportiva de punto, con escote en pico, generalmente sin cuello”.

⁶ La palabra *Cardigan* se refiere a una región del País Gales y deriva del galés *Ceredigion* (Tierra de *Ceredig*). *Ceredig* es un nombre propio que deriva de *cerdic* (querido).

Sin embargo, es importante destacar que esta prenda debe su nombre a James Thomas Brudenell, el séptimo conde de Cardigan, pues esta chaqueta formaba parte de su indumentaria habitual a la hora de liderar batallas, pasando a ser una característica concreta del conde que le hizo más famoso aún.

Esta práctica de llamar una a prenda con el nombre de quien la puso de moda o quien la inventó es bastante común dentro del mundo de la moda y la podemos encontrar en numerosas prendas u objetos, como es el caso de *strass*, que proviene del apellido del inventor del material, Josef Strasser.

Al igual que aparece registrada en el *DRAE*, esta palabra también la podemos encontrar en el *Diccionario General de Vox*, en la *OBNEO* desde 1990, en el *Oxford Dictionary* con el mismo significado, y en el *DUE*, donde se indica que su nombre se debe al conde de Cárdigan y que consiste en una “chaqueta de punto con escote en pico”. A pesar de que esta palabra se encuentre en la mayoría de los lugares propuestos para este trabajo, no encontramos su registro en la *Fundéu* ni en el *Martes Neológico*.

Destaca que su primer registro en el *CREA* sea de 1988 en el obra titulada *Los ochenta son nuestros*, por la autora Ana Diosdado: “*Quien abre la puerta es Cris, una chica bonita y resulta, de diecisiete años. Viste un viejo pantalón vaquero y un cárdigan muy abrigado*”. (1988: 8), y 2001 en el *CORPES XXI* con un total de 20 resultados, siendo España el país con más frecuencia de uso de entre los países de habla hispana.

5.1.5 *Fashionísimo*

Con respecto a *fashionísimo*, encontramos el anglicismo crudo *fashion*, pero también encontramos la raíz española *-ísimo*, es decir, se trata de una palabra inglesa que hemos “españolizado”, por lo que podríamos decir que es una palabra híbrida y como tal debe escribirse en cursiva.

(5) *Fashionísimo*

¡Hola! Fashion, pp. 6

Como hemos señalado previamente, *fashionísimo* -que aún mantiene la combinación inglesa “sh”- se compone de la palabra *fashion*, un término que a su vez deriva del latín *faction*, que significa “acción y efecto de hacer”, y que encontramos actualmente con el significado en español de “moda”, debido a que esta también es considerada como una forma de rendimiento. Por otro lado, el sufijo *-ísimo* proviene del latín *-íssimus*, y se emplea para formar el grado superlativo de muchas palabras, como por ejemplo, grande-grandísimo.

Este término nos demuestra la cantidad de derivados que puede generar *fashion*, los cuales, aunque no se encuentren en estas revistas, sabemos que existen debido a su constante presencia en nuestro día a día, como por ejemplo *fashion week*, o *fashion victim* en lugar de sus equivalente en español, que serían “semana de la moda” y “adicto a la moda”. Igualmente, si se opta por utilizar el extranjerismo tenemos que tener en cuenta que, dado que son palabras foráneas que mantienen tanto la pronunciación como la grafía de la lengua de origen, de acuerdo con lo que recomienda el *Diccionario panhispánico de Dudas* (Real Academia Española, 2005) es conveniente escribir estas palabras en cursiva o entre comillas con el objetivo de que los usuarios del español sean plenamente conscientes de que no es una voz propia. Por otra parte, cabe destacar que *fashionísimo* no aparece en un contexto concreto, sino que es el título de una portada, por lo que su uso lleva a la idea de modernidad, originalidad y esa búsqueda de un efecto en el enunciado, por lo que no es una palabra que se emplee para sustituir a una voz en español, sino una palabra con una motivación estilística generalizada construida exclusivamente para llamar la atención en una sección concreta de la revista, algo que afecta en su aparición en diccionarios y páginas online, de hecho, *fashionísimo* no aparece registrada en ninguno de los mencionados anteriormente, su único registro sería en el *CORPES XXI* en el año 2012.

5.1.6 Leggings

Como indicamos al principio del trabajo, el inglés tiene una gran presencia en el sector de la moda. Sin embargo, dentro de este, encontramos una gran variedad de denominaciones en este idioma en relación a nuevas prendas de vestir, a variantes innovadoras de una prenda preexistente o a nuevos tipos de diseños, como por ejemplo *blazer*, para referirse a una chaqueta de vestir con un corte concreto⁷.

Dentro de los préstamos lingüísticos que se refieren a prendas de vestir, aparecen diversos anglicismos de apariencia parcialmente inglesa, como es el caso de *leggings*, que mantiene la "g" geminada y, aunque ha perdido la "g" final (*leggings*), hace el plural inglés añadiendo una "-s" final en vez de una "-es", como correspondería en la norma ortográfica española.

(6) *Leggings* BALENCIAGA

GQ España, pp. 134

El sustantivo *leggings* no aparece recogido en el *DRAE*, en el *Diccionario General de Vox*, en el *Martes Neológico* ni en la Fundéu, aunque sí en la *OBNEO* desde 2010 y en el *OD* con su grafía original (*leggings*), donde se traduce como "mallas" o "leotardos". Lo mismo ocurre en el *DUE*, donde solo aparece la definición de la voz en inglés: *Legging*: [légin] (inglés) m., gralm. pl. Pantalones de tejido fino y elástico que se ajustan al cuerpo. = malla.

Por otra parte, si buscamos *leggings* en el *CORPES XXI*, su primer registro es de 2016, siendo España el país donde más resultados tiene. No obstante, si por el contrario buscamos *leggings*, el primer registro consta de 2003, es decir, hay una diferencia de 13 años entre el primer registro de una palabra y la otra. Además, también es importante mencionar que en el *CREA* solamente se encuentra información de la palabra *leggings*, es decir, la forma inglesa, desde 1997 en un artículo de prensa. Este ejemplo refuerza la idea de que muchos préstamos lingüís-

⁷ Ver en anexo

ticos entraron principalmente en nuestro idioma en su forma inglesa y se encuentran en pleno proceso de asimilación a la pronunciación y grafía españolas.

5.1.7 Streetwear

Es frecuente también en estas revistas, especialmente en las masculinas, la palabra *streetwear*, o simplemente la abreviación *street*⁸, para referirse a un estilo de vestir más bien informal, juvenil y callejero, algo que se puede deducir en el fragmento que hemos extraído, donde se refieren al *streetwear* como algo muy distinto a las prendas premium:

(7) Mezclar el “*streetwear*” con prendas premium es una tendencia emergente, pero no siempre es fácil.

GQ España, pp. 66

Aunque en el fragmento aparezca como un sustantivo, este término es más común emplearlo como un adjetivo para hacer referencia a un “estilo *streetwear*” o un “conjunto *streetwear*”, por lo que se observa que este préstamo resulta bastante rentable puesto que expresa un concepto dado a la vez que aporta novedad al discurso. Además, su uso tiene una función predominantemente referencial debido a que no existe una palabra patrimonial específica para referirse a esto.

En otro orden de ideas, se trata de un anglicismo crudo compuesto básicamente por el sustantivo *street* (calle) y el verbo *to wear* (llevar) que nació principalmente en los años 80 cuando ciertas líneas de moda comenzaron a colaborar con diversas marcas deportivas y artistas de hip-hop, dando como resultado esta tendencia más desenfadada, cómoda, y como su propio nombre indica, “de calle”.

⁸ En palabras de Almela, (1999:202) el acortamiento, abreviación, abreviamiento, forma acortada o truncamiento consiste en la reducción fónica de fonemas o sílabas, normalmente iniciales o finales, de una unidad léxica, dando como resultado una nueva forma léxica que sigue conserva el mismo significado de la forma original.

A pesar del auge que ha vivido este estilo durante los últimos años, *streetwear* aún no se encuentra registrado en el *DRAE*, en el *Diccionario General de Vox*, en el *DUE*, en el *Martes Neológico* o en la Fundéu, aunque sí aparece en el *OBNEO* desde 1998 y en el *OD* con una única acepción: //1, informal clothes of a style worn by young people in cities, especially those who are fans of a particular type of music, sport, culture, etc.

Tanto en el CORPES XXI como en el *CREA* su primer registro consta del año 2002, en este último concretamente en el periódico El País a través de un artículo titulado *El país de las tentaciones*.

5.1.8 Body

Al igual que ocurre con *streetwear*, la palabra *body*, con significado de “una prenda de vestir ajustada que recubre la parte superior del cuerpo”, es bastante común encontrarla en revistas de moda a causa de que es un concepto bastante reciente y en el español aún no existe un significante adecuado para referirse a esta palabra.

(8) En esta página, Lorena con *body* de viscosa y vestido tipo *bustier*, ambos de MUGLER.

VOGUE España, pp. 172

Para empezar, *body* es un anglicismo crudo que proviene del inglés *body* (cuerpo), que a su vez proviene de *bodig*, que significa “tronco, torso o pecho de un hombre o de un animal”, por este motivo se emplea esta palabra para referirse a una prenda que se ajusta a la parte superior del cuerpo, es decir, el tronco.

Cabe destacar que en el *DRAE* no aparece recogida la palabra *body*, sino *bodi*, donde se encontramos la adaptación española de la “y”, y tiene como definición: “1. m. Prenda interior femenina, elástica y ajustada, de una sola pieza, que cubre el tronco”.

Lo contrario ocurre en el *DUE*, en el *Diccionario General de Vox*, y en el *Oxford Dictionary*, donde encontramos la voz inglesa *body* en relación con una prenda femenina muy ajustada al cuerpo que cubre desde los hombros hasta las ingles.

Por otro lado, aunque no se da en la página el *Martes Neológico* sí aparece en la *Fundéu*, donde se propone, al igual que el *DRAE*, el uso de la adaptación gráfica *bodi* (plural *bodis*), por lo que en este caso en lugar de un anglicismo crudo tendríamos un anglicismo en periodo de aclimatación, los cuales según Emilio Lorenzo se caracterizan por haber sufrido ciertos cambios ya sea en la grafía o en la pronunciación.

Finalmente, señalar que en la *OBNEO* *body* aparece registrada desde 1991, en el *CREA* en 1994 y en el *CORPES XXI* desde 2001 con un total de 177 resultados. Por lo tanto, a pesar de no haber una palabra concreta en español para referirse a este tipo de prendas de vestir tanto para mujeres como para bebés, se ha comprobado que este préstamo lingüístico es muy recurrente debido a la fama de la prenda gracias a las modelos de los años 90, quienes los lucían convirtiéndolos en icono de una época y pasando a ser actualmente lo que se conoce como “un fondo de armario”.

5.1.9 Choker/ Gargantilla

Si bien es cierto, varios anglicismos en estas revistas se utilizaron para detallar el tamaño o el color de una prenda, todos ellos crudos, como por ejemplo *nude*⁹, *midi*¹⁰ el anteriormente mencionado *baggy*¹¹ u *oversize*¹², y ninguno de ellos aparecen en el *DRAE*. Sin embargo, en este trabajo finalizaremos el análisis de algunos de estos préstamos con las palabras *choker* y *gargantilla*, dos términos cuyo significado es el mismo pero que encontramos en las revistas propuestas con su forma española y con su forma inglesa.

⁹ Unidad registrada en la base de datos del Observatori de Neologia (OBNEO), desde el año 2006.

¹⁰ Unidad registrada en la base de datos del Observatori de Neologia (OBNEO), desde el año 2009.

¹¹ Unidad registrada en la base de datos del Observatori de Neologia (OBNEO), desde el año 2010.

¹² Unidad registrada en la base de datos del Observatori de Neologia (OBNEO), desde el año 2002.

(9) Falda con tirante de Hermès, *top* de Rellik, gargantilla con crucifijo y cadena larga de Chrome Hearts.

Esquire, pp. 127

(10) Un *top* con *choker*.

¡Hola! Fashion, pp. 26

En este caso, al encontrar las dos voces se demuestra que el uso del préstamo *choker* no se debe a que se refiere a una nueva realidad que no se encuentre en el idioma español, sino que es usado principalmente para conseguir efectos de “internacionalidad” o énfasis en la lectura y en ocasiones economía lingüística. Además, este valor pragmático se debe a que este tipo de voces extranjeras pueden llegar a ser innecesarias, pues aparecen como una transferencia léxica que sustituye a la forma española. Aunque conviene indicar que este tipo de voces tienen un carácter predominantemente esporádico y solo se dan en contextos puntuales y en revistas como *¡Hola! Fashion*, donde también hay contenido relacionado con la prensa rosa, y no tanto en revistas como *VOGUE* o *Esquire*.

La palabra gargantilla tiene su primer registro en el *CREA* en el año 1996, mientras que en el *CORPES XXI* el primer año de registro sería el 2001. Se registra también en el *DUE*¹³ y en el *DRAE*, siendo su segunda acepción la relacionada con un “f. adorno que rodea el cuello”. No obstante, no aparece en el *Diccionario General de Vox* y tampoco en la *OBNEO* o en el *Martes Neológico* aparece ningún registro de esta palabra. Aunque en el glosario de la moda creado por la Fundéu obtenemos la definición de esta palabra junto con la de *choker*: “Collar corto que ciñe la parte media o inferior del cuello.”, que coincidiría con la definición que se recoge de la voz en inglés en el *OD*: “a piece of jewellery or narrow band of cloth worn closely around the neck.”

Asimismo, aunque el significado sea el mismo, que gargantilla esté recogido en el *DRAE* no implica que *choker* también lo esté, de hecho, tampoco aparece en el *Diccionario General de*

¹³ 1. f. Collar corto. 2 Cuenta de collar

Vox, en el *Martes Neológico*, en el *CORPES XXI*, ni en el *DUE*. Pese a esto, *choker* sí se encuentra registrada en la *OBNEO* desde el año 2012, y en el *CREA* desde 1985, es decir, mucho antes que *gargantilla*.

En definitiva, a pesar de habernos centrado en el análisis un número muy corto de palabras, se ha podido constatar la distinta motivación a la que responden algunos de los préstamos empleados en las revistas, algunos aportan un valor pragmático, estilo o economía lingüística, y otros hacen referencia a elementos que no poseen una palabra específica en español o porque se refieren a una realidad nueva, entre otras cosas. Por lo tanto, los lectores y lectoras de las revistas se enfrenta a entre tipo de préstamos al comenzar la lectura e incluso pueden desconocer algunos de ellos y no comprender adecuadamente el contenido, pues la gran presencia de estas voces inglesas en las páginas exigen un vocabulario mínimo en inglés.

6. Conclusión

En este trabajo se ha determinado la inclusión y uso de voces extranjeras de cuatro revistas de moda españolas, pues como se ha ido comprobando, entre los anglicismos léxicos y sintácticos que encontramos en la actualidad destacan aquellos relativos al ámbito de la moda. Además, como señala Medina López (1996:28), aunque no haya un terreno exclusivo para el inglés debido a que se trata de un idioma que se puede arraigar con más fuerza en un terreno o en otro, el vestuario y la moda es uno de los campos léxicos con índice más alto de presencia de anglicismos léxicos o sintácticos

Gracias a importantes estudios como los de Alfaro, Chris Pratt o Emilio Lorenzo, hemos establecido una definición de anglicismo y nos hemos acercado a las diversas clasificaciones de las que dispone.

Para empezar, podemos afirmar que nuestra hipótesis y objetivo principal se ha cumplido ya que el número de anglicismos, sobre todo en las dos revistas femeninas, es bastante elevado y no es extraño encontrar en un mismo párrafo dos o más voces inglesas. Sin embargo, la mayoría de estos no están aceptados por el *DRAE*, lo que indica que estos vocablos son voces relativamente nuevas que se están incorporando poco a poco en nuestro lenguaje, aunque también deja ver que la Real Academia Española no está muy a favor de la inclusión de anglicismos en su diccionario.

Por otra parte, también se han cumplido los objetivos secundarios relacionados con la recopilación de información y con el análisis de una gran cantidad de préstamos ingleses, de hecho, la mayoría de los préstamos seleccionados, tales como *trendy*, y muchos otros que podemos encontrar en el anexo, como *jeans o shorts*, tienen un valor pragmático, es decir, buscan efectos de estilo, expresividad o economía lingüística, pues la mayoría de las voces seleccionadas tienen un equivalente en español. Cabe destacar que la mayoría de personas que leen revistas dedicadas a estos temas están acostumbradas a esta manera de construir un texto y conocen la mayor parte de las expresiones, ya sea por el contexto en sí o porque realmente conocen la expresión, lo que no sorprendería debido a que la lengua inglesa se imparte en las escuelas

desde edades muy tempranas, en España concretamente desde los 3 años en educación infantil.

Asimismo, también se ha cumplido el objetivo relacionado con los factores que influyen en la presencia de voces inglesas en este sector y se ha visto que, a causa del mundo globalizado en el que vivimos y gracias a Internet y las redes sociales, el ámbito de la moda es capaz de llegar a una velocidad desorbitada a usuarios de diferentes partes del planeta, lo que permite y facilita la entrada de diversas unidades léxicas en lenguas de todo el mundo. No sería erróneo pensar que la importancia de esta lengua aumentará día a día debido a que cada vez más gente necesitará -o querrá- comunicarse en inglés. No hay duda de que este idioma, junto con el español, es la lengua que más se enseña, se habla y se lee en estos momentos en todo el mundo.

Personalmente, extraigo como ideas principales de este trabajo que actualmente el inglés es la lengua de moda por excelencia y es prácticamente imposible hablar de moda sin utilizar anglicismos, incluso aunque nuestro idioma cuente con palabras propias para referirse a esa misma idea. No obstante, como hemos ido señalando a lo largo del trabajo, muchas de estas voces se emplean por motivos estilísticos para buscar la atención de los lectores o por la economía del lenguaje. Finalmente, me gustaría destacar que el mundo de la moda se mueve por tendencias y están cambian a una velocidad mayor que el lenguaje en sí, por lo que muchas veces no da tiempo físico a crear una palabra en un idioma para referirnos a ese nuevo concepto de moda, lo que podría justificar en cierto modo el constante uso de anglicismos en textos de moda.

Para finalizar esta conclusión, es necesario añadir que el estudio del anglicismo en el sector de la moda en español es un tema que se puede abordar de distintas maneras y que en un futuro se puede seguir investigando, no solo mediante revistas de moda de hombres y mujeres, sino también a través de la comparación entre estas revistas y otras muy anteriores, o también mediante la comparación del uso de los anglicismo en español con el de otras lenguas románicas. En definitiva, existen una gran variedad de opciones con las que continuar el estudio de estos préstamos lingüísticos en este sector tan interesante.

7. Bibliografía

Agulló Benito, Inmaculada. (2016): *El léxico de la moda en la traducción del inglés al español de la novela The Devil Wears Prada*. España. Universidad de Alicante.

Alessandra, Sonia. (2015): *El curioso lenguaje de la moda en el español como lengua extranjera: para no perderse entre préstamos lingüísticos y neologismos*. Centro Virtual Cervantes. 2015

Alfaro, R. (1948): *El anglicismo en el español contemporáneo*, en Thesaurus, 4. En *El léxico de la moda en la traducción del inglés al español de la novela The Devil Wears Prada* de Inmaculada Agulló Benito, España, 2016.

Almela Pérez, R. (1999): *Procedimientos de formación de palabras en español*, (ed) Barcelona, Ariel. En María Estornell Pons (2012): *Préstamos del inglés en revistas femeninas: entre la necesidad denominativa y la estrategia pragmática*, España, Universidad de Valencia, pp. 13.

Cabré, M.T. y Gómez de Enterría, J. (2006): *La enseñanza de los lenguajes de especialidad. La simulación global*, Madrid, Gredos. En A. Benito Ruiz (2015): *Aproximación terminológica y terminográfica al léxico de la moda: el caso de ZARA*, España, Universidad de Cantabria, pp.14. Consultado en: <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/7865/TFG.ABR.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [12/03/21]

Castillo Carballo, M^o Auxiliadora. (2006): *El préstamo lingüístico en la actualidad. Los anglicismos*. Biblioteca de recursos electrónicos de humanidades. Liceus. Madrid.

CORPES XXI, Corpus del Español del siglo XXI: <http://web.frl.es/CORPES/view/inicioExterno.view;jsessionid=1B1DC3B36A5413B06E97941389F82AD0> [17/05/21]

CREA, Corpus de Referencia del Español Actual: <http://corpus.rae.es/creanet.html> [17/05/21]

Crowley, T. Y. C. Bower (2021): *An introduction to historical linguistics*. Oxford: Oxford University Press. Extraído de:

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=_N8v-s6fyt0C&oi=fnd&pg=PR15&dq=crowley+++An+introduction+to+historical+linguistics&ots=O72yBqJvXQ&sig=Ysp0o_-YEu6G4ryXC7FEugWDnlvk#v=onepage&q=crowley%20%20%20An%20introduction%20to%20historical%20linguistics&f=false

Diccionario Etimológico Castellano En línea (2001-2021) <http://etimologias.dechile.net> [16/05/21]

Diccionario General Vox (1945) <https://www.vox.es>

Diccionario Etimológico Castellano En línea (2001-2021) diccionario Panhispánico de dudas, Real Academia Española (2005), <https://www.rae.es/dpd/> [16/05/21]

Estornell, M. (2012). “Préstamos del inglés en revistas femeninas: entre la necesidad denominativa y la estrategia pragmática”. *Pragmalingüística* (20). En Lucila María Pérez Fernández, Carla Gutiérrez Fernández (2019): *¿Se puede hablar de moda sin extranjerismos?*. Cuadernos de Investigación Filológica 45. Consultado en: <http://doi.org/10.18172/cif.3892>. [17/05/21]

Gimeno, Francisco y María Victoria Gimeno (1991): *El estado de la cuestión sobre el anglicismos léxico*, en Actas del III Congreso Internacional de El Español de América, en C. Hernández et al. (eds), Valladolid. En Medina López, Javier. (1996): *El anglicismo en el español actual*, España, (ed) Arco Libros S.L.

Graddol, David. (1997): *A guide to forecasting the popularity of the English language in the 21st century*. The British Council. UK. Consultado en: https://www.teachingenglish.org.uk/sites/teacheng/files/pub_learning-elt-future.pdf [27/01/21]

Gómez Capuz, Juan. (2005): *La inmigración léxica*. Madrid: Arco Libros.

González Ruíz, Ramón, Olza, Inés, Lourdes Lamas, Óscar (2019): *Lengua Cultura, Discurso. Estudios ofrecidos al profesor Manuel Casado Velarde*. Universidad de Navarra, Pamplona. (eds), EUNSA. Consultado en: <HMC-Felix-Rodriguez.pdf> [27/01/21]

- Hockett, C. (1971) *Curso de lingüística moderna*. Buenos Aires: Eudeba. En Elena Fernández de Molina Ortés. (2014): *Aportación al estudio de los anglicismos en el español actual. El uso de las voces procedentes del inglés en Mérida (Badajoz)*, REVISTA ELECTRÓNICA DE LINGÜÍSTICA APLICADA (ISSN 1885-9089), p, 196
- Huyke Freiría, Isabel. (1978): *Anglicismos en el vocabulario culto de San Juan: cuatro campos léxicos*. En J. Medina López (ed.) *El anglicismo en el español actual*, España, Arco Libros S.L. p. 16.
- Instagram. (20/12/2017): *El “boom” de Instagram en el universo de la moda y la belleza*. Consultado en: https://business.instagram.com/blog/the-boom-of-instagram-in-the-universe-of-fashion-and-beauty?locale=es_ES [29/12/20]
- Flórez, Luis. (1965): *Reseña a «Ricardo J. Alfaro. Diccionario de anglicismos. Segunda edición»*. *Thesaurus*. Tomo XX. Núm. 1. Extraído de: https://cvc.cervantes.es/lengua/thesaurus/pdf/20/TH_20_001_154_0.pdf [02/05/21]
- Fundéu. (2005) Fundación del Español Urgente, BBVA: <http://www.fundeu.es/categorias/> [17/05/21]
- Lorenzo, Emilio. (1996): *Anglicismos hispánicos*. Madrid: Gredos
- Martes neológico: <http://blogsevc.cervantes.es/martes-neologico/> [17/05/21]
- Martinez Ferrero, Nerea. (2014): *Situación y Evolución del Mercado de la Moda: Análisis de la Percepción del Consumidor de E-fashion*. España. Extraído de: https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/3845/71453105V_GMIM_julio2014.pdf?sequence=1 [03/05/21]
- Medina López, Javier. (1996): *El anglicismo en el español actual*, España, (ed) Arco Libros S.L.
- Moliner María (2004): *Diccionario de uso del español*. 2ª ed., 5ª reimp. Madrid: Gredos.

OBNEO. (1988) Observatori de Neologia: <http://obneo.iula.upf.edu/bobneo/> [17/05/21]

Oxford Dictionary.: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> [16/05/21]

Pratt, Chris. (1980): *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Madrid: Gredos.

Real Academia Española. (2001): Diccionario de la lengua española (DRAE), vigésima segunda edición. Consultado en: <https://www.rae.es>

Revista GQ España, Nº 270: *Arón Piper*. Diciembre 2020/Enero 2021.

Revista ¡Hola! Fashion España, Nº XCVIII: *La ilusión de celebrar*. Diciembre 2020.

Revista Esquire, Nº 150: *Neil Patrick Harris, La América que (sí) amamos*. Febrero 2021

Revista VOGUE España, Nº393: *Celebrar la cultura*. Diciembre 2020

Sanou, Rosa María. (2018): *Anglicismos y redes sociales*. España, Cuadernos de la ALFAL. Consultado en: https://www.mundoalfal.org/sites/default/files/revista/10_cuaderno_012.pdf [17/05/21]

Stone, H. (1957): *Los anglicismos en España y su papel en la lengua oral*, en *Revista de Filología*, 41, pp. 141-160. En *El léxico de la moda en la traducción del inglés al español de la novela The Devil Wears Prada* de Inmaculada Agulló Benito, España, 2016.

Vázquez Amador, María. (2016): *El tratamiento de un corpus de anglicismos de la prensa mexicana del siglo XX en los diccionarios de la RAE*. 2016. Consultado en: <https://docplayer.es/35851074-El-tratamiento-de-un-corpus-de-anglicismos-de-la-prensa-mexicana-del-siglo-xx-en-los-diccionarios-de-la-rae.html> // *Los anglicismos de la moda en pa prensa rosa española*. (2018) Onomázein. Revista de lingüística, filología y traducción. Cádiz. Consultado en: http://onomazein.letras.uc.cl/Articulos/N40/40_3-Vazquez.pdf [09/05/21]

Vega Falcón, Nadia. (2017): *Anglicismos en prensa de moda internacional y su uso a través de las TIC por parte de estudiantes universitario*. España. Consultado en: <https://accris.ulpgc.es/handle/10553/54045> [23/04/21]

8. Anexo: Tabla de anglicismos extraídos y análisis general

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<i>Fashionísimo</i> ;Hola! Fashion. Diciembre 2020. Pg 6	Anglicismo en periodo de aclimatación. Formado a partir de la raíz <i>fashion</i> y el sufijo “-ísimo”.	Adjetivo superlativo de <i>fashion</i> .	Funciona siempre como adjetivo, ya sea masculino o femenino. No admite artículo ni plural.	(Título)	No
<i>Look</i> ;Hola! Fashion. Diciembre 2020. Pg10	Anglicismo crudo. Procede de la voz germánica <i>laeken</i> y el alto alemán <i>luegen</i> con mismo significado de apariencia, aspecto.	Sustantivo. Aspecto exterior, estilo o imagen a la hora de vestir.	Funciona siempre como sustantivo. Admite el artículo “el” y la forma en plural “looks” con el mismo significado.	Actualiza tu <i>look</i> navideño con toque sorprendentes: una redecilla, un lazo, cuello babero y pequeños fruncidos.	Sí
<i>Clutch</i> ;Hola! Fashion. Diciembre 2020 Pg, 16	Anglicismo crudo. Proviene del inglés medio <i>clucchen</i> , variante del inglés viejo <i>clyccan</i> , que significa “tensar”, ya que <i>clutch</i> como verbo tiene como significado “agarrar”. Por ese motivo se emplea el sustantivo para referirse a los bolsos que hay que sujetarlos con la mano.	Sustantivo. Bolso de mano o sobre.	Funciona como sustantivo y como adjetivo acompañando a “bolso”. Admite al artículo “el” y como sustantivo el plural “clutches”.	(Título)	No

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<i>Baggy</i> ¡Hola! Fashion. Diciembre 2020 Pg, 18	Anglicismo crudo. Formado a partir del sustantivo <i>bag</i> (bolsa) y el sufijo “-y” para otorgarle la categoría de adjetivo.	Adjetivo usado para referirse a aquellas prendas que quedan holgadas.	Funciona siempre como adjetivo acompañando a un nombre. No admite el ni el plural ni artículos.	El terciopelo será el encargado de vestirnos las noches más elegantes del año de la mano de trajes sastre, vestidos con bordados y brocados y pantalones “ <i>baggy</i> ”.	No
<i>Shopping</i> ¡Hola! Fashion. Diciembre 2020. Pg, 24	Anglicismo crudo. Formado a partir de verbo <i>shop</i> (comprar) y el sufijo “-ing” para otorgarle, en este caso, la función de sustantivo.	Sustantivo. Acto de comprar, en especial prendas de ropa. <i>Shopping</i> en español, a parte de significar “compras”, puede adquirir diferentes valores semánticos, como “hacer compras” o “ir de compras”	<i>Shopping</i> puede aparecer con o sin artículo “el” y se puede combinar con otros conceptos para designar realidades distintas, como <i>slow shopping</i> , que consistiría en comprar de forma relajada.	Un traje de chaqueta blanco perfectamente coordinado con accesorios al tono y...lista para dar un paseo por la ciudad y empezar con el “ <i>shopping</i> ” navideño.	No

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<i>Outfits</i> ¡Hola! Fashion. Diciembre 2020 Pg, 25	Anglicismo crudo. Formado a partir de <i>out</i> (preposición) + <i>fit</i> (verbo) + el plural “-s”.	Sustantivo. Conjunto de atuendos que lleva una persona en un momento determinado.	Funciona siempre como sustantivo. Admite el artículo "el" y el plural “outfits” con el mismo significado.	Con unas medias tupidas o unos calcetines de lana gruesa haremos frente al frío y pondremos un toque de estilo a los <i>outfits</i> “que reinan” fuera de la pista.	No
<i>Choker</i> ¡Hola! Fashion Diciembre 2020 Pg, 26	Anglicismo crudo. Proviene del verbo <i>choke</i> (ahogar) + el sufijo “-er” para formar el sustantivo.	Sustantivo. Collar que se ajusta alrededor del cuello.	Funciona siempre como sustantivo. Admite artículo y plural “chokers”.	Un <i>top</i> con <i>choker</i> .	No

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<p><i>Glamour</i> ¡Hola! Fashion Diciembre 2020 Pg, 46</p>	<p>Anglicismo crudo que en ocasiones aparece en periodo de aclimatación con su forma “<i>glamur</i>”. Proviene del escocés <i>glamour</i>, una alteración del inglés <i>grammar</i> que provenía del latín <i>grammatica</i>. La palabra escocesa tenía significado de “hechizo”, por esta razón ha evolucionado a “un encanto que fascina”.</p>	<p>Adverbio. Encanto o atractivo que tiene una persona o cosa que hace que resalte sobre el resto.</p>	<p>Funciona como adverbio, sustantivo y adjetivo, en este último caso se añade el sufijo -oso y se realiza con el anglicismo en periodo de aclimatación “<i>glamur</i>” = “<i>glamuroso</i>”.</p>	<p>Abrigarte con “<i>glamour</i>”, recrearte en los accesorios, brindar con los amigos a la mágica luz de una exóticas velas y ser fiel a tu perfume de siempre.</p>	<p>Sí</p>
<p><i>Minimal</i> ¡Hola! Fashion Diciembre 2020 Pg, 47</p>	<p>Anglicismo crudo. Proviene del latín <i>minimus</i> (lo más pequeño)+ “-al”, sufijo que indica que “tiene la forma o característica de”.</p>	<p>Adjetivo. Concepto que se refiere a aquellas prendas o estilos que se basan en el minimalismo.</p>	<p>Funciona siempre como adjetivo. No admite plural pero sí el artículo “lo”.</p>	<p>Este botín con tejido técnico y estética <i>minimal</i> (c.p.v) de aires nipones es una propuesta de <i>sneaker</i>, de Salvatore Ferragamo.</p>	<p>No</p>

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<i>Sneaker</i> ¡Hola! Fashion Diciembre 2020 Pg, 47	Anglicismo crudo. El término <i>sneakers</i> tiene de la palabra <i>sneak</i> que significa moverse con sigilo o furtivamente y proviene del inglés antiguo <i>snican</i> .	Sustantivo. Zapatilla deportiva.	Funciona siempre como sustantivo. Admite el artículo “los” en su forma plural “ <i>sneakers</i> ”.	Este botín con tejido técnico y estética <i>minimal</i> (c.p.v) de aires nipones es una propuesta de <i>sneaker</i> ; de Salvatore Ferragamo.	No
<i>Fashion</i> ¡Hola! Fashion Diciembre 2020 Pg, 53	Anglicismo crudo. Proviene del inglés <i>fashion</i> , que a su vez deriva del latín <i>faction</i> , que significa “acción y efecto de hacer”. Ha evolucionado con el significado actual debido a que la moda también es una forma de rendimiento.	Adjetivo. Estar a la moda.	Siempre funciona como adjetivo y no admite ni plural ni artículo.	Cala Moragas también suspira por el mundo <i>fashion</i> .	No

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<i>Crop tops</i> ¡Hola! Fashion Diciembre 2020 Pg, 88	Anglicismo crudo. Formado a partir de <i>crop</i> (verbo) + <i>top</i> (sustantivo). Se comenzó a usar en los años 40 para referirse a los tops cortos, debido a que <i>crop</i> significa “recortar”.	Sustantivo. Prenda de vestir con la parte inferior de pecho cortada dejando a la vista el abdomen.	Funciona siempre como sustantivo. Admite el artículo “el” y el singular “ <i>crop top</i> ”.	Cazadoras cortas de cuero, <i>crop tops</i> , <i>mom jeans</i> , zapatillas deportivas y taconazos.	No
<i>Mom Jeans</i> ¡Hola! Fashion Diciembre 2020 Pg, 88	Anglicismo crudo. Formado a partir de <i>mom</i> (sustantivo) y <i>jeans</i> (sustantivo). Recibe este nombre debido a que eran los pantalones que llevaban las mujeres en los años 90, es decir, la época las madres de los actuales adolescentes llevaban pantalones de este estilo.	Sustantivo. Pantalón de tiro alto y anchos que estaban de moda en los años ochenta.	Funciona siempre como sustantivo. Admite el artículo “los”, no admite la forma en sustantivo.	Cazadoras cortas de cuero, <i>crop tops</i> , <i>mom jeans</i> , zapatillas deportivas y taconazos.	No

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<i>Blazer</i> ¡Hola! Fashion Diciembre 2020 Pg, 99	Anglicismo crudo que en ocasiones aparece en periodo de aclimatación con su forma bléiser. Deriva del verbo inglés “to blaze” que significa “brillar”, que a su vez proviene del inglés antiguo <i>blase</i> .	Sustantivo. Chaqueta de vestir caracterizada por un corte más casual y accesorios como bolsillos de parche o botones metálicos.	Funciona siempre como sustantivo. Admite el artículo “la” y el plural “ <i>blazers</i> ”.	<i>Blazer</i> de lentejuelas negras, botones plateados y bordados.	No
<i>Slingback</i> ¡Hola! Fashion Diciembre 2020 Pg, 99	Anglicismo crudo. Compuesto por <i>sling</i> (adjetivo) + <i>back</i> (preposición)	Adjetivo. Estilo de zapato femenino con parte trasera abierta, la cual se sujeta con una tira.	Funciona como adjetivo y como sustantivo. No admite ni plural ni artículos.	Zapato <i>slingback</i> .	No
<i>Nude</i> ¡Hola! Fashion Dicembre 2020 Pg, 103	Anglicismo crudo. Procede del latín <i>nudus</i> y <i>nudare</i> , que dio en griego la palabra <i>gymnós</i> (desnudo). Por este motivo se refiere a la tonalidad semejante al tono de la piel.	Sustantivo. Tonalidad de algo, similar tono de la piel.	Funciona como adjetivo y como sustantivo. No admite ni artículo ni plural “ <i>nudes</i> ” ya que tendría un significado distinto.	Es tiempo de soñar, de probar ese <i>nude</i> de labios tan <i>trendy</i> que tanto te gusta, aquellas sombras de ojos de acabado brillante, ese <i>blush</i> , que tenías reservado...(...)	No

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<i>Trendy</i> ¡Hola! Fashion Diciembre 2020 Pg, 103	Anglicismo crudo. formado a partir del sustantivo <i>trend</i> (tendencia) + el sufijo “-y”, que designa una cualidad y le otorga la categoría de adjetivo. Comenzó a usarse a mediados del siglo XX.	Adjetivo empleado para referirse a una persona o prenda a la moda, vanguardista o moderna.	Funciona solo como adjetivo. No admite ni artículo ni plural.	Es tiempo de soñar, de probar ese <i>nude</i> de labios tan <i>trendy</i> que tanto te gusta, aquellas sombras de ojos de acabado brillante, ese <i>blush</i> , que tenías reservado...(…)	No
<i>Jersey</i> Esquire Febrero 2021 Pg, 47	Anglicismo asimilado. Su nombre viene de la isla de Jersey, entre Inglaterra y Normandía debido a que era la ropa que los pescadores de esa zona usaban.	Sustantivo. Prenda de vestir de lana, algodón o alguna fibra sintética, cerrado o abierto por la parte delantera. Generalmente de manga larga, que cubre el cuerpo hasta la cadera o medio muslo.	Funciona siempre como sustantivo. Admite el artículo "el" y el plural “jerseys”	Jersey de North Sails	Sí

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<i>Husky</i> Esquire Febrero 2021 Pg, 57	Anglicismo crudo. Palabra de origen anglosajón que se refiere a una raza de perro. Se refiere a este tipo de chaquetas debido a que sus creadores querían un abrigo ligero para poder sacar a su perro, que era un <i>husky</i> .	Sustantivo. Tipo de chaqueta acolchada de origen húngaro creada inicialmente para aviadores.	Funciona como adjetivo y como sustantivo, en esta última forma admite el artículo “el” y el plural “ <i>huskies</i> ”.	L a c h a - q u e t a d e c a z a d e a c o l c h a d o p i j o q u e l u c i m o s e n l o s 8 0, e l h u s k y d e t o d a l a v i d a, r e - g r e s a e n v e r s i ó n 3.0 d e l a m a n o d e l a f i r m a e s p a ñ o l H o u s e o f B o w s.	No
<i>Tennis Jumper</i> Esquire Febrero 2021 Pg, 58	Anglicismo crudo. Formado a partir de los sustantivos <i>tennis</i> y <i>jumper</i> , (saldador/a) ya que estas deportivas fueron creadas específicamente para jugar al tenis y por su tipo de suela, que provoca que en vez de sentir que pises, saltes.	Sustantivo. Tipo de deportiva caracterizada por tener una suela que amortigua la pisada y alivia la presión que se ejerce en las rodillas.	Funciona siempre como sustantivo. Admite el artículo “las” pero no el plural.	En la imagen, Manuel Ordovás lleva Jeans 01, camisa de rayas y <i>Tennis Jumper</i> todo de <i>Maour Studio</i> .	No

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<i>Total look</i> Esquire Febrero 2021 Pg, 89	Anglicismo crudo. Proviene de los sustantivos <i>look</i> (aspecto) y <i>total</i> , que proviene del latín <i>totus</i> (todo).	Sustantivo que hace referencia a vestir de la misma marca o del mismo color.	Funciona siempre como sustantivo. Admite el artículo "el" y el plural " <i>total looks</i> ".	En la foto, en una tienda de alimentación con <i>total look</i> de Prada.	No
Gargantilla Esquire Febrero 2021 Pg, 127	Calco. Compuesto por el sustantivo garganta + el sufijo "-illa", que indica como valor diminutivo o afectivo.	Sustantivo. Collar que se ajusta alrededor del cuello.	Siempre funciona como sustantivo. Admite el artículo "la" y el plural "gargantillas" con el mismo significado.	Falda con tirante de Hermès, <i>top</i> de Re-llik, gargantilla con crucifijo y cadena larga de Chrome Hearts.	Sí
Bómbier Esquire Febrero 2021 Pg, 149	Anglicismo asimilado. Formado a partir del sustantivo <i>bomb</i> (bomba) + "-er". Prenda creada para los pilotos de combate que lanzaban bombas desde sus aviones, los cuales se llamaban <i>bombers</i> .	Sustantivo. Chaqueta deportiva ancha y acolchada con cierre de cremallera delantero y puños y cintura elásticos.	Funciona como adjetivo y como sustantivo, en este último caso admite el artículo "la" y el plural " <i>bómbiers</i> ".	En esta página, camiseta del modelo, camisa de Angelos Frenzoz, chaqueta de Guess by marciano, bómbier y pantalón de Stone Island y zapatillas de Rombaut.	No

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<p>Pre-spring GQ España Diciembre 2020/enero 2021 Pg, 30</p>	<p>Anglicismo crudo. Formado a partir del sustantivo <i>spring</i> (primavera) y el prefijo “pre-“, que indica anterioridad..</p>	<p>Adjetivo. Previo a la primavera.</p>	<p>Funciona siempre como adjetivo y no admite ni artículo ni plural.</p>	<p>(...) la colección Pre-Spring que Louis Vuitton acaba de presentar en colaboración con la liga de <i>basket</i> más importante del mundo.</p>	No
<p>Vintage GQ España Diciembre 2020/ enero 2021 Pg, 54</p>	<p>Anglicismo crudo. La palabra <i>vintage</i> proviene del anglo-normando <i>vintage</i>, y este a su vez del francés antiguo <i>vendage</i>, pues los anglicismos antiguos penetraron a través del francés en nuestro país, por lo que realmente es un galicismo que ha llegado a nosotros a través del inglés.</p>	<p>Adjetivo. Cualidad que se designa a una prenda o accesorio con cierta edad, que aún no pueden ser catalogadas como antigüedades, pero que han mejorado con el paso del tiempo.</p>	<p>Funciona como adjetivo y sustantivo. No admite el plural pero sí artículo como sustantivo.</p>	<p>(...) presentando una cara distinta a la anterior, cumple la misma promesa: ofrecer la combinación perfecta de clasicismo, deportividad, modernidad, estética <i>vintage</i> y calidad.</p>	No

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<i>Streetwear</i> GQ España Diciembre 2020/enero 2021 Pg, 66	Anglicismo crudo. Compuesto por el sustantivo <i>street</i> (calle) y el verbo <i>to wear</i> (llevar).	Sustantivo. Hace referencia al estilo de ropa casual famoso en USA a finales de los 90. Ropa de calle.	Funciona como adjetivo y como sustantivo, en este último caso admite el artículo "el" pero nunca la forma en plural " <i>streetwears</i> ".	Mezclar el " <i>street-wear</i> " con prendas premium es una tendencia emergente, pero no siempre es fácil.	No
Jeans GQ España Diciembre 2020/ enero 2021 Pg, 134	Anglicismo crudo. Proviene de la palabra inglesa <i>jean</i> , que a vez viene del francés <i>jean fustian</i> , la cual se refería a una tela de algodón de Génova.	Sustantivo. Pantalón largo de tela vaquera o tejana.	Funciona siempre como sustantivo. Admite el artículo "los" pero no el singular " <i>jean</i> ".	Sudadera y <i>jeans</i> acolchados TELFAR.	Sí
<i>Leggins</i> GQ España Diciembre 2020/ enero 2021 Pg, 134	Anglicismo crudo. Formado a partir de <i>leg</i> (pierna) + "-ing", que se usa para designar, en este caso, la categoría de sustantivo.	Sustantivo. Prenda elástica ajustada que se usa sobre las piernas.	Funciona siempre como sustantivo y admite el singular " <i>leggin</i> " y el artículo "los" y "el".	<i>Leggins</i> BALENCIAGA.	No

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<p>Suéter GQ España Diciembre 2020/ enero 2021 Pg, 134</p>	<p>Anglicismo asimilado. Deriva de <i>sweater</i> (el que suda), es decir, <i>swear</i> (sudor) más el sufijo “-er” indicando agente.</p>	<p>Sustantivo. Prenda elástica de lana, algodón u otra fibra sintética que cubre el cuerpo hasta la cadera, cerrado o abierto por delante y generalmente de manga larga.</p>	<p>Funciona siempre como sustantivo. Admite el plural “suéteres” y los artículos “el” y “los”.</p>	<p>Suéter y pantalones de algodón WALES BONEER.</p>	<p>Sí</p>
<p>Oversize GQ España Diciembre 2020/ enero 2021 Pg, 133</p>	<p>Anglicismo crudo. Formado a partir de <i>Over</i> (adjetivo) + <i>size</i> (sustantivo) .</p>	<p>Adjetivo. Rasgo que tienen algunas prendas de ropa debido a que su corte es más amplio.</p>	<p>Funciona como adjetivo y como sustantivo. No admite plural pero sí el artículo “lo” como sustantivo.</p>	<p>Modelos de abrigo <i>oversize</i> de lana MARNI.</p>	<p>No</p>
<p>Unisex GQ España Diciembre 2020/ enero 2021 Pg, 143</p>	<p>Anglicismo en periodo de aclimatación. Proviene del inglés <i>unisex</i>, con mismo significado, formado a partir de <i>uni</i> + <i>sex</i>.</p>	<p>Adjetivo. Que es adecuado tanto para hombres como mujeres.</p>	<p>Funciona como adjetivo y como sustantivo. No admite plural pero sí el artículo “lo” como sustantivo.</p>	<p>Si buscas un gorro unisex (para regalar o para ti), duradero de buena calidad (...).</p>	<p>Sí</p>

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<p><i>Slow Fashion</i> VOGUE España Diciembre 2020 Pg, 38</p>	<p>Anglicismo crudo. Compuesto a partir del adjetivo <i>slow</i> (lento) y el sustantivo <i>fashion</i>. El significado literal sería “moda lenta” empleado en español con el mismo concepto que en inglés.</p>	<p>Sustantivo. Manera de pensar y hacer moda de una manera consciente e intencionada para asegurar que las prendas perduren a lo largo del tiempo.</p>	<p>Funciona como sustantivo. No admite plural pero sí el artículo “lo” y “el”.</p>	<p>Tomando como referencia los dibujos infantiles de los años setenta, los diseños están elaborados de forma completamente artesanal, incidiendo en el <i>slow fashion</i> que ambas marcas defienden.</p>	No
<p><i>Top</i> VOGUE España Diciembre 2020 Pg, 42</p>	<p>Anglicismo crudo. Proviene el inglés viejo similar al holandés <i>top</i> con significado de “lo más alto, cima”. De ahí que se refiera a la prenda que cubre la parte superior del cuerpo.</p>	<p>Sustantivo. Prenda de vestir femenina que cubre el pecho y llega hasta el abdomen. De tela fina y que puede o no llevar tirantes.</p>	<p>Funciona como sustantivo para referirse a la prenda de vestir y como adjetivo para hablar de algo muy superior, que se encuentra entre lo mejor de algo. Admite el plural “<i>tops</i>” y el artículo “el” y “los”.</p>	<p>Altyn Simpson lleva vestido de macramé con flores, <i>top</i> con plastrón de crochet y falda de tartán, todo de GUCCI.</p>	Sí

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<i>Tweed</i> VOGUE España Diciembre 2020 Pg, 63	Anglicismo crudo. Proviene del río Tweed en Escocia, lugar donde se creó este tipo de tela.	Sustantivo. Tejido escocés de lana, con mezcla de hilos de colores, que se usa para hacer ropa cómoda e informal.	Funciona como sustantivo y como adjetivo. No admite ni artículo ni plural como adjetivo, pero sí artículo como sustantivo.	La colección se salpica con prendas de terciopelo y cuero, sin renunciar al tradicional <i>tweed</i> .	No
<i>Branding</i> VOGUE España Diciembre 2020 Pg, 88	Anglicismo crudo. Compuesto a partir del sustantivo <i>brand</i> (marca) + el sufijo “-ing”, que indica una acción. <i>Brand</i> proviene del escandinavo antiguo <i>brandr</i> con significado de quemar, que se relaciona en inglés con <i>burning stick</i> , que era como se marcaba los animales para indicar propiedad.	Verbo. Proceso de hacer y construir una marca a través de la administración de estrategias vinculadas al nombre, o logotipo que identifican la marca.	Funciona como sustantivo y como verbo. No admite el plural pero sí el artículo.	No le asusta el riesgo implícito de esa elección, que dificulta el <i>branding</i> , asegura que lo raro sería no evolucionar.	No

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<i>Balmanizar</i> VOGUE España Diciembre 2020 Pg, 108	Anglicismo en periodo de aclimatación. Formado a partir de Balmain + el sufijo “-izar,” que indica: “dar resultado”.	Verbo. Otorgar a algo o a alguien un aspecto similar al estilo del diseñador Balmain.	Funciona siempre como verbo. No admite ni plural ni artículo.	Tienes sentido, entonces, que el joven director creativo se haya animado a <i>balmanizar</i> la vela que lleva tantos años usando.	No
<i>Body</i> VOGUE España Diciembre 2020 Pg, 172	Anglicismo crudo. Proviene del inglés <i>body</i> (cuerpo), para referirse a esta prenda que se ajusta a la figura.	Sustantivo. Prenda de ropa interior femenina que recubre la parte del tronco y se cierra en la entrepierna.	Funciona siempre como sustantivo. Admite el artículo “lo” y el plural “ <i>bodies</i> ”.	En esta página, Lorena con <i>body</i> de viscosa y vestido tipo <i>bustier</i> , ambos de MUGLER.	Está recogida con la adaptación en español <i>bodi</i>

ANGLICISMO	Descripción morfológica	Descripción semántica	Caracterización sintáctica	Contexto de uso	RAE
<i>Short</i> VOGUE España Diciembre 2020 Pg, 200	Anglicismo crudo. <i>Short</i> proviene de la palabra inglesa <i>shorts</i> , en plural pues esta palabra en singular significa únicamente “corto”. <i>Short</i> tiene su origen en <i>(s)ker</i> , que significa “cortar, corte”, debido a que su característica es que se trata de un pantalón cortado por la mitad.	Sustantivo. Pantalón corto deportivo o de verano que cubre hasta la mitad del muslo.	Funciona siempre como sustantivo. Admite tanto el artículo como el plural, aunque la opción de referirse a esta prensa tanto en singular como en plural sucede solo en español, ya que en inglés se emplea únicamente la palabra en plural.	En esta página, la actriz Macarena García, con chaqueta, <i>short</i> y falda de <i>tweed</i> , todo de CHANEL.	Sí
Cárdigan VOGUE España Diciembre 2020 Pg, 210	Anglicismo asimilado. Proviene del inglés <i>cardigan</i> . Debe su nombre a James Thomas Brudenell, conde de Cardigan.	Sustantivo. Chaleco de lana abotonado.	Funciona siempre como sustantivo. Admite el artículo “el” pero no la forma plural “cárdigans”, ya que sería: “los cárdigan”.	Cárdigan de lana, de PRADA.	Sí
<i>Midi</i> VOGUE España Diciembre 2020 Pg, 218	Anglicismo en proceso de asimilación. Proviene del inglés <i>midi</i> con el mismo significado que en español. Esta palabra deriva de “mid-“, un adjetivo que significa “en medio de”.	Adjetivo. Falda que presenta un corte medio en cuanto a longitud.	Funciona siempre como adjetivo. No admite plural pero sí el artículo “lo”.	Falda <i>midi</i> de satén, de WOMAN LIMITED en El Corte Inglés.	No