



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
PROGRAMA DE MAESTRÍA Y DOCTORADO EN LINGÜÍSTICA

USO DE ANGLICISMOS EN TEXTOS ESPECIALIZADOS DE MODA ESCRITOS EN
ESPAÑOL MEXICANO: EL CASO DE LA REVISTA VOGUE

T E S I S

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE
MAESTRA EN LINGÜÍSTICA APLICADA

PRESENTA

FABIOLA ZÚÑIGA MARTÍNEZ

TUTORA:

DRA. MARISELA COLÍN RODEA

ENALLT, UNAM

CDMX.

OCTUBRE, 2019



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

RECONOCIMIENTOS

Esta tesis fue realizada gracias al apoyo del Consejo Nacional de Ciencia Y Tecnología (CONACyT), a quién agradezco por la beca otorgada para mis estudios de maestría, de agosto de 2017 a agosto de 2019 (#CVU: 857087).

Reconozco también al Programa de Maestría y Doctorado en Lingüística de la UNAM por haberme permitido cursar la maestría en Lingüística Aplicada en la generación 2018-1.

Por último, expreso mi profundo agradecimiento a los miembros del jurado lector de la tesis y posterior jurado del examen de grado: la Dra. Noëlle Groult Bois, la Dra. Silvia López del Hierro, el Dr. Daniel Rodríguez Vergara y el Dr. Ramón Felipe Zacarías Ponce de León por la lectura detallada y enriquecedora que hicieron de esta investigación.

AGRADECIMIENTOS

Me resulta difícil enlistar en una sola página a las personas que me han apoyado durante la realización de esta tesis. Y digo difícil porque sus muestras de cariño, comprensión y aliento no se pueden plasmar en tan poco espacio discursivo. Sin embargo, trataré.

A mis padres, por su amor y apoyo incondicional. Por siempre alentarme en mi formación académica y nunca dejarme vencer por la nostalgia de la distancia. Esto y más siempre será para ustedes.

A mis hermanas, por su comprensión y cariño. Siempre están para mí y por ello, saben que las quiero con el alma.

A mis primos, quienes me vieron sufrir y llorar con mi investigación, pero siempre lograban hacerme sonreír con sus ocurrencias, en especial con mis dudas lingüísticas.

A mi tutora, Marisela Colín Rodea, por su excepcional asesoría. Estaré eternamente agradecida por compartir sus conocimientos y tiempo para responder mis más simples dudas. Sin sus palabras de apoyo no creo haber podido culminar felizmente este trabajo.

A mis compañeros y ahora, amigos de la maestría, pues juntos recorrimos esta travesía formativa, juntos aprendimos y juntos sufrimos. Su compañía en el aula y fuera de ella no tiene comparación.

A mis profesores de la maestría, de quienes sus conocimientos son mi más grande tesoro.

A todos los que trabajan en la Coordinación del Posgrado en Lingüística de la UNAM, por siempre estar al pendiente de sus estudiantes y profesores.

Y como último y mayor agradecimiento, a la Universidad Nacional Autónoma de México por la cual sé todo lo que sé. Gracias por haberme acogido durante todos estos años, desde la licenciatura hasta el posgrado, y principalmente por haberme brindado la mejor enseñanza. Siempre me sentiré orgullosa de llevar su nombre en alto.

ÍNDICE

Índice.	i
Índice de tablas y figuras.	iv
Lista de abreviaturas empleadas	v
Resumen en español e inglés.	vi
0. Introducción	1
I. Marco Contextual.	6
1.1 Breve panorama histórico sobre la moda.	6
1.2 El discurso sobre la moda.	9
1.3 Las revistas especializadas en moda	13
1.4 La lengua de la moda	15
1.5 Recapitulación.	19
II. Marco Teórico	20
2.1 Breves apuntes sobre el neologismo	20
2.2 Delimitación entre la noción de préstamo y sus variaciones	24
2.3 El anglicismo	27
2.3.1 El anglicismo en el campo de la moda	31
2.4 Recapitulación	33
III. Metodología	35
3.1 Preguntas y objetivos de la investigación.	35
3.2 Corpus del estudio	36
3.2.1 Propósito del corpus.	36
3.2.2 Unidad de análisis.	37
3.2.3 Criterios para la selección de la revista Vogue México	38
3.2.4 Categorías temáticas de la moda para el corpus.	40
3.2.5 Criterios para delimitar el corpus.	41
3.3 Herramientas del estudio.	42
3.3.1 Para la extracción y selección de los datos	42
3.3.2 Para el almacenamiento de los datos.	43
3.3.3 Para el análisis de los datos	45
3.4 Procedimiento.	47

3.4.1	Recolección y selección de los datos	47
3.4.2	Análisis de los datos.	49
3.5	Recapitulación	53
IV.	Análisis y exploración de los datos	54
4.1	Análisis temático	55
4.2	Análisis de cambio de categoría gramatical en contexto	58
4.3	Análisis morfológico	61
4.3.1	Procesos de formación léxica de los anglicismos	61
4.3.1.1	Procesos de adición	62
4.3.1.1.1	Anglicismos derivados	64
4.3.1.1.2	Anglicismos compuestos	66
4.3.1.1.3	Anglicismos sintagmáticos	68
4.3.1.1.4	Reduplicación	71
4.3.1.2	Procesos de sustracción	72
4.3.1.2.1	Acortamientos	73
4.3.1.2.2	Siglas	74
4.3.1.2.3	Combinaciones	75
4.3.1.2.4	Regresión	76
4.3.1.2.5	Acrónimo	77
4.4	Análisis morfosintáctico	78
4.4.1	El género en los anglicismos	78
4.4.1.1	Mecanismos de asignación de género.	80
4.4.1.1.1	Asignación por determinante.	81
4.4.1.1.2	Asignación por la presencia de un N o FN	82
4.4.1.1.2.1	Presencia de un N o FN anterior.	82
4.4.1.1.2.2	Presencia de un N o FN posterior	83
4.4.1.1.3	Asignación por la presencia de un adjetivo o FA	84
4.4.1.1.3.1	Presencia de un adjetivo o FA anterior	84
4.4.1.1.3.2	Presencia de un adjetivo o FA posterior	85
4.4.1.1.4	Asignación por género del equivalente en español	86
4.4.1.1.5	Asignación por asociación del género en español	87

4.4.1.1.6	Asignación por el sexo del referente	88
4.4.1.1.7	Asignación por traza coindexada	88
4.4.1.1.8	Asignación por combinación de mecanismos	89
4.4.1.1.9	Asignación por marcación lingüística	90
4.4.2	El número de los anglicismos	92
4.4.2.1	Mecanismos de asignación de número gramatical	93
4.4.2.1.1	Asignación por determinante	94
4.4.2.1.2	Asignación por la presencia de un N o FN	95
4.4.2.1.2.1	Presencia de un N o FN anterior	95
4.4.2.1.2.2	Presencia de un N o FN posterior	96
4.4.2.1.3	Asignación por la presencia de un adjetivo o FA	96
4.4.2.1.4	Asignación por el equivalente en español	97
4.4.2.1.5	Asignación por traza coindexada	97
4.4.2.1.6	Asignación por marcación lingüística	98
4.5	Análisis semántico	100
4.5.1	Relaciones semánticas de los anglicismos	100
4.5.1.1	Variación semántica.	101
4.5.1.2	Variación denominativa	103
4.5.1.3	Sinonimia.	105
4.5.1.4	Antonimia.	105
4.5.1.5	Relaciones de jerarquía, secuenciales y de causalidad	107
4.5.1.6	Equivalencia interlingüística.	110
4.5.1.7	Elementos prototípicos	111
4.5.1.8	Expresiones metafóricas	112
4.6	Recapitulación.	114
V.	Discusión de resultados	116
VI.	Conclusiones	123
	Bibliografía	131
	Anexos	137

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

FIGURAS

Fig. 2.4	Recapitulación conceptual	34
Fig. 3.3.3	Clasificación del anglicismo por su patrón morfosintáctico	46
Fig. 4.1a	Categorías temáticas de los anglicismos del corpus	56
Fig. 4.1b	Anglicismos más frecuentes del corpus	57
Fig. 4.3.1.1a	Anglicismos monoléxicos que siguen procesos de adición	63
Fig. 4.3.1.1b	Anglicismos poliléxicos analizados en el estudio	63
Fig. 4.3.1.2a	Anglicismos monoléxicos encontrados los procesos de formación léxica	72
Fig. 4.3.1.2b	Anglicismos analizados que siguen procesos de sustracción	72
Fig. 4.5.1	Relaciones semánticas en contexto encontradas en el corpus	101
Fig. 5c	Clasificación del anglicismo por su formación léxica	119

TABLAS

Tabla 3.4.2	Distribución de anglicismos incluidos en los diccionarios del español	50
Tabla 4.2	Tipos de cambios de categoría gramatical hallados en el corpus	59
Tabla 4.3.1	Tipos de anglicismos de acuerdo con su formación léxica	62
Tabla 4.3.1.1.2	Tipos de compuestos encontrados en el estudio	67
Tabla 4.3.1.1.3	Tipos de anglicismos sintagmáticos encontrados en el estudio	69
Tabla 4.4.1	Género gramatical por tipo de anglicismo analizado	79
Tabla 4.4.1.1	Mecanismos observados en la asignación del género gramatical	80
Tabla 4.4.2	Asignación de número gramatical de acuerdo con el tipo de anglicismo	92
Tabla 4.4.2.1	Anglicismos encontrados en los mecanismos para asignación de número	93

LISTA DE ABREVIATURAS EMPLEADAS

A	Anglicismo/Adjetivo
Adj	Adjetivo
art	artículo
Cap.	Capítulo
DA	Diccionario de Americanismos
DC	Dictionary.com
DEM	Diccionario del Español de México
DM	Diccionario de Mexicanismos
DRAE	Diccionario de la Real Academia Española
F	Femenino
Fig.	Figura
FA/ FAdj	Frase Adjetiva
FN	Frase Nominal
M	Masculino
MW	Merriam Webster's Dictionary
OED	Oxford English Dictionary
p.	Página
P	Plural
PP	Past Participle
PREP	Preposición
PRON	Pronombre
S	Singular
SA	Sintagma Adjetival
SN	Sintagma Nominal
V	Verbo

RESUMEN

La moda es sin duda uno de los fenómenos sociales más influyentes del momento. Su evolución ha tenido claras repercusiones en el ámbito lingüístico, donde la globalización ha influido fuertemente en su lenguaje. Por tanto, las revistas especializadas en moda están utilizando más palabras en inglés para nombrar nuevas prendas, estilos y tendencias.

El objetivo de este trabajo es analizar el comportamiento lingüístico de estas unidades en los textos de la revista de moda Vogue México. Basado parcialmente en el trabajo de Márquez (2005), se ha tratado el tema del anglicismo desde la lexicología, y por ello, se ha caracterizado cada anglicismo en los niveles morfológico, morfosintáctico y semántico. A su vez, las unidades fueron clasificadas por categorías temáticas y se observó si existía un cambio o no de categoría gramatical en contexto. Todo con el fin de tener una mejor visión de la adaptación del anglicismo en una lengua diferente a la de su origen.

Palabras clave: moda, revistas especializadas, anglicismo, lexicología.

ABSTRACT

Fashion is without a doubt, one of the most influential social phenomenon nowadays. Its evolution has had certain implications in the linguistics field, where globalization has had a great deal of influence on its language. For that reason, fashion magazines are using more words in English to name new clothes, styles or tendencies.

The aim of this paper is to analyze the linguistic behavior of these words in the Spanish fashion magazine: Vogue Mexico. Partially based on Marquéz's work (2005), this investigation has dealt with the anglicism's theme from the lexicology's perspective. Thus, each English word in our corpus has been described in its morphological, morphosyntactical and semantic level. Besides, the anglicisms have been classified into categories and noted if they had or not a change of word class in context; so as to have a better understanding of its linguistic adjustment to a different language.

Key words: fashion, specialized fashion magazines, anglicism, lexicology.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, el español ha sido influenciado por distintas lenguas extranjeras y desde mediados del siglo XX, debido al creciente poder político, económico y social de los países anglosajones, específicamente los Estados Unidos, el inglés se convirtió en la lengua con mayor influencia en la lengua española.

Sin embargo, es en el siglo XXI cuando el inglés se vuelve el emblema de la globalización, y de manera natural se reconoce su papel monopólico en diversos ámbitos sociales: el económico, educativo, científico y de la comunicación. Así, su empleo se observa en la ciencia, en la producción de conocimiento especializado y en la terminología. Las palabras de esta lengua circulan en muchos otros idiomas y su “gran demanda” abrió la posibilidad de ocupar funciones que eran propias de otras lenguas.

La permanencia o rechazo de anglicismos en la lengua receptora depende de factores lingüísticos y condiciones extralingüísticas. No obstante, el tipo de ámbito en el cual se empleen también determina su aceptación. En nuestro caso, volteamos la mirada hacia su inclusión en el campo de la moda.

La moda ha sido un tema controvertido y subestimado por la mayor parte de la sociedad, suscitando poco interés dentro del ámbito académico, probablemente porque se relaciona con algo pasajero y trivial. Sin embargo, actualmente la moda ocupa un lugar destacado en la sociedad moderna, pues es un fenómeno estético, social, histórico, cultural y económico, que expresa valores y características del momento y de la época.

La moda se ha vuelto uno de los fenómenos culturales y económicos más relevantes de nuestra sociedad gracias a los medios de comunicación masiva, en especial, las revistas especializadas. Este tipo de medios posee en primera instancia, un gran poder en la difusión de palabras nuevas, y, en un segundo momento, en su nivelación, normalización y fijación en la lengua. Es así como los anglicismos no son solamente adornos discursivos que

aportan prestigio y novedad al texto, sino que ya forman parte del lenguaje natural de las revistas de moda. Por lo tanto, es un tema que exige atención y que puede ser objeto serio de investigación, sobre todo a la hora de examinar su singular vocabulario.

Esta investigación, entonces, nace con la ambición de unir dos esferas en una: la moda y la lingüística. Dos esferas de la realidad con las que iremos entramando los aspectos que nos permitan entender una de las más interesantes tendencias en el discurso de las revistas especializadas en moda: el uso de anglicismos. Nos enfocamos solamente en el uso de anglicismos léxicos no adaptados, es decir, los anglicismos que mantienen su forma ortográfica original del inglés respaldando de esta manera, su carácter neológico.

Con este trabajo pretendemos tratar el fenómeno anglicista en el campo de la moda desde una perspectiva lexicológica, un tratamiento hasta el momento, inexistente en la lectura bibliográfica. Si bien existen trabajos que nos sirvieron de guía para el desglose teórico de las unidades o bien de la temática, estos ponen el foco en soportes distintos a los nuestros: Melander (2012) se centra en la marcación estilística, Estornell Pons (2012), en cuestiones pragmáticas, Tenorio Martín (2016), en su adaptación lexicográfica; o bien no se enfocan en el área especializada de nuestro interés, como el de Rodríguez González (2012) en la prensa deportiva, García Morales (2009) en revistas de cine, o Márquez (2005) en informática. Asimismo, algunos de ellos tienen un carácter más prescriptivo que descriptivo; sin embargo, nos han servido de orientación en el planteamiento inicial del presente estudio. Con esto podemos afirmar que nuestra propuesta pretende llenar una insuficiencia explicativa sobre el uso del anglicismo en textos de moda escritos en español mexicano.

Ante este panorama, hemos diseñado el presente estudio sincrónico enmarcado en la lingüística aplicada orientada al léxico. La metodología de investigación es descriptiva y basada parcialmente en la propuesta metodológica de Márquez (2005). Junto con ella, sostenemos que el anglicismo en textos especializados puede ser observado, analizado y explicado sin otro criterio que el ver esta unidad como elemento enriquecedor de la lengua, en especial, en un área temática como la moda.

El objetivo principal de nuestro estudio es la descripción del comportamiento lingüístico y el proceso de adaptación al español de los distintos *anglicismos de apariencia inglesa*

(Vázquez Amador, 2018) encontrados en las ediciones de junio-2017 a mayo-2018 de la edición mexicana de la revista Vogue. Por tanto, la pregunta general de investigación que subyace a este trabajo es la siguiente: ¿Qué comportamiento lingüístico presentan los anglicismos en los textos sobre moda escritos en español?

Para responder dicha cuestión, la hemos desglosado en las siguientes preguntas específicas:

1. ¿Qué unidades léxicas del inglés encontramos en los distintos campos temáticos de la indumentaria?
2. ¿El anglicismo conserva la misma categoría gramatical del inglés en estos textos?
3. ¿Qué características morfológicas, morfosintácticas y semánticas han adoptado los anglicismos en los textos de moda escritos en español?

Con base en estas interrogantes y para poder responderlas se postularon los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar los tipos de anglicismos y su funcionamiento lingüístico en los textos sobre moda.
2. Clasificar los anglicismos por campos temáticos de la moda.
3. Analizar los procesos de adaptación lingüística de tipo morfológico, morfosintáctico y semántico que han seguido los anglicismos en los textos de moda.

Con esta visión, el contenido de la presente tesis se estructura en cinco capítulos: 1) marco contextual, 2) marco teórico, 3) metodología, 4) análisis y exploración de los datos y 5) discusión de resultados y conclusiones.

Como mencionamos el objeto de estudio es el anglicismo, prestando especial atención a su inclusión en el campo de la moda. Por ello, en el primer capítulo, **Marco Contextual**, se hace un breve recorrido sobre el desarrollo histórico y difusión de la moda, como un referente cultural para la sociedad moderna. Dentro de esta sección también se revisan los distintos discursos sociales que enmarcaron la moda para después enfocarnos en el lenguaje que caracteriza a esta temática.

En el segundo capítulo, **Marco Teórico**, como su nombre lo indica, se hace una revisión teórica sobre las nociones de neologismo, préstamo, extranjerismo y anglicismo; para ello

se presentan distintas definiciones y clasificaciones por cada unidad, todo con el fin de determinar y definir el tipo de unidad léxica que será objeto de nuestro análisis.

En el tercer capítulo se comprende la **metodología** que hemos seguido durante el estudio. Describimos en detalle la constitución del corpus, las herramientas utilizadas para la selección y análisis de los datos y el procedimiento de recolección, selección y análisis de estos. Esta metodología fue establecida con base en el objeto de estudio y teniendo siempre en cuenta los objetivos de la investigación.

El capítulo siguiente, **Análisis y exploración de los datos**, es el más extenso de todos y la parte sustancial del proyecto. Este capítulo ofrece los distintos análisis realizados a los anglicismos encontrados en el corpus. Para estos análisis partimos de lo general a lo particular, es decir de lo cuantitativo a lo cualitativo, y siempre tomando a la oración como unidad de análisis. Todo esto con el fin de tener una mejor visión del contexto del fenómeno. Dicho esto, en primer lugar, clasificamos a los anglicismos en categorías temáticas y analizamos cuáles son las más receptivas de estas unidades. Después analizamos el cambio de categoría gramatical del inglés al español que pueden o no presentar los anglicismos en contexto. Por consiguiente, nos centramos en los análisis lingüísticos modulares, clave de nuestra tesis, que incluyen los módulos morfológico, morfosintáctico y semántico. En el primero se observarán los procedimientos de formación de palabras que siguen los anglicismos; en el módulo morfosintáctico, se observará la flexión de género y número del anglicismo en contexto; y en el semántico se consideran las relaciones semánticas que caracterizan y le otorgan significado al anglicismo en este tipo de textos. Esta aproximación modular nos permite vislumbrar tres situaciones:

- 1) Una mejor observación de los anglicismos como unidades lingüísticas en textos auténticos y característicos del área temática en cuestión.
- 2) Se exhiben pruebas para la comprensión del entorno lingüístico, textual y social que posibilita la aceptación del anglicismo a la lengua receptora, en este caso, el español.
- 3) La lengua receptora, con sus propios recursos puede definir si un anglicismo se integrará definitivamente al sistema o si, por el contrario, es un elemento pasajero.

En el siguiente capítulo, **Discusión de Resultados**, se comentan de manera más general los resultados obtenidos en los distintos acercamientos y análisis modulares de los datos.

Y por último, en las conclusiones se presentan las conclusiones, igualmente delimitadas por cada análisis, así como los aportes, limitaciones y algunas propuestas para posibles estudios posteriores a la investigación realizada.

De esta manera es como abordaremos el anglicismo en la presente investigación, esperando explicar lo mejor posible el vacío conceptual y empírico sobre el mismo en la temática de la moda.

CAPÍTULO 1

MARCO CONTEXTUAL

Es notable que el fenómeno de la moda evolucione en sintonía con el progreso de la humanidad. A través de los años, la moda había sido un tema minimizado académicamente por su carácter aparentemente superficial y pasajero, sin embargo, son estas mismas características las que actualmente hacen de ella un foco de investigación en diversas disciplinas. Hablar de moda, es no sólo hablar de imagen y apariencias, sino también reconocer su valor social contemporáneo. Por ende, en los presupuestos de este trabajo se pretende ver a la moda como un referente cultural para la sociedad moderna, haciendo hincapié en una de sus tendencias lingüísticas: el uso de anglicismos. Con tal fin, se realizará primeramente un breve recorrido sobre el desarrollo histórico y la difusión de este campo temático, para luego, revisar los discursos propuestos por la moda, según los distintos cambios sociales; y posteriormente enfocarnos en la dimensión lingüística tomando en cuenta el lenguaje que la caracteriza, centrando de esta manera nuestro objeto de estudio.

1.1 Breve panorama histórico sobre la moda

Antes de comenzar a describir la evolución de la moda y recorrer las principales etapas de su historia, habría que especificar qué se entiende por el término ‘*moda*’ y para ello, situaremos su significado con referencias del país que vio nacer y progresar esta industria: Francia.

El Dictionnaire de l’Académie Française en su 9ª edición (2011) ubica el inicio del vocablo *mode* derivado del vocablo latín *modus* en el siglo XIV. Asimismo, se le atañen dos acepciones generales: 1) *forma de hacer* individual que es propia de una persona o que en

un lugar determinado acaba tornándose común en los demás; 2) manera de comportarse, vestirse, expresarse que prevalece por un tiempo dentro de una sociedad determinada.

Por otro lado, Rivière (1996) define moda como: “el cambio periódico y continuado de vestimenta que consolida sistemas de privilegio, distinción y diferenciación social”.

Lo mismo sucede en los diccionarios especializados, como es el caso del *Diccionario visual de la moda* de Ambrose (2008:172), donde se define que moda es “aquello que se estila en un momento determinado. Lo que está de moda cambia con frecuencia por distintos motivos”.

Aludiendo a las previas definiciones, habría ahora que reflexionar sobre el desarrollo histórico de este sistema y de cómo adquirió el significado que tiene hoy en día. Sin embargo, para no exceder los fines de este trabajo, solo tomaremos como referencia para explicar su evolución, los siguientes acontecimientos históricos: la edad renacentista, la revolución francesa, la revolución industrial y la consolidación del sistema capitalista.

La moda, en el “sentido moderno” de las acepciones previas, comenzó a fluir a partir de las transformaciones del Renacimiento. El hecho de que el hombre abandonara la visión teocentrista medieval y se acomodara en el centro de las decisiones, logró que la individualidad del sujeto floreciera aún más. No obstante, durante esta misma época, la indumentaria reflejaba las identidades de los sujetos de acuerdo con sus actividades y estatus social. Existían trajes que comunicaban la función social como ser: guerrero, campesino, siervo, parte de la realeza o cortesano, por ejemplo, con lo que se hacía imposible el traspaso de uno hacia otro. Mas por lo anterior, fue en esta etapa que surgió la moda propiamente dicha, es decir con mejoras constantes en los estilos estéticos acorde a los cambios relativos en las jerarquías sociales, que se vieron reflejadas en no solo los tipos de atuendo sino también en las telas o colores.

Fue después de la Revolución Francesa, al modificarse el entramado social debido al ascenso de la burguesía como grupo dominante, cuando la moda se esparció. Esta dejó de restringirse a los círculos de la nobleza pues ya existía un ideal de libertad e igualdad en la sociedad, es decir, comenzaron a surgir las nuevas identidades colectivas. En tanto que este estilo no se limitaría a las élites, sino que se incorporaría gradualmente a las clases medias

con deseo de imitar. Goblot (2004: 100 en Jiménez, 2008: 21) comentó al respecto: “Si la burguesía moderna pone especial atención en conseguir que su indumentaria, sus gestos y actitudes, su lenguaje o los objetos que los rodean sean distinguidos, no es que quiera ser bella, lo que no quiere es que se le confunda”.

Esta propagación de estilo se dejó entrever con más fuerza gracias al nuevo sistema productivo y las tecnologías manifestadas en la Revolución Industrial. En ella, el telar mecánico volvió la moda accesible, pues hizo del proceso fabril el principal organizador de lo social. El crecimiento demográfico de las ciudades implicó la necesidad de ampliar los mercados para vender lo producido. Fue a partir de este siglo (XIX) que surgieron las colecciones de moda por temporadas (otoño, invierno, primavera, verano) pues la burguesía filtró el hábito de un cambio constante en el vestir; en otras palabras, la moda se había ya establecido como una industria compuesta por dos elementos: la Alta Costura, costada por las clases altas y la confección seriada para las clases sociales con ingresos inferiores.

Continuamente, durante el siglo XX y en lo que va de nuestro siglo, la moda se fue reorganizando bajo nuevos principios relacionados con la introducción del sistema capitalista, pues ahora es el sector privado y las nuevas empresas quienes se privilegian de las ganancias económicas de los sectores de desarrollo humano. En cuanto a la indumentaria, las tendencias pautadas y seguidas en colectivo pasan paulatinamente a un estrato más individual y personalizado. Se ha minimizado el diseño de la Alta Costura como único criterio estilístico, han surgido distintas vanguardias generadas por el desarrollo tecnológico creando así originalidad en las prendas y objetos, en oposición a las modas masivas. Este sistema de vestimenta responde ahora a la sociedad global, acentuando la polarización social a través del consumo y la estética.

En todo caso, el siglo XXI ha visto cómo el sistema tradicional de la moda al mando de la alta costura se ha venido abajo, ha surgido la confección, y la apariencia se ha estructurado con nuevos criterios. Hombres y mujeres han tenido grandes cambios individuales y colectivos, y la moda ha transformado el espíritu de la sociedad de masas en un producto de consumo masivo. Con ello la moda es ante todo, una fotografía social de cada época (Rivière, 1996).

1.2 El discurso sobre la moda

Qué es el discurso. Previo a discutir los distintos discursos que han surgido sobre el fenómeno de la moda, habría que definir qué estamos entendiendo por *discurso* en este estudio y así no confundirnos entre nociones. En general, el discurso es lo que decimos, es decir, el término se asocia con la transmisión de un mensaje mediante las palabras. En nuestro caso, tomaremos la posición de Gómez Sánchez (2002) al describir el concepto como *la línea de enunciación simbólica realizada desde una posición social*. El autor considera que un discurso no es algo que tenga un origen individual, sino que revela una determinada posición sociohistórica. Desde esta visión, un discurso no solo debe ser comprendido y asimilado por los receptores, también debe ser valorado y creído, características relevantes para los fines de esta investigación. Teniendo esto en cuenta, centrémonos en el discurso sobre la temática que perfila esta investigación: la moda.

Primeramente y en palabras de Ávila Martín y Linares (2006: 36), para hablar de un discurso de la moda, habría que partir de sus características conceptuales pues las distintas definiciones del fenómeno forman parte de este discurso. Por tanto, el autor define *el discurso de la moda* como un conjunto de comportamientos, verbales o no, interdependientes; o, en otras palabras, como un conjunto de manifestaciones productoras y reproductoras de esos comportamientos constitutivos del fenómeno de la moda. A continuación, se tratará de describir este entramado de manifestaciones.

A la par de su consolidación como fenómeno estético e histórico, surgen los primeros discursos sobre la moda estableciendo su valor social, cultural y económico. Qué se ha dicho sobre la moda y cómo se dice es un tema que exige atención en estas páginas, pues nuestro objeto de estudio, los anglicismos, solo adquieren sentido si se ven dentro de este contexto social discursivo. Por ello, nos ha parecido interesante destacar algunas de las múltiples interpretaciones que han surgido alrededor de la moda según los distintos cambios sociales y culturales; tales como un medio de distinción social, como un sistema de comunicación, como un dispositivo en una sociedad de consumo y como un acento cultural.

La moda y la búsqueda de la distinción social. Autores como Bourdieu (1999) y Simmel (2014) reconocen que en un principio, y actualmente, la moda se maneja mediante el fenómeno de la imitación y/o identidad social. Según el cual, en primera instancia, los estratos inferiores tienden a imitar a las clases superiores de una sociedad (fenómeno después conocido como el modelo *trickle-down*). La moda, afirmaba Bourdieu (1999) dependía de las clases altas, era un punto de referencia para todas las estéticas. No obstante, en ese carácter singular de imitación, se da también cierta importancia a buscar una identidad individual, la necesidad de diferenciarse de otros o romper con lo rutinario. En este sentido, Bourdieu (1999) considera que la sociedad moderna está organizada sobre la base de “la lógica de la distinción”, donde ciertos hábitos y prácticas sociales son legitimados como superiores. En la mirada de Simmel (2014) la moda tiene la función social de “unir y a la vez diferenciar” a una sociedad. Es decir, las personas pueden seguir una moda para identificarse con un grupo y/o para diferenciarse o rechazar la de otro. Sin embargo, como más tarde se describe, estos discursos identitarios se volverían una excusa para defender políticas de carácter proteccionista encaminadas a fortalecer la industria nacional.

La moda como sistema de comunicación. Por otro lado, un nuevo género editorial proveniente de Europa favorecería el acercamiento a la moda desde otras posiciones. Para el semiólogo Barthes (1978) todos los procesos sociales comunican y transmiten sentido, sin ser, necesariamente, lenguajes formales con reglas gramaticales estabilizadas. Él consideraba a la moda como uno de los más formidables signos de la comunicación no verbal; para el autor, las prendas tienen un valor simbólico. Por tanto, difunde el término *systeme de la mode* para denominar a la “vestimenta escrita, mejor dicho, descrita”. Su perspectiva nació con la aparición de publicaciones especializadas en materia de vestir, donde el autor analizó los dictámenes de la moda difundidos por estas revistas aludiendo que desde el texto se puede pensar y explicar la moda. A partir de esto se estabiliza una teoría general de la moda como sistema de representaciones: el código habla a los individuos por medio de los ropajes donde se refleja un sistema de similitudes y diferencias que reproduce el lenguaje de las apariencias; el vestido es un *comunicador*. Y es esta misma capacidad comunicadora que tienen los bienes la que ayuda a realizar esta diferenciación social. Esta lógica ayudaría a entender que más que una necesidad objetiva y

naturalista de comprar, el consumismo es la producción social de un material de diferencias, de un código de significaciones y de valores de estatus.

La moda como estilo de vida. En el siglo XX cuando la moda se establece social y culturalmente, los medios de comunicación masiva (impulsados principalmente por los Estados Unidos) fueron los encargados de difundir los parámetros estéticos y de consumo que la caracterizaban. La comercialización de la moda femenina y la industria publicitaria fueron clave para la exaltación del consumo pues el vestido y sus complementos se pondrían al alcance de un mercado más amplio, gracias a las revistas de modas. Por tanto, la moda se vuelve el centro de un sistema capitalista donde el consumo es el principal estilo de vida (Bauman, 2004). Esta sociedad de consumo se torna entonces en una gran productora de bienes, donde el mismo valor del objeto permite a los individuos reactualizar constantemente su privilegio cultural a partir de su compra. La adquisición renovada de prendas nuevas otorga al individuo la ilusión de una movilidad social. En este sentido, las reflexiones de Bauman sobre una “sociedad líquida” son fácilmente aplicables al sector indumentario, pues el consumidor está ansioso por ser el primero en conseguir las “nuevas modas”, perdiéndose así la característica utilitaria de la vestimenta. Para Bauman (2004) estar “frente” a una tendencia de estilo concede el reconocimiento de ser “aceptado” pues uno “es por lo que tiene y no por lo que es”. Por tanto, al ser casi una característica definitoria de la sociedad moderna que sus ciudadanos sean libres de expresarse a través de sus apariencias, la moda es y seguirá siendo “la columna vertebral de la sociedad de consumo” (Lipovetsky, 2012).

La moda como acento cultural. Si bien el siglo XXI está caracterizado por la globalización, el *plus* del diseño y la originalidad en las prendas y objetos se ha ido incorporando como valor social positivo, oponiéndose de cierta forma a las modas masivas. Blommaert y Varis (2012:2) denominan este fenómeno como *uniformity-with-a-minor-difference*. Traducido como “uniformidad-con-pequeñas-diferencias”, este término designa la interacción de dos fuerzas opuestas: la estandarización y la diferencia a través de los pequeños detalles. Actualmente se vende la misma mercancía en diversos lugares del mundo, pero enfatizando el detalle para marcar la individualidad en el consumo. La cultura funciona entonces como un “acento” que crea la ilusión de diferencia entre un consumidor y otro porque lo que se

vende son los detalles, en este caso, podríamos hablar de la marca, el color o tipo de tela y/o material en la prenda o accesorio que permita obtener ese sentido de distinción e incluso, de superioridad. Desde la mirada de Blommaert y Varis (2012), la paradoja en esta sociedad moderna es creer que todos somos individuos únicos cuando en realidad usamos las mismas vestimentas, comemos la misma comida y escuchamos la misma música que otras personas en el mundo. No obstante, la búsqueda de la expresión de la propia personalidad por medio del consumo de los diseños y objetos “no masivos” se ha ido asimilando paulatinamente como lo “verdadero” y asimismo, se ha revalorizado el individualismo como rasgo social. Es así como las tendencias de la moda pautadas y seguidas colectivamente han pasado poco a poco a una esfera más individual y personalizada.

A partir de las facetas previas, para Martín-Cabello (2016) el fenómeno de la moda se estructura con los siguientes principios:

- La innovación orienta el mundo de la moda, con esto se estaría separando la moda de la costumbre y en este sentido, la vestimenta de la moda, pues la primera tiene un objetivo utilitario, y la moda, más estético.
- La moda se marca como un signo de distinción entre la sociedad misma. Tiene un doble valor social pues puede unir al grupo de pertenencia, así como diferenciarlo del resto de este grupo.
- Se toma a la moda como un fenómeno sujetado por el consumo pues el que exista un mercado para la moda presupone una potente industria, una realidad comercial en auge.

Como se vislumbró, la moda se ha manifestado como distintos medios para distintos cambios sociales, culturales y económicos. Los discursos descritos dejan entrever la importancia del sistema de la moda como productor de sentido y poder en la sociedad. Sus sentidos podrán ser diferentes, pero el contexto social e histórico en el que surgen muchas veces coincide. Ya sea en uno u otro caso, existe en la moda una noción de imitación, distinción, identidad, comunicación, consumismo y originalidad. Como afirma Stevenson (2011:15), “la moda ha capeado guerras, crisis financieras. Ha fluctuado entre lo conceptual y lo funcional. Es un péndulo para reinterpretar el pasado y se adelanta para imaginar el

futuro”. Dicho de otra forma, no sorprendería si surgen posteriormente nuevas propuestas de significación, dando otros sentidos inesperados al fenómeno de la moda.

Hasta el momento, algunos de estos discursos sobre la moda son percibidos ya sea sombriamente, parcial o explícitamente en los medios de comunicación, y para ser más específicos, en la prensa especializada. Por ello, se vuelve interesante caracterizar este medio y especialmente a las revistas especializadas en el tema de la moda; y así terminar de enmarcar contextualmente nuestra investigación.

1.3 Las revistas especializadas en moda

A continuación, y partiendo del papel de la prensa especializada como emisora de los discursos previos, se caracterizará al principal ejemplar en cuanto al sector de la moda: las revistas especializadas. Todo esto con el propósito de entender y contextualizar la realidad que envuelve al soporte del que se extraerán los anglicismos que serán objeto de análisis.

La moda, como se explicó previamente, al ser un elemento social de importancia única requiere un mecanismo interno que divulgue y extienda las novedades y tendencias de su entorno. Con tal fin, surge la prensa especializada que se establece hoy en día en algunos programas de televisión, blogs de moda y principalmente en las revistas de papel (ahora también en versión digital).

A través de las revistas especializadas, la moda se ha convertido en un fenómeno de interés masivo, el principal dispositivo en la sociedad de consumo (Muñoz Negrete, 2015:18). En consecuencia, los contenidos de estas revistas cada vez están más unidos a la promoción no solo de las nuevas tendencias, sino también de objetos de consumo bajo el concepto de empoderamiento social e individual de la mujer. Un principio un tanto “superficial” pues, por un lado, la mayoría de las páginas de estas revistas se centran en la moda y belleza, olvidando un tanto la incentivación en otras esferas de la sociedad; y por otro lado, el estilo discursivo de los textos (que más tarde se describirá) resalta más el individualismo que un sentido colectivo. No obstante, la función principal de este tipo de prensa es proyectar una identidad femenina basada en el poder de consumir productos de moda y belleza, aspecto que se logra sin resistencia alguna (Tenorio, 2016).

Fue así como las publicaciones especializadas se convirtieron y actualmente siguen siendo un factor determinante para el éxito del negocio de diseñadores, grandes almacenes y mayoristas pues se busca la cobertura de las revistas para incrementar las ventas dejando entrever sus productos y estilos. Habiendo notado su papel decisivo en una sociedad de consumo, pasemos ahora a comprender cómo estas revistas logran emitir estos mensajes sociales, culturales y económicos.

La manera en cómo las revistas especializadas en moda se expresan es muy distinto al de la prensa informativa general pues en este caso se privilegia la disertación y la descripción en su redacción. Según Plaza (2004) los textos en este tipo de revistas se caracterizan por un discurso predominantemente directivo y normativo. Por su parte, Torres (2007: 216) destaca que los contenidos sobre moda en tales textos «tienen un carácter preceptivo, debido a la caducidad de las distintas tendencias», y «forman parte del *sistema de la moda*, de su proceso transformador de prendas de vestir a través de la creación de estilo y de la diseminación de la información». Tendría sentido entonces decir que las distintas revistas se esforzarán por distinguirse entre sí imprimiendo un sello propio y reconocible a su estilo periodístico.

Este estilo también se ve influenciado por un tono intimista, típico de diálogos informales donde destacan los pronombres de primera y segunda persona: “afrotemos los *bad hair days* a la altura de una estrella” (Vogue México Abril 2018, p. 128), las estructuras interrogativas: “¿lista para ser *cool*” (Vogue México Agosto 2017, p. 51) y aquellas que denotan una intención como “Adiós a las niñas rosas” (Vogue México Agosto 2017, p. 54). Con estas estrategias, las revistas sobre moda ocultan el principio colectivo y social de la comunicación del que se habló anteriormente, pues impregnan en el lector un sentido de discurso individual y privilegiado, “me están hablando a mí y sólo a mí”.

De la misma manera, estas revistas tienen la función de aconsejar o instruir, por eso es muy común encontrar las opiniones de especialistas que como dice Garrido (2013) aportan cierta legitimidad a los consejos: “Como nos explica la experta en cejas Abigail Menchaca, siempre debe ser alguien con altas certificaciones el que lo realice” (Vogue México Agosto 2017, p. 62).

Al margen de sus estrategias discursivas, continuemos ahora con la clasificación que convenimos más adecuada al contexto social en que se desenvuelven las revistas de moda. En este caso, se optó por presentarlas como parte de la categoría que Menendez Menendez (2013) nomina *revistas especializadas en estilo de vida* pues abordan temáticas sobre la socialización diferencial femenina respecto a las mujeres, en nuestro caso la moda. Aunado a lo anterior, la autora expone otras clasificaciones en cuanto a su periodicidad (semanal, quincenal, mensual, trimestral u otros formatos), calidad formal (alta, media o baja gama), edad del público objetivo (juvenil o mujeres adultas) y difusión (de pago, gratuitas o combinadas). Por consiguiente, podríamos catalogar a la revista objeto de estudio (Vogue) como una publicación de periodicidad mensual, de alta gama, destinada a un público femenino adulto y de pago.

Teniendo en cuenta todo el material expuesto, podríamos concluir que la revista de moda es una publicación especializada seriada, dirigida mayoritariamente a una audiencia femenina que está especializada en la difusión de tendencias (en especial textiles y de belleza), pero también en la muestra y promoción de productos; además de prescribir un modelo femenino mediante un estilo discursivo ligero e íntimo que como se verá en seguida se logra primordialmente a través de la lengua de moda y de la moda: el inglés.

1.4 La lengua de la moda

La moda como se expresó previamente es un tema complejo y controvertido, asimismo subestimado por la mayor parte de las investigaciones pues se vincula con algo superficial y efímero. No obstante, estas propiedades son las que ahora hacen voltear la vista hacia este fenómeno en el plano lingüístico pues lograr que las revistas de moda aporten estilo y expresividad al discurso se ha conseguido a través de una tendencia lingüística singular, la cual se focaliza en el léxico (Estornell, 2012). Un léxico que, para fines de esta investigación, no se considera de especialidad porque como se explicará, se puede usar indiferentemente en otros ámbitos de la vida cotidiana. De ahí que sea importante caracterizar la lengua de la moda en el presente estudio.

Retomemos a Barthes (1978) para enmarcar este fenómeno en el área de nuestro interés. Para el autor, existe una creciente necesidad de comunicar verbalmente lo que vestimos siendo las palabras el intermediario entre las prendas y los usuarios. La razón está como ya se explicó en su origen económico. Sin las palabras, la moda no avanzaría más que al ritmo del desgaste de las prendas, y esto no está permitido en la indumentaria, puesto que es una industria que necesita producir y actualizarse constantemente. En este sentido, las revistas de moda se han vuelto ejemplares para comunicar este tipo de lenguaje; pues si creemos que la comunicación media entre las imágenes publicadas en estas revistas y el consumidor, necesitamos entonces construir un lenguaje que explique estas imágenes y estilos a este público. Por lo que la palabra y la imagen al darse en un contexto social y tener referentes, no se pueden desligar de la globalidad del discurso en general. En este sentido, en lo que sigue de la presente investigación, nos acercaremos a la moda en cuanto a su particular vocabulario.

Por ello, aplicando la definición de Rivière (1996) al campo lingüístico, que apunta hacia lo variable, habría que abordar la moda como un lenguaje que sigue y permite variaciones circunstanciales puesto que al aparecer un nuevo elemento o una tendencia fresca se tienen que crear términos específicos para designarlos.

En este sentido evolutivo, el campo de la moda vive la globalización de hoy y esto se ve demostrado en las características de su lenguaje:

- *Variabilidad*: los términos en su discurso son inestables, tienen una vida limitada y cambian al ritmo de las circunstancias sociales, culturales y económicas. Se crean nuevos significantes y significados que serán atractivos por un tiempo y que, si tienen la resistencia e impulso suficiente, traspasarán el límite de uso inmediato y formarán parte del léxico común (Alessandra, 2015).
- *Temporal*: cuando un objeto desaparece deja la parte significativa sin el apoyo de su significado y el término queda inservible puesto que refleja una entidad ya no existente. Estos términos reciben el nombre de arcaísmos (Alessandra, 2015).
- *Interidiomática*: en cuanto los términos pertenecen al mismo ámbito en distintas lenguas; son las mismas profesiones, los mismos profesionales y la misma

terminología en distintos países. Pueden traducirse, cambiar su significante, pero rara vez su significado (Montoya, 2001).

- *Neutralidad*: su léxico es neutro, los vocablos son insustituibles, solo significan dentro de su sistema y tienen sentido solo para los conocedores de ese sistema. Sin embargo, es posible que este principio pierda consistencia tratándose de la temática de la moda. Por ello, también se añade la siguiente característica (Montoya, 2001).
- *Adaptación a la subsidiariedad de la lengua común*: si bien la moda cuenta con un léxico técnico, a diferencia de otros lenguajes especializados, este ha traspasado la frontera entre la lengua común y la lengua de especialidad debido al alto porcentaje de léxico que es conocido por la sociedad (Agulló, 2016).
- *Dependiente de la realidad sociocultural*: ligada en gran medida con la primera característica, la creación léxica está sujeta a la influencia sociocultural del momento. En este caso, la influencia del inglés ha desbancado al francés quien alguna vez encabezó la industria de la moda.

Estas características hacen evidente que la moda tiene un lenguaje propio, un lenguaje que crea, acepta y permite cambios; es decir, permite variaciones circunstanciales en cuanto a su léxico. De esta manera, la creación de palabras, también llamada lexicogénesis responde a una necesidad denominativa que a su vez confirma la vitalidad de la lengua en cuestión pues se presupone como una fuente eficaz y renovadora del léxico. En este sentido, Alessandra (2015) comenta que si abriéramos un diccionario de moda, nos encontraríamos con diferentes clases de palabras:

- vocablos arcaicos, en desuso, referidos a prendas antiguas
- neologismos surgidos en la actualidad, según las tendencias
- palabras extranjeras, tomadas y/o asimiladas de otra comunidad lingüística

Haremos hincapié en estas últimas dos categorías pues con la aparición del *prêt-à-porter* y el desarrollo de la prensa especializada y publicitaria, el sistema de la moda, como lo denomina Barthes (1978) se ha impregnado de rasgos socioculturales que se manifiestan en la creciente formación de neologismos, donde la tendencia moderna es la adaptación de palabras extranjeras que paulatinamente pueden o no asentarse en la lengua.

Al respecto, Sáez Godoy (2005) enuncia: “Los préstamos pasan, en primer lugar, al lenguaje específico de la lengua receptora y después, a través de la prensa, entran en la lengua común tomando un significado más general y siendo accesibles al hablante medio”. En el caso del español, cada vez se aprecia más esta característica tal y como se observa a continuación:

“Hay una pieza que protagonizó el *street style* y las pasarelas de la temporada, no solo por su color sino por sus múltiples estilos” (Vogue México Noviembre 2017, p. 73).

“El famoso *countouring* de Kim Kardashian la llevó al pedestal de la industria cosmética” (Vogue México Otoño- Invierno 2017, p.34).

“La *it girl* tiene muy claro que es básico entender sus necesidades, para utilizar los productos adecuados” (Vogue México Enero 2018, p. 46).

Palabras o frases que empezaron en un discurso especializado son conocidas ahora por más usuarios, en especial los jóvenes, debido a la multitud de eventos y encuentros que se celebran en el sector de la moda junto con la expansión de la prensa especializada. El español deja entrever sin duda alguna, una mayor inclinación hacia la incorporación de préstamos lingüísticos de origen inglés, en detrimento de la tendencia creadora. En consecuencia, nos obliga a voltear la vista hacia el fenómeno y analizarlo; pues sin duda, los anglicismos son hoy en día, la nueva tendencia lingüística para comentar y describir la moda existente.

1.5 Recapitulación

En esta sección se ha revisado el contexto temático sobre el cual centraremos nuestro objeto de estudio: la moda. Desde una perspectiva evolutiva, las lenguas se renuevan, siendo los campos especializados ejemplares idóneos de este cambio pues siempre están en constante avance.

En cuanto a su desarrollo histórico se tomaron en cuenta la edad renacentista, la revolución francesa, la revolución industrial y la consolidación del sistema capitalista para así describir a la moda en su sentido moderno. Asimismo, se expusieron algunos de los discursos que giran en torno al fenómeno: la moda como medio de distinción social, como sistema de comunicación, como disparador de una sociedad de consumo y la moda como acento cultural. Esto con el fin de demostrar su valor social, cultural y económico; y dejar a un lado el sentido frívolo y superficial que se tiene de la temática.

Actualmente la principal emisora de estos discursos de la moda es la prensa especializada, en específico las revistas, que aportan a su vez un estilo discursivo característico para explicar no solo las distintas tendencias, sino también entranar a los lectores en una sociedad consumista.

De esta manera, la moda se ha vuelto uno de los pilares de esta sociedad mediatizada, que privilegia ante todo la imagen y las apariencias, y además comunica. Por tanto, si la moda comunica, debe tener un lenguaje propio que la caracterice, que, debido al fenómeno de la globalización, se ve fuertemente influenciado por palabras extranjeras, en especial del inglés.

Tal como se vislumbró, la moda es un fenómeno globalizado y no se puede hablar de ella sin mencionar a los anglicismos, pues estos solo adquieren sentido dentro de un contexto sociocultural determinado. Por consiguiente, el estudio teórico de este elemento lingüístico y base de nuestra investigación tendrá cabida en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se expone el marco conceptual que enmarca nuestra investigación: neologismo, préstamo y anglicismo. Dada la vasta terminología y la diversa tipología de que han sido objeto estos tres fenómenos, se optó por la que resultó más productiva y adecuada al estudio. En este sentido, los elementos teóricos están presentados conforme la estructura jerárquica de Guilbert (1975), quien propone al neologismo como la unidad léxica, manifestada en otras unidades, a través de préstamos y estos, por su origen lingüístico, a través de anglicismos. Este último elemento forma la base y sustento de nuestro estudio, y por ello es importante tener su definición claramente delimitada.

2.1 Breves apuntes sobre el neologismo

Toda lengua está expuesta a constantes cambios y actualizaciones en su acervo léxico; especialmente en la actualidad, donde las incesantes novedades a nuestro alrededor plantean la necesidad de nuevas palabras. Esta innovación léxica responde, en parte, a la aparición de nuevas realidades, principalmente aquellas relacionadas con los descubrimientos científicos o la innovación técnica y social.

En el siglo XVIII, el fenómeno neológico era visto como un atentado en contra de la esencia misma de la lengua. Sin embargo, hoy pierde vigencia este criterio normativista y se atiende más a la funcionalidad de las unidades léxicas, a su uso efectivo y su potencialidad como elemento comunicativo. Actualmente se manifiesta como la garantía de una constante actualización y enriquecimiento lingüístico (Alpízar, 1997).

Por ello, la lingüista Guerrero Ramos (2010) plantea que la neología es una de las más nítidas expresiones de la vitalidad de una lengua:

“Ha llegado a ser evidente para la mayoría que, en una lengua moderna de cultura, necesariamente científica y técnica, la neología léxica no debe ser vista como un mal evitable. No se puede poner en tela de juicio que la historia de todas nuestras lenguas es, en suma, la historia de su neología, pues una lengua que no conociera ninguna forma de neología sería ya una lengua muerta.” (2010:11).

Para Guerrero (2010) entonces existen tres principios que enmarcan y defienden a la neología: el primero conmemora la evolución de la lengua a través del tiempo; el segundo se vincula con la “autodefensa de las lenguas”; y el último principio, relacionado con el segundo, establece que cuando una lengua necesita una palabra, se acomoda o la acomoda.

En el plano léxico, estos principios influyen en el reconocimiento de las unidades neológicas en el discurso, haciendo más flexible el léxico de una lengua. Por ende, la voz neologismo ha entrado a formar parte de la terminología de la lingüística y es un término conocido y usado por el hablante no especializado. Sin embargo, su definición parece aún compleja y en ocasiones insuficiente, por tanto, hemos decidido voltear hacia la especificidad de los estudiosos de este fenómeno de innovación léxica.

Fernández Fernández (2004) entiende por neologismos las “palabras nuevas incorporadas a la lengua, ya sean procedentes de idiomas extranjeros, nuevos términos ‘inventados’, a partir de etimologías griegas y latinas o palabras en novedosas acepciones o en giros desacostumbrados”. Moliner (2013), por su lado, define *neologismo* como una palabra, una expresión pluriverbal o un sentido nuevo que surge en una lengua determinada. No obstante, la autora remarca que el concepto “nuevo” solo tiene un sentido en relación con un punto cronológico preciso. Es decir, la palabra que es nueva hoy, ya no lo será cuando el hablante la asimile como parte de la lengua en general después de una aceptación o adaptación parcial o completa de forma y significado.

En este mismo sentido, Casado Velarde (2015: 21) afirma que la *neología léxica* es un *proceso* para la creación de nuevas palabras que progresivamente experimentarán difusión y asimilación en la lengua. De ahí que todas las palabras que se utilizan en español hayan sido en sus inicios innovadoras para los hablantes, de modo que, todas ellas han sido en cierto momento, consideradas como neologismos.

En un sentido más amplio, Cabré (1993) propone cuatro parámetros fundamentales para determinar si una palabra es neologismo: el diacrónico (debe ser de reciente aparición), el lexicográfico (que no aparezca registrada en diccionarios), de inestabilidad formal (que muestre rasgos inestables en su morfología, ortografía y fonética) y el psicológico (que la unidad se perciba como “nueva” por los hablantes).

Ahora bien, cualquiera nueva adquisición debe cumplir unos requisitos mínimos para ser aceptada como elemento funcional, en particular su adaptación al sistema fonológico y morfológico de la lengua de que se trata, pero es también determinante la valoración del hablante.

Por su parte, Auger y Rosseau (2003) establecen los siguientes criterios de aceptabilidad lingüística para un neologismo:

- 1) La *conformidad al sistema* de la lengua, que consiste en que el neologismo sea fiel a las estructuras ortográficas y fonológicas de la lengua estándar.
- 2) La *amplitud semántica*, según la cual el neologismo debe expresar la realidad sin prejuicio sobre la realidad a la que se refiere.
- 3) El *valor de la integración* o la capacidad del neologismo a acomodarse a las reglas sintácticas, morfológicas, fonológicas y pragmáticas de la lengua.
- 4) El criterio *onomasiológico*, que consiste en que el neologismo debe idealmente referirse a una sola noción (en el caso de las lenguas especializadas).
- 5) El *valor sociolingüístico*, según el cual, el neologismo debe responder a una necesidad comunicativa y temporal.

En este trabajo, y a partir de lo establecido por Fernández Fernández (2004) se definirá neologismo como todo elemento lingüístico de nueva aparición en una lengua determinada, independientemente de su mecanismo de formación. Sin embargo, consideraremos los principios de Cabré (1993), como en efecto, las condiciones que enmarcan al neologismo.

En consecuencia, las distintas características del neologismo han propiciado el solapamiento de diversas clasificaciones propuestas en su entorno, no obstante, continúan acreditando su condición transitoria, su presencia para enriquecer la lengua al designar nuevas realidades y su posibilidad para fijarse definitivamente.

Partiendo de una motivación de novedad, Cabré (1993) clasifica a los neologismos como *referenciales* (cubren vacíos conceptuales a través de denominaciones) y *expresivos* (introducen alternativas de comunicación). En esta misma línea, Guerrero (2010) propone dos tipos de neología: la *denominativa*, que responde a la necesidad de comunicar una experiencia nueva y la *estilística*, que se relaciona con la creación y la libertad de elección léxica del individuo, al margen de los modelos establecidos. Sin embargo, estas tipologías no responden al objetivo de nuestro estudio, de modo que se ahondará más en aquellas basadas en el procedimiento de creación neológica.

Por un lado, Alpízar (1997) comenta que existen cuatro formas de enriquecimiento léxico para las lenguas romances: *neologismos de forma*, donde se incluyen los procesos morfológicos; *neologismos por función*, donde se dan cambios sintácticos o de lexicalización; *neologismos por cambio semántico*, incluyen la ampliación, restricción o cambio de significado; y los *neologismos por préstamos*.

Por otro lado, y ampliando la previa clasificación, para Cabré (2006) los neologismos comprenden los siguientes tipos: *de forma*, cuando su estructura se ve afectada por recursos de la propia lengua como la sufijación, prefijación, composición, lexicalización, sintagmación, acronimia, siglación o abreviación; *por variación*, cuando se da una variante formal ortográfica de la palabra (ej. *infraestructura* – *infraestructura*); *sintácticos*, implican un cambio de subcategoría gramatical en la base léxica; *semánticos*, formados por una modificación del significado en la base léxica; *por préstamo*, donde se entrevé una modificación más profunda del léxico pues está bajo la influencia de otras lenguas, y es en este grupo donde tendrían cabida las palabras que estudiaremos; y por último, deja un apartado para aquellos casos difíciles de etiquetar como los cultismos o palabras dialectales.

Para Guerrero (2010) los neologismos por préstamo son fundamentales en el enriquecimiento neológico de cualquier lengua, e incluso al llegar por medio de las lenguas especializadas, el préstamo puede popularizarse en la lengua común y ser usada por todos los hablantes, en quienes recae la elección léxica de esta unidad o su equivalente en la lengua.

Por su parte, y en cuanto al carácter neológico de los préstamos, Gómez Capuz (1998: 51) apoya a los especialistas en el cambio lingüístico, la neología y el contacto de lenguas mencionando que “el préstamo es un tipo especial de neologismo, caracterizado por la imitación (más que por la creación) y por tener origen fuera del sistema de la lengua que lo acoge”, siendo así, el neologismo un hiperónimo de préstamo. Asimismo, subraya la importancia de “los hechos y variedades del préstamo” entre los procedimientos neológicos fundamentales de nuestra lengua actualmente.

Romero Gualda (2002: 409) declara al respecto que en el préstamo no se crea un signo porque ya cuenta con un significante y un significado. Por tanto, lo interesante del préstamo es que incorpora al acervo lingüístico de una lengua palabras ajenas que precisan de un proceso de adaptación que no se requiere “ni en el neologismo formal ni semántico”. De esta forma concluye que: “la neología por préstamo estaría, pues, en la adaptación y no en la creación”.

Con base en lo anterior, y a raíz de la tipología de Cabré (2006) tomaremos el concepto de *neologismo por préstamo* para continuar especificando nuestro objeto de estudio y así guiar al lector en la siguiente unidad léxica, de acuerdo a la jerarquía de Guilbert (1975): el *préstamo*.

2.2 Delimitación entre la noción de préstamo y sus variaciones.

Como se resaltó anteriormente, la adopción de términos procedentes de otras lenguas es uno de los principales procedimientos de creación de neologismos. Por ende, en esta sección y siguiendo la jerarquía propuesta (Guilbert, 1975), veremos con más detalle el concepto y clasificación del préstamo, que como Pratt bien resalta (1980: 36) “la terminología empleada en muchos diccionarios y otras fuentes académicas puede impedir la precisión necesaria del término”. No obstante, se apostará por la terminología que resulte más aclaratoria y adecuada al estudio.

Para comenzar, la temática de los préstamos ha sido una cuestión eternamente tratada en diversas áreas lingüísticas como por ejemplo, la lingüística histórica, sociolingüística, la

dialectología, la lexicología, entre otras. Dicho de forma diferente, este fenómeno se trata en aquellas teorías interesadas por el contacto interlingüístico. Por tanto, su definición y clasificación dependerá de la disciplina y el contexto, puesto que cada una tiene intereses y metas particulares. Sin embargo, en la presente investigación se pretende observar este fenómeno desde una perspectiva lexicológica.

Para delimitar y simplificar la vasta terminología del concepto, se ha dejado atrás el “doble valor” (Gómez Capuz, 2005) del término préstamo para asociarlo únicamente al elemento lingüístico (generalmente léxico) y obviar su concepción como proceso lingüístico. A este respecto, Gómez Cápuz (2005) entiende el *préstamo* como la transferencia íntegra de un significado y significante de una lengua extranjera que se acomoda en la lengua receptora.

Por su parte, Lázaro Carreter (1968) define el *préstamo* como “elemento lingüístico (léxico, ordinario) que una lengua toma de otra, bien adaptándolo en su forma primitiva, imitándolo o transformándolo más o menos”. En esta misma línea, Tusón (2000) define al *préstamo* como aquel elemento o rasgo lingüístico que una lengua adopta de otra lengua, acepción que nos parece adecuada para seguir especificando nuestro objeto de estudio. No obstante, el concepto base de préstamo, a su vez, mantiene una inestable relación con otras manifestaciones particulares de este fenómeno: el xenismo, el extranjerismo, el préstamo semántico, el calco y diversas categorías especiales. No se ahondará en demasía en estos conceptos y sus clasificaciones, pero para esclarecer la confusión y precisar aún más nuestro objeto de estudio, se definirán a continuación.

En primera instancia se discutirá el término *xenismo* pues, aunque ha tenido un empleo creciente en estudios lingüísticos, aún arrastra cierta ambigüedad conceptual. Guerrero (2010), por ejemplo, plantea el término *xenismo* para la palabra extranjera no asimilada, mientras que utiliza *préstamo* para el elemento asimilado en el léxico de una lengua. Desde el parámetro de su permanencia en la lengua receptora, Kocourek (1991) visualiza al *préstamo* como duradero y al *xenismo* como efímero. Cabré (1993:184), por otro lado, hace hincapié en el criterio etnológico, y diferencia al *préstamo* y el *xenismo* definiendo al último como “denominaciones de otras lenguas- y no términos prestados- que aluden a conceptos propios de la lengua a la que pertenecen”, como el término *samurái o coyote*. Esta última definición y ejemplo nos permite distinguirlo del *préstamo no asimilado* puesto

que la lengua española sí cuenta con un término para designarlo: el *extranjerismo* (Gómez Capuz, 2005:30) que será discutido en breve.

Centrándose en las demás nociones y adecuándose más a nuestra investigación, Gómez Capuz (2005) genera una clasificación (basada en la establecida por Werner Betz) más formalista dividiendo al préstamo en *préstamo integral*, *préstamo semántico* y *calco léxico*. El primero de ellos se subdivide en *préstamos* y *extranjerismos*, donde el *préstamo* se asimila formalmente a las normas de la lengua receptora, mientras que el *extranjerismo* no experimenta esa adaptación formal. Por ende, *suéter* sería un préstamo y *clutch* un extranjerismo. En cuanto a *préstamo semántico*, se refiere a que una palabra de una lengua adopta un nuevo significado procedente de la palabra extranjera. Por ejemplo, *bolsa* adoptaría el significado de “mercado de valores” por influencia anglicista. Y por último, un *calco léxico* sería la combinación léxica o imitación de la estructura de un modelo extranjero, es decir la lengua receptora traduce la estructura foránea con su acervo léxico. Un ejemplo común de calco sería *rascacielos*, de la palabra inglesa *sky-scraper*.

Con lo previo se entrevé que el préstamo lingüístico no es un hecho unitario sino una realidad multiforme que se presenta en numerosas variedades, sin embargo, la noción más afín a nuestro estudio por su incorporación sincrónica y el grado de adaptación al léxico es el *extranjerismo*, la palabra que en su grafía o pronunciación (o en ambas cosas a la vez), alerta conscientemente a los hablantes de que emplean una palabra extranjera. En concreto, se puede remarcar que el criterio para diferenciar *extranjerismo* y *préstamo* es la adaptación gráfica, fónica y gramatical de la palabra prestada, proceso que se logra con el tiempo.

Para este proceso de asimilación léxica, Gómez Capuz (2005) resalta tres etapas: en la primera, el modelo extranjero acaba de instalarse en nuestro léxico; la segunda recae en el procedimiento de integración del extranjerismo y la última, en el uso y desarrollo del préstamo, donde el préstamo no es sentido como una palabra extranjera, sino como parte del vocabulario de la lengua receptora. Por lo anterior, se tomarán como base las dos primeras etapas donde el término no está integrado en su totalidad a las pautas de nuestra lengua y por lo tanto no goza de un amplio uso entre los hablantes, llegando incluso a reducirse únicamente al campo técnico del que provenga, situación muy común en el campo de nuestra investigación: la moda.

Y es que, aunque la norma académica promueve la adaptación o la sustitución de los préstamos por expresiones plenamente propias; el extranjerismo es a menudo más prestigioso en ciertos ámbitos, como el periodístico, el publicitario o el comercial, dueños además de poderosos medios de difusión, en los cuales estas palabras parecen dotadas de un aire de modernidad del que carecen sus alternativas originarias. Sin embargo, en este estudio no enfatizaremos en dichas motivaciones.

Como se ha podido observar, la terminología en torno a la que gira el fenómeno del préstamo es reiterativa, a veces coincidente entre autores y otras disímiles. Esto responde a que cada uno de ellos lo investiga desde una disciplina y contexto diferente y, por otro lado, con objetivos distintos.

Es así como la introducción de términos procedentes de otras lenguas al español se proclama como un proceso inevitable. Hoy en día, por el contexto de la globalización, esta influencia proviene principalmente de la lengua inglesa y se traduce en la incorporación de anglicismos al español. Por lo tanto, en la próxima sección y profundizando más en nuestro objeto de estudio, se abordará la noción y clasificación del anglicismo.

2.3 El anglicismo

Cuando se estudia el fenómeno de los anglicismos, es primordial saber lo que se entiende por el término mismo. El estudio del uso del anglicismo ha despertado gran interés entre distintos investigadores, pues todos presentan definiciones y clasificaciones diferentes. Como se señaló en las secciones previas, lo que se entiende por el término dependerá del alcance del estudio. La presente sección da una breve sinopsis de algunas definiciones recabadas en la Lingüística y asimismo ciertas clasificaciones propuestas. No obstante, se apoyará aquella definición y clasificación que cumpla con el objetivo del presente estudio.

Para fines teóricos, dejamos de lado la visión purista del fenómeno anglicista y por el contrario, se asume como un elemento enriquecedor del español. Su coexistencia en la lengua implica que los hablantes hacen uso de los anglicismos, independientemente de que las instituciones normativas los consideren como una amenaza al sistema; pues al final es la misma sociedad quien decide su permanencia o rechazo en la lengua.

Ahora bien, en el español actual se encuentran anglicismos en todos los niveles lingüísticos, sin embargo, en el nivel léxico su presencia se ha vuelto cada vez mayor y más notoria. Por tal motivo se tratará su noción y tipología desde esta visión.

Primero, el Diccionario de la Real Academia Española en su 23ª edición (2014) define al anglicismo en tres concepciones, muy similares entre sí: 1) giro o modo de hablar propio de la lengua inglesa; 2) vocablo o giro de la lengua inglesa empleado en otra; 3) empleo de vocablos o giros ingleses en distintos idiomas. Mientras que el Diccionario del Español de México (consultado en el presente año 2019) registra al anglicismo como aquel “vocablo, construcción, rasgo semántico o sintáctico de la lengua inglesa introducido en otro idioma”. Aludiendo que en español son anglicismos *aplicar para algo* en lugar de *solicitar algo*; *input* en vez de *insumo*; o bien palabras como *hardware* o *clutch*. En términos generales, las dos explicaciones resultan aclaratorias para cualquier hablante de la lengua española. Sin embargo, desde nuestra perspectiva, ambas definiciones acrecientan la ambigüedad conceptual del término y no reducen contextualmente nuestro objeto de estudio. Por ello pasaremos a la literatura que consideramos idónea para nuestros fines teóricos.

Para discutir sobre el anglicismo tenemos que acudir a Chris Pratt, cuya obra identifica la problemática del origen de este tipo de palabras. Para Pratt (1980:115) un anglicismo es “un elemento lingüístico, o grupo de estos, que se emplea en el castellano peninsular contemporáneo y que tiene como étimo inmediato un modelo inglés”. En este punto, cabe explicar qué se entiende por *étimo último* y *étimo inmediato*, ambos referentes a la procedencia del préstamo. El primero indica la lengua de origen de una palabra, por ejemplo, la palabra *chic* se registra como originaria del francés. El *étimo inmediato*, por su parte hace referencia a la lengua intermediaria de la palabra, es decir, se trata de una inserción indirecta. Por ejemplo, palabras como *denim* o *vintage* han sido aportadas al español por el inglés, pero éste las ha tomado, a su vez, de alguna otra lengua, en este caso del francés. Aunque también existe posibilidad de que la lengua del étimo último sea la misma que la del étimo inmediato, pero no siempre es el caso.

Para el autor, la procedencia de la palabra extranjera debe estar asociada al *étimo inmediato*, sin embargo, existe cierta discrepancia sobre el tema pues si este fuera el caso,

la mayoría de los préstamos actuales tendrían que ser considerados anglicismos (considerando el fenómeno de la globalización), situación que se encontraría fuera de los límites de esta investigación. Por ello, hemos decidido quedarnos con el criterio de *étimo último* para la selección de la mayoría de los anglicismos de nuestro corpus.

Siguiendo la línea de Pratt (1980:160), pero ahora en cuanto a la clasificación del anglicismo léxico, el autor distingue dos grandes tipos: el anglicismo *patente* y el anglicismo *no patente*. Al primero lo define como “toda forma identificable como inglesa, o bien totalmente sin cambiar, o bien adaptada, parcial o totalmente a las pautas ortográficas del español contemporáneo”, como por ejemplo *hippy* o *boxear*. Mientras que el anglicismo *no patente* lo enmarca como “todos aquellos anglicismos que se reconocen como formas españolas”, como la palabra *lectura* en lugar de *conferencia*.

Por otro lado, Lorenzo (1996) no considera al anglicismo como un fenómeno lingüístico sino como “una serie de manifestaciones culturales, centradas en la lengua inglesa, pero que abarcan gestos, actitudes y modas características de la llamada civilización anglosajona”. Por ello clasifica los anglicismos según su grado de adaptación al español en *anglicismos crudos*, cuando no se han adaptado a la grafía y pronunciación del español (*quark, holding*); *anglicismos en periodo de aclimatación*, cuando han sufrido ciertos cambios en su ortografía o pronunciación: *mitin (meeting)*; *anglicismos totalmente asimilados*, cuando están perfectamente integrados al español (*suéter, túnel*); en cuarto lugar, los *calcos*, palabras que fueron traducidas literalmente del inglés al español: *perro caliente (hot dog)*; y por último, los *calcos semánticos*, que son las palabras españolas que por su similitud formal con una palabra del inglés reciben un significado adicional al original (*romance* asimila también el significado de “*amorío*”). De esta tipología diferimos en la nula adaptación al sistema fonológico al español de los *anglicismos crudos*, pues es sabido que por mínimo que sea, siempre habrá un cambio de pronunciación del anglicismo en la lengua receptora (Furiassi et al., 2012 en Bouwman, 2017).

Siguiendo con la línea de la adaptación fonética y gráfica, Romero Gualda (2002) define a los anglicismos como palabras procedentes del inglés que tienen un uso en español y que muestran adaptación o no a las pautas normativas de nuestra lengua. Por ende, hace la siguiente distinción: 1) *anglicismos crudos*, palabras inglesas que permanecen intactas, sin

adaptarse a las pautas ortográficas del español (*clutch*); 2) *anglicismos adaptados*, se caracterizan por un creciente uso entre la sociedad y se nota una adaptación formal a la lengua española (*chat, wifi*); 3) *calcos*, palabras compuestas comúnmente por sustantivo + sustantivo (*teléfono celular*), tomando en cuenta también los calcos semánticos.

En tanto que Vázquez Amador (2018: 33) considera anglicismos a “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”, definición que consideramos óptima para el estudio. En este sentido, la autora en un reciente estudio sobre la prensa rosa española (2018: 33), basándose en las tipologías formalistas de Lorenzo (1996) y Pratt (1980), clasifica a los anglicismos de la siguiente manera: anglicismos con apariencia inglesa, parcialmente inglesa y española.

- *Anglicismos de apariencia inglesa*, Entre los anglicismos de apariencia inglesa se encuentran los crudos, aquellos exactos a la voz de procedencia, es decir, que no se han asimilado a la lengua receptora. Este hecho puede estar motivado por diversas razones: son anglicismos universales que se usan en muchas lenguas (*fashion*), acaban de llegar a la lengua receptora y aún no se sabe si se quedarán o serán sustituidos por una voz autóctona (*glitter*), o se utilizan por prestigio, a pesar de que exista una palabra con el mismo significado (*jeans*); y los falsos anglicismos, palabras que no existen como tal en inglés a pesar de estar formadas por lexías inglesas (*top-model, beauty-mentory*).
- Los *anglicismos con apariencia parcialmente inglesa* no son exactos a la voz original, pero mantienen algún elemento que los delata como extranjeros. Comúnmente su grafía se adapta a la pronunciación original. Aquí mismo resalta los anglicismos híbridos, compuestas por dos vocablos, uno inglés y otro procedente de otra lengua (*braga-short*).
- Dentro de los *anglicismos con apariencia española* están los anglicismos asimilados, aquellos cuyo origen extranjero ya no se distingue (*dandi*), los calcos léxicos, palabras bimembres traducidas del inglés (*minifalda*), y los préstamos semánticos, que por contagio de un vocablo inglés adquieren un significado adicional (*casual* aludiendo al estilo de vestir).

En esta última clasificación (Vázquez Amador, 2018), ubicamos el tipo de anglicismo que analizaremos: los *anglicismos de apariencia inglesa*. Consideramos su descripción adecuada para la justificación y objetivos de la presente investigación.

Si bien este abanico de definiciones y clasificaciones enmarcan al anglicismo como un fenómeno lingüístico de interés, recordemos que su permanencia en una lengua como el español, dependerá tanto de factores lingüísticos como extralingüísticos. Una de estas condiciones es el campo temático donde se incluya, en nuestro caso, la moda; por ello, y a continuación se visualizará el anglicismo lingüísticamente dentro de este contexto con ejemplos de una exploración preliminar.

2.3.1 El anglicismo en el campo de la moda

El uso de anglicismos en el ámbito de la moda es ahora un fenómeno muy común, derivado de su fuerte conexión con los cambios socioculturales y económicos del mundo. Por ende, su análisis se ha vuelto objeto de estudio en diversas disciplinas, siendo este el caso desde una perspectiva lingüística.

Como se especificó con anterioridad, se analizará el comportamiento lingüístico de aquellos anglicismos que no presentan alteración en su “fisionomía”, que no han sido adaptados a las pautas del español, en este caso el de México.

Para esta sección se ha optado por describir brevemente, desde un primer acercamiento, los aspectos lingüísticos que aparentemente enmarcan a nuestro objeto de estudio: los anglicismos en la moda; conviene explicar cómo se están articulando en el texto, qué características tienen y qué estrategias lingüísticas se están utilizando para su inserción en los textos de las revistas especializadas.

En primera instancia se ha observado anglicismos que aparecen de manera esporádica como *biker, panties, sweater, hairstyle, close up*, entre otros; frente a los utilizados de manera más frecuente tales como *top, cool, sneaker, oversize* y otros. Con base en lo anterior y desde el punto de vista de las partes de la oración, las palabras inglesas que entran con mayor frecuencia en el campo de la moda son los sustantivos y adjetivos.

Asimismo, es común no solo encontrar el uso de palabras sino también de secuencias oracionales en inglés, por ejemplo, *roaring 20's* (Vogue México Agosto 2017 p.78), *the pink overdose* (Vogue México Febrero 2018, p 78), *put yourself together* (Vogue Belleza Otoño- Invierno 2017 p. 21).

Por otro lado, y tomando como referencia la clasificación morfosintáctica de Márquez (2005) el anglicismo en su versión poliléxica puede estar formado por elementos de la propia lengua o por unidades híbridas (que no serán tratadas aquí), con un elemento en español y otro en inglés. Del primero ponemos de ejemplo las expresiones como *beauty hack*, *belt bag*, *animal print* y del segundo, las combinaciones con el anglicismo *oversize*: *estilo oversize*, *mangas oversize*, *abrigo oversize*, etc. Estos últimos ejemplos dejan entrever a simple vista cómo se está articulando el anglicismo en los textos del español pues se refleja cierta inclinación a posponer el adjetivo frente al sustantivo, respetando así el orden de palabras preferido en la gramática del español.

De igual manera, cabe notar que en ocasiones, el anglicismo viene acompañado de una paráfrasis para el mejor entendimiento de su significado, pues usualmente su integración es reciente y por lo tanto, el lector puede desconocerlo semánticamente, como por ejemplo *baby doll*: “El *vestido túnica*, el llamado *saco* o el *baby doll*, transformaron en realidad su afán por esculpir volúmenes inéditos” (Vogue México Junio 2017, p.78) o *denim*: “Vida en *denim*. La comodidad de la *mezclilla* siempre está vigente, pero esta temporada el acento está en la feminidad y comodidad” (Vogue México Marzo 2018, p. 71).

Estos son algunos de los aspectos lingüísticos del anglicismo en la moda que se distinguen a primera vista y que demuestran su función como un elemento dinámico y enriquecedor en un sector que crece día a día económica y socialmente.

Ahora bien, conviene recapitular lo visto en esta sección y no dejar ninguna duda conceptual para el capítulo metodológico.

2.4 Recapitulación

En este capítulo se revisó teóricamente el concepto y clasificación del anglicismo enmarcado en la jerarquía propuesta por Guilbert (1975), y ampliada brevemente por la inclusión del extranjerismo.

Del mismo modo se comprendió que la diversidad de autores que han trabajado el fenómeno anglicista provoca en ocasiones el solapamiento entre sus nociones y clasificaciones. No obstante, para nuestro estudio nos hemos quedado con la definición de Vázquez Amador (2018) pues se adapta más al campo temático de nuestro estudio por tomar en cuenta las motivaciones estilísticas, criterio primordial en la incorporación de anglicismos en la moda.

De las propuestas tipológicas sobre el anglicismo, nos hemos enfocado en solo las unidades léxicas procedentes del inglés que no cuenten con adaptación plena a las pautas normativas del español, es decir que muestren tal cual su grafía original.

Se trata entonces de *neologismos por préstamo* siguiendo la terminología de Cabré (2006), en donde ahora se habla de *préstamo lingüístico* (Tusón, 2000), específicamente de *extranjerismos* (Gómez Capuz, 2005), que de acuerdo a su procedencia serían entonces *anglicismos* (Vázquez Amador, 2018) en donde se analizarán únicamente los *anglicismos de apariencia inglesa* (Vázquez Amador, 2018). Se han tomado estas propuestas pues consideramos que describen de una manera más simple y productiva el tipo de unidad léxica que estudiaremos aquí.

Con el propósito de aclarar y recordar de una manera más visual, nuestra recapitulación conceptual con sus respectivos autores quedaría enmarcada en el siguiente esquema:

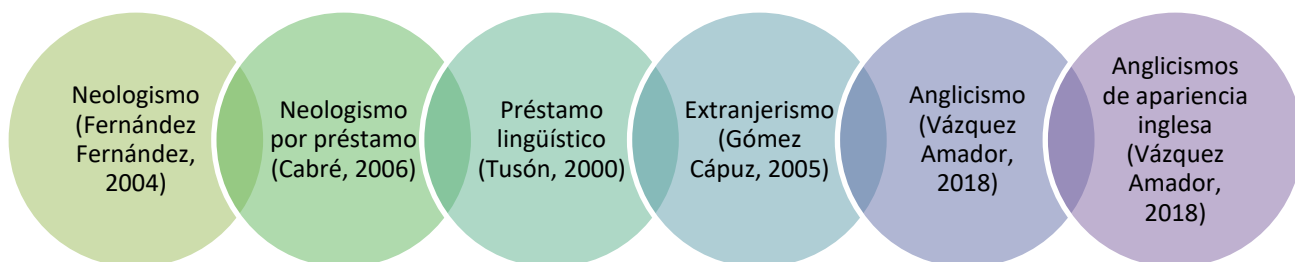


Figura 2.4 Recapitulación conceptual

En capítulos posteriores seguiremos explorando algunas otras nociones que nos resulten útiles para la descripción y posterior análisis de los datos. Por el momento, en el siguiente capítulo se pretende describir el proceso metodológico de nuestra investigación.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

Ver los fenómenos cambiantes de una lengua es ver la lengua misma, sus entrañas, su dinamismo y qué mejor ambiente que el de un corpus documental recogido durante un periodo determinado y a partir de fuentes confiables. De manera que la metodología de investigación que seguimos es descriptiva con orientación aplicada, puesto que el anglicismo en los textos especializados puede ser observado, documentado, analizado y explicado como cualquier otro elemento enriquecedor de la lengua (Márquez, 2005).

En el presente capítulo explicamos en detalle la metodología que hemos utilizado para el estudio. Primeramente, retomamos las preguntas y objetivos que enmarcan nuestra tesis; después describimos la constitución del corpus de trabajo, seguido de los materiales utilizados, es decir, las herramientas de estudio empleadas para la selección y extracción de los anglicismos como para su análisis. Y por último, detallamos el procedimiento que hemos seguido, desde la recolección de los datos hasta el análisis en la base de datos que hemos creado.

3.1 Preguntas y objetivos de investigación

Es muy importante tener presente que la metodología descrita en breve fue establecida en función de las preguntas y objetivos de investigación:

Pregunta general: ¿Qué comportamiento lingüístico presentan los anglicismos en los textos sobre moda escritos en español?

Preguntas específicas:

- ¿Qué unidades léxicas del inglés encontramos en los distintos campos temáticos de la indumentaria?
- ¿El anglicismo conserva la misma categoría gramatical del inglés en estos textos?
- ¿Qué características morfológicas, morfosintácticas y semánticas han adoptado los anglicismos en los textos de moda escritos en español?

Objetivo general: Analizar el comportamiento lingüístico y el proceso de adaptación de los anglicismos en textos sobre moda escritos en español mexicano.

Objetivos específicos:

1. Identificar los tipos de anglicismos y su funcionamiento lingüístico en los textos sobre moda.
2. Clasificar los anglicismos por campos temáticos de la moda.
3. Analizar los procesos de adaptación lingüística de tipo morfológico, morfosintáctico y semántico que han seguido los anglicismos en los textos de moda.

3.2 Corpus del estudio

3.2.1 Propósito del corpus.

Como lo dijimos en un comienzo, el centro metodológico de nuestra investigación es la constitución de un corpus documental de anglicismos obtenidos a partir de textos de doce ejemplares mensuales (junio 2017 – mayo 2018) y sus adicionales de temporada (Vogue Hombre Primavera- Verano 2017, Vogue Belleza Otoño- Invierno 2017 y Vogue Belleza Primavera 2018) de la edición mexicana de la revista Vogue. Este corpus nos permitirá conocer y describir el entorno lingüístico y textual que posibilita la existencia y funcionamiento del anglicismo en el campo de la moda.

En otras palabras, el corpus lingüístico está conformado por lengua viva, lengua auténtica que nos deja entrever el comportamiento lingüístico de los anglicismos en textos divulgativos del sector de la moda, y para fines esenciales del estudio, en la variante

mexicana del español. Sin embargo, cabe mencionar que nuestra aproximación al anglicismo es descriptiva y no persigue un sentido prescriptivo del mismo.

3.2.2 Unidad de análisis

El presente corpus solo se ajustará a las palabras en inglés que no presenten alteración en su “fisionomía”, es decir, aquellos anglicismos que no estén adaptados a la normativa ortográfica del español, los que Vázquez Amador (2018) denomina *anglicismos de apariencia inglesa*. Por ende, se han descartado de nuestro listado aquellas palabras que presenten la mínima caracterización ortográfica del español (bómber, bótox, etc). Una vez delimitado el tipo de anglicismo a estudiar, procedemos a encuadrar aspectos claves para su análisis.

Primeramente, conviene aclarar que se incluirán tanto unidades monoléxicas como poliléxicas (Márquez, 2005). No obstante, quedarán descartadas secuencias oracionales (*roaring 20's, the pink overdose*) salvo si se repiten con tal persistencia o un sentido específico que las hiciera funcionar como una unidad poliléxica (*easy ready-to wear, smokey sexy eyes, uptown lady*).

En segundo lugar, cabe precisar que no se han valorado como anglicismos, palabras que, una vez consultadas en diccionarios en línea como Merriam Webster y Oxford, mostraban un origen distinto al inglés (puesto que se dudaba de su procedencia). Así la palabra *chic* quedaría descartada de la lista pues es reconocida etimológicamente como francesa. Sin embargo, este ejercicio de consulta solo se ha realizado cuando la procedencia de las palabras resultara muy ambigua, por tanto, puede ser posible que algunos de los anglicismos recopilados no tengan un origen puramente inglés, pero en nuestra lengua se perciben como si lo fueran (*vintage, denim...*).

En tercer lugar, para satisfacer las condiciones del estudio, se ha decidido mostrar el anglicismo en contexto. En este caso se tomará la oración completa como unidad de análisis para así establecer relaciones con otros datos pertinentes; y con ello tener una mejor visión de su contexto inmediato y su comportamiento lingüístico en estos textos. Por

oración, entendemos desde una perspectiva sintáctica, a la unidad lingüística mínima que expresa un sentido, usualmente delimitada por una mayúscula y un punto al final de esta.

En lo referente a la localización de las unidades de análisis, pasemos ahora a explicar la selección del material de donde se obtienen los datos del estudio.

3.2.3 Criterios para la selección de la revista Vogue México

La selección de esta revista en especial y no otra radica en las características de la misma, que a continuación serán descritas.

La revista Vogue México es la versión latina de la revista Vogue. Se edita como Vogue México en el país homónimo y como Vogue Latinoamérica en 12 países de América Latina, a excepción de Brasil quien cuenta con su propia versión.

Su historia en México data desde octubre de 1999 cuando fue publicada por primera vez bajo el nombre de *Vogue en Español* y en palabras de su previa editora Kelly Talamas (septiembre 2014) esta versión es el referente de la moda y la cultura contemporánea para las latinoamericanas; tomando en cuenta que la revista Vogue en sí es conocida como “La biblia de la moda”.

Actualmente la revista demuestra una amplia circulación y difusión en el país, premisa decisiva para su selección en el estudio puesto que se publica mensualmente en versión impresa, por lo que al año tenemos 12 ejemplares junto con adicionales como Vogue Belleza y Vogue Hombre que usualmente se editan e incluyen cada inicio de temporada. También cuenta con sus respectivas versiones digitales distribuidas por la editorial Zinio y una plataforma en línea: www.vogue.mx. Sin embargo, para fines del estudio solo se trabajarán con los primeros dos tipos de publicaciones: de papel y digital.

Desde sus inicios hasta la actualidad y con el previo referente, Vogue México se ha centrado principalmente en las temáticas de moda y belleza; y parcialmente en cuestiones de salud, música, cine, turismo, arte o gastronomía. Estas temáticas se encuentran divididas

en la revista principal bajo las secciones llamadas: *Novedades, gente y actualidad, En Vogue, Estilo Vogue, Agenda Vogue, Belleza, Punto de vista y Mundo Vogue*, en ese orden.

Por otro lado, los adicionales mencionados Vogue Belleza y Vogue Hombre también se distribuyen en secciones, sin embargo, no se delimitan con tal precisión como en la revista principal. En el caso de Vogue Belleza el contenido no se precisa por secciones sino por encabezados (diferentes en cada edición): como *Claves, Cuidados, Baño, Figura, Bienestar, Libros, Cuerpo, Destinos, Cosmética, Fitness, Tecnología, En Portada, Fragancias y Cabello*. En cuanto al especial Vogue Hombre, su contenido sí se fracciona en secciones especificadas en el índice tales como: *Estilo Vogue, Cuidados, Punto de Vista y Lo último*.

Por tanto, en la selección de los textos que se analizaron de la revista Vogue México, se tomó en cuenta que estos trataran casi en su totalidad sobre novedades no solo en la moda textil (considerando los complementos como joyería, bolsos, calzado...), sino también en la temática de la belleza, dada su importancia en el universo de la moda. Por consiguiente, se obviarán del estudio las secciones de *Agenda Vogue y Mundo Vogue* salvo que en sus textos se encontraran párrafos que trataran algún elemento relacionado con la moda (“*Como sugerencia, intenta usar flats durante el día, hay mucho que ver y mucho que caminar*”: Vogue México Noviembre 2017, p. 241). De igual manera se tratarán los textos encontrados en los especiales Vogue Belleza y Vogue Hombre.

En concreto, en las secciones que versan sobre moda y objeto de nuestro estudio, se hace todo un despliegue de la ropa y accesorios que se verán en las próximas temporadas y de las firmas nacionales e internacionales más importantes en la actualidad. Asimismo, se pueden leer reportajes exclusivos a personas referentes o eventos sociales en el mundo de la moda, modelaje o belleza. Cabe mencionar que estos textos no son traducciones de originales en inglés pues si bien la casa editorial de la revista Vogue es estadounidense, la versión mexicana es editada y publicada por *Condé Nast de México*.

De esta manera, Vogue México se distingue de otras publicaciones del país especializadas en moda al detallar mayormente en sus variados artículos (redactados en la variante

mexicana) las distintas áreas de la temática indumentaria y tener una historia que denota su influencia y valor social en este sector en México a través de los años.

3.2.4 Categorías temáticas de la moda para el corpus

Habiendo mencionado los criterios para la selección de la revista Vogue México, conviene ahora describir las categorías de la moda que se tomarán en cuenta para la distribución temática de los anglicismos recopilados y así comprobar en qué contextos de la moda es más usual su integración.

Tomando como referencia el discurso consumista de la moda, sus categorías tendrían que englobar tanto los productos como el estilismo y las tendencias en ellos. De tal manera que para hacer más productiva la distribución de contenidos, se dividirán los anglicismos localizados en el corpus en las siguientes áreas temáticas:

- *Prendas de vestir.* En esta categoría se incluirán los anglicismos que nombren prendas y complementos de vestir como calzado, accesorios y joyería.
- *Estilos de moda.* Se describen los estilos o tendencias de moda.
- *Descripción de la prenda, complemento o individuo.* Se incluirán anglicismos que acompañan a una prenda de vestir, complemento o individuo y lo definen o caracterizan como el color, talla y tipo en casos de prendas; y la fisionomía o personalidad en las personas.
- *Tejidos, estampados y materiales.* Se especifica el material o diseño utilizado para la creación de la prenda.
- *El sistema de la moda.* En esta categoría se incluyen los anglicismos que se relacionan con la moda en general, incluidos aquellos referidos al entorno de pasarela, profesiones, compras y consumo.
- *Vida social y comunicación.* Se incluirán anglicismos que hacen alusión a conceptos no necesariamente relacionados con moda, sino que pueden ser utilizados fuera de esta industria, se incluyen aspectos de la vida social y comunicación.

- *Belleza*. Aquellos anglicismos que se refieran a cualquier aspecto del cabello, maquillaje o el cuidado de la piel estarán incluidos en esta área.

Dicha distribución temática nos permitirá conocer qué contextos de la moda son más proclives al uso de anglicismos. De igual forma, averiguar la frecuencia y variedad de estas unidades en cada categoría temática.

3.2.5 Criterios para delimitar el corpus

Con base en lo expuesto hasta ahora, partimos de las siguientes condiciones para delimitar los datos de nuestro corpus de estudio:

1. Al trabajar con material auténtico, no empleamos listas de anglicismos predeterminados para la búsqueda de artículos.
2. Serán objeto de análisis exclusivamente los anglicismos que no presenten adaptación a las pautas del español: *anglicismos de apariencia inglesa* (Vázquez Amador, 2018).
3. Todos los anglicismos serán analizados siempre en contexto, el cual se limitó, como lo indicamos, a la oración.
4. Los textos seleccionados no debían ser traducciones de originales en inglés y esto se constató con la comparación de los ejemplares del mes de enero y febrero de la revista Vogue (Estados Unidos) y Vogue México donde ninguno de sus artículos coincide.
5. Todos los textos debían encontrarse enmarcados en cualquiera de las categorías temáticas definidas previamente. En este respecto, cabe mencionar que no se consideró el porcentaje de textos de una u otra área.
6. Se ha descartado del análisis el contenido textual de la publicidad en las distintas secciones, es decir los anuncios y leyendas en donde se mencionan los nombres, las marcas o los diseñadores de las prendas y complementos pues generalmente se escriben en la lengua original y son insustituibles.

7. Se delimitó la franja de tiempo para la selección de los ejemplares de las revistas en un año (junio 2017- mayo 2018) por dos razones: una, para cumplir con el factor sincrónico del estudio y la segunda, para poder disponer de los ejemplares completos lo más antes posible y así evitar la espera de publicaciones posteriores.

De esta última condición cabe destacar que nos hubiera gustado consultar un mayor número de ejemplares y por tanto, de datos, sin embargo la naturaleza de esta investigación nos obliga a ser prudentes y a poner límites razonables. Las conclusiones, por consiguiente, se basarán en estos materiales, a nuestro juicio suficientemente representativos, pero sin duda susceptibles de ampliarse en futuras investigaciones.

Reconocemos que, aunque hemos dudado en ocasiones sobre la conveniencia de algunas decisiones tomadas en cuanto a la recopilación del material, nos comprometemos a seguir fielmente los criterios aquí establecidos para un análisis ajustado a nuestros propósitos iniciales.

3.3 Herramientas del estudio

La presente sección trata de las herramientas empleadas en el estudio. En primer lugar, comentamos brevemente sobre las herramientas para la extracción y selección de los anglicismos. En segundo lugar, se describe la herramienta que diseñamos para el análisis modular de los anglicismos.

3.3.1 Para la extracción y selección de los datos

Primeramente, conviene mencionar que los textos de once ejemplares fueron recuperados en formato impreso y tan solo uno de ellos (Vogue México Septiembre 2017) en formato digital. En este sentido, la extracción y selección de los datos fue conferida por una lectura y consulta manual de cada uno de los ejemplares. Un total de 12 volúmenes en donde en primera instancia se fueron subrayando todos aquellos anglicismos sin adaptación a las pautas del español y continuamente se seleccionaron solo aquellos que no estuvieran

registrados en el Diccionario del Español de México, criterio decisivo en el estudio, para luego ser almacenados en una base de datos.

3.3.2 Para el almacenamiento de los datos

Así como la selección, la captura y exportación de los datos fue realizada manualmente en la base de datos de la aplicación Excel. Con respecto a este programa gratuito, la versión empleada forma parte del software Office 365 del sistema operativo Microsoft Windows, trabajada en la misma plataforma. La aplicación Excel se utilizó para almacenar, etiquetar y clasificar todas las unidades lingüísticas del corpus. Estas se pasaron a tablas en el programa, respetando en un principio la forma y el orden en que aparecieron en la publicación correspondiente. Sin embargo, para una búsqueda posterior más ágil y pertinente se les agregó filtros a cada una de las columnas de todas las bases de datos descritas en esta sección.

El uso de la aplicación Excel y no otra, se basó en la esencia misma de la investigación pues dados nuestros objetivos, nos vimos en la necesidad de diseñar nuestra propia base de datos que pudiera incluir los campos de análisis que nos planteamos al comienzo del estudio y que, además pudiera satisfacer las condiciones de análisis que nos planteamos, tales como: mostrar el anglicismo en contexto; mostrar la oración completa como unidad de análisis y establecer relaciones con otros datos pertinentes para así obtener un análisis más completo del entorno lingüístico de los anglicismos.

Por tanto, las bases de datos creadas en este estudio son una herramienta de explotación creada con el programa Microsoft Excel 365. Se habla en plural puesto que creamos cinco bases de datos para un mejor análisis cuantitativo y cualitativo del fenómeno, respectivamente. En la primera desplegamos los anglicismos por revista teniendo un total de quince hojas de cálculo, una por cada ejemplar mensual y sus adicionales de temporada (Vogue Hombre Primavera- Verano 2017, Vogue Belleza Otoño- Invierno 2017 y Vogue Belleza Primavera 2018). En la segunda base de datos adjuntamos todos los anglicismos de todas las revistas en una sola hoja de cálculo para un panorama más general del fenómeno.

En cuanto al diseño de las hojas de cálculo de estas dos bases de datos se buscó contar con los criterios que nos permitieran tener una mejor visión cuantitativa de las unidades. Por esta razón se establecieron distintas columnas, en el siguiente orden: el número de la revista, el mes, la página donde se encontró el anglicismo, el código asignado al anglicismo, el número de anglicismo en el corpus, los diccionarios de la lengua española donde se ha registrado la unidad, su frecuencia total en el corpus, el anglicismo per se, el contexto (es decir, la oración en donde se desenvuelve el anglicismo), la categoría temática del anglicismo, la categoría gramatical original de la unidad y la categoría gramatical que obtiene en el contexto de la oración, así también se agregaron columnas para el significado en inglés de cada anglicismo y el significado en español así como una traducción preliminar de la unidad, guiándonos del precedente y por último, se agregó una columna para comentarios sobre su registro en los diccionarios consultados o su etimología, en caso de dudas.

En cuanto al código asignado a cada anglicismo (en contexto), éste se creó utilizando las siguientes convenciones: en primer lugar, se toman las iniciales del nombre de la revista y el mes. Continuamente se agrega el número de la revista, la página donde se puede encontrar, el número del anglicismo y su ocurrencia, todos estos números separados por un guión. Por ejemplo, el código para el anglicismo *logo* en el siguiente contexto quedaría así: “Chamarra de piel con *logo* de Fendi” (VM219-185-193-04).

Ahora bien, para el formato de las bases de carácter morfológico, morfosintáctico y semántico, se copiaron las primeras ocho columnas previamente descritas a excepción de la de los diccionarios y posteriormente se agregaron las diferentes columnas para contemplar los aspectos que influyen directamente en el comportamiento del anglicismo en uso en cada uno de estos niveles lingüísticos. Sin embargo, y en vista de que los análisis se circunscribieron al anglicismo en contexto, algunos de estos campos no se completaron y para ello se utilizaron ciertos símbolos (<, x) indistintamente o abreviaturas como NA que indica que No Aplica el criterio en esa unidad. Estos campos serán descritos en detalle en la sección de cada análisis modular.

3.3.3 Para el análisis de los datos

Aunado a las bases de datos en Excel, y para tener cierto control en el análisis de los datos se utilizaron en primer momento los siguientes diccionarios para la verificación del registro o no de los anglicismos seleccionados:

- el Diccionario de la Real Academia Española (en adelante DRAE) en su versión en línea (<https://dle.rae.es/>) actualizada en el año 2018.
- el Diccionario del Español de México (en adelante DEM, 2019) versión online (<http://dem.colmex.mx/>).
- el Diccionario de Mexicanismos (en adelante DM) en su segunda edición versión online (<http://www.academia.org.mx/index.php/obras/obras-de-consulta-en-linea/diccionario-de-mexicanismos>).
- el Diccionario de Americanismos (en adelante DA) de la Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE) en su versión online actualizada en el año 2010 (<http://www.asale.org/recursos/diccionarios/damer>).

Asimismo, se realizaron las búsquedas pertinentes en los siguientes diccionarios en dos distintas etapas del análisis de los datos:

- *Merriam- Webster Dictionary* (en línea, <https://www.merriamwebster.com>, en adelante MW)
- *Oxford English Dictionary* en su versión online denominada English Oxford Living Dictionaries <https://en.oxforddictionaries.com/>, en adelante OED).
- El diccionario en línea *Dictionary.com* (<https://www.dictionary.com/>, en adelante DC).

La primera etapa en donde se utilizaron fue la revisión etimológica de aquellos anglicismos cuya procedencia causaba cierta incertidumbre, puesto que para fines del estudio nos quedaremos con aquellos cuyo étimo último fuera el inglés, salvo casos especiales. En este sentido, estos diccionarios contienen un apartado donde se ofrece información etimológica de la palabra, la cual consideramos adecuada para el análisis. En segundo lugar, se

utilizaron estos diccionarios para verificar si el anglicismo mantenía o cambiaba de categoría gramatical en su uso; asimismo para observar si existía un cambio de significado o no en contexto.

Otra de las herramientas utilizadas para el análisis de datos, y en específico para los análisis morfológico y morfosintáctico, fue el aparato analítico creado por Márquez (2005) en su tesis de grado doctoral. Este aparato permite entrever el fenómeno anglicista desde una perspectiva comunicativa funcional, clasificando a los anglicismos de la siguiente manera:

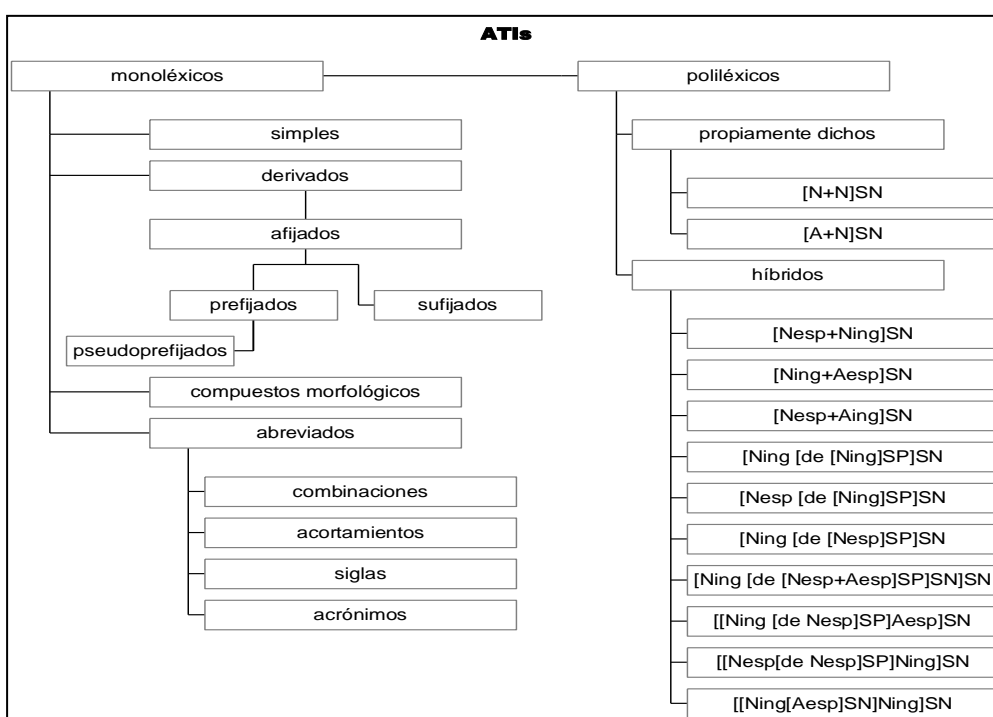


Fig. 3.3.3 Clasificación del anglicismo por su patrón morfosintáctico (Márquez, 2005).

Si bien partimos de esta clasificación, esta no fue reproducida en su totalidad, específicamente en dos aspectos: el primero, el desglose de los anglicismos poliléxicos, pues en esta investigación no se tomaron en cuenta los anglicismos *híbridos*, aquellos compuestos por un elemento en inglés y otro en español; y el segundo se deja entrever en una distribución de anglicismos poliléxicos *propiamente dichos* más amplia que la anterior. Sin embargo, no presentamos dicha adaptación propia de la versión de Márquez (2005) en

esta sección, sino más adelante (Cap. V), para no anticiparnos al análisis y los resultados del estudio.

A continuación, se describe el proceso de trabajo, desde la recolección de los datos hasta los criterios empleados para realizar los análisis en la base de datos.

3.4 Procedimiento

3.4.1 Recolección y selección de los datos

Dado que la prioridad de este trabajo es el estudio del anglicismo de apariencia inglesa (crudo) en los textos sobre moda escritos en el español mexicano, nos hemos visto en la necesidad de construir un método de recolección de datos orientado a partir del objetivo de esta investigación: ofrecer un panorama general del comportamiento lingüístico del anglicismo en esta variante.

Para lograr este cometido, reconocemos que la recolección de una muestra de datos léxicos no puede ser exhaustiva, sino que debe ser representativa en relación con los objetivos que se busca alcanzar. De esta manera, así como nadie sabe cuántas y cuáles son las palabras de las que consta el español de México, tampoco hay un conocimiento del número total de anglicismos sobre moda que se utilizan en esta variante. Considerando lo anterior, creemos haber recolectado una cantidad de anglicismos aceptable, adecuada y conveniente para ofrecer un panorama general del anglicismo en la moda en la variante del español mexicano y para profundizar en sus características lingüísticas. A continuación, explicaremos el proceso para la recolección de los datos del corpus.

La recolección de los anglicismos fue obtenida a partir de dos formatos, digital y papel. Tomando como punto de partida las condiciones antes expuestas para delimitar el corpus, se inició la búsqueda de los anglicismos en los textos de las ediciones mensuales de Vogue México de junio del 2017 a mayo del 2018, y sus adicionales de temporada, teniendo así quince ejemplares.

De manera cronológica se leyó cada ejemplar y sus adicionales para así subrayar todas las palabras que a primera instancia parecían proceder de la lengua inglesa, es decir aquellas cuya ortografía las evidenciara como anglicismos, que muchas veces fueron fáciles de capturar pues su marcación discursiva se encontraba en *itálicas* en el texto como se registró en la base de datos. Después se utilizaron los diccionarios del español previamente mencionados para verificar el registro o no de las unidades y así ir delimitando aún más el corpus. Y por último, en cuanto a los anglicismos que suscitaban dudas etimológicas, se verificó su procedencia en los diccionarios del inglés descritos con anterioridad. Estos dos últimos procesos se explicarán con más detalle en la siguiente sección.

Siguiendo con la selección de datos conviene recordar ciertos criterios. En primer lugar, se consideraron todos los términos incluyendo sus variantes denominativas, por ejemplo, el anglicismo *cowboy* con sus formas *cowboy chic*, *cowboy girl*. En este caso, cada uno se registró como un anglicismo distinto. En segundo lugar, se consideraron las unidades compuestas por un anglicismo y un galicismo como *boho-chic* o viceversa, *faux fur*.

Como se mencionó con anterioridad, se excluyeron aquellos nombres propios relacionados con marcas y nombres de productos o diseñadores. No obstante, se incluyeron los acrónimos y siglas vinculadas a la temática de la moda que aparecieran en suficientes contextos funcionando como tales o acompañados de su forma plena.

En cuanto a la captura y exportación de los datos, se suscribió la página donde se encontró el anglicismo y el contexto en el que aparecían, tomando, como ya se detalló, la oración como unidad de análisis. En vista de que nuestra muestra no es tan amplia en sentido cuantitativo, se decidieron analizar todos los contextos de cada anglicismo.

Una vez registrados y ordenados alfabéticamente, se asignó un código a cada anglicismo para su pronta identificación. Este tomó en consideración, como ya se explicó, el mes y número de la revista, la página, el número asignado y la ocurrencia del anglicismo, en ese orden. Cabe mencionar que el número de anglicismo no cambiaba aun si el número de revista fuera diferente como en (a); salvo que se percibieran significados distintos como se explica en (b).

- a) La palabra *top* con un sentido de “prenda de vestir” fue encontrada 79 veces en el corpus. En la oración del ejemplar de junio 2017: “Dcha: *Top*, lentes y bolsa de Miu Miu en El Palacio de Hierro Polanco” su código sería VJ210-51-**373**-05; mientras que en la oración de la edición de agosto 2017: “*Top* de encaje, de Shiatzy Chen” su código sería VA212-44-**373**-17.
- b) En la edición de junio 2017 la palabra *top* aparece en la oración “Dcha: *Top*, lentes y bolsa de Miu Miu en El Palacio de Hierro Polanco” con una noción de prenda de vestir teniendo como código: VJ210-51-**373**-05. No obstante, en el mismo ejemplar la palabra también se presenta con otros sentidos: como calificativo, “*principal o de excelencia*” como en la oración: “Su expertise habla por sí sola y su lista *top* de pacientes que acuden a ella lo confirma”, por tanto, es un anglicismo diferente: VJ210-117-**374**-03; como acortamiento de “*top model*”: “Con un guiño a la Bardot, la *top* lituana enciende a los siete mares con las prendas claves del verano”, donde su código es VJ210-124-**375**-02; o por último, para denotar la posición más alta “La alpaca y la lana deben estar en el *top* de tus opciones” con el código VD216-141-**376**-01. En otras palabras, por cada nuevo significado en una misma variante denominativa del anglicismo se le designó un número distinto.

En esta misma línea y como última convención, se fijaron números diferentes en el código para cada variante denominativa del anglicismo, solamente en los casos de tipo léxico o elíptico, como el anglicismo *must have* y su forma acortada *must*: “Es un pieza impermeable, precisa y confiable. ¡Un rotundo *must have*!” (VO214-121-**235**-05); “Ineludibles son también sus bolsas, un *must* que va a matizar los meses más fríos del año” (VS213-101-**234**-02). En este caso, la forma plena y el acortamiento son tomados como dos anglicismos distintos en el corpus.

3.4.2 Análisis de los datos

Como se mencionó, a la par del almacenamiento de los datos, y para tener el debido control en cuanto a los objetivos planteados, uno de los primeros procesos de análisis fue la verificación del registro o no de las unidades léxicas seleccionadas en primera instancia

como anglicismos en los diccionarios del español. Para esto se tomó en cuenta la forma ortográfica de la palabra y asimismo que el significado de la palabra en contexto coincidiera con el del diccionario. Se utilizaron entonces: el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE), el Diccionario del Español de México (DEM), el Diccionario de Mexicanismos (DM) y el Diccionario de Americanismos (DA).

Por tanto, el primer paso fue registrar en una columna de las hojas de Excel qué anglicismos aparecían en los diccionarios mencionados. En este sentido y dado que nuestro objeto de estudio son los anglicismos *no registrados* en la variante del español mexicano, optamos por descartar aquellas unidades que aparecieran asentadas en el DEM. Su aparición en esta obra lexicográfica permite entrever que se trata de vocablos que han perdido su estatus de neologismos, por ejemplo, la palabra *jeans*. La elección de este diccionario y no otro reside en que el DEM incluye todo el vocabulario que ha sido usado o se usa en México, un léxico más integral, a diferencia del DM, con un corpus más limitado pues como su nombre lo indica se enfoca mayormente a palabras propias del habla coloquial de nuestro país.

Retomando el hilo del proceso, antes de aplicar este primer criterio se habían registrado 477 anglicismos (a primera vista). En la tabla 2 se puede observar el número de anglicismos incluidos y no incluidos en estos diccionarios.

Diccionarios	DRAE	DEM	DM	DA	No incluido en ningún diccionario	Total
Cantidad	27	48	2	22	378	477

Tabla 3.4.2. Distribución de anglicismos incluidos en los diccionarios del español.

Es así como después de este primer filtro nos quedamos con 429 anglicismos no registrados en la variante mexicana del español para analizar. En otras palabras, esta decisión ofrecería un primer análisis lingüístico de muchas unidades léxicas, que si bien han sido citados en algunos trabajos pioneros sobre el anglicismo en el español debido a la naturaleza temática de su uso, es poco probable que aparezcan en algún corpus lingüístico del español mexicano.

Siguiendo con el uso de los diccionarios, pero ahora para aquellas unidades donde no se tenía la certeza de que fueran verdaderos anglicismos por su ortografía, realizamos la búsqueda pertinente en las versiones en línea del Oxford English Dictionary, Merriam-Webster Dictionary y Dictionary.com, esto con el fin de descartar aquellas que no fueran de origen inglés. De los 429 anglicismos en el corpus hasta ahora, dudamos de la procedencia de 10 de ellos, encontrando que tan solo 3 tenían origen distinto al inglés como *chic o glamour*. Fue de esta manera como se delimitó el corpus a 426 anglicismos distribuidos en 1505 contextos.

Siguiendo esta línea, pasemos a los análisis sustentados en los objetivos del estudio. Para ello, cabe recordar que todos los análisis tanto de carácter cuantitativo como cualitativo fueron con base en el contexto del anglicismo, en este caso acotado a la oración.

En cuanto a la clasificación de los anglicismos en las distintas categorías temáticas (explicadas anteriormente) sucedió algo similar. Para este análisis el fin fue determinar cuáles eran las áreas en la moda que aglutinaban un número más alto de anglicismos: prendas de vestir, estilos de moda, descripción de la prenda o complemento, voces que definen a los tejidos, estampados y materiales, términos relacionados con el sistema de la moda, belleza o por último aquellos que denominan aspectos de la vida social o comunicación. Siguiendo el criterio del contexto, ciertos anglicismos podían pertenecer en dos categorías temáticas de la moda a la vez, aspecto que se dejó marcado en el conteo estadístico.

Para el análisis de cambio de categoría gramatical o no en contexto, se tomó en cuenta el material lexicográfico en inglés: el OED y el MW. Con ellos se fue registrando la categoría gramatical original de cada anglicismo en una columna de la base de datos general y en otra columna, se estableció la categoría gramatical que toma de acuerdo al contexto oracional. Es decir, se puede verificar si existe o no un cambio en la categoría gramatical del anglicismo al ingresar en la variante mexicana del español.

Cabe resaltar que ciertas unidades léxicas encontradas en la base de datos podían funcionar como dos categorías gramaticales dependiendo su contexto de uso, es decir pueden actuar como sustantivos o como adjetivos en diferentes oraciones. A modo de ejemplo, el

anglicismo *top*, que como ya se explicó, puede designar una *prenda de vestir* o hacer referencia a *algo o alguien principal*. Por tanto, este tipo de unidades léxicas fueron contadas dos veces, una a partir de su función nominal y la otra a partir de su función adjetival.

Una vez delimitadas la categoría temática y gramatical correspondiente, procedimos a la parte sustancial de la investigación: los análisis modulares lingüísticos de los anglicismos de apariencia inglesa no registrados en la variante del español mexicano. A diferencia de otros estudios donde el análisis se da por unidad léxica, la manera de aproximarse a los datos, tomada de Márquez (2005) permite contemplar de una manera más completa la perspectiva lexicológica del anglicismo. Sin embargo, nos limitamos a la revisión de los aspectos lingüísticos que consideramos influyen en la formación y aceptación del anglicismo en los textos especializados en moda escritos en español descritos a continuación.

Se tratará primeramente el aspecto morfológico para distinguir qué proceso de formación léxica tiene cada anglicismo; el morfosintáctico, para observar los aspectos flexivos que le permiten desenvolverse en un contexto diferente al de su origen; y el semántico, para explicar la construcción de su significado.

Todos los análisis fueron siempre realizados tomando en cuenta el contexto oracional de cada anglicismo, tanto para el enfoque cuantitativo como cualitativo.

3.5 Recapitulación

En este capítulo se ha descrito la metodología y el procedimiento que se llevó a cabo en la investigación. Primeramente, mencionamos que este estudio no tiene ningún fin prescriptivo, al contrario, consideramos que su carácter descriptivo con ayuda del entorno textual y discursivo caracteriza de mejor manera el comportamiento lingüístico del anglicismo en este tipo de textos en español.

En segundo lugar, describimos exhaustivamente las características del corpus del estudio. Por un lado, analizamos su propósito, delimitamos la unidad de análisis y los criterios para la selección de la revista Vogue. Por otro lado, se especifican y explican las distintas categorías temáticas que servirán como base para la clasificación temática de los anglicismos.

En tercer lugar, describimos las herramientas empleadas en el estudio, dentro de ellas las bases de datos que diseñamos para incluir la selección final de los datos y realizar los análisis manuales de cada módulo lingüístico. De igual manera, describimos los distintos diccionarios utilizados para etapas preliminares o posteriores.

Por último, explicamos en detalle el procedimiento que seguimos tanto para la extracción, selección y almacenamiento de datos, como para los distintos acercamientos al anglicismo. En el siguiente capítulo se tratarán los distintos análisis realizados a los anglicismos.

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS Y EXPLORACIÓN DE LOS DATOS

Cabré (1994, en Márquez, 2005) menciona que la modularidad es útil para explicar la complejidad de los hechos del lenguaje por la relación de enfoques (módulos) parcialmente independientes, es decir, cada uno con su organización y principios propios. En nuestro caso, retomamos el concepto de modularidad metodológicamente para los análisis sobre el anglicismo puesto que esta unidad léxica se compone no solo de distintos elementos de la gramática, sino también se enlaza con otros de índole textual que en conjunto permiten su caracterización, desarrollo y aceptación en este tipo de textos.

En cuanto a los análisis partimos de lo general a lo particular. En primera instancia, clasificamos los anglicismos en distintas categorías temáticas de la moda para observar cuáles son más productivas y por otro lado, exploramos el cambio de categoría gramatical del inglés al español que pueden o no presentar estas unidades en contexto. Después tenemos la parte sustancial del proyecto, los análisis lingüísticos modulares, presentados en este orden: morfológico, morfosintáctico y semántico. Conviene mencionar que todos los análisis serán tratados desde una dicotomía cuantitativa-cualitativa para tener una mejor visión del comportamiento lingüístico de los anglicismos en este tipo de textos.

Se registraron entonces 426 anglicismos distribuidos en 1505 contextos delimitados a la oración. Al no ser una cantidad que estuviera fuera de los límites del estudio, se decidió analizar cada uno de ellos. Sin embargo, la cifra general de anglicismos (no la de contextos) puede ser distinta en cada módulo porque el análisis fue siempre realizado en contexto y por ello, pueden darse casos donde un mismo anglicismo funcione o se componga de formas diferentes, como se explicará en el módulo de análisis correspondiente.

4.1 Análisis temático

Uno de los criterios que empleamos en la descripción de los anglicismos localizados en nuestro corpus fue la distribución temática, por lo que en este apartado observaremos la clasificación de los anglicismos en este ámbito.

En cuanto a la distribución de contenidos, dividimos los anglicismos en las siguientes subáreas temáticas, descritas previamente en el capítulo metodológico:

1. Prendas de vestir
2. Estilos de moda
3. Descripción física de la prenda, complemento o individuo
4. Tejidos, estampados y materiales
5. El sistema de la moda
6. Vida social y comunicación
7. Belleza

El objetivo de este análisis fue visualizar qué categorías son más receptivas de este tipo de vocablos. Del número absoluto de anglicismos que fue 426, se registraron en esta clasificación 427 anglicismos puesto que la palabra *polo*, en sus distintos contextos se clasificó tanto como prenda de vestir (1a) y como un anglicismo para describir la prenda (1b):

- (1) (a) Ese mismo año, estaría revolucionando el uniforme del tenis con una creación que cambiaría la historia de la moda en el deporte: *la polo* L. 12.12. (VS213-118-263-02)
- (b) Es cerca de esta época que conoce a Sminoe Thion, su futura esposa, quien contribuyó al desarrollo del vestido *polo*. (VS213-118-263-01)

Este fue el único caso de anglicismo que apareció en dos categorías temáticas. Tomando en cuenta lo anterior, los resultados cuantitativos quedaron de la siguiente manera:

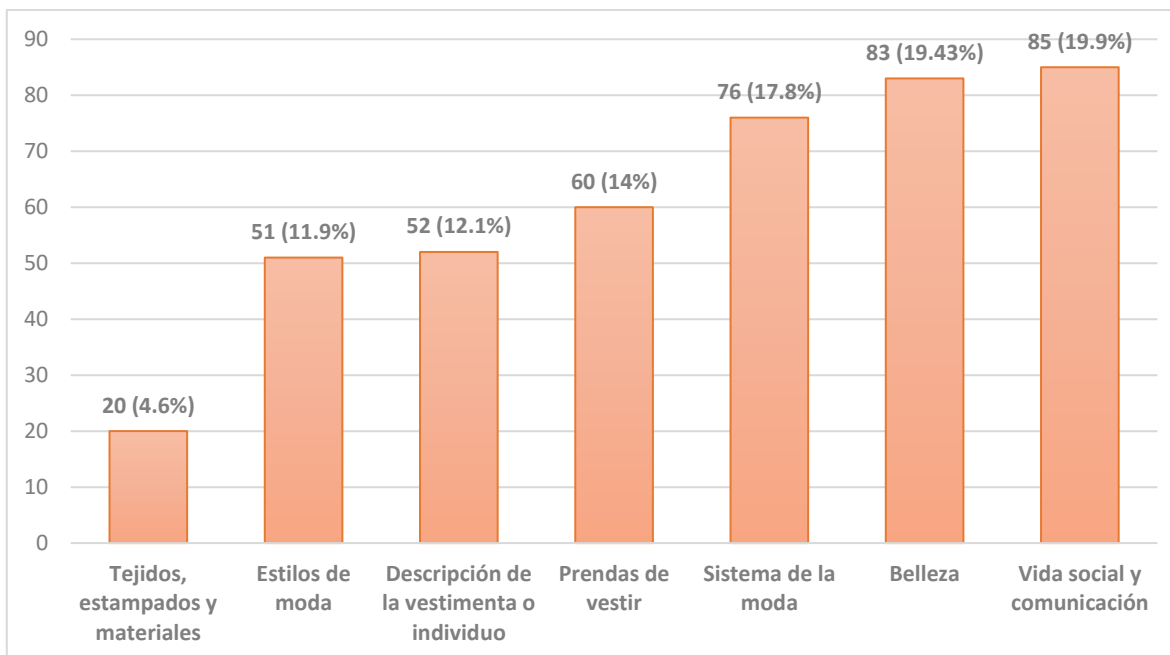


Fig. 4.1a Categorías temáticas de los anglicismos

Como se observa, el campo temático con mayor uso de anglicismos fue el de *Vida social y comunicación* representando un 19.90% del total. Por el contrario, la categoría menos productiva fue *Tejidos, estampados y materiales* con tan solo 4.6% del total de anglicismos.

Lo interesante aquí es observar que las últimas tres categorías ejemplifican el dominio del lenguaje de la moda, un lenguaje relacionado más con la industria misma y su valor social que con las prendas de vestir y sus complementos. Por ejemplo, no es casualidad que la categoría *Sistema de la moda* sea una de las más frecuentes (e incluso tenga al anglicismo más frecuente, *look*) pues refleja que las revistas ya no solo reparan en las tendencias de moda sino en todo el mundo detrás de ella, como las pasarelas (*backstage, fashion shows, fitting, front row, top model...*) y el consumo que promueve esta industria (*concept store, fast fashion, mix and match, mall, september issue...*).

De igual manera, se pudo visualizar la consolidación del sector de la *Belleza* en la moda. Una categoría que no solo cuenta con secciones propias en cada ejemplar, sino que también complementa descripciones de apariencia en otros apartados de la revista como se pudo comprobar con anglicismos como *blush, eyeliner* o *wet look*. Sin embargo, la mayoría de

las unidades en esta sección se ven relacionados con el cuidado de la piel como *baby skin*, *boosters*, *botox*, *cushion*, *detox*, *serum*, *skincare*, entre otros.

Por otro lado, en la categoría *Estilos de moda* se observaron conceptos muy especializados como *caribbean chic*, *easy ready-to wear*, *glam rock*, *hippie deluxe* o *urban-sport* que aportan sentidos y matices únicos a la prenda. Por ejemplo, el concepto *glam rock* hace referencia a ropa que es a la vez elegante, pero tiene unos toques del estilo rock.

Asimismo, se encontraron anglicismos como *boost*, *multi-tasking*, *spa mindfulness*, *top*, *wishlist*, entre otros, cuyo uso proviene o se ha ampliado a otros ámbitos sociales, detalle que en parte consintió la alta frecuencia de la categoría *Vida Social y Comunicación*.

A la par, este análisis temático nos permitió percibir que hay términos con mayor presencia en este momento porque “*están de moda*”, como se vislumbra en las primeras cuatro categorías temáticas y la última de la tabla 4.1. Por ejemplo, la prenda *top* y el accesorio *clutch* fueron dos de los anglicismos más recurrentes en el corpus. En *Tejidos y materiales*, el *denim* fue en definitiva el tejido de moda, con 25 ocurrencias. En la categoría *Descripción de prendas y complementos*, las unidades *maxi*, *mini* y *oversize* fueron las más recurrentes. Sin embargo, *look* fue el anglicismo que encabezó la lista con 120 ocurrencias.

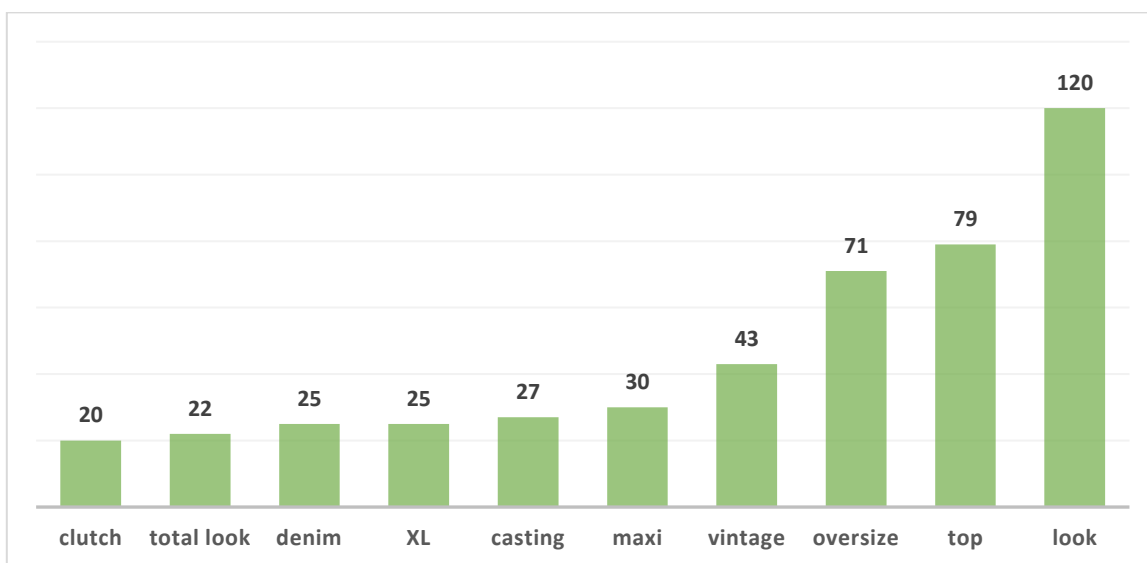


Fig. 4.1b Anglicismos más frecuentes del corpus.

4.2 Análisis del cambio de categoría gramatical en contexto

Otro fenómeno que se notó en un primer acercamiento fue el cambio de categoría gramatical, pues bien, algunos anglicismos que forman parte de una clase de palabra predeterminada en los diccionarios, en la lengua receptora establecen relaciones con otros datos gramaticales en español, obteniendo así una diferente categoría gramatical a la original en la oración correspondiente. Por tanto, nos pareció interesante comprobar cuántos y cuáles anglicismos de nuestro corpus pasan por esta modificación en contexto.

Para no confundirnos entre nociones, aclaramos que para este estudio entendemos como categoría gramatical a cada una de las clases en que se agrupan las palabras tomando en cuenta sus propiedades morfológicas, sintácticas y semánticas. Con esto, las categorías originales de los anglicismos que se registraron fueron las siguientes: sustantivo, adjetivo, verbo, adverbio, interjección y frase. Sin embargo, en cuanto a su adaptación al español tan solo se reconocieron dos categorías gramaticales en todos los anglicismos: sustantivo y adjetivo, es decir las categorías originales se modificaron exclusivamente a un nombre o una cualidad. Conviene mencionar que el número absoluto de anglicismos registrado (426) no fue el mismo en este análisis puesto que encontramos anglicismos que registraron doble categoría gramatical tomando en cuenta el contexto donde se encontraban, por tanto, ahora se reconocieron 439 anglicismos. Como ejemplo preliminar tenemos el anglicismo *cowboy*:

- (2) (a) La modelo Carolyn Murphy nos asoma a un otoño de inspiración *cowboy*.
(VA212-14-81-01)
- (b) Las compras se resumen en un par de botas de *cowboy* de Miron Crosby.
(VS213-258-81-03)

En (2a) *cowboy* se contempla como un adjetivo en la oración contextual, mientras que en (2b) se entiende como un sustantivo, asimilado en español como *vaquero*. Este es solo uno de los 41 anglicismos (de los 439) que enmarcan esta dualidad categórica. En la siguiente tabla se despliegan de forma más explícita dichos cambios:

Función gramatical	Sin cambio	Con cambio a		Ejemplo	Total
		Adjetivo	Sustantivo		
Adverbio	0	0	1	Las modelos en el <i>backstage</i> antes de su desfile en LA.	1
Frase	0	0	1	El evidente <i>mix and match</i> de materiales y las tonalidades que el creador utiliza resultan en (...)	1
Interjección	0	1	0	El factor <i>wow</i> se salda en el campo del brillo multicolor.	1
Verbo	0	0	3	Dale <i>delete</i> a tus imperfecciones con los infalibles correctores.	3
Adjetivo	88	0	8	(...) han refrescado el <i>preppy</i> con gorras, camisetas y tanks.	96
Sustantivo	310	27	0	Del beige al marrón, la sobriedad se acompaña de un guiño <i>energy</i> .	337
Total	398	28	13		439

Tabla 4.2 Tipos de cambios de categoría gramatical hallados en el corpus.

En la tabla 4.2 vemos que las primeras cuatro categorías muestran una frecuencia mínima en el corpus, y que todas, sin excepción presentan al menos un cambio a una categoría diferente de su original. Veamos el siguiente ejemplo:

- (3) Para lograr un completo ***relax***, las velas con aromas especiales nos envuelven y llevan al nirvana adornadas por envases maravillosos. (VJ211-103-285-01)

En el contexto (3) se visualiza como el anglicismo ***relax*** registrado en los diccionarios de lengua inglesa como un verbo, adquiere la categoría de sustantivo en ese contexto oracional. Asimismo, al observar la tabla anterior se entrevé que el adjetivo y sustantivo son las clases gramaticales más repetidas en el estudio, donde sus cambios se dan de manera inversa, como en los siguientes ejemplos:

- (4) La colección es para una mujer que le gusta encontrarse con la naturaleza, femenina, fresca, cómoda, sin dejar de sentirse arreglada, es un ***easy ready-to wear*** ideal para viajar. (VA212-167-106-01)

- (5) Otro factor que afecta su éxito, son los avances tecnológicos que han permitido crear cosméticos que no existían en otros mercados todavía como el maquillaje *cushion* o las mascarillas de tejido. (V216-191-90-01)

En el contexto (4) el anglicismo *easy ready-to wear* se identifica predeterminadamente como un adjetivo, sin embargo, observando los elementos gramaticales a su alrededor (el artículo ‘un’ y el adjetivo ‘ideal’) se distingue como un sustantivo en la oración. Al contrario de (5) donde el anglicismo *cushion* es reconocido originalmente como un sustantivo, pero en la oración presentada se maneja como un modificador de la palabra maquillaje tomando entonces la categoría gramatical de adjetivo. Estos dos últimos cambios, frecuentes en nuestro corpus, presuponen que la sustantivación y la adjetivación son cada vez más comunes con palabras extranjeras que se desarrollan en un contexto diferente al de su procedencia. Y en nuestro caso, ejemplifican de forma cuantitativa y cualitativa este análisis de cambio de categoría gramatical. Ahora bien, pasemos a los análisis lingüísticos modulares, parte principal de la presente investigación.

4.3 Análisis morfológico

Pensar en el componente morfológico de una lengua implica comprender la estructura interna de las palabras que la integran. Más allá de una perspectiva intuitiva que como hablantes podemos tener con respecto a lo que son las palabras, si queremos que este concepto tenga validez científica, la unidad palabra debe ser entendida y caracterizada como una unidad compleja y multidimensional (Lara, 2006). Ante una caracterización como la anterior, por un lado, estamos presuponiendo la existencia de las palabras y por el otro que este tipo de unidades tienen una estructura descriptible.

Uno de los objetivos por alcanzar en este trabajo es la observación y descripción de la adaptación o no adaptación, a las pautas del español, de los anglicismos que conforman el corpus. Por lo mismo, creemos conveniente profundizar en las características morfológicas que presentan estas unidades léxicas al incorporarse a la variante mexicana del español.

El centro de este módulo es el análisis de los procesos de formación léxica subdivididos en procesos de adición y sustracción. Dentro de los procesos de adición registrados en nuestro corpus encontramos la derivación, composición y la reduplicación. Con respecto a la derivación, analizamos los procesos de prefijación y sufijación, vistos desde la morfología en general. En la composición, analizamos la unidad de manera monoléxica y poliléxica, conceptos explicados a la brevedad y más a detalle en su respectivo proceso. En este sentido, consideramos la sintagmación dentro de la composición. Y por último trataremos el caso de la reduplicación. Por otro lado, en los procesos de sustracción revisamos casos de abreviación -incluyendo en esta la combinación, el acortamiento, la siglación y la acronimia- y dos casos de regresión. Recordemos que nuestro estudio es descriptivo, por ende, encontramos casos especiales de formación léxica.

4.3.1. Procesos de formación léxica de los anglicismos

La productividad de los procesos de formación léxica más comunes, la adición y la sustracción se evidencia en los anglicismos en contexto dentro de nuestro corpus. En este módulo el número de formas registradas fue distinto al número absoluto de anglicismos

(426), pues en esta partición encontramos 440 formas discriminadas. Con el fin de un análisis morfológico óptimo, mostramos a continuación los tipos de anglicismos en el orden que serán analizados, de acuerdo su proceso general y la frecuencia de cada uno en el corpus, respetando la dualidad composición- sintagmación.

Proceso de formación léxica	Tipo de Anglicismo	Ejemplo	Frecuencia	Contextos
	Simple	<i>gloss</i>	96	511
Adición	Derivado	<i>tailoring</i>	84	351
	Compuesto	<i>headband</i>	69	175
	Sintagmático	<i>beauty look</i>	160	277
	Reduplicación	<i>makeup-makeup</i>	1	1
Sustracción	Acortamiento	<i>detox</i>	17	98
	Sigla	<i>VIP</i>	6	54
	Combinación	<i>upcycling</i>	4	29
	Regresión	<i>frizz</i>	2	4
	Acrónimo	<i>LED</i>	1	5
Total	-	-	440	1505

Tabla 4.3.1 Tipos de anglicismos de acuerdo con su formación léxica

4.3.1.1 Procesos de adición

Con respecto a los procesos de adición se observó que, del total de 440 formas, hay 280 anglicismos monoléxicos (64% del total de las formas) subdivididos en 96 anglicismos simples (34.3%), 84 anglicismos derivados, 69 compuestos y tan solo un caso de reduplicación. Se toman como unidades monoléxicas a aquellas no separadas por espacios en blanco. La fig. 3.3.1a muestra la distribución porcentual de los anglicismos monoléxicos sobre el total de 280 anglicismos.

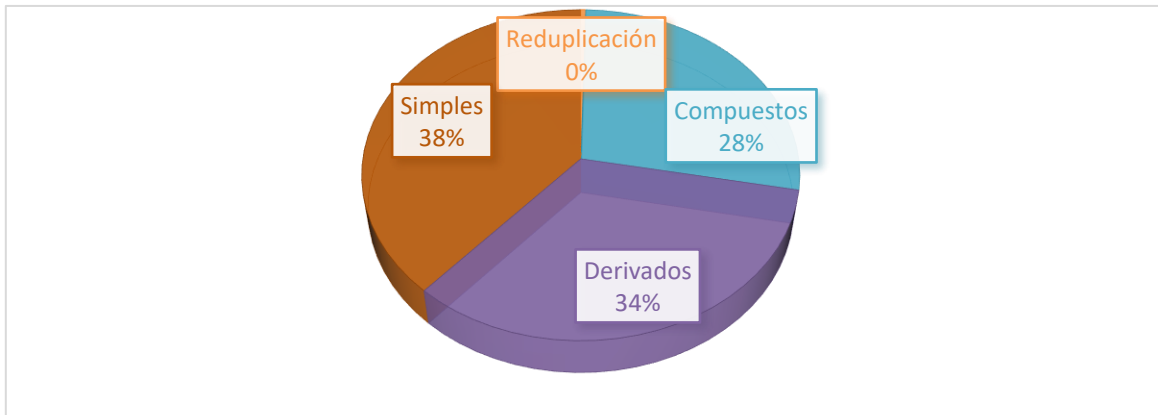


Fig. 4.3.1.1a Anglicismos monoléxicos que siguen procesos de adición

En lo que respecta a los anglicismos poliléxicos, es decir aquellas unidades separadas por espacios en blanco, se encontraron 160 de ellos (36% del total de las formas) agrupados en diversas estructuras, siendo las siguientes las más productivas: bajo la estructura $[A+N]_{SN}$ se encontraron 64 anglicismos, bajo la estructura $[N+N]_{SN}$, 62 anglicismos, bajo la estructura $[N+A]_{SN/SA}$, 8 anglicismos, mientras que con la estructura $[V+N]_{SN/SA}$ se registraron 6 unidades, y bajo $[A+A]_{SN}$, 3 anglicismos. En cuanto a estructuras que presentan otros tipos de composición sintagmática, obtuvimos un total de 17 anglicismos. La fig 3.3.1b muestra la distribución en porcentajes con respecto del total de 160 anglicismos poliléxicos.

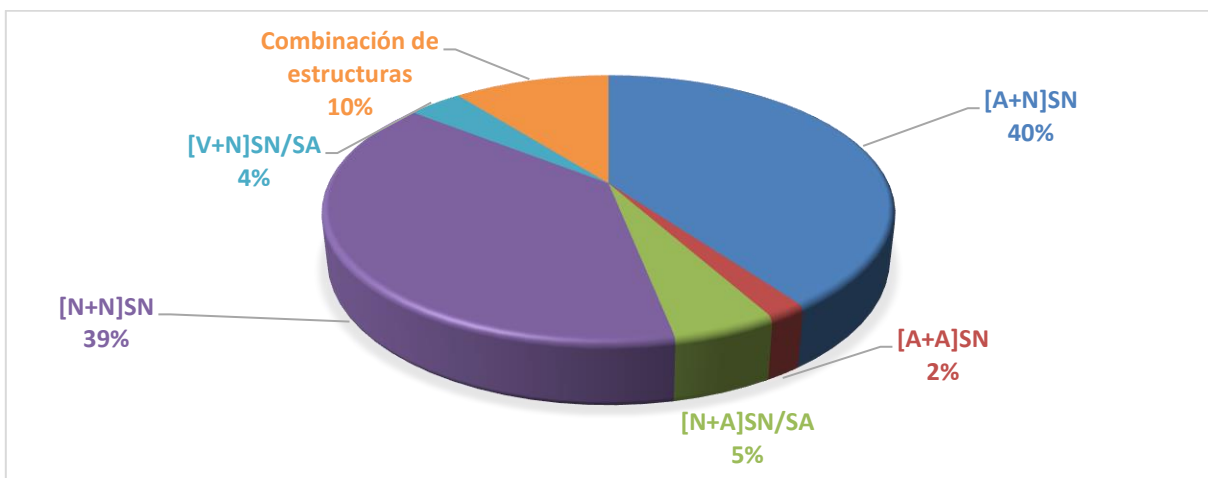


Fig. 4.3.1.1b Anglicismos poliléxicos analizados en el estudio

Como se aprecia en la figura anterior, los anglicismos poliléxicos conformados por la combinación sintáctica [A+N]_{SN} y la estructura [N+N]_{SN} resultaron ser los más frecuentes de los 160 anglicismos poliléxicos analizados, demostrando que su alta productividad en inglés se ha extendido y ha comenzado a establecerse en el español.

Volteemos la mirada ahora hacia el análisis de los anglicismos que siguen procesos de adición.

4.3.1.1.1 Anglicismos derivados

La derivación es uno de los recursos de formación de palabra más productivos tanto en inglés como en español. En nuestro caso examinamos casos de afijación, siendo más específicos de prefijación y sufijación, encontrando 84 anglicismos derivados de un total de 440 formas en el corpus. Fue el segundo proceso de formación léxica más registrado en el estudio, dejando entrever que a pesar de contar con afijos propios del español, el discurso de la moda sigue favoreciendo la entrada de palabras extranjeras y no tanto la adaptación morfológica de estas en la lengua receptora.

Conviene recordar que solo consideramos los procesos de derivación en anglicismos monoléxicos, pues creemos que a pesar de que los elementos de muchos anglicismos poliléxicos han pasado por este proceso (*artsy prints, bomber jacket, cropped tops*), prevalece más la unión de las unidades lingüísticas para crear un solo significado. Asimismo fue uno de los procesos más transparentes de reconocer en las unidades del corpus. Comencemos bien con este análisis y los anglicismos prefijados.

En el corpus se registraron 24 anglicismos prefijados, 11 de los cuales también cuentan con sufijos (aspecto que será igualmente tratado en esta sección). Los prefijos observados en nuestro estudio fueron: *anti-* (*antiaging*), *dis-* (*dispenser, display*), *eco-* (*eco-chic, ecofriendly*), *in-* (*influencer, insider*), *lipo-* (*lipofilling*), *maxi-* (*maxi-dresses*), *micro-* (*microblading, microneedling*), *multi-* (*multimasking, multi-tasking*), *over-* (*oversize*), *pre-* (*pre-fall*), *re-* (*retail*), *super-* (*supermodels*), *ultra-* (*ultra-fit*), *under-* (*underground*), *uni-* (*unisex*) y el caso especial del pseudoprefijo *e-* (*e-commerce*).

Como se observa los prefijos podían aparecer adjuntados a la base o separado de ella por un guión. De igual forma y como se mencionó, hubo casos donde se observó una convivencia de prefijo y sufijo ligados a una misma base como en el siguiente ejemplo:

- (6) Los beneficios del *multimasking* son excelentes para cubrir las necesidades específicas, que el cutis necesita como la hidratación e iluminación. (VE217-77-232-01)

En (6) se observa como el anglicismo *multimasking* está formado por el prefijo multi-adjuntado a la base *masking*, la cual también contiene el sufijo *-ing*, por tanto, la raíz restante sería *mask*. Procesos de este tipo fueron comunes en el total de los anglicismos prefijados con 11 ocurrencias.

Por otro lado, en el corpus se encontró el caso del pseudoprefijo *e-*, pues si bien presenta una función afijada, su significado es más léxico:

- (7) En este sentido, desde Birchbox, especialistas en *e-commerce* de belleza, confirman que aunque en cada país existen distintos modelos, estos se viralizan muy deprisa. (VD216-191-109-02)

Este pseudoprefijo presenta solo la primera letra del anglicismo al cual se refiere, siendo entonces un acortamiento de la palabra *electronic*. No obstante, su uso fue bastante bajo en nuestro corpus al verse reflejado en tan solo un anglicismo. Esto podría deberse a que es más común encontrarlo en áreas como la informática o comercio, en donde se originó el término. Ahora pasemos a los anglicismos sufijados.

En comparación con la prefijación el proceso de sufijación fue más elevado en el corpus y por ende, la variedad de sufijos encontrados. Se registraron 60 anglicismos monoléxicos con sufijos nominales (*-age, -al, -er, -ie, -ing, -ise, -ista, -ity, -ment, -ness, -ty, -y*) y adjetivales (*-al, -er, -ern, -ing, -ish, -less, -ster, -y*). De los primeros, el más común fue *-er* como en los anglicismos (*biker, boosters, choker, follower, insider*), seguido del sufijo *-ing* (*branding, casting, countouring, leggings, lifting, etc*) con 16 y 12 anglicismos

respectivamente. De los sufijos adjetivales, el más productivo fue *-y* reflejado en 9 anglicismos (*artsy, boxy, curvy, pointy, smokey, entre otros*).

Hay que mencionar, además que se dieron casos de sufijos con funciones predeterminadas, pero que en contexto presentaban una distinta. Los sufijos encontrados en estos casos fueron *-al, -er, -ing, -y*. A manera de ejemplo observemos el sufijo *-y*:

- (8) (a) Las faldas son las piezas más *trendy* de la línea. Acompáñalas con una clásica camisa blanca. (VM221-68-391-01)
- (b) Crop top con cuello halter, de Miu Miu; *panty* de Lisa Marie Fernández. (VJ210-159-248-02)

En el contexto (8a) *trendy* es un adjetivo y el sufijo *-y* tiene una función adjetival. En (8b), sin embargo, *panty* presenta un sufijo comúnmente adjetival, aunque su función aquí es de nombre.

En suma, el proceso de derivación fue de alta frecuencia en nuestro estudio encontrándonos una variedad de prefijos, sufijos y casos especiales que solo pueden ser explicados, como se vio, en contexto. En la siguiente sección analizamos ahora los anglicismos compuestos.

4.3.1.1.2 Anglicismos compuestos

En relación con el proceso de composición, hemos decidido dividir la presente sección basándonos en el criterio gráfico, catalogando así los compuestos en anglicismos monoléxicos, la unión de sus dos no está separada entre espacios en blanco. Conocemos que este parámetro no es del todo válido en la lengua inglesa, no obstante, nuestro análisis trata sobre el comportamiento de los anglicismos en el español.

Se encontraron 69 anglicismos compuestos de las 280 unidades monoléxicas en el corpus de análisis, siendo el tercer proceso de formación léxica más común del estudio. A continuación, desplegamos los tipos de anglicismos compuestos que se registraron de mayor a menor frecuencia:

Tipo de compuesto	Frecuencia	Ejemplos
N + N	36	<i>beauty-converter, dresscode</i>
PREP + N	7	<i>background, offline</i>
A + N	5	<i>live-stream, outerwear</i>
V + N	4	<i>jumpsuit, slipdress</i>
V + PREP	4	<i>makeup, push-ups</i>
N + A	3	<i>cruelty-free, ladylike</i>
A + A	3	<i>boho-chic, urban sport</i>
V + V	2	<i>must-haves, tie-dye</i>
PREP + V	1	<i>outfit</i>
PRON + N	1	<i>it-girl</i>
N + N + N	1	<i>boutique-fitness-studio</i>
N + PREP + A	1	<i>editor-at-large</i>
A + PREP + V	1	<i>ready-to-wear</i>
Total	69	

Tabla 4.3.1.1.2 Tipos de compuestos encontrados en el estudio

De estos, la estructura nominal más numerosa fue [N+N], seguido de la estructura [PREP+N]. Dentro de la primera, encontramos ciertas unidades dadas a combinarse con otras unidades en el campo de la moda como *style* (*hairstyle, lifestyle, streetstyle*) y *wear* (*beachwear, menswear, outerwear, ready-to-wear, streetwear, westernwear*). Sin embargo, en nuestro corpus su posición se limitó al segundo o tercer elemento del compuesto, nunca en posición inicial como el anglicismo *dress* que podía funcionar como el primer elemento (9a) o segundo elemento del compuesto (9b):

- (9) (a) Toma en cuenta que algunos eventos son con invitación únicamente y las cadenas pueden ser complicadas. El *dresscode* puede variar. (VN215-241-102-02)
- (b) Como ejemplos, ahí tenemos disponible un perfecto y versátil *wrap-dress* con líneas verticales y horizontales, o un top elástico que puede llevar su dueño con total autenticidad. (VA212-128-421-01)

Por otro lado, cabe resaltar la aparición de muchas estructuras no tan comunes en la composición, en específico aquellas con más de dos elementos como [A+PREP+V], [N+N+N] o [N+PREP+A]. Ejemplo de la primera en el siguiente contexto (10):

- (10) Con esas palabras resonando en sus oídos Keller se avoca al expertise de Givenchy para crear una nueva y fuerte silueta *ready-to-wear*. (VM219-174-282-04)

Por último, describimos el caso de la unidad *back*, elemento composicional que se identificó en dos diferentes categorías gramaticales. La primera como sustantivo (11a) en la estructura [N+N] y la segunda como preposición (11b) en la estructura [PREP+N]:

- (11) (a) En un baño metálico, y tan preciosos como el oro y la plata, las bolsas y *backpacks* simulan joyas de alto impacto. (VS213-106-15-02)
(b) Arriba: modelos en el *backstage* de la pasarela de alta costura de Chanel. (VN215-112-16-05)

4.3.1.1.3 Anglicismos sintagmáticos

Para el análisis de este tipo de anglicismos hemos decidido separarlos de los compuestos por tan solo el criterio ortográfico, pues consideramos que a pesar de que ambos están formados por unidades yuxtapuestas con un significado único (en contexto), los miembros de los anglicismos sintagmáticos o poliléxicos están separados por espacios en blanco. Fue el proceso de formación léxica más frecuente con 160 de 440 formas registradas, pero aclaramos que 13 de los 426 anglicismos en el corpus absoluto fueron registrados en compuestos y sintagmas respectivamente, tomando en cuenta el factor gráfico; a manera de ejemplo veamos los siguientes casos:

- (12) (a) Los *must-haves* en formato suero que regeneran, rellenan y (multi) corrigen la dermis son Bio Performance Glow Revival de Shiseido e Inhibit Tensolift de Natura Bisse. (VN215-263-235-01)
(b) Los *must have*s que reinan esta temporada se funden entre misterio, elegancia y un halo de estilo. (VOtoño-Invierno-2-235-02).

En (12a) la unidad se identifica como compuesto separado solo por un guión, a diferencia de (12b) donde *must haves* aparece como anglicismo sintagmático por estar separado por espacios en blanco, demostrando con ello la variación denominativa de tipo ortográfica que será analizada en el módulo semántico. En esta misma línea, cabe mencionar que la variación ortográfica de los sintagmas *crop tops* y *cropped tops* permitió clasificarlos en distintos tipos de sintagmas: $[V+N]_{SN}$ y $[A+N]_{SN}$ respectivamente, como se verá en breve.

Tomando en cuenta lo anterior, en el corpus de análisis hemos encontrado la siguiente variedad de estructuras sintagmáticas, ordenadas de mayor a menor frecuencia:

Estructura sintagmática	Frecuencia	Ejemplos
$[(V+PREP) + N]_{SN}$	1	<i>pop-up store</i>
$[A+ (A+N)]_{SN}$	1	<i>smokey sexy eyes</i>
$[A+ (A+PREP + V)]_{SA}$	1	<i>easy ready to wear</i>
$[A+PREP+V]_{SA}$	1	<i>ready to wear</i>
$[N+ (A+A)]_{SN}$	1	<i>outfit total black</i>
$[N+PREP+N]_{SN}$	1	<i>state of mind</i>
$[N+ (N+N)]_{SN}$	1	<i>look beach waves</i>
$[PREP +art+ N]_{SA}$	1	<i>off-the shoulder</i>
$[PRON+N]_{SN}$	1	<i>it girl</i>
$[V+A]_{SN}$	1	<i>tote oversize</i>
$[(A+N) + N]_{SN}$	2	<i>slow fashion movement</i>
$[V+V]_{SN}$	2	<i>mix & match</i>
$[V+PREP]_{SN}$	3	<i>dress up, make up</i>
$[A+A]_{SN}$	3	<i>caribbean chic, radical chic</i>
$[V+N]_{SA / SN}$	6	<i>cross body, crop tops</i>
$[N+A]_{SA / SN}$	8	<i>custom made, look girly</i>
$[N+N]_{SN}$	62	<i>makeup artist, rocket bag</i>
$[A+N]_{SN}$	63	<i>black dress, cropped tops</i>
Total	159	

Tabla 4.3.1.1.3 Tipos de anglicismos sintagmáticos encontrados en el estudio

Como se observa, las estructuras [A+N] y [N+N] fueron la más numerosas del corpus, con ejemplos como *total look* (13) o *belt bag* (14) respectivamente:

(13) El efecto ***total look*** es una sobreposición de capas. (VD216-237-383-09)

(14) ***Belt bag*** en cuero con asa corta de Burberry. (VM219-201-28-01)

El alto índice de sus frecuencias consideramos se debe al nuevo uso de conceptos más especializados o la necesidad descriptiva adjetival de los elementos para su comprensión en el texto. Esto nos arroja una idea de la pronta consolidación de estas estructuras sintagmáticas comunes del inglés en el español.

Además de estas estructuras tan frecuentes en el área, encontramos diversas formas con tres o inclusive 4 miembros como [(A+N) + N]_{SN} y [A+ (A+PREP + V)]_{SA}. Estas dos aún conservan la estructura sintáctica del inglés como se ve en (15a). Por otro lado, las estructuras [N+ (A+A)]_{SN}, y [N+ (N+N)]_{SN} parecen combinar las reglas sintácticas del inglés y español, pero conservando todas las unidades léxicas de la lengua procedente (15b):

(15) (a) Es no conformarse e ir por la vida con el paso seguro que crea el ***slow fashion movement***. (VJ210-96-320-01)

(b) La textura del ***look beach waves*** es tan deseada como un bronceado de impacto, pero, así como la piel debe ser preparada para esta rutina. (VM221-128-195-02)

Un aspecto relacionado con lo anterior fue la observación de dos estructuras con función adjetival y nominal a la vez: [V+N]_{SA / SN} y [N+A]_{SA / SN}. La función que tengan en la oración está determinada por el contexto, como en (16a) donde la estructura [N+A] ejemplificado con el anglicismo ***custom made*** funciona como adjetivo en la oración, mientras que en (16b) con ***look girly*** se muestra con una función nominal:

(16) (a) Siempre encuentro algo que me fascina en cada colección, que pareciera casi hecho ***custom made*** para mí. (VM219-145-91-01)

(b) ¡Atrás quedó el ***look girly***, hoy todos llevan dentro un alma intelectual o un espíritu deportivo... Long live the outsiders! (VA212-54-197-01)

Suponemos que el orden sintáctico del primer contexto permite que su función se asemeje más a la que tendría en el inglés: función adjetival; por su parte, en (16b), el orden estructural del anglicismo encaja perfectamente con la función predeterminada para ese tipo de sintagmas en el español: nominal.

El último punto a tratar y similar a la composición, fue la identificación de distintas unidades léxicas que son proclives a combinarse con otros elementos tanto en posición inicial como final, separadas ahora por un espacio en blanco, las registradas fueron: *print, look, dress, top, fashion, girl, beauty, rock, make up, effortless, love, black, power y spa*; siendo *fashion* una de las más productivas con anglicismos registrados con este elemento (17a) y (17b):

- (17) (a) María Cornejo es responsable de los diseños que han portado muchas de las mujeres reconocidas como *fashion icons* de la marca Zero. (VN215-145-122-02)
(b) He aquí las pruebas de cómo los tenis han conquistado el mundo del *high fashion*. (VA212-12-158-01)

Estos valores de frecuencia podrían demostrar la fijación de estas palabras en el campo de la moda, que por ende, dejarán muy pronto el estatus de neologismos en el español. En la siguiente sección tratamos el único caso de reduplicación hallado en el corpus.

4.3.1.1.4 Reduplicación

Como último proceso de adición analizado en el estudio, se registró tan solo un anglicismo de las 439 formas del corpus formado por el proceso de reduplicación, representado en el anglicismo *makeup-makeup*. Separado por un guión, esta palabra fue un caso de reduplicación total pues la unidad léxica se repitió íntegramente (18):

- (18) Lograr un no "*makeup-makeup*" nunca había sido tan fácil. (VA212-61-205-01)

4.3.1.2 Procesos de sustracción

En torno a los procesos de sustracción, debemos aclarar que desde el punto de vista gráfico, todas las unidades encontradas fueron monoléxicas por estar entre dos espacios en blanco. De los 280 anglicismos monoléxicos, tan solo 30 de ellos están formados por este tipo de proceso. En la siguiente gráfica se puede apreciar de mejor manera dicha distribución.

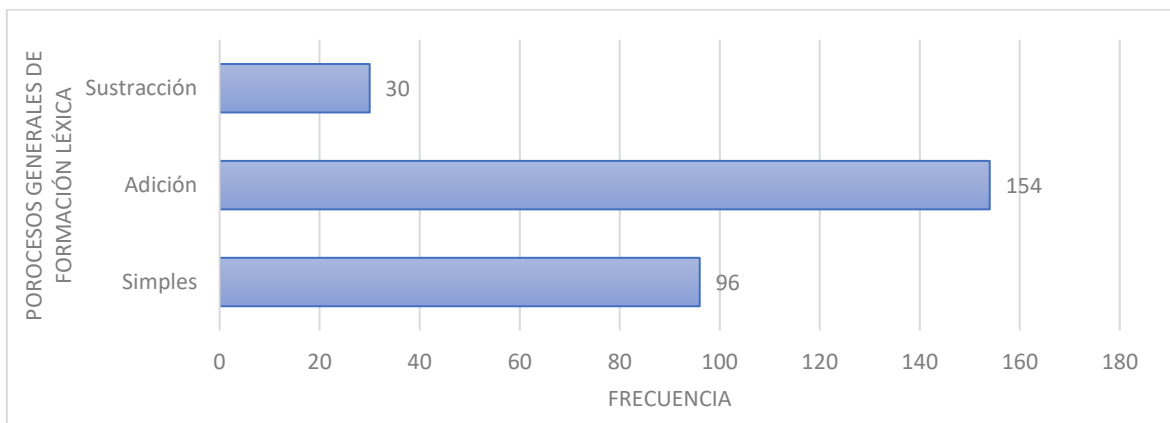


Fig. 4.3.1.2a Anglicismos monoléxicos encontrados en los procesos de formación léxica

De las 30 formas analizadas en los procesos de sustracción encontramos 17 acertamientos, 6 siglas, 4 combinaciones, 2 regresiones y un acrónimo. En la fig. 4.3.1.2b se muestran los porcentajes sobre el total de anglicismos en este grupo.

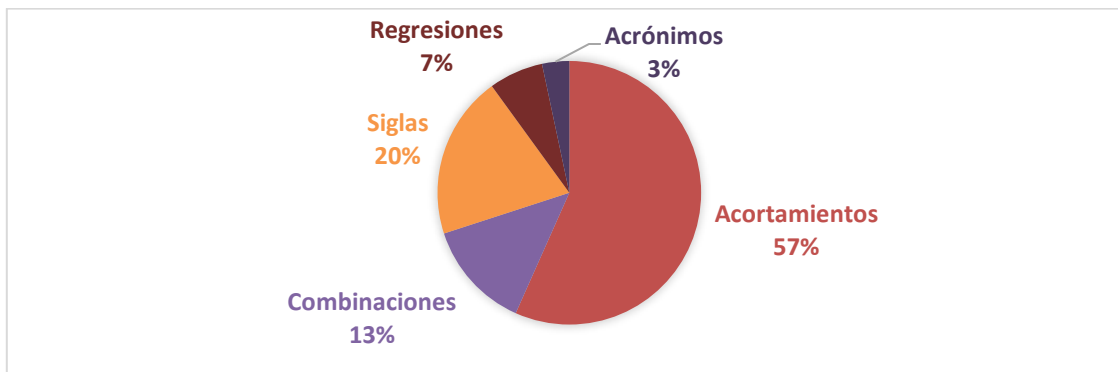


Fig. 4.3.1.2b Anglicismos analizados que siguen procesos de sustracción

La presencia de acertamientos es bastante elevada con respecto a los demás tipos de anglicismos que siguieron procesos de sustracción en el corpus. Consideramos que hoy en día, las palabras acertadas se encuentran en su auge utilitario en el discurso social de este y otros campos.

En general, los resultados obtenidos muestran una diferencia muy marcada entre la frecuencia total de anglicismos que siguen procesos de sustracción y los que siguen procesos de adición, doblando su número por casi 5 veces. Esto nos hace analizar que en el ámbito de la moda es poco usual el uso de procesos de abreviación y más común la formación de nuevos sentidos con la yuxtaposición de unidades lingüísticas completas.

Con esto en mente, pasemos a explorar detalladamente los anglicismos hallados en el corpus que siguen procesos de sustracción.

4.3.1.2.1 Acortamientos

En cuanto a los procesos de sustracción, el acortamiento fue el proceso más productivo en comparación de los otros. Según Almela (1999) en el acortamiento se reduce la unidad léxica en función de la eliminación de una o varias sílabas iniciales, finales o incluso de ambas. En nuestro corpus se encontraron 17 anglicismos bajo este proceso de las 439 formas en total: *app, body, boho, bra, celebs, detox, fit, high-tech, indie, logo, maxi, midi, mini, poo, preppy, top* y *trench*.

De estos, tan solo 6 de ellos: *body, bra, celebs, fit, top* y *trench* presentan también su forma completa en el corpus: *bodysuit, brassier, celebrities, fitness, top model* y *trench coat*, respectivamente. Sin embargo, nunca en la misma oración, sino en distintos contextos, como el ejemplo del acortamiento *top* (19a) y su unidad original *top model* (19b):

- (19) (a) Tommy Hilfiger y la *top* Gigi Hadid colaboran por cuarta vez, rindiendo homenaje a la afición por los deportes de motor y las carreras automovilísticas. (VM219-76-375-06)
- (b) Con 16 años, la *top model*, Naomi Campbell se cruzó en su camino. (VE217-101-379-05)

Como observamos, ambos presentan el mismo significado en los distintos contextos, pero varían en su denominación. Por tanto y como se notará en el análisis semántico, estos

acortamientos indican una variante denominativa de tipo elíptica por la reducción que tiene con respecto a su forma original. Con relación a estas mismas unidades también se observó una mayor frecuencia de contextos en los acortamientos que en sus estructuras originales, demostrando su tendencia hacia la lexicalización pues como se vio, presentan la misma funcionalidad que sus formas completas.

Con respecto a los anglicismos *maxi* y *mini* conviene aclarar que fueron incluidos en este proceso y no en la prefijación puesto que los estamos tratando como unidades aisladas y no en conjunto con la palabra yuxtapuesta a ellas por estar en español (*maxi vestido, mini pendientes*). Procedentes de las formas *maximal/maximum* y *minimal/minimum*, estos anglicismos resultaron ser los más frecuentes, con 30 y 16 ocurrencias en el corpus, respectivamente. Continuamos en la siguiente sección con los anglicismos siglicos que encontramos en el estudio.

4.3.1.2.2 Siglas

Con relación a la identificación de las siglas en el corpus hemos tomado a consideración los siguientes criterios: en primera instancia, las siglas debían estar conformadas por las iniciales de las palabras constituyentes y en segundo lugar, las letras debían ser deletreadas una por una para considerarse en este grupo y no en el de acrónimos. Con esto en mente, hemos registrado 6 siglas de un total de 30 anglicismos que reflejan procesos de sustracción.

Desde el parámetro de su estructura, se observaron dos tipos de siglas en el corpus. El primer tipo engloba a las siglas formadas por las iniciales de las unidades del sintagma del que proceden, como se muestra en (20):

- (20) a. CEO ← Chief Executive Officer
- b. SPF ← Sun Protection Factor
- c. VIP ← Very Important People

O bien se observaron siglas formadas por las letras intermedias e iniciales de sus miembros, como en (21):

- (21) a. XL ← Extra Long/Large
- b. XS ← Extra Small
- c. XXL ← Extra Extra Long/Large

Dentro de este análisis observamos que las siglas de (20) eran todos sustantivos, salvo **VIP** que funcionó como sustantivo o adjetivo; mientras que en (21) las 3 siglas funcionaban como adjetivos dentro del contexto oracional. Como última observación, ninguna de estas siglas mostró la forma desarrollada que da origen a la forma abreviada en el contexto oracional, lo cual podría afectar la comprensión de su significado. Continuando con los procesos de sustracción, pasemos ahora al análisis de las combinaciones encontradas en el corpus del estudio.

4.3.1.2.3 Combinaciones

De las 439 formas en el corpus de estudio se observaron 4 anglicismos cuyo proceso de formación se debe a la combinación de partes de otras unidades lingüísticas para crear una unidad. Estos anglicismos son: *botox*, *denim*, *instagirl* y *upcycling*.

Se observó que en tres de ellos (*botox*, *denim* e *instagirl*) se combinan sustantivos y otros elementos: adjetivo, preposición y sustantivo, en ese orden (22):

- (22) a. botox ← botulinum toxin
- b. denim ← de Nîmes
- c. instagirl ← Instagram girl

En cuanto a la formación del último anglicismo *upcycling*, es interesante observar que además de la combinación, esta unidad precisa de otro proceso de formación: la sufijación, al utilizar el sufijo *-ing* (23):

(23) upcycling ← [(up + re- (cycle) + (-ing)]

Como vemos, existen algunos patrones de combinación para la obtención de este tipo de anglicismos. Sin embargo, en las unidades incluidas, el más común fue la truncación de las primeras porciones de ambas unidades o en el caso de *instagirl*, la unidad completa de la segunda unidad. Pasemos al análisis de un proceso aún menos frecuente en nuestro corpus que el presente: la regresión.

4.3.1.2.4 Regresión

El caso de regresión fue muy interesante de analizar puesto que sin la ayuda de los diccionarios MW, OED y Dictionary.com, no hubiéramos podido identificar a estos anglicismos como unidades formadas por este proceso. Entendiendo por él, el proceso contrario a la afijación, es decir, aquí se suprimen aquellos afijos reales o supuestos de la palabra completa para formar una nueva.

En nuestro corpus de análisis encontramos solo dos casos de regresión, los anglicismos: *frizz* y *mix*. Ambos sustantivos en los contextos oracionales y provenientes de las siguientes formas:

(24) a. *frizz* ← *frizzle*

b. *mix* ← *mixed* (PP)

Como se mencionó este quizá fue el proceso más difícil de identificar pues a primera vista, pareciera tratarse de unidades simples, sin embargo, los recursos lexicográficos clarificaron estas dudas, permitiendo agregar un proceso más de sustracción al análisis. Como último proceso de sustracción y de este análisis morfológico tenemos la acronimia.

4.3.1.2.5 Acrónimos

Si bien tan solo se registró un caso de acronimia en el corpus, decidimos separarlo del proceso de siglación por criterios fonológicos, pues los acrónimos se pronuncian como una sola palabra a diferencia de las siglas. Es así como el anglicismo **LED** fue el único acrónimo registrado en el corpus figurando que en el ámbito de la moda la condensación de información de este tipo no es tan común como en las áreas tecnológicas de la cual es procedente el acrónimo LED. En cuanto a la estructura de este acrónimo, se observó que está formado por las letras iniciales de su sintagma original (25a) y asimismo observamos que en todas sus ocurrencias, las cuales fueron 5, aparecía acompañado del sustantivo luz, como en (25b):

(25) (a) LED ← **L**ight-**E**mitting **D**iode

(b) Su luz **LED** y el calor GLO aceleran el proceso de blanqueamiento con peróxido de hidrógeno. (VF218-89-182-03)

Habiendo descrito los aspectos morfológicos de los anglicismos registrados en este módulo, es momento de pasar al análisis morfosintáctico de los mismos.

4.4 Análisis morfosintáctico

Con relación al módulo morfosintáctico, se analizará la flexión nominal de género y número de los anglicismos del corpus de estudio. Al igual que los análisis previos, se hará una revisión cuantitativa y cualitativa de dichos aspectos tomando siempre a la unidad léxica en contexto. Por tanto, se analizarán los posibles procedimientos de asignación de estos rasgos y para ello, se establecen los siguientes criterios.

En la revisión del género gramatical, por un lado, determinamos si el anglicismo es masculino [M] o femenino, dependiendo de la oración, y si se presenta como una unidad estable o inestable en este aspecto. En consonancia con este primer paso, analizamos los diferentes mecanismos de asignación del género gramatical descritos en la sección correspondiente.

Posteriormente, analizamos el número gramatical donde observamos si el anglicismo se presenta en número singular [S] o plural [P] considerando las distintas variantes ortográficas en los anglicismos: -s, -es, -ies, -'s, o bien, no se emplea ningún morfema. Estas representaciones fueron identificadas de acuerdo, y similar al género gramatical, a los diferentes mecanismos de asignación que presentamos para este aspecto.

4.4.1 El género en los anglicismos

En el español la asignación de género es un paso morfosintáctico imprescindible, a diferencia del inglés donde las unidades lingüísticas pueden exentar este aspecto. Dicho lo anterior, todos los tipos de anglicismos previamente descritos tienen asignado un género gramatical en el presente estudio. Es así como de los 1505 contextos revisados, 1158 tienen anglicismos con el género masculino y 347, con género femenino. En total, se encontraron 491 formas puesto que hubo anglicismos que se registraron con ambos géneros, 26 para ser exactos. Por tanto, 340 de ellos fueron de género masculino y 151 formas de género femenino. En la tabla 4.4.1, mostramos explícitamente los resultados encontrados de acuerdo con el tipo de anglicismo (en contexto) y en el orden presentado en el análisis morfológico, es decir, por su frecuencia.

Tipo de anglicismo	Masculino	Femenino
Simple	89	20
Derivado	63	39
Compuesto	51	24
Sintagmático	112	50
Reduplicación	1	0
Acortamiento	11	8
Sigla	6	5
Combinación	5	4
Regresión	2	0
Acrónimo	0	1
Total	340	151

Tabla 4.4.1 Género gramatical por tipo de anglicismo analizado.

La tabla 4.4.1 demuestra la superioridad del género no marcado, el masculino, frente al femenino, conocido como el género marcado. La vasta diferencia numérica entre el género [M] y [F] se ve reflejada mayormente en los anglicismos simples, derivados, compuestos, pero en especial los sintagmáticos. Esta significativa diferencia indica cierta presencia de inestabilidad del género gramatical en contexto puesto que, de los 426 anglicismos registrados en el conteo absoluto, 51 cuentan con un género gramatical inestable, es decir fluctúan entre el género [M] y [F] dependiendo del contexto; mientras que 141 mantienen su estabilidad y en 234 unidades no se aplicó este criterio por aparecer una sola vez en el corpus.

Esta inconsistencia podría deberse en parte a la recién introducción de estos anglicismos en el discurso del español, es decir, son unidades léxicas tan nuevas que apenas se están adaptando al español y por tanto, es normal que muestren cierta inestabilidad en los distintos niveles lingüísticos de la lengua receptora. Con esto en mente, pasemos a la parte central de este aspecto: los mecanismos de asignación de género.

4.4.1.1 Mecanismos de asignación de género

A partir de los mecanismos expuestos en Márquez (2005) y junto con los casos analizados en el estudio hemos establecido los siguientes 15 mecanismos de explicación para la asignación de género, donde se registraron los siguientes resultados:

Mecanismo de asignación	Anglicismos	Contextos	Ejemplo
- determinante	206	415	Los <i>leggings</i> costaban (...)
- N anterior al A	107	345	La esencia <i>british</i> (...)
- N posterior al A	5	48	<i>Bra</i> saco en estilo (...)
- FN anterior al A	32	50	Zapatos de piel <i>pointy</i> de RL
- FN posterior al A	1	1	(...) <i>followers</i> , los que ya suman más de (...)
- adjetivo anterior al A	22	25	(...) el nuevo <i>beauty hack</i>
- adjetivo posterior al A	15	31	(...) <i>jumpsuit</i> estampado de Zara
- Fadj anterior al A	2	2	(...) los mejores y más reconocidos <i>fashion shows</i>
- Fadj posterior al A	5	6	(...) sus <i>track pants</i> tatuados con la palabra Juicy.
- equivalente en español	7	8	(...) <i>microblading</i> o la micropigmentación
- asociación por equivalente en español	29	55	pantalón de denim en (...)
- sexo del referente	9	20	La <i>american</i> girl en azul (...)
- traza coindexada	29	34	De ángel a <i>top model</i> . Grace Elizabeth cautiva a (...)
- marcación lingüística	119	428	(...) y una nota de glitter
- combinación de mecanismos	24	37	(...) un bob corto o medio
Total	612	1505	

Tabla 4.4.1.1 Mecanismos observados en la asignación del género gramatical (adaptada parcialmente de Márquez, 2005)

Por una parte, la tabla evidencia cierta inestabilidad del género gramatical en los anglicismos analizados pues como se observa la cantidad de anglicismos se eleva

ampliamente en comparación con la cantidad original de 426 anglicismos. Por otra parte, se puede observar, basándonos en los contextos, que el mecanismo de marcación lingüística y del determinante son los más comunes en el corpus, demostrando con este último que el artículo puede ser un predictor fiable para la asignación de género siempre que se muestre antes del anglicismo.

4.4.1.1.1 Anglicismos con asignación de género por determinante

De los 1505 contextos del corpus, se observó que en 415 de ellos, el género gramatical fue asignado por la precedente existencia de un determinante. De los 415 contextos, se registraron 65 donde el anglicismo tomaba el género [F] y 350, donde aparecían con género [M]. El determinante más empleado fue sin duda el artículo determinado en género masculino (*el, los*) registrándose en 164 contextos, seguido de los artículos indefinidos (*un, unos*). Como se aprecia en (26) el género masculino asignado no parece tener otra razón más genuina que la presencia del artículo *el* o de *unos* en (27):

(26) La firma Aerin lleva el *caribbean chic* hasta la recámara. (VA220-32-61-01)

(27) ¿Los ineludibles en su armario y su equipaje? Un boyfriend jeans, un blazer, una camisa blanca, unos *loafers* y un buen reloj. (VM219-94-192-02)

Así como el [M], el género femenino fue asignado mayormente por artículos determinados (la, las) e indeterminados (una). Ahora bien, además de estos tipos de artículos, también se registraron algunos demostrativos (esa, ese, esos, esta, este, esto), posesivos (nuestro, nuestros), formas contractas de preposición y artículo (al, del) y cuantificadores (cualquier, otra, todo, algo de). Ejemplos de los dos últimos en (28) y (29), donde se asigna el género [M] y [F] respectivamente:

(28) La otra opción es elegir un punto focal metálico y mantener el resto del *look* neutral. (VN215-159-194-43)

(29) Sin embargo, tomarnos una que otra *selfie* no es el problema. (VA220-146-300-02)

Como pudimos observar el determinante fue el mecanismo de asignación más transparente de identificar puesto que la anteposición del artículo permitía el inmediato reconocimiento del género gramatical en los contextos analizados.

4.4.1.1.2 Anglicismos con asignación de género por la presencia de un N o FN

4.4.1.1.2.1 Presencia de un N o FN anterior

Uno de los mecanismos para explicar la asignación de género en el análisis fue la anteposición de un sustantivo o frase nominal, es decir este elemento léxico del español traslada su género gramatical al anglicismo en la oración. En nuestro corpus se registraron 345 contextos con un N antes del anglicismo y 50 casos con una FN antes del anglicismo para brindarle el género correspondiente. Del primer grupo, se encontraron 218 contextos con anglicismos en género [M] y 127 con género [F]. Por ejemplo, en (30) el N anterior *vestido* asigna el género [M] al anglicismo acortado *midi*, además se comporta como hiperónimo del anglicismo, como se discutirá en el módulo semántico; por su parte, en (31) el N anterior *rutina* asigna género [F] al anglicismo *beauty*:

(30) La modelo lleva vestido *midi* con mangas plisadas, de Etro. (VA212-126-222-02)

(31) Empezar el año con el pie derecho no debe tener ninguna excusa, seguir una rutina *beauty* tampoco. (VE217-76-21-06)

Es así como al funcionar como calificativos del N anterior, la identificación de género en este mecanismo fue más sencilla. Con respecto a (31) encontramos que los derivados fueron los tipos de anglicismos que más reciben asignación de género a través de este mecanismo. Por otro lado, en el caso del único acrónimo observamos que en la mayor parte de sus contextos, el N anterior al anglicismo es igual al equivalente de la forma plena de su último elemento, como en el ejemplo (32):

(32) Su luz *LED* y el calor GLO aceleran el proceso de blanqueamiento con peróxido de hidrógeno. (VF218-89-182-03)

Esto podría suponer que el género se asigna por el mecanismo de su equivalente en español, no obstante, al presentarse solo el equivalente de uno de sus elementos y no el sintagma completo, preferimos identificarlo por el mecanismo de N anterior al anglicismo.

Considerada como una ampliación del mecanismo previo, en la asignación de género por la presencia de una FN anterior al anglicismo se registraron 50 contextos, 24 con género [F] y 26 con género [M]. Nuestro criterio para esta asignación fue el reconocimiento de un sustantivo más modificadores directos (determinantes, adjetivos) como en (33) donde la FN le asigna género [M] al anglicismo; o indirectos (complementos adnominales) como en (34) donde el anglicismo toma género [F]:

(33) Commando Studio se corona como **el nuevo concepto** *fitness* con sedes en Polanco y Santa Fe. (VOtoño-Invierno-27-133-03)

(34) Jorge viste **chamarra de cuero** *vintage* de los años 70, en Void. (VJ211-75-405-06)

En todos los contextos al igual que en el mecanismo de N anterior, el anglicismo funcionó como calificativo de la FN anterior, dejando entrever la correferencialidad entre elementos, y asimismo, la incidencia de aparición de este mecanismo según el tipo de anglicismo, se observó mayormente en los derivados con 18 contextos de un total de 50.

4.4.1.1.2.2 Presencia de un N o FN posterior

En este mecanismo tan solo se registraron 49 de los 1505 contextos analizados. De estos, 48 asignan el género gramatical por la presencia de un N posterior y tan solo un contexto se registra con FN posterior al anglicismo. Del primero, hubo 16 contextos con género [F] y 32 con género [M]. Al igual que en los mecanismos previos, todos los anglicismos funcionaron como calificativos del N o FN posterior como en (35) donde se asigna el género [F], salvo en el contexto (36) donde el N posterior *fotógrafo* se encuentra a la par de funcionalidad que el anglicismo con género [M]:

(35) *Maxi* **bolsa** estilo hobo de Altuzarra. (VS213-80-210-11)

(36) Estos son artistas que amo, admiro y cuya obra influyó en mí como *makeup artist* y **fotógrafo**. (VN215-175-204-02)

El único contexto registrado de FN posterior fue el anglicismo *followers*, donde se le fue asignado el género [M] por la reinterpretación textual subsecuente (37):

(37) Sus palabras en el funeral de su padre le trajeron una legión de *followers*, **los que ya suman millón y medio en su cuenta de Instagram**. (VJ211-67-138-01)

En estos mecanismos, el tipo de anglicismo más frecuente fue el acortamiento pues de los 5 anglicismos *makeup artist*, *followers*, *bra*, *maxi* y *mini*, los últimos 3 pertenecen a esta categoría apareciendo en 47 de los 49 contextos analizados. En este mismo apartado vale la pena mencionar los casos donde la asignación de género se daba por la presencia de un N anterior y a su vez se reafirmaba con la posposición de otro N como en (38):

(38) Izquierda: **Paola Alberdi**, *street styler* y **autora** del blog Blank Itinerary. (VA220-50-351-01)

En (38) se observa que el N *Paola Alberdi* asigna al anglicismo adyacente el género [F], no obstante, la presencia posterior del N *autora* confirma esta asignación de género gramatical. Usualmente esto sucedía en contextos de presentación del individuo, pues en los 4 casos registrados, todos los anglicismos fueron sustantivos.

4.4.1.1.3 Anglicismos con asignación de género por la presencia de un adjetivo o FAdj

4.4.1.1.3.1 Presencia de un adjetivo o FAdj anterior

En el corpus de análisis se registraron 27 contextos de los 1505 donde la anteposición de un adjetivo o frase adjetiva establecía el género gramatical del anglicismo en cuestión. Del primer modelo se registraron 25 contextos de los cuales en 22 se asignó el género [M] y en tan solo 3 el género [F] como en (39):

(39) En las nuevas modelos, ella reconoce las grandes ideas de las **icónicas** *supermodels* de los noventas. (VM221-168-359-01)

Si bien en (39) pareciera que el género puede también estar determinado por la anteposición del determinante *las*, se consideró poner este y los demás casos de este tipo en este mecanismo puesto que el elemento más próximo al anglicismo era el adjetivo que brindaba la información suficiente para la asignación de género gramatical.

Por otro lado, solo se registraron 2 anglicismos cuya asignación fue dada por la presencia de una FAdj anterior a ellos: *custom made* y *fashion shows*, en ambos casos el género [M]. Consideramos FAdj a aquella compuesta por un adverbio y un adjetivo como en (40):

(40) Siempre encuentro algo que me fascina en cada colección, que pareciera **casi hecho** *custom made* para mí. (VM219-145-91-01)

4.4.1.1.3.2 Presencia de un adjetivo o FAdj posterior

La asignación de género por la posposición de un adjetivo o una frase adjetiva fue observada en 31 contextos de los cuales tan solo se registró una asignación de género [F]. Este fue el caso de *celebrities* donde se asigna el género gramatical del adjetivo que si bien no está inmediatamente adyacente, mantiene la relación de calificativo con el anglicismo (41):

(41) Aplicaciones como FaceTune están a la orden del día y son el recurso principal de *celebrities* para verse **espléndidas**. (VA220-146-64-01)

En cuanto a la presencia de una FAdj posterior al anglicismo, se registraron 6 casos: 2 con género [F] y 4, [M]. En este mecanismo, la mayor parte de las frases adjetivas fueron compuestas por un adjetivo y un complemento del adjetivo, como en (42) a diferencia de la FAdj común: adverbio y adjetivo, vista en el mecanismo previo.

(42) *Crop top* **bordado con paillettes** y escote en corte V, de Chanel. (V210-153-84-02)

Como en 4.4.1.1.2.2, aquí también se registró un contexto el género gramatical del anglicismo fue establecido por la anteposición y posposición de un adjetivo. En (43) se observa como el adjetivo *nuevos* asigna inmediatamente el género [M] a *looks*, siendo confirmado por el adjetivo posterior *realizados* (43):

- (43) Los diseñadores de moda locales también tuvieron un impacto fuerte, pues impulsaron distintos códigos de vestir con el lanzamiento de **nuevos looks realizados** con una amplia gama de técnicas. (VJ210-72-194-88)

La frecuencia de contextos con adjetivos en distintas posiciones es muy similar, dejando entrever la flexibilidad de esta categoría en la oración, sin embargo, en ambos casos nos brindó la información necesaria para considerarlos como mecanismos de asignación de género gramatical.

4.4.1.1.4 Anglicismos con asignación de género por el género del equivalente en español

Se entiende que este mecanismo tiene una naturaleza más semántica que morfosintáctica, no obstante, hemos observado que la aparición del equivalente en español del anglicismo en la misma oración puede ser el único indicio coherente para la asignación del género gramatical como en el contexto (44) donde se asigna el género [M]:

- (44) *SPF*: ¿Qué es? **Factor de protección solar**. (VA212-101-334-03)

Este mecanismo tan solo se observó en 8 contextos, a veces por la presencia del elemento coordinante **o** entre el anglicismo y su equivalente, tal y como se aprecia en (45):

- (45) Como todo tratamiento cosmético, es imprescindible recurrir al ojo de un experto para someterse a cualquier de estos trabajos, ya sea en *microblading* o **la micropigmentación**, (...) (VA212-62-220-02)

Cabe mencionar que hubo una partición en la posición del equivalente en la oración, pues encontramos 5 casos donde este se encontraba después del anglicismo como en (44) y (45) y 3 casos, en anteposición, sin embargo, esto no afectó su funcionamiento como criterio.

4.4.1.1.5 Asignación de género por asociación de género con el equivalente en español

En el corpus de análisis se observaron contextos en donde el anglicismo intrínsecamente tenía el género [F], sin embargo, esta asignación no se podía explicar con ninguno de los mecanismos registrados, ni tan siquiera el de la marcación lingüística puesto que este solo se utilizó con anglicismos cuya asignación de género fuera [M]. Por ende, y analizando bien el contexto oracional, se decidió modificar parcialmente el mecanismo previo y agregar la consigna de ‘asociación con el equivalente en español’ pues el lector es quien relaciona el anglicismo con su significante en español (no incluido en la oración) y a partir de esta traducción concede el género gramatical correspondiente. De esta manera adaptamos y creamos un nuevo mecanismo para la asignación de género.

Se encontraron entonces 27 anglicismos distribuidos en 53 contextos cuya asignación fue dada de esta manera. Como se explicó todos los anglicismos se registraron con género [F], como se observa en (46) donde se asocia el anglicismo con su equivalente en español *chaqueta bomber* para la coherente asignación de su género gramatical:

(46) *Bomber jacket* de Chanel; shorts en denim de Isabel Marant. (VJ210-135-39-01)

De este ejemplo se rescatan tres observaciones más: en primer lugar, la categoría temática más observada en este mecanismo fueron las prendas de vestir (*bucket bags, backpack, tweed jacket...*); y en segunda instancia, el tipo de anglicismos más frecuente en este mecanismo fueron los sintagmáticos (*fashion emergencies, hit bags, mini backpacks...*) y por último, todos los anglicismos registrados fueron sustantivos. Esto deja entrever que este mecanismo podría considerarse como un primer paso en la adaptación del género gramatical del anglicismo en los textos en español, pues es muy probable que en futuras

ediciones estos términos ya aparezcan con algún determinante o adjetivo adyacente que les asigne el género [F] correspondiente.

4.4.1.1.6 Anglicismos con asignación de género por el sexo del referente

En el corpus se observaron 9 anglicismos (distribuidos en 20 contextos) cuya asignación del género gramatical se daba por el sexo biológico de su referente, siendo un mecanismo de índole intrínseco. Del total, tan solo un anglicismo fue asignado el género [M] por su referente (47), mientras que en (48) también aparece el anglicismo *cowboy*, sin embargo, el núcleo del sintagma, es decir el referente es en su lugar, la palabra *girl*:

(47) Las compras se resumen en un par de botas de *cowboy* de Miron Crosby. (VS213-258-81-03)

(48) *Cowboy girl*: los estampados salvajes enamoran a la amazona Katharine Hepburn. (VS213-82-83-01)

Por un lado y tomando en cuenta los contextos presentados, este mecanismo es muy transparente, en consecuencia, su identificación no fue complicada; por otro lado, el tipo de anglicismos más frecuente en este mecanismo fueron los sintagmas dando a entender que la mayoría de estos términos son de reciente incorporación.

4.4.1.1.7 Anglicismos con asignación por traza coindexada

El mecanismo de la traza coindexada se evidencia por la presencia de un elemento léxico desplazado que puede o no aparecer en el contexto inmediato del anglicismo. En el corpus se observaron 34 contextos donde este mecanismo se aplicaba al anglicismo, 22 con género [F] y 12 con género [M].

En ciertas ocasiones el elemento desplazado se localizaba en la misma oración y en posición posterior al anglicismo, como en (49) y en otras, en una unidad superior a la oración y en anteposición al anglicismo, tal como se aprecia en (50):

- (49) Como *millennial*, puedo decir que lo más importante es ser **único** y original.
(VA212-57-223-03)
- (50) Una nueva generación de modelos de bellezas llamadas "**atípicas**". Modelos *curvy* y *plus size*. (VJ210-111-260-01)

En (49) el anglicismo *millennial* es [M] al parecer por la relación que presenta con la palabra *único* de género masculino; mientras que en (50) la palabra *atípicas* ubicada en la oración adyacente parece ser la única explicación posible para la asignación del género [F] de los anglicismos *curvy* y *plus size*.

De igual forma este mecanismo pudo observarse cuando el elemento desplazado se separaba del anglicismo por el adverbio **como**, en el ejemplo (51) se observa como la enunciación del sustantivo colectivo *mujeres* le asigna el género [F] al anglicismo *fashion icons*:

- (51) Maria Cornejo es responsable de los diseños que han portado muchas de las mujeres reconocidas **como** *fashion icons* bajo su marca Zero. (VN215-145-122-02)

Pasemos ahora a los anglicismos cuya asignación se dio por la combinación de cualquiera de los mecanismos hasta ahora mencionados.

4.4.1.1.8 Anglicismos con asignación por combinación de mecanismos

En el corpus de análisis se encontraron anglicismos cuya asignación de género gramatical se debe a más de un mecanismo de los anteriores. En el estudio encontramos 32 contextos donde esto sucedía. Las distintas combinaciones que observamos fueron las siguientes: determinante/adjetivo posterior, determinante/equivalente en español, determinante/FAdj posterior, N anterior/traza coindexada y N anterior/adjetivo posterior, siendo las más reiterativas la primera (25 contextos) y la última (5 contextos).

a) Determinante/adjetivo posterior

En esta combinación se observó la presencia de un determinante que establecía claramente el género del anglicismo, sin embargo, la consolidación de esta asignación se daba también con la yuxtaposición de un adjetivo como en (52):

(52) Muestra tu lado rebelde y enfúndate en **una** *biker* **clásica** o con un twist sin importar que hora del día sea (VA212-55-29-01).

Como se observa, claramente ambos elementos concuerdan en género trasladando en conjunto al anglicismo su género gramatical [F].

b) N anterior/adjetivo posterior

En otras ocasiones la explicación de la asignación del género se dio a través de la presencia de un sustantivo anterior y un adjetivo posterior al anglicismo. Bajo esta combinación observamos 4 contextos con género [M] como en (53) y tan solo uno con género [F].

(53) Además de abrigos, en Mango puedes encontrar todo tipo de **accesorios** *faux fur* **teñidos** en diversos tonos (VD216-295-129-01).

4.4.1.1.9 Anglicismos con asignación de género por marcación lingüística

Por último, siempre que ninguno de los mecanismos anteriores se pudiera cumplir, el género gramatical se asignó por marcación lingüística, es decir, se consideró como el mecanismo por defecto porque aún cuando no existiera explicación de la asignación del género, este rasgo debía ser establecido pues en español, su presencia es imprescindible.

Bajo este mecanismo se registraron 431 ocurrencias, y según el tipo de anglicismo, la marcación se aplicó mayormente a los anglicismos simples (224 contextos), seguido de los derivados (77 contextos), sintagmas (65 contextos), compuestos (53 contextos), entre otros.

Cabe mencionar 3 aspectos de este mecanismo: en primer lugar, fue el único que asignó el género masculino en todos los contextos registrados pues se parte de su asignación como el

género no marcado; en segundo lugar, comprendemos que al no poder formalizarse, la marcación lingüística se toma como un mecanismo más teórico que formal, no obstante, resultó ser el más frecuente en nuestro corpus de análisis; y por último, dado que todos los análisis fueron en contexto, no siempre se encontró el mismo anglicismo en las mismas condiciones del texto, y por tanto los anglicismos en este mecanismo también pudieron registrarse con cualquiera de los mecanismos previamente explicados.

Dicho lo anterior, se consideró este criterio de asignación cuando el anglicismo:

a) se encontraba dentro de un sintagma preposicional, pero no tenía algún determinante u otro elemento coordinante, tal como se observa en (54):

(54) Abrigo oversize, suéter en cashmere con cuello de cisne. (VS213-217-62-02)

b) se encontraba en posición de sujeto de la oración, usualmente al principio de la oración, nuevamente sin ningún otro elemento que explique su asignación de género como en (55):

(55) *Look* con lentejuelas de la pasarela de Marc Jacobs. (VM219-56-194-66)

c) formara parte de una lista de palabras, donde no estableciera alguna relación de género con su hiperónimo, como en (56):

(56) Pero también están sus colaboraciones con Tommy Hilfiger, como codiseñadora que han refrescado el preppy con gorras, camisetas y *tanks* que todas - y todos- quieren (VD216-108-362-01).

Como se observó el presente mecanismo fue más como Marquéz (2005, p.421) menciona, un recurso teórico que se considera cuando ningún criterio sintáctico o semántico, de los que consideramos, funciona para explicar la asignación de género gramatical.

4.4.2 El número de los anglicismos

Otro de los rasgos obligatorios tanto en el discurso del español como del inglés es el número gramatical. En este análisis fue tratado desde la perspectiva del español tomando en cuenta la presencia o no de las inflexiones de número del inglés. Se analizó no solo el número singular [S] y las representaciones gráficas del número plural [P], sino también los diferentes mecanismos que consideramos explican la asignación del número gramatical en los anglicismos. De los 1505 contextos del corpus de análisis se registraron 1163 casos con número [S] y 342 con número [P]. De acuerdo con el tipo de anglicismo (en contexto), los resultados de la asignación del número gramatical quedaron de la siguiente manera:

Tipo de anglicismo	Singular	Plural
Simple	397	121
Derivado	244	105
Compuesto	150	28
Sintagmático	224	49
Reduplicación	1	0
Acortamiento	72	19
Sigla	36	18
Combinación	31	1
Regresión	4	0
Acrónimo	4	1
Total	1163	342

Tabla 4.4.2 Asignación de número gramatical de acuerdo con el tipo de anglicismo

Como se observa, el predominio de los números [S] es altamente significativo en comparación con los plurales y asimismo los anglicismos simples son el tipo con mayor frecuencia en ambos números. Para el número [P] se observaron las siguientes manifestaciones **-s**, **-es**, **-ies**, **-ers**, **- 's**, así como casos donde no se mostraba ningún morfema del plural en el anglicismo. Del total, observamos que en 181 contextos se presentan con el morfema **-s**, seguido de aquellos donde no se presenta ningún morfema

(147 contextos); y en una frecuencia mucho más baja, las siguientes representaciones: 7 con el morfema **-ies**, 5 con el morfema **-es** y tan solo 2 con el morfema **-s**. Las altas frecuencias de las primeras dos manifestaciones parecen mostrar la disparidad de adaptación del número gramatical de los anglicismos en estos textos. Describamos ahora los diferentes mecanismos de asignación para el número gramatical registrados en el corpus.

4.4.2.1 Mecanismos de asignación de número gramatical

Al igual que en el género gramatical, para la asignación de número nos basamos en el estudio de Márquez (2005), encontrando los siguientes mecanismos en nuestro corpus de análisis. Los ejemplos serán explicados en detalle en su sección correspondiente.

Mecanismo de asignación	Anglicismos	Contextos	Ejemplos
- determinante	233	483	(...) icónico diseño del <i>clutch</i>
- N anterior al A	113	357	(...) con efecto <i>tie-dye</i>
- N posterior al A	5	48	<i>Mini</i> pendientes de Tane
- FN anterior al A	30	46	(...) algo que se ha vuelto <i>cool</i>
- FN posterior al A	1	1	(...) <i>followers</i> , los que ya (...)
- adjetivo anterior al A	39	47	el neutral <i>camel</i>
- adjetivo posterior al A	14	29	(...) con <i>eyeliners</i> excéntricos
- Fadj posterior al A	3	3	(...) <i>statement pieces</i> cargadas de delicadeza
- equivalente en español	6	6	(...) la piel reciclada o <i>vintage</i>
- traza coindexada	20	25	<i>poo</i> es el diminutivo de shampoo
- marcación lingüística	148	460	(...) herramientas de <i>styling</i> y ...
Total	612	1505	

Tabla 4.4.2.1 Anglicismos encontrados en los mecanismos para asignación de número

A diferencia del género, aquí no se registraron casos de Fadj posterior al anglicismo, sexo del referente o bien alguna combinación de mecanismos pues con los ya expuestos se logró

establecer sin problema alguno el número gramatical en cada contexto oracional. Sin embargo, los resultados se asimilan al aspecto de género en tanto que, de los 1505 contextos, el mecanismo con más incidencias fue el determinante seguido de la marcación lingüística. Como se ve el número de anglicismos es mayor dado que los análisis siempre fueron en contexto y hubo casos donde la asignación del número gramatical de un anglicismo se explicaba con distintos mecanismos en cada oración.

4.4.2.1.1 Anglicismos con asignación de número por determinante

Así como en el género, los determinantes son la explicación más transparente para la asignación del número gramatical. En este mecanismo se registraron 385 contextos con número [S] y 98 contextos con número [P]. Podría decirse que hasta ahora los determinantes registrados presentan no solo información de género sino también de número gramatical: artículos determinados como *el, la, los, las*, indeterminados como *una*, demostrativos (*esa, ese, esos, esta, este, esto*), algunos posesivos como *nuestro, nuestros*, o bien las contracciones *al, del* y algunos cuantificadores (*cualquier, otra, todo*) como en (57) donde el anglicismo toma el género [M] y número gramatical [S] del determinante:

(57) **El** *trench coat* ha roto todas las reglas este otoño para empoderar tu look. (VO214-196-388-04)

Sin embargo, se encontraron otros determinantes donde no se observaba concordancia de género, pero sí de número. Estos determinantes fueron de tipo cardinal (*dos, un millón...*), ordinal (*primer*), indefinido (*cada*), posesivos (*mi, su, sus, tu, tus*) y relativo (*cual*). Para ejemplificar tenemos el contexto (58) donde el determinante ‘*dos*’ no puede asignar el género, mas sí el número [P] al anglicismo:

(58) Una bolsa y **dos** *charms* forman parte de esta línea cápsula que promete traer fortuna y alegría. (VM219-60-67-01)

También observamos casos donde el anglicismo no coincide con la información dada por el determinante de número [P] y no presenta ningún morfema de este número, como en (59)

donde si no se tomara en cuenta el contexto, se le asignaría el número [S] por sus características gráficas, más al mirar el contexto, el determinante ‘los’ asigna el número [P]:

(59) Arriba: detalles de los *display* de la tienda Bygeoge en Austin. (VS213-97-99-01)

Esta situación parece explicarse por la incorporación tan reciente de estos anglicismos, cuya adaptación apenas se solidifica en el discurso del español. No obstante, la presencia del determinante esclarece inmediata y formalmente la asignación del número gramatical en la mayoría de los anglicismos del estudio.

4.4.2.1.2 Anglicismos con asignación de número por la presencia de un N o FN

4.4.2.1.2.1 Presencia de un N o FN anterior

Como se nota en la tabla 3.4.2.1 la anteposición de estas funciones fue un mecanismo más frecuente que la posposición para la asignación de número. En el caso del N anterior se registró el número [P] en 119 contextos y el número [S] en 237 y para las FN anteriores al anglicismo, se registraron 37 contextos con el número singular y 9, con plural.

En la mayor parte de los contextos donde el N o FN anterior se encontraba en número [P], el anglicismo no mostraba ninguna marca de plural, pero concordaba en número con el N, como en (60) y (61):

(60) Look de Lacoste Live, arriba: con toques *ladylike*. (VS213-118-179-01)

(61) Vestimos a la mujer en una forma de lujo, creamos colecciones atemporales ofreciendo piezas de vestir prêt-à-porter, couture y *bridal*. (VA212-163-52-01)

En cuanto al número [S], observamos que el anglicismo *snogged lips* fue el único caso donde, a pesar de tener un morfema del plural en su segundo miembro, no fue considerado en este número por la presencia del N anterior ‘tendencia’ en singular, tal como se vislumbra en (62):

- (62) Esta influencia se hace presente en las pasarelas, las cuales se decantaron por una oscura obsesión con la **tendencia** *snogged lips* en tonos borgoña y rojos intensos. (VN215-177-328-01)

4.4.2.1.2 Presencia de un N o FN posterior

En comparación con la anteposición, la presencia de un N o FN posterior resultó casi nada frecuente con tan solo 49 contextos en total. En el primer mecanismo se registraron 40 contextos donde se asignaba el número singular y 8 para el número plural. En el caso de la asignación de número por una FN posterior tan solo se registró un contexto, el mismo que el del género gramatical (37).

De los 5 anglicismos registrados bajo estos mecanismos, se observó que solo *maxi* y *mini* pueden tomar el número [S] y [P] dependiendo de contexto, tal y como en (63) y (64):

- (63) *Maxi* **vestido**, zapatos, anillos y pendientes, todo de Dior (VN215-81-210-18).
(64) *Mini* **pendientes** en plata de Tane (VJ210-127-224-04).

4.4.2.1.3 Anglicismos con asignación de número por la presencia de un adjetivo o FAdj

Ya sea en posición anterior o posterior al anglicismo, la presencia del adjetivo fue un mecanismo muy productivo para la asignación del número gramatical. Se presentaron 33 contextos con número [P] y 46 con número [S]. En la mayoría de los contextos en [S] el adjetivo apareció con determinantes, corroborando así el número gramatical del anglicismo, tal como se observa en (65):

- (65) Las portadas de Vogue reunidas en una espectacular pared para un **gran** *selfie moment*. (VS213-126-301-01)

En otras ocasiones, el adjetivo era el único elemento en relación con el anglicismo, como en (66) donde el anglicismo *prints* también presenta el morfema del plural:

(66) Desde Barcelona, una firma que mezcla *prints* **eclécticos** con siluetas bohemias.
(VA212-57-272-07)

En la próxima sección analizamos el mecanismo de explicación por el equivalente en español.

4.4.2.1.4 Anglicismos con asignación de número por el equivalente en español

La presencia del equivalente en español del anglicismo en la oración también fue considerada como un criterio de explicación del número gramatical. Sin embargo, fue menos frecuente en el corpus. De los 6 contextos registrados, tan solo en uno se asignó el número plural, mismo que se registró sin morfema alguno como se vislumbra en (67):

(67) Y la utilización de técnicas combinadas como laser diodo, iontoforesis y *microneedling*- **micropunciones**- para mejorar los resultados. (VOt-Inv-44-221-01)

El uso de este mecanismo para explicar tanto género y número refleja que existen anglicismos cuya inserción en el discurso necesita más que elementos morfosintácticos para su adaptación, optando entonces por esclarecer estos rasgos con un criterio más semántico.

4.4.2.1.5 Anglicismos con asignación de número por traza coindexada

La relación anafórica o catafórica que presente un anglicismo con otro elemento léxico de la misma u otra oración representó como en el género, un mecanismo de asignación en este caso para el número gramatical. Para el número [S] se encontraron 22 contextos y para el plural, tan solo 3, uno de ellos el contexto (68):

(68) *Top Picks*: Karla Martínez nos revela **sus productos preferidos** para lucir impecable ¡siempre! (VJ211-103-380-01)

Aquí el anglicismo presenta concordancia con la FN subrayada que se encuentra en posición catafórica, pero al no encontrarse en una posición inmediata, se prefirió considerarla en este mecanismo y no en el de FN posterior al anglicismo.

De igual manera, en este criterio, a diferencia del género se decidió tomar en cuenta la concordancia de número del anglicismo con el verbo principal de la misma oración o de la oración adyacente, como en (69) donde se asigna el número [S]:

(69) Acuña frases como el no salir de la cama por menos de mil dólares o vestir looks icónicos está en su ADN, pero ¿cómo lograr ese aire de *top*? (VE217-24-375-07)

Este ejemplo a su vez refleja el uso de verbos copulativos, que en su mayoría se usaron dentro de un contexto definitorio como en (70):

(70) *Sneaker* es un término que nació en 1917, acuñado por Henry Nelson McKinney. (VA212-38-326-03)

Al igual que el próximo y último mecanismo de asignación del número gramatical, la traza coindexada es un mecanismo un tanto complicado de precisar. Sin embargo, en el caso del número, la presencia de verbos copulativos hace más sencilla su identificación.

4.4.2.1.6 Anglicismos con asignación de número por marcación lingüística

Como último mecanismo de explicación del número gramatical establecimos la marcación lingüística, siempre y cuando los demás mecanismos fueran deficientes. En comparación con el aspecto de género, en el número sí fue posible la asignación de ambos números [S] y [P], teniendo casos específicos para cada número.

Por un lado, cuando el anglicismo se encontraba dentro de un sintagma preposicional sin determinante, se asignó el número [S] por criterio de marcación lingüística, como en el contexto (71):

(71) Los destellos en paillettes, las joyas XXL y las texturas suntuosas protagonizan una jornada de *dress up* en un juego de seducción y misticismo. (VM219-176-103-01)

Por otro lado, y similar al género gramatical, se aplicó este mecanismo cuando el anglicismo formaba parte de una serie. En el caso de (72) se le asignó el número [P] por la presencia del morfema del plural -s:

(72) En Karla B: chaleco, cinturón, *leggings*, botas, todo de Louis Vuitton. (VJ211-143-183-01)

Por último, se asignó este mecanismo cuando el anglicismo aparecía como sujeto de la oración, pero no mostraba otros elementos en su contexto que permitieran la explicación del número, tal y como en (73), donde se designa el número [S]:

(73) *Backstage* del desfile de Prada en Milán. (VA220-270-16-09)

Es así como bajo el criterio de la marcación lingüística pudimos analizar aquellos contextos donde, al no haber ningún elemento coordinante con el anglicismo se pudiera explicar la asignación del número gramatical del anglicismo.

Como último apartado en este capítulo, presentamos a continuación el análisis semántico.

4.5 Análisis semántico

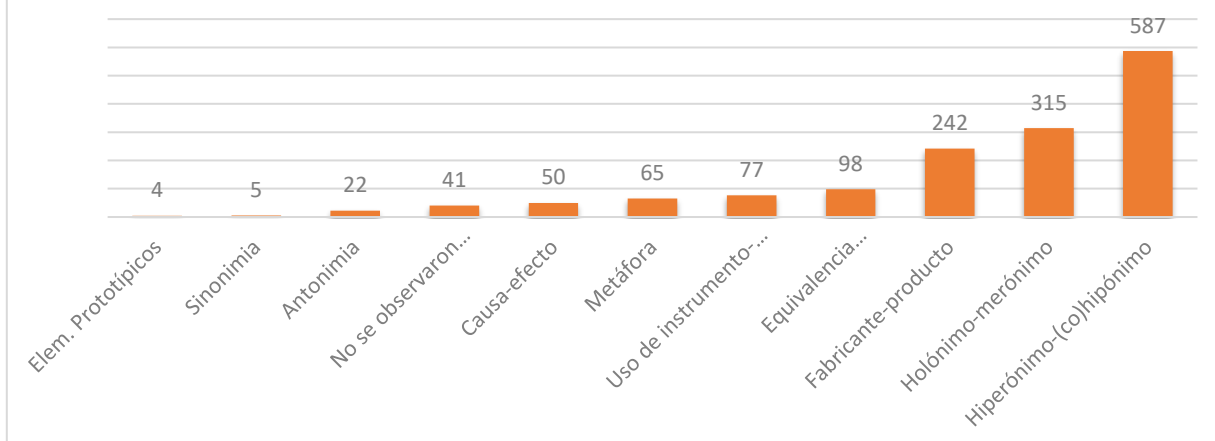
Hasta el momento se han tratado los aspectos formales del anglicismo dentro del español, sin embargo, en este módulo analizamos otro aspecto que no solo incide en su aceptación dentro de la lengua receptora sino también en el contenido que reflejan: el semántico.

Uno de los aspectos más receptivos de cualquier palabra es su significado. No obstante, nuestra aproximación semántica no responde a la relación de la denominación del anglicismo con su referente, sino a la relación que el anglicismo pueda establecer con otras unidades del discurso. Hacemos, por tanto, una revisión más metodológica que teórica de los aspectos semánticos que influyen significativamente en la aceptación del anglicismo en el contexto. Dentro de estos aspectos semánticos, analizamos la existencia o no de variación semántica y denominativa en los anglicismos en función del corpus absoluto, así como las diversas relaciones de significado que pueden darse entre el anglicismo y las unidades lingüísticas de la oración (recordando que los análisis son contextuales). Cada uno de estos fenómenos será descrito en su análisis correspondiente.

4.5.1 Relaciones semánticas de los anglicismos

Siguiendo la línea del estudio de Márquez (2005) hemos constatado las siguientes relaciones de significado en contexto en el corpus: sinonimia, antonimia, relaciones jerárquicas (hiperonimia- (co)hiponimia, holonimia- meronimia, causa-efecto, fabricante-producto, utilización del instrumento- instrumento), equivalencia interlingüística, expresiones metafóricas, elementos prototípicos o bien no se observaron elementos que influyan directamente sobre el significado del anglicismo. Del total de 1505 contextos analizados, se encontraron los siguientes resultados en orden ascendente:

Fig. 4.5.1 Relaciones semánticas en contexto encontradas en el corpus



La fig. 4.5.1 evidencia el elevado uso de relaciones jerárquicas con respecto a los demás aspectos semánticos del corpus, mientras que la presencia de elementos prototípicos parece no figurar en nuestro estudio. Por tanto, todo este abanico de recursos semánticos nos permite vislumbrar que el contexto activa elementos léxicos que sirven para que el significado del anglicismo pueda transmitirse en español. A la par y en función de la lista de anglicismos que integró el corpus pudimos observar ciertas unidades con distintos significados dependiendo de su contexto individual, estableciendo posibles casos de variación semántica, como los que veremos a continuación.

4.5.1.1 Variación semántica

Conocido también bajo el nombre de polisemia en la semántica, en nuestro corpus hemos observado algunos anglicismos que presentan variación en su significado. Esto implica que una palabra puede ser utilizada en distintos sentidos y con distintos significados.

Del número total de 426 anglicismos, registramos 40 con variación semántica. La mayoría de estos casos fueron registrados con base en los diferentes significados que presentaban dentro de textos diferentes, es decir, nunca en la misma oración. Por un lado, registramos los anglicismos con polisemia prototípica, entendiendo por ello que no se observaron otros recursos semánticos más que el anglicismo y su contexto para identificar el cambio de

significado. Estos fueron *resort*, *statement* y *top*. Tomemos el caso de *top* donde se le asignaron cuatro significados (74-77):

- (74) **Top** y falda con tejido de punto, ambos de Fendi. (VO214-94-373-29)
- (75) La hija de Francis Ford Coppola plasma su elegancia a través de la comodidad del denim índigo y accesorios **top**. (VJ210-34-374-02)
- (76) Pasos de Diosa, el regreso de las **top** ¿Qué se siente estar en los zapatos de una súper modelo? (VN215-72-375-03)
- (77) La alpaca y la lana deben estar en el **top** de tus opciones. (VD216-141-376-01)

Evidentemente, la forma del anglicismo es la misma en todos los contextos, pero los significados no. En (74) es una prenda de vestir; en (75) se emplea para decir que un producto es de lo mejor; en (76) es un acortamiento del sintagma top model (dejando entrever la estrecha relación entre la variación semántica y la denominativa); mientras que en (77) se refiere a la posición más alta o importante de una lista.

En otros casos, la naturaleza conceptual del término no era tan diferente entre contextos, mas sí dejaba entrever un cambio de significado. Por ejemplo, el anglicismo *animal print* (78, 79):

- (78) botas altas de malla con flores y *animal print*, bolsa oversize y bolsa con cadena, todo de Balenciaga. (VE218-116-7-01)
- (79) Vestidos y trajes de seda, con texturas *animal print* y botas altas que deslumbran como si se tratara de una fantasía. (VM221-152-7-02)

En (78) el anglicismo se presenta como un estampado que se asemeja a la piel de un animal salvaje, como su mismo nombre lo indica. Sin embargo, en (79) es un tipo de textura, más que un grabado. Este tipo de casos se repitió con frecuencia, demostrando dos puntos importantes: el primero presupone el rol de la anteposición de sustantivos en la variación de significado, y el segundo, la evolución semántica del anglicismo en el español, pues de ingresar con cierta especificidad de significado, algunos se han convertido en términos un tanto generales.

Por otro lado, la presencia de expresiones metafóricas también fue de ayuda para identificar este tipo de polisemia, tal como se vislumbra en el anglicismo *mall*, donde en (80) mantiene su sentido principal, es decir representa una edificación con establecimientos comerciales, pero en el contexto (81) se presenta como una metáfora del capitalismo, alejándose un tanto de su naturaleza conceptual:

(80) El Highland Park Village es el *mall* más exclusivo de Dallas. (VS213-90-206-02)

(81) El *mall* es el paisaje americano definitivo, el epicentro de la modernidad del ocio artificial. (VS213-155-206-03)

Todos estos contextos evidencian que la polisemia es como Temmerman (2000:149) menciona, el resultado sincrónico de la densidad informativa acumulada diacrónicamente como consecuencia de la evolución de una unidad de entendimiento.

4.5.1.2 Variación denominativa

La variación denominativa, también conocida como sinonimia, es un fenómeno natural de la comunicación. Sin embargo, hemos decidido distinguir los apartados de sinonimia y variación denominativa por cuestiones metodológicas, pues al momento de enumerar y clasificar los anglicismos notamos que algunos presentaban variaciones en su denominación. En nuestro estudio, estas variantes cumplían con el criterio de estar en la misma lengua, separándolas así de la equivalencia interlingüística. De esta manera, estaríamos hablando de variación denominativa en un primer momento del análisis semántico y de sinonimia, para referirnos al recurso semántico que esclarece la relación del anglicismo con otros elementos de la misma oración.

Contemplando el fenómeno de variación denominativa desde un plano general y en función del corpus, se registraron las siguientes variaciones: léxica, elíptica y ortográfica (Suárez, 2000).

Del total de 56 anglicismos dentro de este fenómeno, 12 de ellos indicaron diferencias léxicas totales o parciales. En (82) podemos contemplar un caso de variación léxica total:

(82) Esa actitud es la que aprendió la actriz y modelo, una de las figuras más populares en España, considerada una *it girl* o *influencer* y cuyo nombre es uno de los más ingresados en los buscadores de la red del país. (VM221-114-173-08)

En (82) se observa el uso de la denominación *it girl* e *influencer* sin distinción alguna, haciendo parecer que ambas formas representan la misma noción en el contexto. La novedad de estos conceptos o algún error del redactor pudiera ser las razones de su uso indistinto, porque si el análisis fuera de carácter lexicográfico, estos dos anglicismos no estarían incluidos aquí porque en realidad presentan significados diferentes. Sin embargo, al ser un análisis contextual, decidimos registrarlas como variantes léxicas.

En cuanto a las variantes elípticas se encontraron 26 formas. La relación en este tipo de variantes es unidireccional porque parte de la variante más completa a la reducida. Como ejemplo tenemos las realizaciones *trench coat* y *trench*, (83, 84) respectivamente:

(83) El *trench coat* ha roto todas las reglas este otoño para empoderar tu look (VO214-196-388-04)

(84) Asimismo se mueven sus mujeres en las piezas fluidas de Nina Ricci, en sus vestidos de notas lenceras sin llegar jamás a la frontera del exceso, en un *trench* de suave cuero tintado de mora (...) (VJ211-168-387-01)

El anglicismo en (83) se refleja como la variante desarrollada, mientras que en (84) sufre un acortamiento y tan solo se mantiene el primer miembro del sintagma, creando así una variante elíptica del primer término.

Por último, 18 anglicismos del corpus registraron variación de tipo ortográfica, es decir, mostraban diferencias en su escritura sin alterar el contenido. Los elementos gráficos que más encontramos fueron el uso del guión (-), el morfema -ed, y el espaciado (). Tomemos el caso del anglicismo *oversize* para ejemplificar esta variación (85, 86):

- (85) Camisetas con mensajes gráficos, siluetas oversize, mucho tartán y trajes sastre.
(VPrim-Ver-19-246-70)
- (86) Su mirada al atuendo cotidiano y su aproximación al gender bending llegan en el confort pragmático de las siluetas oversized. (VO214-91-246-02)

La adición del morfema (-ed o -d) en (86) no afecta la naturaleza conceptual del anglicismo, tan solo refleja el estatus neológico del término al no tener aún consolidada su representación formal en el discurso.

4.5.1.3 Sinonimia

Ahora contemplemos el fenómeno de la sinonimia como un recurso para la construcción del significado del anglicismo en el contexto. En el corpus de análisis se encontraron solamente 5 contextos en donde se da esta relación semántica. Aquí las variantes denominativas fueron encontradas en la misma oración como el ejemplo (82) lo indica. Sin embargo, tomaremos otro ejemplo (87) para esclarecer más este criterio:

- (87) Mientras muchos usan palabras como *social star* o *influencer* para definirla, ella es una persona que no le gusta encasillarse en ninguna de esas categorías.

El uso de la conjunción *o* establece de cierta manera, una relación de equivalencia, en otras palabras, ambos términos son alternativas para un mismo significado. Si bien podrían tener sus diferencias conceptuales, en el contexto se identifican con una misma significación. Cabe mencionar que estos dos anglicismos junto con el anglicismo *it girl* fueron encontrados en este tipo de relación, haciendo indistintas sus diferencias semánticas (en un sentido más estricto).

4.5.1.4 Antonimia

En la presente sección analizamos la relación antonímica que pueda existir entre un anglicismo y otra unidad dentro de la oración que refleje oposición a su significado.

Tusón (2000) define la antonimia como la relación de oposición de significados que se establece entre dos elementos léxicos. El reconocimiento de estos elementos dejó entrever que las posibilidades de oposición semántica se han ampliado en función de elementos lingüísticos, textuales y discursivos que se articulan dentro de la oración.

La mayor parte de los anglicismos analizados en este recurso fueron unidades monoléxicas con expresiones sintagmáticas en español como opuestos, tal como se vislumbra en (88) donde el anglicismo *offline* presenta una relación de contrariedad con la expresión en línea:

(88) Quería ganar dinero en línea de la misma forma que lo hacía *offline*: si logro una venta para una tienda me pagan una comisión. (VS213-158-240-01)

También observamos contextos donde el antónimo del anglicismo era un elemento en la misma lengua como en (89). De este mismo ejemplo podemos rescatar el uso de la expresión '*tanto...como*', usada comúnmente para presentar una relación de igualdad, no obstante, en el análisis nos sirvió para identificar pares enfrentados.

(89) Lo que es un hecho es que tanto en la *high fashion* como en la *fast fashion* existen buenas prácticas que no dependen del precio de las prendas, sino de un compromiso con el planeta y los compradores.

Por otro lado, la presencia de operadores contraargumentativos como conjunciones (*o, sino*) o adverbios como en (90), también permitió establecer una relación de antonimia en algunos anglicismos:

(90) Él escogió ver el desfile tributo en *live-stream*, mientras que Allegra estuvo presente. (VM221-168-191-01)

Todos estos elementos lingüísticos, textuales y discursivos permitieron crear una esfera de oposición en el mismo contexto.

4.5.1.5 Relaciones de jerarquía, secuenciales y de causalidad

En el corpus se registraron contextos en donde la activación del significado fue producida por una relación semántica jerárquica, secuencial o de causalidad de un anglicismo con un elemento lingüístico de la oración.

Las relaciones de hiperonimia-hiponimia (587 contextos) y la holonimia-meronimia (315 contextos) fueron las relaciones más productivas del corpus. La primera se sobreentiende como una relación jerárquica genérica, donde existe un traslape de características, mientras que la segunda, como una relación jerárquica de parte-todo. En ambos casos, sin embargo, existe un *suprasignificado* y un elemento subordinado.

a) Hiperonimia-hiponimia

Hasta el momento hemos analizado dos aspectos en los cuales interviene la hiperonimia: su influencia en no solo la asignación del género gramatical a través de la presencia de un N antes del anglicismo sino además en la variación semántica del anglicismo en contexto.

En el corpus observamos el uso frecuente de los siguientes sustantivos como hiperónimos de los anglicismos: colección, vestido, bolsa, accesorios, universo, piezas, efecto, firma, productos, y el más recurrente, *estilo* como en (91):

(91) Vestido en estilo *boho* de Valentino. (VJ210-45-36-01)

Claramente se percibe que el anglicismo *boho* es un tipo de estilo, identificándose de esa manera como su hipónimo pues su significado es más específico, y por tanto, lo ayuda a determinar. Este ejemplo también permitió observar que el hiperónimo es por lo general el primer elemento definitorio y el hipónimo aparece luego en contexto.

No obstante, también observamos anglicismos que funcionaron como hiperónimos de otros anglicismos tales como: *shopping*, *top*, y *look*. Consideramos que esto sucede porque dichas unidades, a pesar de no estar registradas lexicográficamente en la variante mexicana, ya son

unidades estables en el español o bien han sido muy difundidas por los medios de comunicación.

Por otro lado, para la identificación de esta relación notamos el uso de elementos textuales como la presencia de los dos puntos (:); frases explicativas como *por ejemplo* o verbos tales como *ser, incluir o haber*. Ejemplos del primero y del último en (92) y (93):

- (92) Las texturas también jugaron un papel importante; las más ovacionadas: *el matte look* y el *gloss* con un estilo más naif
- (93) Entre sus piezas tejidas manualmente **hay** *bucket bags, tote bags, messenger bags* y demás modelos que han modernizado una técnica ancestral con sus cortes y formas.

En ambos ejemplos también se logra rescatar una relación de cohiponimia entre los mismos anglicismos por el hecho de que se encuentran en el mismo nivel jerárquico con respecto al concepto superior que los contiene. Esta relación también se pudo observar a través de las conjunciones **o** e **y**, como en (92).

Comprendemos que la sola existencia del anglicismo en relación hiperonímica o hiponímica con respecto a otra unidad no garantiza la comprensión del significado, sin embargo, hacen posible su activación contextual.

b) Holonimia-meronimia

Partiendo de su establecimiento como una relación jerárquica partitiva, la identificación de esta relación en el corpus se llevó a través de recursos lingüísticos y textuales como la presencia de verbos, el uso gráfico de los dos puntos (:) y preposiciones (en, de, con...) siendo este último el más frecuente en esta relación como se aprecia en (94) y (95):

- (94) *Backstage* **del** desfile de Lacoste. (VA220-60-16-08)
- (95) Saco y falda **en** *tweed*, medias de seda y zapatos con pulsera, de Dior. (VO214-207-395-15)

En estos contextos se observa como el uso de preposiciones (del, en) permite distinguir que los anglicismos forman parte de las unidades subrayadas, es decir, están incluidos en ellos. La mayor parte de los ejemplos en este análisis es dada por la estrecha relación entre prendas de vestir o accesorios y los tejidos o componentes de los cuales están hechos como en (95).

c) Fabricante-producto

Considerada como una relación secuencial, la relación fabricante-producto o viceversa se encuentra mayormente en contextos donde los anglicismos se coordinan con nombres propios.

En esta relación se vislumbró el uso de verbos como crear, realizar o fundar, también en sus formas participias como en (96); así como nuevamente el uso de preposiciones, siendo las más frecuentes de y por, como en (97):

(96) El doctor Henri Chenot **creó** un *spa* de lujo para recuperar todas las energías.
(VA212-14-332-02)

(97) *Clutch* metálico, **de** Christian Louboutin. (VS213-253-72-05)

d) Utilización de instrumento- instrumento

Por su parte, esta relación secuencial se observó mayormente a partir del uso de la preposición *para* (98) o bien de verbos como *utilizar*, *aplicar*, *ofrecer*, entre otros que indicaran la utilización de la unidad en contexto como en (99):

(98) Aplicar *blush* en los pómulos que será el complemento perfecto **para enfatizar ese fierce look**. (VN215-178-32-04)

(99) El sofisticado *spa* **ofrece equipamiento y tratamientos de vanguardia** en un entorno mágico de la laguna del sauce. (VPrim2018-18-332-09)

Esta relación también pudo darse de manera inversa, es decir donde la frase alrededor del anglicismo funcionaba como el uso del instrumento presentado en el contexto, tal como se vislumbra en (100):

(100) El secreto está en la combinación perfecta de mascarillas que den resultados en todo el rostro, **ideal para el after party**. (VE217-77-2-01)

e) Causa- efecto

Por último, tenemos la relación de causalidad, observada en contextos donde el anglicismo puede funcionar como la razón de cierta consecuencia, tal como en (101) y (102):

(101) Su famoso *contouring* **la llevó al pedestal de la industria cosmética**. (VOt-Inv-34-77-02)

(102) El *multi-tasking*, el estrés y el cambio climático **acaban con nuestra piel**. (VD216-56-233-02)

O bien, los roles pueden cambiar y el anglicismo puede mostrarse como el efecto creado a partir de los elementos antecedentes a él (como en el ejemplo 103) que constituirían la causa:

(103) **El color y la forma son los máximos responsables de marcar** el *look*, comodines estrella para cambiar de estilo o mantenerlo impecable. (VM219-127-194-71)

Todas estas relaciones jerárquicas y no jerárquicas entre el anglicismo y otra unidad que puede o no serlo en contexto, contribuyen a la comprensión del significado que este elemento tiene en la lengua receptora.

4.5.1.6 Equivalencia interlingüística

Este recurso semántico implica la similitud de un mismo mensaje en dos lenguas diferentes, en otras palabras, el anglicismo aparece junto con un equivalente en la lengua receptora. Vista también como un mecanismo para la asignación del género gramatical, consideramos que la función primordial de la equivalencia interlingüística es facilitar la comprensión semántica de los anglicismos, que en su mayoría suelen ser neologismos y por tanto pueden

ser palabras nunca antes vistas para los lectores. En breve, se presentan algunos ejemplos de contextos que utilizan este recurso semántico:

- (104) Esta silueta *boxy* en tonalidad sólida jamás te fallara. Bolsa tipo **cofre** en cuero de Dior. (VA212-36-47-01)
- (105) Esta es la era en que **los blogs y sus estrellas**- llamados hoy *influencers*- tienen una precedencia inédita a la hora de cimentar tendencias. (VA212-34-169-11)
- (106) Y la utilización de técnicas combinadas con láser diodo, iontoforesis y *microneedling*- **micropunciones**- para mejorar los resultados. (VOt-Inv-44-221-01)

Los ejemplos previos que proponen unidades léxicas como equivalentes podrían ser justificados bajo la propuesta de que estas unidades puedan ir cubriendo el concepto anglosajón hasta suplantarlo dentro del mismo texto. No obstante, también encontramos casos, los cuales fueron mayoría, donde el equivalente se establece con expresiones, mejor conocidas como paráfrasis, o inclusive aposiciones, como en los ejemplos (107) y (108):

- (107) Estos dos tratamientos entienden lo que todos buscamos en términos de hidratación; no obstante, van un paso más allá de lo que se ha denominado como *soaked skin*, **una piel sometida a una ola de humedad**. (VJ210-108-329-01)
- (108) Eran los *roaring 20's*, **la década de Josephine Baker, los años del desenfreno... La era que miró al futuro**. (VA212-26-289-01)

Como se pudo evidenciar, la presencia de equivalentes interlingüísticos parte de la necesidad de aclarar el significado del préstamo que introduce. marca la relación de equivalencia conceptual y contribuye a la cohesión del texto.

4.5.1.7 Elementos prototípicos

Si bien la presente y próxima relación semántica son vistas desde la lingüística cognitiva, consideramos que ambas son aspectos de importancia en la construcción del significado y por ello, las incluimos en este módulo de análisis.

En el corpus de estudio observamos contextos donde ninguna de las previas relaciones esclarecían el significado del anglicismo, salvo, elementos que como Márquez (2005, p.522) menciona, son intrínsecos a la delimitación de su concepto. En los casos observados delimitamos estos conceptos mediante el análisis de palabras relacionadas con el significado lexicográfico del anglicismo, como en los siguientes ejemplos:

- (109) Comencé a hacer tomas específicas de mis **labios** y en una ocasión cuando estaba a punto de sacar la foto, el *lipstick* comenzó a gotear de mis **labios** y justo en ese momento se tomó la foto, fue un accidente que resultó en algo increíble. (VD216-16-189)
- (110) Basta de ser una **víctima capilar** y afrontemos los *bad hair days* a la altura de una estrella. (VA220-128-17-01)

En ambos contextos los anglicismos aparecen rodeados de elementos que dan cuenta de su esfera conceptual. En (109) el sustantivo *labios* se muestra dos veces en el contexto, lo cual parece indicar una relación con el anglicismo, se intuye que es un producto para los labios; mientras que en (110) se exhiben los elementos *víctima* y *capilar* indicando que el anglicismo tiene una connotación negativa, se relaciona entonces con alguien que tiene daños en el cabello. Como se vislumbra, la identificación de elementos prototípicos fue usada como un criterio para ayudar a comprender el significado de distintos anglicismos en el corpus.

4.5.1.8 Expresiones metafóricas

Considerada como una comparación selectiva (Tusón, 2000) o bien una proyección de conceptos desde un dominio conceptual hacia otro (Cuenca y Hifelrty, 1999) fue considerada como un criterio para entender la forma en que se produce la extensión del significado en distintos anglicismos del corpus.

Si bien algunas expresiones metafóricas no permiten el esclarecimiento per se del anglicismo, sí delimitan cierta relación de significado con el mismo en contexto, como en

(111), donde la expresión *enfúndate* se asocia con el concepto de ‘envolver, tapar’ haciendo notar que el anglicismo representa una prenda de vestir.

(111) Muestra tu lado rebelde y **enfúndate** en una *biker* clásica o con un twist sin importar que hora del día sea. (VA212-55-29-01)

Por otro lado, notamos una cierta cantidad de expresiones metafóricas que conferían acciones humanas a los anglicismos, como el caso de (112) y (113):

(112) El esplendor de Andreea Diaconu engalana estas páginas en las que el *denim* **se convierte en el compañero más atractivo del momento.** (VA212-141-96-12)

(113) **El desenfado del** *denim* se impregna en Andreea Diaconu. (VA212-20-96-07)

En (112) el anglicismo se presenta como un compañero, personificando de cierta manera el anglicismo. Por su parte, en (113) la expresión *desenfado* se identifica con la falta de seriedad, o inhibición en el comportamiento o lenguaje de un individuo, por tanto su relación con el anglicismo aparenta ser la de una cualidad en una persona.

Es así como el anglicismo puede rodearse de expresiones metafóricas que permitan explicar su significado dentro de su contexto de aparición, sin que sean considerados como solo adornos discursivos del contexto.

4.6 Recapitulación

En este capítulo hemos realizado un recorrido por todos los aspectos que consideramos permiten la formación, desarrollo y comprensión de los anglicismos en este tipo de textos. En todos los módulos se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo para tener un mejor panorama de cada uno. El total absoluto de anglicismos encontrados fue de 426, los cuales estaban distribuidos en 1505 contextos.

Se comenzó con el análisis de su distribución temática, es decir, se determinaron distintas categorías temáticas para clasificar cada anglicismo y así observar en qué subárea de la moda se incluyen más estas unidades. Las categorías temáticas con mayor variedad (sistema de la moda, belleza y vida social y comunicación) nos han revelado que existen términos que tienen más presencia en este momento porque están de moda.

Como segundo análisis estudiamos el cambio de categoría gramatical de los anglicismos en contexto. En este se registraron 439 formas, de las cuales 40 presentaron este tipo de cambio. Con los contextos analizados se pudo notar que la sustantivación y la adjetivación son cada vez más comunes con palabras extranjeras que se desarrollan en un contexto diferente al de su procedencia.

El primer módulo de análisis lingüístico fue el morfológico donde se revisaron los procesos de formación léxica subdivididos en procesos de adición y procesos de sustracción. De igual forma, las unidades se dividieron en monoléxicas y poliléxicas y fue a partir de esto que se encontró que los anglicismos derivativos, simples y sintagmáticos son los más frecuentes en el corpus.

En el módulo morfosintáctico se estudió la flexión nominal de género y número gramatical de los anglicismos del corpus considerando el criterio de estabilidad e inestabilidad para el primer rasgo y revisando los diferentes mecanismos de asignación para ambos. Entre estos últimos sobresalen la traza coindexada y la marcación lingüística como criterios complicados de formalizar, sin embargo, resultaron de alta frecuencia en el corpus.

Por último, en cuanto a los aspectos semánticos, se observaron las relaciones semánticas que se establecen entre el anglicismo y su entorno textual y discursivo. Se trató la variación semántica encontrando que podría estar relacionada con un proceso de lexicalización. Por otro lado, por la naturaleza de los contextos, se decidió separar el análisis de la variación denominativa y la sinonimia, aunque como conceptos sean considerados similares. Las relaciones semánticas jerárquicas se mostraron como las más productivas del corpus.

En general, cada uno de estos análisis permitió entrever la caracterización del anglicismo en un contexto textual diferente al de su origen. Fue así como pudimos observar el comportamiento lingüístico de los anglicismos del corpus en los textos especializados sobre moda en la variante mexicana del español.

CAPÍTULO 5

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En el presente capítulo comentamos los resultados obtenidos de los distintos análisis aplicados a los anglicismos en contexto. Para ello, tomamos en cuenta el carácter cuantitativo y cualitativo de cada uno.

Los análisis descriptivos aplicados a 426 anglicismos distribuidos en 1505 contextos auténticos de aparición muestran el comportamiento lingüístico de los anglicismos en un entorno diferente del que provienen. Los resultados generales y específicos implican la funcionalidad y el dinamismo del anglicismo, rasgos que en un plano prescriptivo, tanto lexicológico como terminológico, no se pueden observar.

Por tanto, para nosotros, los distintos análisis utilizados en esta investigación (temático, cambio de categoría gramatical, morfológico, morfosintáctico y semántico) muestran la complejidad y movilidad de dicha unidad.

A continuación, se comentan los resultados obtenidos por cada módulo de análisis aplicado a los anglicismos registrados en el corpus del estudio:

a) Análisis temático

Dentro de este análisis se registró que las categorías temáticas más receptivas de este tipo de unidades lingüísticas fueron el sistema de la moda, belleza y vida social y comunicación, albergando en conjunto el 57% del total de anglicismos.

Se registró tan solo una unidad que fue catalogada a su vez como prenda de vestir y como estilo de moda – *polo*- pues el contexto la describía de tal forma, haciendo notar la importancia del entorno textual del anglicismo para su caracterización.

Lo interesante de este módulo fue observar que las categorías con mayor variedad no fueron ni los *estilos de moda* ni las *prendas de vestir*, esferas que tratan sobre la moda per se. Las más frecuentes, en cambio fueron las relacionadas con el contexto en el que nace y se desarrolla la moda; con una industria complementaria de la misma o bien con la cultura y el modo de vida angloamericano.

En cuanto a la esfera del *sistema de la moda*, se revela que es más recurrente describir el mundo detrás de la moda que la moda misma. La categoría de *belleza* por su parte, registró una alta frecuencia de unidades, sin embargo, en ocasiones éstas fueron encontradas dispersas en las distintas secciones sobre vestimenta y estilos, evidenciando su aún apego a la moda. Por otro lado, el gran aflujo de unidades en la categoría *Vida social y comunicación* refleja como la cultura norteamericana ha sobrepuesto no solo su lengua sino también su cultura a nuestro país. Con todo esto, se puede suponer el incremento del valor social de la moda a través de su lenguaje.

b) Análisis de cambio de categoría gramatical

En un primer acercamiento se observó como ciertos anglicismos cambiaban su categoría gramatical común (predeterminada en los diccionarios) a otra distinta cuando se relacionaban con otros datos gramaticales de la oración.

El conteo de anglicismos en este análisis también hizo notar la repercusión del contexto pues aquí se registraron 439 formas dado que 13 de ellas funcionaban con una categoría gramatical distinta, dependiendo de la oración en que se desarrollaran. Dentro de este análisis se encontraron anglicismos con las siguientes categorías gramaticales originales: sustantivo, adjetivo, verbo, adverbio, interjección y frase.

Si bien, tan solo 41 de estas unidades registraron cambios de categoría en contexto, con este número fue suficiente para entrever la alta productividad de las clases sustantivo y adjetivo en ambas lenguas dado que todas las adaptaciones fueron registradas en tan solo estas dos categorías. Por tanto, se presupone que la sustantivación y adjetivación son procesos cada vez más comunes en préstamos en proceso de adaptación a la lengua española.

c) Análisis morfológico

En este módulo se revisaron los procesos de formación léxica que siguen los distintos anglicismos del corpus donde los más numerosos fueron el acortamiento, la derivación, y la composición (y sintagmación).

De la lista anterior, el acortamiento es el único proceso de sustracción que resultó productivo en comparación de los otros del corpus. Palabras donde se omitían las últimas sílabas fueron las reducciones más encontradas como *fit-fitness*, *logo-logotype*, *mini-minimal* y tan solo se registró una con reducción de sílaba inicial: *poo-shampoo*, pudiendo suponer una inclinación funcional hacia el primer tipo.

Los acortamientos podrían considerarse como manifestaciones léxicas recientes, sin embargo, los primeros ejemplos datan desde 1800. Se vuelve obvio decir que acortamos palabras para ahorrar tiempo, esfuerzo y espacio, pero al mismo tiempo el uso de acortamientos genera una interacción más informal y amigable, clave para textos de este tipo como se ejemplifica con *app*, *body* o *celebs*. Es así como estas reducciones léxicas son más comunes no solo en el discurso de la moda, sino también en el discurso general social.

Dentro de la derivación, encontramos que la sufijación fue más productiva que la prefijación registrándose en 60 contextos. Los sufijos más comunes fueron de función nominal, es decir, se adjuntaban a las raíces formando sustantivos. Sin embargo, se encontraron muchos afijos de origen grecolatino (pre-, re-, super-, -al, -er, -ment...), presentando una gran relación semántica con los afijos equivalentes en español, y suponiendo de esta manera la posible y pronta adaptación de estos anglicismos a la lengua receptora.

Otro rasgo que demuestra la gran funcionalidad de los afijos y la trascendencia del contexto oracional fue el hallazgo de sufijos con funciones distintas, pues podrían encontrarse en ciertos contextos con función nominal y en otros, con adjetival, como lo fue el caso de *-y* en palabras como *trendy* y *panty*, respectivamente.

Además de las observaciones de los procesos comunes de derivación, también se encontró el uso de un afijo léxico o pseudoprefijo (e-), llamado así porque solo presenta la primera letra de una palabra, en nuestro caso el anglicismo *e-commerce*. Proveniente de la palabra

electronic, este afijo demuestra la transversalidad lingüística de ciertos elementos provenientes de áreas como la informática en áreas de fin social como la moda.

En el proceso de composición decidimos hacer la distinción entre compuestos y sintagmas, delimitando a los primeros como anglicismos monoléxicos (no separados entre espacios en blanco) y los segundos como poliléxicos (unidades con un significado único separadas por espacios en blanco). Dentro de ambos grupos de compuestos se descubrió que las estructuras nominales [A+N] y [N+N] fueron las más frecuentes. Esto podría suponer el uso de conceptos más especializados o la especificidad descriptiva de ciertos nombres para su comprensión en el texto. Asimismo, se notaron estructuras sintagmáticas tales como [N+ (A+A)]_{SN} y [N+ (N+N)]_{SN}, que parecen combinar reglas sintácticas del inglés y español haciendo notar la adaptación de estas unidades a nuestra lengua. De este mismo aspecto se rescata la doble función (nominal o adjetival) de algunas estructuras, siendo el orden sintáctico del contexto el único criterio para su distinción.

Con base en nuestros hallazgos, se volvió necesario modificar la clasificación del anglicismo propuesta por Márquez (2005) para así distinguir estas unidades con base en dos aspectos: el mecanismo de formación léxica y su estructura formal, útiles también para la siguiente sección. Esta clasificación se muestra a continuación:

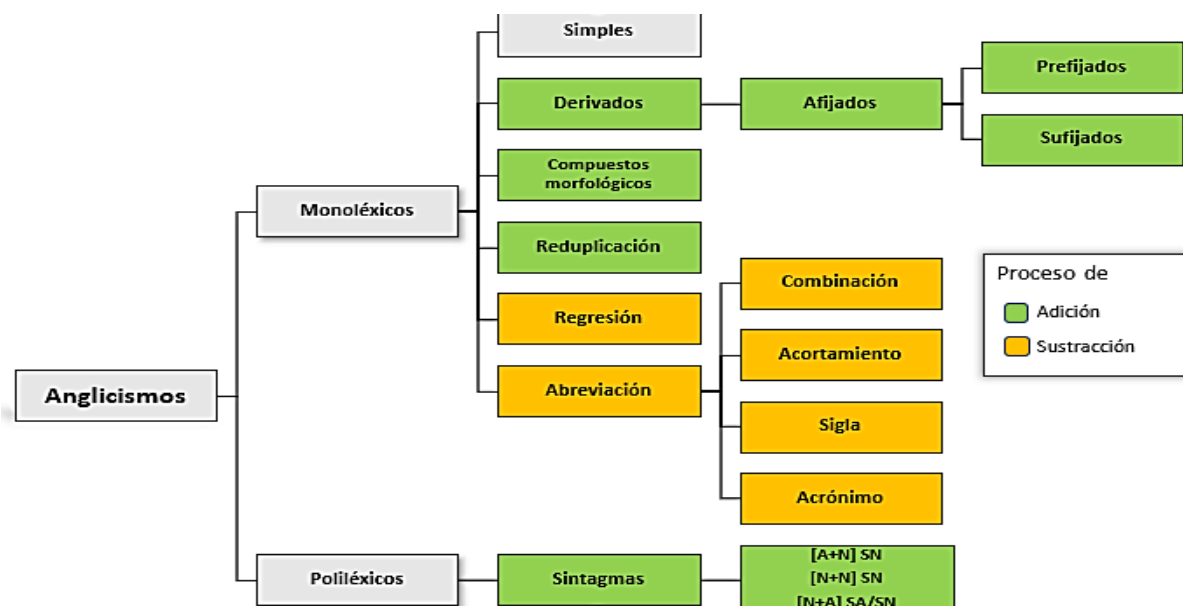


Fig. 5c Clasificación del anglicismo por su formación léxica (Zúñiga, 2019)

d) Análisis morfosintáctico

Los resultados de este módulo giran en torno a dos pasos morfosintácticos imprescindibles en el español: la asignación de género y número gramatical.

Con relación a la asignación de género observamos la superioridad del género masculino sobre el femenino, coincidiendo con los estudios que designan al primero como el género no marcado. Esta singular diferencia indica a la vez una tendencia a la inestabilidad del género en algunos anglicismos, en especial aquellos donde sus nociones cambian de acuerdo con el contexto en que se desarrollen. Esto implica que la inestabilidad de género se encuentra en estrecha relación con la variación semántica y a su vez con las relaciones jerárquicas del anglicismo con otras unidades la oración.

En cuanto a los mecanismos de asignación de género gramatical registramos el uso del determinante y la marcación lingüística (asignación del género no marcado [M]) como los más frecuentes del corpus. No obstante, solo el primero de ellos puede reconocerse como un mecanismo formal por su transparencia gráfica, mientras que la marcación fue considerada como un recurso por defecto, es decir, cuando ninguno de los otros mecanismos podía explicar la asignación de género en el anglicismo. Otro mecanismo similar a la marcación, pero con un poco más de estabilidad teórica fue la traza coindexada como en “*Bomber jacket* y camisa, ambas de Tommy x Gigi”, donde la relación del anglicismo con algún referente dentro o fuera de la oración permitía la formalidad en la asignación del género gramatical.

Ahora bien, conviene mencionar que en la marcación lingüística el género asignado fue siempre el masculino. Sin embargo, no en todos los contextos esta asignación parecía ser la adecuada y por ello, creamos y aplicamos el mecanismo de asociación por equivalente en español para aquellos anglicismos que intrínsecamente parecían reflejar el género femenino. En este mecanismo, el lector relaciona el anglicismo con su significante en español (no incluido en la oración a diferencia del mecanismo por equivalente en español), en otras palabras, realiza una ligera traducción del término y así se asigna el género [F] correspondiente. Si bien sabemos que este podría no ser un criterio tan formal como los anteriores, para nuestro corpus resultó de gran utilidad.

En el aspecto del número gramatical observamos el predominio del número singular sobre el plural. Las representaciones formales del número plural fueron los sufijos -s, -es, -ies, -'s o bien la ausencia de un morfema. La convivencia de todas estas manifestaciones parece mostrar la inestabilidad en la adaptación del número gramatical de los anglicismos en este tipo de textos.

De igual forma que en el género, los mecanismos más recurrentes para la asignación del número gramatical fueron la presencia del determinante seguido de la marcación lingüística. No obstante, a comparación del género, en este rasgo sí fue posible la asignación de ambos números [S] y [P] con este mecanismo puesto que la existencia de morfemas, en el caso del plural, permitían esta postura.

e) Análisis semántico

Con respecto al análisis del significado de los anglicismos se discute sobre las relaciones dadas entre el anglicismo y otros elementos de la oración que permiten la activación del significado de la unidad en el discurso. No se buscó describir el significado de cada unidad como lo haría un estudio lexicográfico, sino observar qué aspectos semánticos tienen una relación estrecha en la construcción del significado del anglicismo en contexto.

Partiendo de este supuesto encontramos que en ocasiones la naturaleza conceptual del anglicismo es distinta entre contextos. Conocida como variación denominativa, este fenómeno refleja una aparente evolución del significado de algunos anglicismos, pues de incorporarse al español con cierta especificidad conceptual, se pueden usar ahora como palabras generales. Esta polisemia también está relacionada con la anteposición de un nombre al anglicismo, rasgo reflejado en algunos anglicismos activados por relaciones jerárquicas de inclusión.

Los resultados sobre la variación denominativa nos permitieron entrever las distintas representaciones formales que puede tener un anglicismo en contextos diferentes. Encontramos variaciones léxicas donde en algunas ocasiones, su uso parecía más relacionado con algún error del redactor pues los anglicismos suponían dos conceptos diferentes; variaciones elípticas, las cuales tenían una incidencia directa con los

acortamientos; y las variantes ortográficas, donde sus diferencias a veces se traslapaban con el proceso de derivación.

En cuanto a las relaciones semánticas notamos que la presencia de un equivalente interlingüístico fue el recurso más transparente para la comprensión del significado del anglicismo. El uso de unidades léxicas, paráfrasis y aposiciones como equivalentes podría estar relacionado con una cuestión purista de suplantarse paulatinamente los anglicismos con unidades de nuestra propia lengua. Sin embargo, damos mayor peso a la intención del redactor en utilizar el anglicismo en el texto para transferir no solo nueva información sino también vincular la lengua y cultura del ámbito especializado. Por lo tanto, los elementos previos son de gran utilidad para el autor para marcar la relación de equivalencia conceptual y asimismo contribuir a la cohesión del texto.

Las relaciones jerárquicas por otro lado, fueron el recurso más productivo en los contextos del corpus para la activación del significado. La hiperonimia-hiponimia, por un lado, tiene cierta influencia sobre la asignación del género gramatical a través de la anteposición de un nombre al anglicismo y por ende, repercute también en el fenómeno de variación semántica. La holonimia-meronimia, por su parte, permitió dar cuenta de relaciones entre la vestimenta y los tejidos o materiales que la componen, una correspondencia muy común en el área de la moda. Reconocemos que estas relaciones jerárquicas o bien secuenciales o de causalidad pueden no garantizar la comprensión total del significado, no obstante, permiten activarlo contextualmente.

Resaltamos a su vez el uso de expresiones metafóricas como criterio para delimitar una relación de significado del anglicismo con otros elementos textuales. A partir de este análisis se dejaron de lado los prejuicios que las encerraban como simples adornos discursivos, y decidimos rescatar en su lugar distintas características de este recurso. La personificación del anglicismo a través de la adjudicación de acciones humanas fue una de las más significativas, pues bien se ha vuelto más común el transferir cualidades de este carácter a ciertos anglicismos con el fin de extender su significado.

Esta diversidad de recursos y relaciones semánticas nos permitió vislumbrar que el contexto activa elementos léxicos que sirven para que el significado del anglicismo pueda transmitirse y ser aceptado en el español.

CAPÍTULO 6

CONCLUSIONES

Sin duda, el mundo de la moda se configura como una de las actividades más dinámicas de nuestra sociedad. Actualmente la creatividad de los diseñadores impone un ritmo de presentación de novedades vertiginoso, lo que tiene claras repercusiones en el ámbito lingüístico. Neologismos triunfantes y propuestas que luchan por hacerse un hueco para denominar las nuevas realidades nos invaden y conviven con nosotros sin que nos percatemos de sus peculiaridades.

Ante lo expuesto tenemos el producto de una investigación descriptiva sobre el comportamiento lingüístico del anglicismo dentro de los textos especializados sobre moda escritos en la variante mexicana del español. Los resultados adjuntados son, por ende, aplicados al ámbito de especialidad sobre el cual nos hemos sustentado, no sin antes hacer notar que este campo se encuentra en constante evolución social, reflejado en la constante incorporación de términos que tal vez no se pudieron cubrir aquí por el carácter sincrónico del estudio.

Desde luego hemos definido nuestro marco conceptual partiendo de las nociones de neologismos, préstamos lingüísticos, extranjerismos, anglicismos hasta enmarcar específicamente nuestro corpus con *anglicismos de apariencia inglesa* (Vázquez Amador, 2018). De esta forma, dejamos atrás la visión purista del fenómeno anglicista y preferimos explicar que el uso de las palabras de origen extranjero no empuja al desuso del léxico propio de una lengua.

Prácticamente hemos tratado de observar el fenómeno del anglicismo en el sector de la moda desde el punto de vista lexicológico. Desde esta perspectiva, aproximarse a este fenómeno implica realizar una caracterización de los distintos niveles lingüísticos. No

obstante, dado que nuestro corpus se basa exclusivamente en textos escritos, se ha dejado a un lado el análisis del aspecto fonológico.

Para delimitar lo hecho en esta investigación, recapitulemos los 3 grandes objetivos que la enmarcaron, los cuales consideramos haber cumplido:

1. Identificar los tipos de anglicismos y su funcionamiento lingüístico en los textos de moda.
2. Clasificar los tipos de anglicismos por campos temáticos de la moda.
3. Analizar los procesos de adaptación lingüística de tipo morfológico, morfosintáctico y semántico que han seguido los anglicismos en los textos de moda; estableciendo para ello criterios de graduación.

Para cumplir con estos objetivos, realizamos la correspondiente selección, extracción y almacenamiento de los datos pertinentes para cada módulo de análisis. A grandes rasgos, hemos dejado en claro que la posible adaptación de este tipo de anglicismos tiene que ser vista apelando siempre a su entorno textual y discursivo, y por ello partimos del uso de textos de la revista Vogue para la extracción de los anglicismos que fueron objeto de análisis.

Como se expuso en los objetivos, la clasificación temática y la observación del cambio o no de categoría gramatical de los anglicismos enaltecieron la visión del fenómeno anglicista en el estudio. Sin embargo, la parte central de esta investigación, fueron efectivamente, los análisis modulares lingüísticos expuestos en el tercer objetivo. Estos módulos nos permitieron entrever con mayor precisión los diferentes aspectos que permiten la aceptación del anglicismo en una lengua diferente a la de su origen. Por lo mismo, todas las aproximaciones mencionadas fueron siempre analizadas en el contexto de aparición del anglicismo. Como resultado obtuvimos un total de 426 unidades léxicas distribuidas en 1505 contextos que sirvieron como base empírica para el presente estudio.

Con esto en mente, presentamos las conclusiones generales de los distintos acercamientos que realizamos para describir la adaptación del anglicismo en los textos en español:

a) Acercamiento temático

En cuanto a la distribución de contenidos, los anglicismos del corpus se subdividieron en las siguientes subáreas temáticas: prendas de vestir; estilos de moda; descripción física de la prenda, complemento o individuo; tejidos, estampados y materiales; el sistema de la moda; vida social y comunicación y belleza. La categoría más receptiva de este tipo de vocablos fue la de *vida social y comunicación*, lo cual deja ver que no solo se trata de una inserción de carácter léxico sino también cultural o del modo de vida angloamericano, denotando la influencia lingüística del inglés por un lado, y el deseo de imitación, por el otro. En el mismo sentido, la gran representación de la categoría del sistema de la moda refleja que las tendencias vienen ahora acompañadas del contexto en el que nacen y se desarrollan.

En algunas categorías, se reflejó una diversidad de conceptos muy especializados que no tienen un equivalente en español fácil de encontrar, pues son términos recién creados con las tendencias que surgen o poseen matices únicos. Este puede ser uno de los factores más importantes a la hora de incluir léxico extranjero en las publicaciones de moda.

En suma, este análisis temático nos ha mostrado que existen anglicismos que tienen más presencia en este momento porque están de moda, se han estado utilizando con mayor frecuencia en las últimas temporadas siendo esto un reflejo de su éxito y posible consolidación en el español.

b) Acercamiento de cambio de categoría gramatical

La aproximación contextual que realizamos en esta investigación nos permitió observar contextos donde la categoría gramatical original (predeterminada en los diccionarios del inglés) del anglicismo se modifica al establecer relaciones con otros datos gramaticales de la oración. Las categorías gramaticales originales de los anglicismos que se manifestaron en el corpus fueron sustantivo, adjetivo, verbo, adverbio, interjección y frase. No obstante, se manifestó un doble uso de categoría gramatical en ciertos anglicismos, un uso no prototípico de emplear sustantivos como adjetivos, en otras palabras, el anglicismo pudo representar un nombre o un calificativo en la oración.

De los anglicismos registrados con cambios de categoría gramatical, se pudo apreciar su adaptación al español en tan solo dos clases de palabras: sustantivo y adjetivo, haciéndose notar que la sustantivación y adjetivación son procesos cada vez más usuales en préstamos del inglés en proceso de adaptación a la lengua española.

c) Acercamiento morfológico

A través del análisis morfológico pudimos distinguir que los anglicismos del corpus se presentan en unidades simples, derivadas por (pseudo-) prefijación o sufijación, compuestos o sintagmas, reduplicaciones, combinaciones, acortamientos, acrónimos, siglas o bien como un tipo de regresión.

Los procesos de adición fueron mucho más productivos que los de sustracción en cuanto a la formación léxica de los anglicismos del corpus, en específico la derivación y la composición. De la primera, la presencia de sufijos es más prolífica que la de prefijos, sin embargo, la mayor parte de ambos mostraban una gran relación semántica con afijos del español, por tanto, se crea cierta viabilidad de adaptación de estos anglicismos a la lengua receptora.

Mientras tanto, en la composición, el aspecto gráfico determinó la separación de compuestos (unidades de tipo monoléxico) y sintagmas (unidades poliléxicas) en el corpus. Con ambos procesos notamos que este tipo de textos precisan cada vez de conceptos más especializados, lo cual logran con la creación de palabras y formaciones sintácticas en inglés que otorgan dinamismo y frescura al discurso, aunque reconocemos que este es un rasgo positivo que solo pueden apreciar quienes tengan un conocimiento básico del idioma vecino.

Desde la perspectiva sustractiva, los anglicismos pueden manifestarse a través de unidades abreviadas, en especial las siglas y los acortamientos, de los cuales los segundos mostraron mayor tendencia hacia la lexicalización. En cuanto a las siglas observamos que en este tipo de textos se da por sentado su conocimiento y no se exhibe la forma desarrollada en el contexto oracional, pudiendo oscurecer la decodificación de su significado. En general, el elevado uso de siglas y acortamientos en inglés en la esfera de la moda puede deberse no

solo a la necesidad de ahorrar tiempo, esfuerzo y espacio, sino también por la necesidad de crear una interacción más informal y amigable con el lector, aspectos clave para este tipo de textos.

d) Acercamiento morfosintáctico

Por medio del módulo morfosintáctico pudimos comprobar la obligatoriedad de la flexión nominal de género y número gramatical en el español. Consideramos que estos dos valores y su relación con otros elementos de la oración delimitan sintácticamente al anglicismo para que pueda adaptarse dentro del contexto y por consecuencia, dentro del discurso especializado de la moda.

En ocasiones estos elementos no se logran distinguir a primera instancia o bien no se presentan en la oración en lo absoluto, sin embargo, se presenta una tendencia al uso de palabras gramaticales alrededor de la unidad para explicar la asignación de estos dos valores flexivos. Los mecanismos correspondientes fueron muchas veces distintos para el género y para el número gramatical de cada anglicismo, pues había palabras, determinantes para ser específicos, que facilitaban la asignación del segundo, pero no del primero. Asimismo reconocemos que mecanismos como la marcación lingüística o la traza coindexada pueden no ser reconocidos formalmente para la asignación del género o número, en comparación de otros; no obstante, siendo la oración nuestro límite contextual los consideramos suficientemente explicativos e idóneos para el análisis.

Por último, se reconoció que existe cierta inestabilidad del género en los anglicismos, en específico, aquellos donde sus nociones varían de acuerdo al contexto en que se desarrollen, mostrando así una relación estrecha con la variación semántica y a su vez con las relaciones jerárquicas que tiene el anglicismo con otras unidades de la oración.

e) Acercamiento semántico

Como en todos los acercamientos descritos, el contexto tuvo un rol primordial, en este caso, nos permitió reconocer aspectos relacionados con el significado del anglicismo, en especial las relaciones semánticas que establece con otros elementos de la oración que permiten de cierta manera, comprender su significado.

Un anglicismo puede cambiar de significado dentro de un mismo contexto o bien entre textos diferentes. Los significados asociados a determinadas unidades varían con el tiempo y según las perspectivas de los autores. Esta variación semántica puede estar definida por relaciones como la polisemia, la sinonimia, la antonimia o en ocasiones por la equivalencia interlingüística.

De igual forma, y en función de la relación conceptual que presente con otras unidades del contexto el anglicismo puede formar parte de una jerarquía, de una causalidad o de una secuencia. Por otro lado, desde su lado semántico, las metáforas, expresiones metafóricas o elementos de prototipicidad también permitieron la construcción del significado del anglicismo. Sin embargo, constituyen recursos semánticos no muy cristalinos para el receptor.

La mayoría de estas relaciones, salvo el caso especial de la equivalencia interlingüística, permiten la activación del significado del anglicismo en el discurso, en otras palabras, funcionan solamente como un disparador semántico. En cambio, la equivalencia interlingüística, a través de las paráfrasis o aposiciones, es el único mecanismo que esclarece de forma transparente el significado del anglicismo en la oración.

Con este abanico de acercamientos hemos constatado que los anglicismos son unidades lingüísticas funcionales que normalizan cada vez más su uso en esta esfera temática y a la par, que los elementos lingüísticos y textuales que rodean a esta unidad pueden ayudar en su aceptación y adaptación al español, en nuestro caso, a la variante mexicana.

f) Aportes e implicaciones del estudio

Todo trabajo de investigación tiene como fin ofrecer un aporte al conocimiento del área en que se circunscribe, en nuestro caso, la lexicología. Este trabajo implica un novedoso campo de análisis en el estudio del léxico, específicamente, en el estudio del anglicismo en el discurso de la moda pues ofrece auténticos resultados que respaldan y apoyan la productividad del fenómeno. En cuanto a las aportaciones teóricas, hemos propuesto un mecanismo para la asignación de género: asociación por el equivalente en español (ver Cap. 4.4.1.1.5) y asimismo una clasificación del anglicismo por su formación léxica y estructura formal (ver Fig. 5c).

De igual manera, posiblemente nuestra investigación aporte al campo terminológico si se considera a la moda como una lengua de especialidad y se perfila aún más el objeto de estudio. Por otro lado, los resultados podrían también ser aplicados en la lexicografía con la inclusión de los más recientes anglicismos en algún diccionario de la lengua o bien, de la moda.

g) Limitaciones del estudio

En función del objetivo, nuestra investigación excluyó el nivel fonético-fonológico como parte de los análisis modulares. Las características del corpus condicionaron esta restricción porque al ser un corpus escrito y no oral, no existían los elementos necesarios para este tipo de análisis. El tamaño del corpus, por su parte, también condicionó los resultados del estudio dado que, de tener más volúmenes de la revista, se pudo haber hecho un análisis más profundo del fenómeno; sin embargo, esta limitación nos permitió ganar profundidad en el análisis.

En función de la teoría, desde el principio restringimos el objeto de estudio a los anglicismos sin adaptación ortográfica al español y por tanto, pudimos tal vez no abarcar ciertos conceptos del fenómeno o extendernos en su explicación. De igual manera, se resolvieron precisiones en la teoría, pues en ocasiones las nociones sobre los tipos de anglicismos se traslapaban o incluso se contradecían. No obstante, se optó por el marco teórico más productivo y adecuado a nuestra investigación.

Por último, en cuanto a la metodología, nos limitamos a trabajar con la base de datos Excel. Si bien pudimos usar una herramienta más sofisticada para el tratamiento de los datos, decidimos quedarnos con esta aplicación por el objetivo y tipo de corpus que teníamos, que al final consideramos haber sido una buena elección.

Reconocer estas limitaciones nos permite voltear la mirada hacia posibles estudios que perfilen aún más lo estudiado hasta el momento sobre el fenómeno anglicista.

h) Trabajo Futuro

Concluimos comentando que este trabajo dio lugar a nuevas posibilidades de investigación sobre el anglicismo. A continuación se presentan algunas de ellas:

- Recopilar los anglicismos y adjuntarlos en una obra lexicográfica.
- Ampliar la brecha de tiempo para la selección del corpus, haciendo entonces un estudio diacrónico que permita contemplar la adaptación o desuso de un anglicismo.
- Realizar estudios contrastivos del corpus de esta revista en otras lenguas, a fin de observar qué editoriales utilizan más estas unidades, y cómo es su proceso de adaptación en esas lenguas.
- Analizar el comportamiento lingüístico del anglicismo en su entorno natural, es decir, observar qué elementos permiten su desarrollo en el discurso anglosajón y comparar si son los mismos que se activan en español.
- Completar los resultados del módulo semántico con un diseño de estudio que permita entrever cómo se logra la comprensión total del anglicismo por parte del lector.
- Analizar las actitudes lingüísticas hacia el uso de anglicismos en el campo de la moda.
- Analizar el anglicismo en su interacción multimodal, lengua-imagen.
- Contribuir a los estudios sociolingüísticos sobre el tema de la identidad, desde la perspectiva del papel del inglés en la globalización.
- Contribuir a la formación de especialistas en subáreas de la moda y de la comunicación.
- Complementar este estudio con un enfoque semiótico sobre el lenguaje de la moda.

BIBLIOGRAFÍA

Agulló, I. (2016). *El léxico de la moda en la traducción del inglés al español de la novela The Devil Wears Prada*. Tesis Doctoral. Universidad de Alicante.

Alessandra, S. (2015). El curioso lenguaje de la moda en el español como lengua extranjera: para no perderse entre préstamos lingüísticos y neologismos. *Actas del XII Encuentro Práctico de ELE del Instituto Cervantes de Nápoles*, 44-53.

Almela, R. (1999). *Procedimientos en formación de palabras en español*. Barcelona: Ariel

Alpizar, R. (1997) *¿Cómo hacer un diccionario científico- técnico?* Buenos Aires: Memphis, Unión Latina

Ambrose, G. (2008) *Diccionario visual de la moda*. Barcelona: Gustavo Gili.

Auger, P. & Rosseau, L. (2003). *Metodología de la investigación terminológica*. Málaga: Universidad de Málaga (Ed. y trad. de G. Guerrero y J.M Bermúdez, 2003).

Ávila M., C. & Linares A, F. (2006). Léxico y discurso de la moda. *Revista Científica de Comunicación y Educación. Comunicar*, 27. ISSN: 1134-3478, 35-41.

Bauman, Z. (2004). *Modernidad Líquida*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.

Barthes, R. (1978). *El sistema de la moda y otros escritos*. Buenos Aires: Paidós.

Blommaert J., & Varis, P. (2012). Culture as an accent. *Working Papers in Urban Language & Literacies*, 18.

Bourdieu, P. (1999). *La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.

Bouwman, J. (2017). *Los anglicismos léxicos en el español peninsular actual: norma y uso*. Trabajo de fin de grado de maestría. Radbound University Nijmegen

Cabré, M. T. (1993). *La terminología. Teoría, metodología, aplicaciones*. Barcelona: Antártida/Empúries.

_____ (2006). La clasificación de neologismos: una tarea compleja. *Alfa, São Paulo*, 50 (2), 229-250.

- Casado V., M. (2015). *La innovación léxica en el español actual*. Madrid: Síntesis.
- Cuenca, M. & Hifelrty, J. (1999) *Introducción a la lingüística cognitiva*. Barcelona: Ariel.
- Fernández F., M. (2004) *La incorporación de neologismos al español actual: extranjerismos y nuevas acepciones*. Lección inaugural en la solemne apertura del curso académico 2004-2005. Ávila: Universidad Católica de Ávila.
- Estornell P., M. (2012). Préstamos del inglés en revistas femeninas: entre la necesidad denominativa y la estrategia pragmática. *Pragmalingüística*, 20, 61-91. <http://dx.doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2012.i20.03>
- García M., Ma. (2009). *Análisis de los anglicismos léxicos del lenguaje cinematográfico*. Tesis Doctoral. Universidad de Palmas de Gran Canaria.
- Garrido, M. (2013). Revistas femeninas de alta gama. Crónica de un desdén. (1ª ed.) *Comunicación Social Ediciones y Publicaciones*. ISBN (ed. eBook): 978-84-15544-27-2
- Gómez C., J. (1998). *El préstamo lingüístico: conceptos, problemas y métodos*. Valencia: Breogan-Lingüística.
- _____. (2005). *La inmigración léxica*. Madrid: Arcos
- Gómez S, L. (2002). *Procesos de subjetivación y movimiento feminista. Una aproximación política al análisis psicosocial de la identidad contemporánea*. Tesis Doctoral. Departament de Psicologia Social i Psicobiologia. Facultat de Psicologia. Universitat de València. València, España. <http://hdl.handle.net/10803/10181>
- Guerrero, G. (2010). *Neologismos en el español actual*. Madrid: Arcos
- Guilbert, L. (1975). *La créativité lexicale*. Paris: Larousse Université
- Jiménez, G., J. (2008) *La moda y la clase social en la moda*. Tesina. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Kocourek, R. (1991). *La langue française de la science et de la technique*. Wiesbaden: Brandstetter.

- Lara, L.F. (2006). *Curso de lexicología*. México: El Colegio de México
- Lázaro C., F. (1968). *Diccionario de términos filológicos*. Madrid: Gredos.
- Lipovetsky, G. (2012). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama
- Lorenzo, E. (1996). *Anglicismos hispánicos*. Madrid: Gredos
- Márquez, M. (2005). *El anglicismo terminológico integral en los textos especializados: pautas para su tratamiento automatizado*. Tesis Doctoral. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Martín-Cabello, A. (2016). El desarrollo histórico del sistema de la moda: una revisión teórica. *Athenea Digital*, 16(1), 265-289. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/athenea.1338>
- Melander, I. (2012). *Préstamos en el ámbito de la moda española: una investigación del empleo de palabras extranjeras en la revista de moda Vogue España*. Upsala: Universidad de Upsala.
- Menéndez, Ma. I. (2013). Tipología de la prensa femenina. Una propuesta de clasificación. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19 (1), 191-206.
- Moliner, M. (2013). *Neologismos del español actual*. Madrid: Gredos
- Montoya, Ma. I. (2001). El lenguaje sectorial de la moda. *Las lenguas de especialidad y su didáctica*. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili, 247-252.
- Muñoz N., P. (2015). *Moda y comunicación: Análisis Revistas especializadas*. Trabajo Fin de Grado. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Plaza, J. (2004). *Modelos de varón y mujer en las revistas femeninas para adolescentes: La representación de los famosos*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.
- Pratt, C. (1980). *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Madrid: Gredos.
- Rivière, M. (1996). *Diccionario de la moda*. Barcelona: Grijalbo

- Rodríguez, G., F. (2012). Anglicismos en el mundo del deporte: Variación lingüística y sociolingüística. *Boletín de la Real Academia Española*, 92 (306), 317-341.
- Romero, M^a.V. (2002). El préstamo léxico. Los anglicismos. *Lengua Española y Comunicación*. Barcelona: Espasa, 405-421.
- Sáez G., L. (2005). Anglicismos en el español de Chile. *Atenea*, 492, 171-177.
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-04622005000200010>
- Simmel, G. (2014). *Filosofía de la Moda*. Madrid: Casimiro
- Stevenson, N.J (2011). *Moda: historia de los diseños y estilos que han marcado época*. Barcelona: Lunweg
- Suárez, M. (2000) *Variación denominativa en el ámbito de la vulcanología: estado de la cuestión y análisis exploratorio*. Trabajo de investigación. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Temmerman, R. (2000). *Towards New Ways of Terminology Description. The sociocognitive-approach*. Amsterdam. Filadelfia: John Benjamins.
- Tenorio Martín, M. (2016). *El inglés, el lenguaje de moda y de la moda: un análisis del empleo de anglicismos en las principales revistas de tendencias en España*. Trabajo de Fin de Grado. Universidad de Sevilla.
- Torres, R. (2007) *Revistas de moda y belleza: el contenido al servicio de la forma bella*. *Ámbitos*, 16, 213-225.
- Tusón, J. (dir.) (2000). *Diccionario de Lingüística*. Barcelona: Vox
- Vázquez A., M. (2018) Los anglicismos de la moda en la prensa española. *Onomázein* 40. *Revista de lingüística, filología y traducción*, 49-55.
- Zapata, A. (2000) *Handbook of General and Applied Linguistics*. Trabajo de ascenso. Mérida (Venezuela): Universidad de los Andes.

Obras lexicográficas

Academia Mexicana de la Lengua (2017). *Diccionario de Mexicanismos* (2ª ed.) Consultado en <http://www.academia.org.mx/index.php/obras/obras-de-consulta-en-linea/diccionario-de-mexicanismos> (fecha de consulta: enero 2018- mayo 2019).

Asociación de Academias de la Lengua Española (2019). *Diccionario de Americanismos*. Consultado en <http://www.asale.org/recursos/diccionarios/damer> (fecha de consulta: enero 2018- mayo 2019).

Dictionary.com. Dictionary.com Unabridged Random House, Inc. Consultado en <https://www.dictionary.com/> (fecha de consulta: enero 2018 - mayo 2019).

Diccionario del Español de México (DEM) <http://dem.colmex.mx>, El Colegio de México, A.C., (fecha de consulta: enero 2018- mayo 2019).

L'Academie Francaise. (2011) *Dictionnaire de l'Académie Française*. (9ª ed.). Consultado en <https://www.dictionnaire-academie.fr/>. (fecha de consulta: mayo 2019).

Merriam-Webster. (2019). *Merriam- Webster Online Dictionary*. Consultado en <https://www.merriamwebster.com> (fecha de consulta: enero 2018- mayo 2019).

Oxford English Dictionary (2010). Oxford: Oxford University Press. Consultado en <https://en.oxforddictionaries.com/> (fecha de consulta: enero 2018- mayo 2019).

Real Academia Española. (2014) *Diccionario de la Lengua Española*. (23ª ed.), actualizado en el año 2018. Consultado en <https://dle.rae.es/> (fecha de consulta: enero 2018-mayo 2019).

Materiales para conformar el corpus:

Condé Nast México (Ed.) 2017. Vogue México, 210- 216.

Condé Nast México (Ed.) 2017. Vogue Belleza Otoño-Invierno.

Condé Nast México (Ed.) 2017. Vogue Hombre Primavera-Verano.

Condé Nast México (Ed.) 2018. Vogue México, 217- 221.

Condé Nast México (Ed.) 2018. Vogue Belleza Primavera.

ANEXOS

Lista de las formas de anglicismos y sus frecuencias

N°	Anglicismo	Frecuencia	N°	Anglicismo	Frecuencia
1	acne-friendly	1	36	boho	3
2	after-party	1	37	boho-chic	2
3	aliengelic allure	1	38	bomber	2
4	all-american	1	39	bomber jacket	2
5	allure	11	40	boost	3
6	american girl	1	41	boosters	1
7	animal print	2	42	boties	1
8	antiaging	2	43	botox	1
9	app	2	44	boutique spa	1
10	artsy	5	45	boutique-spa	1
11	artsy prints	1	46	boutique-fitness-studio	1
12	baby pink	1	47	bowling bag	1
13	baby skin	1	48	boxy	2
14	background	1	49	boyfriend jeans	1
15	backpack	2	50	bra	5
16	backstage	17	51	branding	1
17	bad hair days	1	52	brassier	1
18	bandana	1	53	bridal	1
19	bangle	1	54	bright	1
20	beachwear	1	55	british	1
21	beauty	13	56	bronzers	1
22	beauty goal	1	57	brow mapping	1
23	beauty hack	1	58	brow styling	1
24	beauty look	5	59	bucket	3
25	beauty mentory	1	60	bucket bags	1
26	beauty-converters	2	61	camel	1
27	beauty-fans	1	62	caribbean chic	1
28	belt-bag	1	63	cashmere	4
29	biker	1	64	casting	27
30	black dress	1	65	celebrities	1
31	bling	1	66	celebs	2
32	blush	6	67	CEO	8
33	bob	1	68	charm	3
34	body	6	69	chicness	1
35	bodysuit	2	70	choker	2

71	cholo style	1	110	ear cuff	2
72	close up	1	111	earcuff	2
73	clutch	20	112	easy ready-to wear	1
74	coat	1	113	eco-chic	1
75	color block	2	114	ecofriendly	1
76	colorblock	2	115	eco-friendly	4
77	concept store	3	116	e-commerce	2
78	contour powder	1	117	edgy	1
79	contouring	1	118	editor-at-large	2
80	countouring	2	119	effortless chic	1
81	cool	10	120	energy	1
82	cool girls	1	121	eternal love	1
83	corset	2	122	expertise	3
84	cowboy	4	123	eyeliner	5
85	cowboy chic	1	124	face-masks	1
86	cowboy girl	1	125	fanny pack	1
87	crop top	8	126	fannypack	1
88	cropped tops	1	127	fashion	4
89	cross body	1	128	fashion emergencies	1
90	cruelty-free	1	129	fashion heroine	1
91	cruise	7	130	fashion icon	2
92	cuff	1	131	fashion shows	2
93	curvy	1	132	fashion statement	1
94	cushion	1	133	fashion sylist	2
95	custom made	1	134	fashionista	9
96	cyber icon	1	135	fast beauty	2
97	cark	1	136	fast fashion	2
98	dark spots	1	137	faux far	2
99	delete	1	138	feed	1
100	denim	25	139	fierce look	1
101	detox	5	140	fit	3
102	dispenser	1	141	fitness	6
103	display	2	142	fitness body	1
104	down	1	143	fitting	1
105	downtown	1	144	flats	2
106	dress code	1	145	folk	1
107	dresscode	1	146	followers	6
108	dress up	1	147	freaks	1
109	dry oil	1	148	frizz	2

149	front	1	188	ladylike	1
150	front rows	1	189	laser cut	1
151	fur	1	190	leather good	1
152	gang	1	191	LED	5
153	gender bending	2	192	leggings	5
154	girl power	1	193	lifestyle	3
155	glam rock	1	194	lifting	7
156	glitter	6	195	lime	1
157	globetrotter	2	196	lip balm	1
158	gloss	3	197	lipofilling	1
159	glow	2	198	lipstick	5
160	glowing skin	1	199	liquid eyeliner	2
161	good girl	1	200	live-stream	1
162	hair & make up	1	201	loafers	3
163	hairstyle	1	202	logo	4
164	halter	2	203	look	120
165	headband	1	204	look beach waves	2
166	high fashion	3	205	look effortless	3
167	highlighter	1	206	look girly	1
168	high-tech	1	207	lookbook	3
169	hippie deluxe	1	208	loop	1
170	hipster	1	209	lounge	2
171	hit bags	1	210	love affair	1
172	hobo	1	211	mainstream	1
173	Hollywood stars	1	212	make up	1
174	hot spot	1	213	makeup	1
175	ice princess	1	214	makeup artist	2
176	indie	1	215	makeup-makeup	1
177	influencer	13	216	mall	3
178	insider	5	217	mass market	1
179	instagirl	1	218	match	2
180	it	4	219	matte look	1
181	it girl	8	220	maxi	30
182	it-girl	2	221	maxi logo	2
183	jet	3	222	maxi-dresses	1
184	jumpsuit	11	223	medical spa	1
185	killer outfit	1	224	melting pot	1
186	kit	2	225	Memphis	1
187	kitten heel	2	226	menswear	5

227	messenger	2	266	personal training	1
228	messenger bags	1	267	picks	2
229	messy	1	268	pin	1
230	microblading	3	269	pin-joya	1
231	microneedling	1	270	pink	1
232	midi	9	271	pink-power	1
233	millennial	13	272	plastic	1
234	mini	19	273	plump	2
235	mini backpack	2	274	plump effect	1
236	minimal	2	275	plus size	2
237	mix	2	276	pointy	7
238	mix & match	1	277	polka dots	1
239	mix and match	1	278	polo	4
240	mood	3	279	poo	1
241	mood board	1	280	pop up store	1
242	mules	1	281	pop-up store	1
243	multimasking	1	282	power dressing	1
244	multi-tasking	2	283	power suit	1
245	must	5	284	pre-fall	4
246	must have	9	285	premium	2
247	must-haves	1	286	preppy	1
248	navy	1	287	primer	2
249	new look	1	288	print	12
250	no makeup	1	289	prints & flowers	1
251	nude	8	290	puff	1
252	offline	1	291	pumps	3
253	off-shoulder	2	292	punch	2
254	off-the shoulder	1	293	punk	7
255	online	1	294	purple	1
256	outerwear	1	295	push-ups	1
257	outfit	13	296	puzzle	1
258	outfit total black	1	297	radical chic	3
259	oversize	71	298	ready to wear	2
260	oversized	2	299	ready-to-wear	2
261	packaging	2	300	red carpet	4
262	panty	3	301	red lips	1
263	patch work	1	302	relax	1
264	patchwork	1	303	resort	12
265	personal shopper	2	304	retail	2

305	retailers	2	343	snake print	1
306	roaring 20's	2	344	sneaker	12
307	rock stars	1	345	sneakerhead	1
308	rocket bag	1	346	snogged lips	1
309	roll-on	1	347	soaked skin	1
310	romper	2	348	social media	1
311	royal	1	349	social star	1
312	saddle	1	350	spa	10
313	scrapbook	1	351	spa mindfulness	1
314	screenshot	1	352	SPF	3
315	scrolls	1	353	spider effect	1
316	scrunchie	2	354	spinner	1
317	selfie	3	355	splash	1
318	selfie moment	1	356	splash mask	1
319	september issue	1	357	sport chic	1
320	serum	1	358	sporty	1
321	shag	1	359	spot	2
322	shave heads	1	360	spray	3
323	shearling	1	361	startup	1
324	shocking pink	1	362	state of mind	1
325	shoot	4	363	statement	13
326	shooting	2	364	statement pieces	1
327	shopping	6	365	strapless	1
328	shot	1	366	street	1
329	showroom	6	367	street chic	2
330	sketches	2	368	street style	10
331	skincare	11	369	streetstyle	4
332	skinny jeans	1	370	street styler	1
333	slim	1	371	streetwear	8
334	slip dress	4	372	stretch	1
335	slipdress	1	373	styling	3
336	slipper	3	374	summer boy	1
337	slow fashion	1	375	summer girls	1
338	slow fashion movement	1	376	sun kissed	1
339	smart watch	1	377	super beauty	2
340	smokey	2	378	supermodels	1
341	smokey eye	1	379	sweater	1
342	smokey sexy eyes	1	380	tailoring	1

381	tanks	1	415	underground	1
382	teaser	1	416	unisex	3
383	teenager	1	417	upcycling	2
384	teepee	1	418	uptown lady	2
385	testing	1	419	urban-sport	1
386	texas vibe	1	420	velvet	2
387	tie-dye	3	421	vintage	43
388	tip	5	422	VIP	6
389	toilet kit	1	423	waterproof	1
390	tomboy	1	424	wave	1
391	toner	2	425	weekender	2
392	top	100	426	wellness	4
393	top choice	1	427	western	3
394	top jetsetter	1	428	westernwear	1
395	top model	8	429	wet look	1
396	top picks	1	430	whitening pen	1
397	top ten	2	431	whitening powder	1
398	top-secret	1	432	wild west	1
399	total look	22	433	wishlist	1
400	tote bag	3	434	working woman	1
401	tote oversize	1	435	workshop	1
402	track pants	1	436	wow	1
403	trench	1	437	wrap dress	1
404	trench coat	10	438	wraps	1
405	trending topic	1	439	XL	25
406	trendsetters	1	440	XS	3
407	trendy	6	441	XXL	9
408	trunkshow	1	442	youtuber	1
409	t-shirt	11			
410	tuxedo	4			
411	tweed	16			
412	tweed jacket	1			
413	twist	1			
414	ultra-fit	1			