



---

**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

Grado en Traducción e Interpretación

TRABAJO FIN DE GRADO

Aproximación al estudio de los anglicismos  
en la traducción periodística: Análisis de un  
corpus paralelo *ad hoc* de reportajes del  
*New York Times* en español

Presentado por Elena Martín Morala

Tutelado por R. Consuelo Gonzalo García

Soria, 2018

# ÍNDICE

RESUMEN / ABSTRACT.....	1
INTRODUCCIÓN .....	2
OBJETIVOS .....	2
METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO.....	3
1. LA TRADUCCIÓN DE TEXTOS PERIODÍSTICOS.....	4
1.1. Hacia una definición de lenguaje periodístico .....	4
1.1.1. Características del lenguaje periodístico.....	4
1.1.2. Tipología de textos y géneros periodísticos.....	5
1.1.3. El reportaje informativo e interpretativo.....	8
1.2. Aproximación a la traducción periodística .....	10
1.2.1. El reto de traducir textos periodísticos .....	10
1.2.2. El caso de <i>The New York Times</i> en español.....	11
1.2.3. Método de trabajo en un diario digital multilingüe.....	13
2. INFLUENCIA DE LA LENGUA INGLESA EN EL LENGUAJE PERIODÍSTICO .....	15
2.1. Definición de anglicismo .....	15
2.2. Tipología de anglicismos .....	16
2.3. Presencia de anglicismos en el lenguaje periodístico.....	20
3. CASO PRÁCTICO: EL ESTUDIO DE LOS ANGLICISMOS EN LOS REPORTAJES INTERPRETATIVOS .....	21
3.1. Elaboración de un corpus paralelo <i>ad hoc</i> de textos sobre nuevas formas de comunicación en la era digital .....	21
3.2. Fuentes documentales .....	23
3.3. Análisis de datos.....	24
3.3.1. Anglicismos léxico-semánticos.....	24
3.3.2. Anglicismos morfosintácticos.....	27
3.3.3. Anglicismos ortotipográficos .....	29
3.4. Resultados.....	29
CONCLUSIONES.....	31
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	32
ÍNDICE DE CUADROS.....	35
ÍNDICE DE FIGURAS .....	35

## RESUMEN

En la era digital, la inmediatez y la internacionalización de las comunicaciones han dado lugar a una gran afluencia de formas y expresiones procedentes de otras lenguas, especialmente del inglés. La prensa, por su papel de transmisor de la actualidad más reciente, es la primera en trasladar estos anglicismos a la comunidad de habla. En el presente trabajo, seleccionamos una serie de textos periodísticos traducidos del inglés al español, publicados en *The New York Times*. Mediante la elaboración de un corpus paralelo *ad hoc*, se lleva a cabo un análisis contrastivo que permite estudiar la frecuencia de aparición de anglicismos léxico-semánticos, morfosintácticos y ortotipográficos. Esta propuesta está orientada a los traductores EN > ES, para quienes los anglicismos suponen un reto a la hora de escoger una estrategia de traducción adecuada.

Palabras clave: anglicismos, traducción periodística, lenguaje periodístico, TIC, corpus paralelo *ad hoc*.

## ABSTRACT

In the digital age, the immediacy and internationalization of communications have led to a large influx of forms and expressions from other languages, especially English. The press, because of its role as a transmitter of the latest news, is the first to bring these anglicisms to the speaking community. In this paper, we have selected a series of journalistic texts translated from English into Spanish and published in *The New York Times*. By means of the elaboration of an *ad hoc* parallel corpus, a contrastive analysis is carried out to study the frequency of occurrence of lexical-semantic, morphosyntactic and orthographic anglicisms. This proposal is aimed at EN > ES translators, for whom anglicisms pose a challenge when choosing a suitable translation strategy.

Key words: anglicisms, journalistic translation, journalistic writing, ICT, *ad hoc* parallel corpus.

# INTRODUCCIÓN

La era digital en que vivimos se caracteriza por la inmediatez de las comunicaciones y la viralidad de los contenidos en la red. Si a esto le sumamos la internacionalización de la moda, la mentalidad y la cultura, es evidente que todo ello tiene consecuencias en el paradigma de las lenguas en contacto.

Las lenguas evolucionan tanto por procesos internos como por influencia de otras lenguas. Estos procesos suelen prolongarse en el tiempo y requieren de la aceptación y el uso de las comunidades de hablantes y de las instituciones normativas. En las últimas décadas, debido a los factores ya expuestos, los procesos de asimilación de préstamos y neologismos se han agilizado de forma notable.

Los medios de comunicación transmiten los sucesos de máxima actualidad y relatan la realidad que nos rodea. Son los pioneros en importar estas nuevas realidades que se reflejan en nuevos términos. Además, su impacto informativo y lingüístico en la sociedad está fuera de duda. Por ello, deben estar siempre en la vanguardia idiomática.

Esta situación se hace aún más patente cuando hablamos de la traducción periodística. El profesional que debe trasladar estos nuevos giros y expresiones a la lengua meta se enfrenta a una serie de dilemas. Entre otras posibilidades, podrá optar por la importación directa del extranjerismo, la creación de nuevos términos o las adaptaciones fonéticas y ortográficas.

En el presente trabajo, abordaremos el análisis de una serie de textos periodísticos traducidos al español, con el fin de reconocer la tipología de anglicismos léxico-semánticos, morfosintácticos y ortotipográficos que contienen. Además de estudiar su origen, trataremos de documentar su uso y aceptación mediante la consulta de fuentes de información lingüísticas fiables, tanto impresas como telemáticas, y también propondremos alternativas.

A continuación, se enumeran las competencias específicas que se han desarrollado a lo largo de este Trabajo Fin de Grado, que aparecen en la correspondiente [Guía Docente](#) de la asignatura: E2, E4, E6, E7, E8, E16, E18, E27, E29, E30, E34, E37, E41, E48, E53.

## OBJETIVOS

El principal objetivo de este trabajo es analizar la presencia de anglicismos en una serie de textos periodísticos publicados en la versión española del *New York Times*, con el fin de aportar propuestas de adaptación y equivalencia al traductor EN > ES.

Para alcanzar este fin, deben cumplirse los siguientes objetivos secundarios:

- Acercarnos al campo de la teoría del periodismo para abordar el estudio del lenguaje periodístico, sus géneros y tipologías textuales.

- Profundizar en el concepto de anglicismo y conocer las clasificaciones propuestas por los especialistas para aplicarlas a nuestro análisis.
- Compilar, alinear y gestionar un corpus paralelo *ad hoc* de artículos del *New York Times* en inglés y en español, que nos permita llevar a cabo un análisis contrastivo.
- Diseñar un sitio web como herramienta de consulta de los artículos de referencia y del archivo de alineación.
- Poner en práctica los conocimientos adquiridos para explorar el corpus y seleccionar ejemplos significativos de anglicismos en función de la clasificación establecida.
- Consultar diversas fuentes lingüísticas para contrastar la información recabada y documentar la aparición de los ejemplos en diccionarios y corpus.
- Valorar la presencia de los anglicismos en los textos periodísticos semiespecializados y su aceptación y uso por parte de la audiencia receptora.

## METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO

Desde el punto de vista científico, el presente trabajo sigue una metodología deductiva. Partimos de un marco teórico en el que se explican, de forma sintética, los rasgos principales de nuestros tres temas de estudio: el lenguaje periodístico y sus géneros, la traducción periodística y los anglicismos. En cada uno de estos puntos, se toman como referencia las publicaciones de especialistas en la materia con el fin de aclarar los conceptos clave, desglosar las principales características y establecer clasificaciones que puedan llevarse a la práctica.

Una vez adquiridos los conocimientos teóricos relativos a estas cuestiones, procedimos a seleccionar la publicación óptima para nuestro caso práctico y, posteriormente, los textos concretos de análisis. Llegados a este punto, realizamos un sencillo trabajo de campo: nos pusimos en contacto con el periódico para plantearles nuestro proyecto y pedir información adicional. Así, logramos conocer el funcionamiento de la publicación y cómo se lleva a cabo el proceso de traducción.

La tercera fase se corresponde con la compilación y gestión del corpus *ad hoc*. Recuperamos los doce textos que mejor se ajustaban a nuestros parámetros y los convertimos a formato 'txt' para su fácil manejo. Identificamos cada uno de ellos por apellido de autor y fecha, e incluimos la correspondiente URL dentro de cada archivo. Finalmente, alineamos los textos paralelos con el programa de traducción asistida por ordenador MemoQ (versión 8.2). Como medio de diseminación, creamos un sitio web con Google Sites para acceder fácilmente a los artículos seleccionados y consultar el corpus alineado [📄](#).

Utilizamos el corpus creado como fuente de referencia para la búsqueda de anglicismos. Para ello, nos servimos del buscador de concordancias AntConc (versión 3.4.4w) y consultamos el archivo de alineación. Por otro lado, cotejamos los resultados del corpus con otras fuentes documentales fiables. Con toda esta información, realizamos el análisis de los datos con el propósito de valorar el uso

y la aceptación de los diferentes tipos de anglicismos en los textos periodísticos de carácter semiespecializado.

Se trata, por lo tanto, de un plan de trabajo analítico, deductivo y multidisciplinar.

## 1. LA TRADUCCIÓN DE TEXTOS PERIODÍSTICOS

### 1.1. Hacia una definición de lenguaje periodístico

En nuestro ideario colectivo, si hablamos de *lenguaje periodístico* o de *textos periodísticos*, tenemos una idea más o menos clara de a qué nos estamos refiriendo. Sin embargo, desde el punto de vista de la lingüística, encontramos diversidad de posturas sobre si existe este tipo de textos.

Según Bustos Gisbert (2005: 17), empleamos la expresión *texto periodístico* para denominar «cualquier manifestación discursiva que encontremos insertada en una publicación periódica». No obstante, duda de que el canal sea un rasgo distintivo suficiente como para establecer una determinada tipología textual. Ante la dificultad de reconocer unos elementos discursivos comunes —estructura, extensión, función textual, entre otros—, ve la necesidad de enfocar el análisis de los textos periodísticos desde una clasificación previa de los géneros.

A continuación, basándonos en especialistas en la materia, estudiaremos las características que definen un *texto periodístico* y que justifican el uso del término, profundizaremos en el concepto de *lenguaje periodístico* y esbozaremos una clasificación de los *géneros periodísticos* para centrarnos, finalmente, en el que será nuestro objeto de estudio: el *reportaje interpretativo*.

#### 1.1.1. Características del lenguaje periodístico

El término *texto periodístico* se refiere a un concepto general al que se adscribe una amplia gama de textos de naturaleza heterogénea, y todos ellos son producto de una actividad profesional específica y de larga trayectoria. Precisamente, por esta razón, numerosos autores se han decidido a escribir sobre el *sociolecto periodístico*, que también se podría denominar «estilo, registro o lenguaje sectorial», en palabras de Gimeno y Gimeno (2003: 216). Por su parte, Escribano define así el *estilo periodístico*:

(...) variante lingüística que ofrece un determinado grupo profesional en un contexto comunicativo muy definido. Éste se concreta en el uso que se hace de la lengua con la intención de conseguir los objetivos de toda comunicación periodística, y que pueden resumirse en facilitar la comprensión rápida y eficaz del mensaje, y en la captación del interés del lector (2008a: 20).

De esta manera, se delimita un marco al que atribuir las principales características del *lenguaje periodístico*: la claridad y la eficacia comunicativas y el uso de recursos que capten la atención del receptor.

Por supuesto, otra característica fundamental es su naturaleza híbrida. Romero Gualda (1994: 15-20) distingue tres rasgos principales del lenguaje periodístico: 1) *heterogeneidad de códigos*, 2) *contaminaciones de otros registros* y 3) *heterogeneidad de referentes*.

En el primer punto, además del código *lingüístico*, se pone de manifiesto la importancia del código *paralingüístico*, sujeto siempre a la normativa ortotipográfica, y del código *icónico*, representado en las imágenes que se intercalan en el texto.

El segundo punto es uno de los más característicos porque, según Martínez Albertos (1992: 189-192), el lenguaje periodístico es un tipo de *habla coloquial de nivel culto*. Volviendo a Escribano (2008a: 8), debemos tener en cuenta que «todo lector habitual de un determinado periódico lo es porque se identifica con la perspectiva ideológica que encuentra en sus textos», lo que daría lugar a «una especie de camaradería recíproca». Esta tendencia al registro coloquial se compagina, además, con el uso de *voces extranjeras*, *tecnicismos* y *seudocultismos* (Romero Gualda, 1994: 46-50).

Esto nos lleva al último punto, en el que se hace referencia a la multiplicidad temática de los textos periodísticos y se nos presenta la dicotomía entre lenguaje general o común y lenguaje de especialidad. Gimeno y Gimeno (2003: 215) señalan que «la variedad periodística es la que más influye en la actuación lingüística de los hablantes españoles» y añaden que los diferentes *lenguajes sectoriales* —económico, político, científico, técnico, etcétera— deben verse reflejados en el periodismo.

No podemos olvidar, a este respecto, su estrecha relación con el mundo literario. Martínez Albertos (1989: 87-120) plantea el nacimiento del sociolecto periodístico como un subproducto del literario y justifica su desplazamiento hacia un lenguaje claro y unívoco como rasgo diferenciador para evidenciar su propia identidad estilística. En función de su mayor o menor cercanía al lenguaje literario, este autor distingue tres estilos periodísticos: *informativo*, *editorializante* y *ameno*.

Como vemos, resulta difícil continuar nuestra descripción de los textos periodísticos sin abordar una clasificación de las subtipologías textuales y de los géneros, a lo que dedicaremos el siguiente punto. Resumiendo todo lo expuesto hasta ahora, los textos periodísticos se definen por su divulgación en un mismo canal —la prensa— y su pertenencia a un sector profesional específico —el periodismo—, lo que propicia un lenguaje aglutinante y heterogéneo en el que están presentes diversos códigos, registros y líneas temáticas, y que recibe influencias de la lengua común, el estilo literario y los lenguajes de especialidad.

### 1.1.2. Tipología de textos y géneros periodísticos

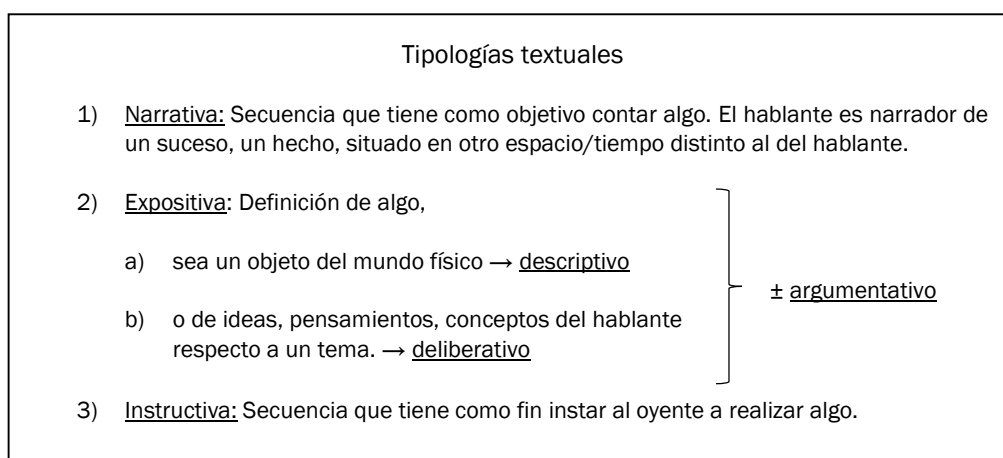
Dada la amplitud y la pluralidad de los textos periodísticos, «buena parte de la teoría periodística invierte una cantidad importante de su esfuerzo precisamente en la definición de los llamados géneros periodísticos» (Bustos Gisbert, 2005: 18).

En primer lugar, hemos de preguntarnos por el concepto de *género*, García Izquierdo y Monzó (2003; citado en García Izquierdo, 2015), que trabajan en la aplicación del concepto de género textual

al análisis de la comunicación especializada multilingüe (dentro del grupo de investigación Gantt <<http://www.gentt.uji.es/>>), proponen la siguiente definición:

Los géneros son las unidades de comunicación de una comunidad. Constituyen una síntesis de situaciones y manifestaciones discursivas prototípicas que constituyen una herencia aprendida y un medio de aceptación de las diferentes comunidades. (...) Son, por supuesto, un instrumento de transmisión de contenidos a través de medios discursivos en el que se aprecia la situación de los interlocutores en la comunidad en la que participan.

Los géneros periodísticos son numerosos y «figuran entre los menos estereotipados y con unas convenciones textuales menos fijas» (Hernández Guerrero, 2005: 89), por lo que es habitual partir de una división previa en tres grandes grupos que guardan cierto paralelismo con las principales *tipologías textuales*: *narrativa*, *expositiva* e *instructiva* (Fuentes Rodríguez, 2000: 136-144).



Cuadro 1. Tipologías textuales según Fuentes Rodríguez (2000: 136-144)

Para este trabajo, nos basaremos en la clasificación de Escribano (2008a y 2008b), que distingue tres tipos de textos periodísticos: *informativos*, *interpretativos* y *de opinión*. Esta investigadora toma como punto de partida «la intención del periodista a la hora de elaborar el texto (...), lo que, en última instancia condiciona tanto la estructura del texto, como su función y el uso que en él se hace de la lengua» (2008a: 7). Como se puede apreciar, estas tres tipologías siguen una progresión gradual desde una postura objetiva a una mayor subjetividad.

- *Textos periodísticos informativos*

Los *textos informativos* tienen como finalidad «el relato de hechos o datos que resulten de interés para el público sin que el periodista se transparente en ellos de manera manifiesta» (2008a: 11). A pesar de su tendencia a la objetividad, en este tipo de textos también es inevitable entrever la posición del autor o del periódico en relación con el tema. Por ello, Escribano plantea una división entre *opinión implícita*, presente en los textos informativos, y *opinión explícita*, referente a las otras dos subtipologías (2008a: 8).

Para conseguir este estilo meramente informativo de la realidad, García González (2004, 147) recomienda «utilizar un tono neutral y eliminar, o al menos restringir, el uso de palabras que se refieran



a un juicio de valor» y «limitar el uso del adjetivo a aquellos casos necesarios», procurando evitar el «matiz estilístico o literario». Por otro lado, «es importante que refleje fielmente los diversos datos, como fechas, cifras y nombres, que respaldan la presentación de los acontecimientos».

El género informativo por excelencia es la *noticia*, que se caracteriza por «relatar hechos nuevos, de interés general y de cierta relevancia pública» (Escribano, 2008a: 11). Otro rasgo fundamental es su estructura de «pirámide invertida», en la que la información se ordena de manera decreciente según su importancia: primero, se responde a las preguntas *quién, qué, cómo, cuándo, dónde* y *por qué* (6W's, por sus iniciales en inglés) y, posteriormente, se desarrollan los detalles. Se trata de escritos que raramente se leen en su totalidad, por lo que predomina el titular o «*lead*: párrafo inicial separado tipográficamente del resto de la información y compuesto, a su vez, por el título, el antetítulo y/o el subtítulo, y la entradilla, elementos que cumplen al tiempo una finalidad informativa y de atracción visual» (2008a: 11-15).

Dentro de los textos informativos, también se incluyen el *reportaje informativo* —del que enseguida trataremos— y la *entrevista informativa*. En esta última, el periodista «se limita a exponer su conversación con un personaje mediante el sistema de pregunta y respuesta» (Grijelmo, 1997: 50).

- *Textos periodísticos interpretativos*

Los *textos interpretativos* se sitúan «entre el relato de los hechos y la opinión expresa del periodista» (Escribano, 2008a: 7). En ellos, el redactor explica o interpreta la realidad. En correlación con las tipologías textuales ya mencionadas, los textos periodísticos interpretativos combinan la exposición ordenada de los hechos con un hilo argumentativo, el cual guía al lector para que observe la realidad del mismo modo que el emisor.

Escribano reconoce que hay una «frágil línea que separa la interpretación de la opinión» (2008b, 10). Si nos preguntamos qué papel juega la argumentación en cada categoría, podemos responder que, en los textos interpretativos, es un factor clave y necesario, ya que el periodista debe aportar razones lógicas que le lleven a sus conclusiones, mientras que, en los de opinión, se trata de un recurso útil para lograr que la postura del autor sea más convincente, si bien este no está obligado a respaldar todas sus afirmaciones con argumentos.

Los géneros interpretativos son la *crónica*, que «comparte con la noticia (...) el tratamiento de la actualidad», pero que «incluye un análisis y un tratamiento lingüístico más personal» (Escribano, 2008b: 8); la *entrevista perfil*, en la que, a diferencia de la entrevista informativa, «son tan importantes las respuestas del entrevistado como la impresión que éstas han producido en el entrevistador» (2008b: 23); y el *reportaje interpretativo*, al que prestaremos atención en el siguiente apartado. Todos ellos tratan de ofrecer un análisis lo más objetivo posible de los hechos, que suele estar realizado por un experto en la materia, con un predominio de adjetivos valorativos.

- *Textos periodísticos de opinión*

Los *textos de opinión* son los últimos en nuestra gradación hacia la subjetividad. En palabras de Escribano, la opinión «sirve para que su autor dé a conocer su sentir a los lectores sobre un determinado tema» (2008a: 7). Para esta investigadora,

Los textos de opinión son uno de los pilares fundamentales de cualquier medio de comunicación, ya que en ellos se refleja, como en ninguna otra sección, la ideología del grupo empresarial (político-económico) que lo sostiene. En este sentido, hay que tener en cuenta que el periodista trabaja para una empresa y que, a pesar de que el periodismo está concebido teóricamente como un servicio público, es, sobre todo, un intermediario político y social (2008b: 53).

En esta categoría, prevalece la libertad creadora del autor, normalmente una autoridad de renombre en la materia. Además, en comparación con otras tipologías, esta destaca por su atención al valor estilístico o incluso literario (uso abundante de figuras retóricas, adjetivos valorativos y referencias al lector). Además, admite el empleo de afirmaciones generales o argumentos basados en suposiciones.

Escribano considera géneros de opinión el *editorial*, cuya finalidad es «ofrecer la opinión del periódico sobre un asunto de actualidad o interés público» (2008b: 57); la *columna periodística*, género «cultivado por las mejores plumas de cada país» (2008b: 66), en donde el autor es un colaborador habitual del periódico y afín a su ideología; y la *crítica*, un «artículo de opinión en el que un especialista juzga una obra artística» (2008b: 77), ya sea literaria, cinematográfica, pictórica, arquitectónica, etc.

Una vez explicada esta clasificación de tipologías textuales y de géneros periodísticos, abordaremos el análisis del género escogido para nuestro estudio: los reportajes informativos e interpretativos.

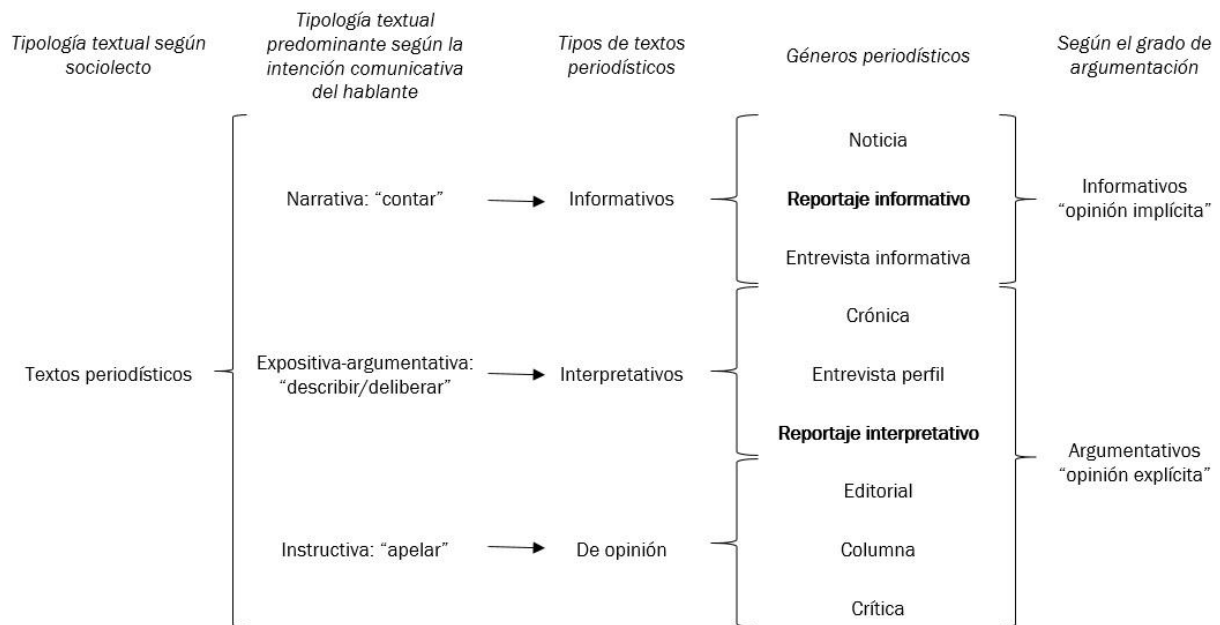
### 1.1.3. El reportaje informativo e interpretativo

El diccionario de uso *Clave* (2014) define «reportaje» como ‘trabajo periodístico, cinematográfico o televisivo de carácter informativo y referente a un personaje o a un tema’. Proviene del verbo inglés *to report*, con el sentido de *reportar* que incluye el *Diccionario de la lengua española* (RAE y ASALE, 2014): ‘transmitir, comunicar, dar noticia’. De estas definiciones, se infiere que el género en cuestión se basa en el trabajo de investigación del periodista y su análisis pormenorizado de un tema antes de exponerlo.

Escribano describe el *reportaje informativo* a partir de la noticia, indicando que no está «tan pegado como ésta a la actualidad diaria». Señala que «el reportaje es un recurso empleado frecuentemente para profundizar durante el fin de semana en temas que apenas se pudieron tratar a lo largo de la semana» (2008a: 44-45). Comparte con la noticia la distribución de la información a la que nos referíamos en el anterior punto: pirámide invertida, información esencial al principio e importancia del titular.

A propósito del título del reportaje, Álex Grijelmo (1997: 467) argumenta que «debe competir en las páginas del periódico con los encabezamientos noticiosos. Éstos juegan con la ventaja de que corresponden a hechos inmediatos», de ahí que sean habituales los *títulos gancho* para atraer al lector.

Por otra parte, los reportajes informativos son a la noticia lo que los *reportajes interpretativos* a la crónica. Deducimos, pues, que se trata de un análisis en profundidad sobre temas actuales, si bien no «de última hora», en los que el periodista hace un tratamiento interpretativo de la información.



Cuadro 2. Tipologías textuales y géneros periodísticos según Fuentes Rodríguez (2000) y Escribano (2008a y 2008b)

A partir de este esquema, podemos afirmar que los textos seleccionados para realizar el corpus *ad hoc* que sirve de base para este Trabajo Fin de Grado —y cuyo análisis abordaremos en el capítulo tres— son reportajes interpretativos. Versan sobre hechos de la actualidad y de interés general: comunicación en las redes sociales, uso de nuevas tecnologías, privacidad en internet, etc., pero no son sucesos especialmente noticiosos. Están escritos por redactores expertos que analizan el tema en profundidad e incluso se involucran en los acontecimientos, es decir, hablan como periodistas que informan, pero también como usuarios de estas herramientas. Además, se permiten utilizar algunos recursos estilísticos propios de los géneros de opinión como, por ejemplo, dirigirse directamente al lector.

Llegados a este punto, conviene recordar las palabras de Gomis (2008: 16): «La noticia tiene que ser interesante, el reportaje vivo, la crónica clara, la crítica útil y el editorial persuasivo». Naturalmente, para tener el efecto deseado, la información debe ser accesible y llegar a todo el mundo. Por ello, explicaremos a continuación algunos aspectos relevantes de la traducción periodística.

## 1.2. Aproximación a la traducción periodística

### 1.2.1. El reto de traducir textos periodísticos

Desde sus orígenes la prensa ha mantenido estrechas relaciones con la traducción y, en la actualidad, un porcentaje nada despreciable de lo que en ella se publica es material traducido, si bien este hecho suele pasar desapercibido para la mayoría de lectores (Cortés y Hernández, 2005: 9).

García González (2005: 137) afirma que «la traducción periodística ha ido creciendo a la par que los medios de comunicación escritos y se ha consolidado como un tipo de traducción especializada, con características y formas de trabajo propias». Pero ¿es la traducción periodística «un tipo de traducción especializada»?

Hurtado Albir (2001: 58-59) propone una clasificación de los tipos de traducción en la que distingue, por un lado, los textos especializados —marcados por el campo y entre los que figurarían los técnicos, científicos, económicos y jurídicos, entre otros— y los textos no especializados, no marcados por el campo. Dentro de estos últimos, establece una división entre textos literarios y textos no literarios y, entre estos últimos, sitúa los textos periodísticos y los publicitarios.

Se podría argumentar que el lenguaje periodístico es un sociolecto tan válido como el económico o el científico y que, por lo tanto, debería considerarse especializado. Sin embargo, esta autora considera que los textos especializados van dirigidos a especialistas, mientras que, en el caso de la literatura, la prensa y la publicidad, el destinatario es un público general.

También resulta interesante, a este respecto, la siguiente afirmación de Cabré:

Uno de los criterios por los que se han clasificado los textos es por el conocimiento que transmiten. De acuerdo con este criterio los textos se han diversificado horizontal y verticalmente. La clasificación horizontal se ha limitado a la temática que los textos expresan. La clasificación vertical se ha centrado básicamente en el nivel de especialización (2002: 93).

Por consiguiente, los textos periodísticos se ubicarían, verticalmente, entre los no especializados y, horizontalmente, se podrían clasificar en función del tema: política, deportes, cultura, ciencia, etc.

La singularidad de la traducción periodística reside en que viene determinada por «unas prácticas profesionales concretas que coinciden con las periodísticas». En muchos casos, son los propios periodistas de la redacción quienes se encargan de traducir las noticias que llegan del extranjero. Otras veces, sin embargo, el periódico recurre a agencias de traducción (Cortés y Hernández, 2004: 12-13).

José Manuel Vidal, traductor del diario *El Mundo*, reclama que «si la labor del traductor es ya de por sí anónima, la del traductor de prensa es una traducción casi oculta» (2004: 389). Rara vez aparece la firma del traductor, a menos que, por ejemplo, un traductor literario de prestigio traduzca un artículo de opinión de un autor extranjero.

Vidal también hace hincapié en que «el tiempo es una de las grandes servidumbres de la traducción de prensa» (2004: 388). Cortés y Hernández, por su parte, especifican que no es uniforme, pues «la premura con la que obligan a trabajar las noticias de actualidad no es tanta cuando se trata de artículos de opinión, reportajes o entrevistas» (2004: 13).

El traductor, además, está condicionado por las convenciones del medio en que publica, como, por ejemplo, la distribución del espacio (García González, 2004: 139). En el nivel textual, «el traductor periodístico se ve a menudo obligado a alterar el orden, a llevar a cabo mecanismos de adaptación y resumen de la noticia, a omitir, con el objetivo de transmitir el contenido global» (Taifeller de Haya, 2004: 268).

Finalmente, las convenciones también afectan al lenguaje empleado: cada periódico o agencia distribuidora de noticias dispone, normalmente, de un *libro de estilo* «que recoge una serie de normas y recomendaciones sobre el estilo propio de dichos medios y que se deben tener en cuenta» (García González, 2004: 139). Si se trata de un medio internacional, es probable que tienda a la neutralización del estilo.

### 1.2.2. El caso de *The New York Times* en español

*The New York Times* es un periódico de gran alcance e impacto internacional que no necesita presentación. Figura entre los diarios de prensa escrita más conocidos y prestigiosos de Estados Unidos y del mundo. Sus orígenes se remontan al siglo XIX, en pleno auge de la era mediática, haciendo de él también uno de los más longevos. Concretamente, fue fundado en Nueva York en 1851 por Henry Jarvis Raymond y George Jones, bajo el nombre de *New-York Daily Times*. Desde entonces, ha ganado 125 premios Pulitzer, muchos más que cualquier otro periódico.

«Con declarado carácter demócrata, es famoso por el dominio de la opinión pública internacional y la amplia cobertura de eventos de primer nivel» (Abreu, Galañena y Sorí, 2017: 710-711). Estrechamente ligado a la historia de Estados Unidos, *The New York Times* ha sabido adaptarse a los tiempos que corren y, desde 2006, también publica sus contenidos en versión digital <[www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)>.

Además de su impacto social, es importante resaltar su influencia lingüística y normativa en la comunidad anglófono. En 2015, se publicó la quinta edición de su manual de estilo, un referente para la redacción periodística. Reconocen que su compromiso con la corrección constituye una responsabilidad ética, y reciben correos de miles de lectores para solventar las incorrecciones (Jacquette, 2018).

Con el fin de llegar a un mayor número de lectores a nivel internacional, *The New York Times* comenzó a publicar su edición digital traducida al chino en 2012 y la versión en español en 2016. Esto no nos sorprende si tenemos en cuenta que, a pesar del carácter de *lingua franca* del inglés, el español es la segunda lengua materna del mundo por número de hablantes (477 millones), tras el chino mandarín (950 millones), según el último informe del Instituto Cervantes (2017). Además, es la

segunda lengua de comunicación internacional, con un total de 572 millones de usuarios. Cabe destacar la importancia cultural y numérica de la comunidad hispana de Estados Unidos, que se estima en 57 millones, según el censo de 2016.



Figura 1. Presentación del NYT en español (Fuente: *The New York Times*)

Sobre el perfil de lector al que va dirigido *The New York Times* en español, Elías López, director editorial, comenta lo siguiente:

En el mercado hispanohablante, tanto en América Latina como en Estados Unidos y España, vemos que hay una audiencia con características muy similares a la que ya existe en *The New York Times*: curiosa, que busca entender los problemas más complejos del mundo y que quiere información veraz, confiable e independiente (NYT en español, 2017).

El proyecto NYT en español tiene su sede en México, país del que provienen más de la mitad de los hispanos de EE. UU. (36 millones) y en el que reside la mayor comunidad de hispanohablantes del mundo (124 millones). Respecto a la variante geolectal empleada, se hace la siguiente advertencia:

La traducción es hecha por profesionales de una empresa mexicana y quizá por ello muchas veces el español de América Latina, principalmente de México, es el que refleja el lenguaje que más usamos. No creemos en el español “neutro” [...], consideramos que el español es una lengua vasta y rica, cuya variedad es mejor fomentar en lugar de limitar (NYT en español, 2017).

Bravo García (2008: 29-30) explica que el adjetivo «neutro» se utiliza, en el continente americano, especialmente por profesionales de la comunicación y la mercadotecnia, para quienes significa «ausencia total de marca». El empleo de este estilo «implica garantizar la ausencia de rasgos nacionales o locales, que se consideran como interferencias indeseadas en la promoción de los productos». El término trae consigo connotaciones negativas, ya que supone un español acultural, sin identidad y que empobrece la comunicación.

Desde esta perspectiva, se justificaría el rechazo de la publicación al español neutro. No obstante, del mismo modo que la versión original se ciñe a las normas de *The New York Times Manual of Style and Usage*, la versión en español debe seguir también unos parámetros de estandarización con el fin de garantizar la comunicación con una audiencia global.

Desde luego, no es sencillo encontrar este equilibrio sin caer en un lenguaje aséptico, o en el empleo de una variante local en la que el resto de hablantes no se ven fielmente reflejados. Casado Velarde (2015: 133) expone que «cuando se trata de dirigirse a una comunidad heterogénea — geográficamente hablando— de hispanohablantes, conviene utilizar las formas más universales o más comunes (*panhispánicas*) del español, y dejar de lado las que tienen un uso más restringido». Asimismo, el uso de un registro formal facilita la intercomprensión, ya que el lenguaje coloquial está más marcado dialectalmente.

Ahora que ya conocemos los fundamentos del proyecto, trataremos de indagar sobre el proceso de traducción llevado a cabo en esta empresa.

### 1.2.3. Método de trabajo en un diario digital multilingüe

La edición digital del *New York Times* en español presenta una interfaz fácil e intuitiva. Se puede acceder directamente a la página de inicio en español y cada artículo contiene un hipervínculo, debajo del titular, que da acceso a la versión original en inglés. Esta característica es la que hace muy sencillo comparar cada original con su traducción. Sin embargo, también cabe la posibilidad de que algunos artículos se hayan escrito originalmente en español para traducirse después al inglés, sobre todo si contienen noticias relacionadas con América Latina.

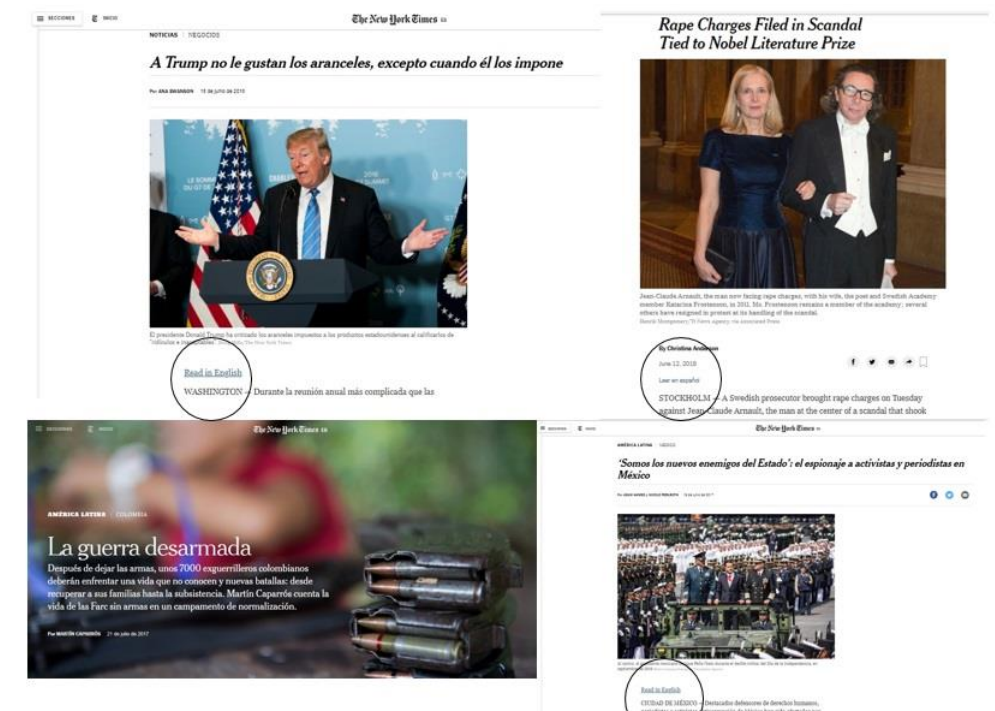


Figura 2. Ejemplos de artículos originales y traducidos (Fuente: *The New York Times*)

Con el fin de asegurar este supuesto, decidí ponerme en contacto por correo electrónico con Paulina Chavira, periodista mexicana especialista en las reglas y el uso del español y una de las editoras del *NYT* en español, la cual, muy amablemente, resolvió mis dudas<sup>1</sup>. Sobre la lengua original de los textos, me reveló que lo más habitual es que se trate de textos originales en inglés traducidos al español. Es más, casi la totalidad de los artículos publicados en la edición en inglés cuentan con la opción «Leer en español» (mucho más frecuente que la de acceder a una traducción en chino). Por otro lado, añadió que algunos reportajes realizados por corresponsales en América Latina se redactan originalmente en español —y no cuentan con la etiqueta *Read in English*— y que un pequeño porcentaje de textos en español se traduce al inglés, concretamente, las columnas de opinión de autores notables.

Por motivos de privacidad, no he podido contactar con la empresa de traducción mexicana, pero conocemos su método básico de trabajo:

El proceso de traducción es increíblemente complejo y nos lo tomamos muy en serio. Toda traducción es hecha por profesionales y pasa por, al menos, dos filtros de edición. Nunca usamos programas de traducción automatizada (*NYT* en español, 2017).

Aunque no hagan uso de programas de TA, intuimos que, al tratarse de una empresa que debe traducir una cantidad ingente de textos al día, y en busca de una cierta estandarización, deben de contar con grandes memorias de traducción, bases de datos terminológicos y otras herramientas de traducción asistida por ordenador que agilizan sustancialmente el proceso de traducción.

No es posible evaluar aquí las traducciones realizadas, ya que no es el objetivo de este trabajo, pero sí vale la pena mencionar, brevemente, la diferencia esencial que existe entre los titulares en español y los correspondientes en inglés. Tal como apunta Taifeller de Haya, que analiza la edición en inglés del diario *SUR*, publicado en la Costa del Sol, «mientras los españoles son, por lo general, amplios y explícitos (incluso con oraciones subordinadas), los titulares ingleses son más figurativos y comprometidos (con frecuentes juegos de palabras), de ahí las características del estilo “journalese”» (2004: 274).

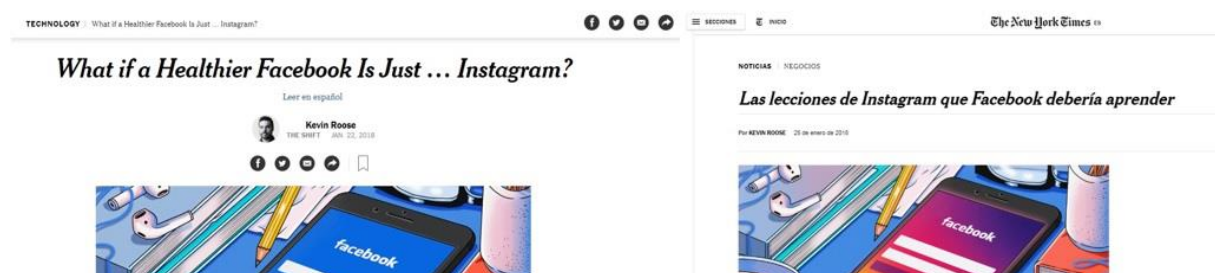


Figura 3. Comparación de titulares en inglés y en español (Fuente: *The New York Times*)

<sup>1</sup> Con fecha 12 de abril de 2018, envié un mensaje de correo electrónico a <[comentarios@nytimes.com](mailto:comentarios@nytimes.com)>, con el asunto «Dudas sobre la traducción de los textos (trabajo de investigación)». Y el 19 de abril me llegó la respuesta de Paulina Chavira <[paulina.chavira@nytimes.com](mailto:paulina.chavira@nytimes.com)>.



## 2. INFLUENCIA DE LA LENGUA INGLESA EN EL LENGUAJE PERIODÍSTICO

### 2.1. Definición de anglicismo

El diccionario de María Moliner (1998) define «anglicismo» como ‘palabra o expresión inglesa usada en otra lengua’. De esta breve explicación, se deduce que el anglicismo constituye un campo léxico en sí mismo. Para un análisis más detallado, podemos delimitarlo según la lengua receptora, de modo que, en este trabajo, nos centraremos en las voces inglesas importadas al español. Por otro lado, con «palabra o expresión», se da cabida al estudio, desde diferentes aspectos lingüísticos, de todo tipo de voces, términos y expresiones de un idioma susceptibles de recibir la influencia del inglés. Así, podríamos hablar de anglicismos léxicos, semánticos, morfológicos, sintácticos, prosódicos, etc.

Más adelante, trataremos de definir cada tipo de anglicismo en base a una clasificación. No obstante, podemos empezar por ubicar el estudio de los anglicismos dentro de un contexto más amplio: el de la transferencia de formas y significados entre lenguas en contacto. En este ámbito, reflexionaremos sobre algunos conceptos clave como *extranjerismo*, *préstamo* o *calco*.

He decidido, además, enfocar este breve estudio desde el punto de vista de la neología. Es evidente que la importación de palabras y expresiones de otras lenguas constituye un proceso de innovación lingüística. La consideración del anglicismo como neologismo está justificada, especialmente, si tenemos en cuenta la temática de los textos seleccionados para el corpus.

Volviendo al concepto de anglicismo, Vázquez, Lario y López (2015) proponen una definición algo más precisa: «Por anglicismo entendemos las voces de procedencia inglesa que otras lenguas adoptan, normalmente para nombrar un concepto desconocido, o por otra serie de causas lingüísticas como el uso de sinónimos y efectos estilísticos».

Esta reflexión arroja luz sobre las causas extralingüísticas de la aparición de anglicismos. El primer supuesto es el que más se ajustaría a la vía neológica: un nuevo término se acuña en lengua inglesa y, al no existir un equivalente en otras lenguas, estas tienden a absorberlo. Podríamos decir que su uso aquí sería necesario. Es también muy frecuente, como bien apuntan, que se emplee un anglicismo por meras razones estilísticas o connotativas.

Ambas causas son comprensibles, dada la relevancia del inglés hoy en día a nivel global. Como expone Medina, «si durante muchos siglos fue el latín la lengua de occidente, ahora este lugar lo ocupa el inglés, desplazando, como se sabe, al francés y en franca competencia con el español». Su situación de *lingua franca* para la comunicación en el ámbito internacional lo hace propenso a «penetrar en las estructuras de las lenguas con las que alterna» (1996: 9).

Para tomar conciencia sobre las diversas formas en las que una voz inglesa puede intervenir en nuestra lengua, conviene citar a Stone, para quien los anglicismos son

palabras usadas en su forma inglesa o derivadas del inglés; palabras que pasaron de otros idiomas al inglés, y de éste, al español; o bien del inglés al español a través del francés; términos y vocablos creados por gentes de habla inglesa e introducidos en el español; palabras castizas usadas en un sentido inglés (préstamos semánticos o contaminaciones); y traducciones de tropos, complejos y modismos ingleses» (1957: 142).

La complejidad del anglicismo solo puede entenderse en función de dos variables: su frecuencia de uso y su proceso de asimilación. En relación con la primera, algunos autores establecen una distinción entre «préstamo» y «extranjerismo». Para ellos, «el extranjerismo sería la palabra que los hablantes de la lengua receptora percibieran como extraña, bien por su aspecto formal, bien por su uso escaso o restringido» (Gimeno y Gimeno, 2003: 139).

El tiempo de asentamiento del término y su frecuencia de uso determinan su adaptación progresiva a las normas ortográficas y gramaticales de la lengua de llegada. Como bien explican Vázquez, Lario y López,

[Los anglicismos] cuanto mayor sea su grado de frecuencia, mayor será la probabilidad de instalarse en la lengua. Cuando estas voces permanecen en la lengua receptora pueden transformarse para asimilarse a las reglas ortográficas de ésta o mantener la grafía inglesa, e igualmente pueden conservar el significado original con el que llegaron a la lengua española o pueden modificarlo. Por el contrario, en otras ocasiones, la vida de estos anglicismos es efímera y desaparecen al caer en desuso o al ser sustituidos por vocablos autóctonos (2015: 159).

En esta línea, numerosos autores deciden clasificar los anglicismos en función de su nivel de adaptación. Por ejemplo, Lorenzo (1987) habla de *anglicismos crudos*, *anglicismos en período de aclimatación* y *anglicismos totalmente asimilados*.

Determinar el punto de asimilación de un anglicismo suele ser objeto de debate, también desde el punto de vista normativo. Según la *Ortografía de la lengua española* (2010), los extranjerismos crudos o no adaptados deben escribirse en cursiva. Se propone, a su vez, una serie de pautas para adaptar los préstamos ya asimilados a las normas ortográficas y fonéticas del español. Sin embargo, algunas formas no han sido bien acogidas por la mayoría de los hablantes (por ejemplo: «güisqui», «márquetin», «mánayer», etc.).

Esta es tan solo una breve aproximación al concepto de anglicismo. Como sabemos, se trata de un campo de estudio muy extenso que puede y debe ser abordado desde distintas ramas de especialidad. En nuestro caso, partiremos de una tipología de anglicismos que servirá de modelo para nuestro caso práctico.

## 2.2. Tipología de anglicismos

Como ya adelantábamos, la presencia del anglicismo influye en todos los estratos de la lengua. La mayoría de autores reconocen tres grandes categorías: el anglicismo léxico-semántico, el morfosintáctico y el ortotipográfico. Cada una de ellas presenta características propias, por lo que los estudios publicados analizan, en cada caso, solo alguna de ellas.

#### a) Anglicismo léxico-semántico

El plano léxico es el más prolífico, ya que «es más perceptible» y, por ello, «ha recibido más atención por parte de los estudiosos» (Medina, 1996: 20). A pesar de su abundancia, los anglicismos léxicos son más fáciles de delimitar y clasificar en comparación con los morfosintácticos u ortotipográficos.

Para la clasificación de los anglicismos léxicos, seguiremos la tipología de neologismos propuesta por Casado Velarde (2015), pues el enfoque de la innovación léxica es el que más se adapta al caso práctico que proponemos. Por supuesto, obviaremos las categorías de neologismos autóctonos —que se gestan en la propia lengua sin influencia de otras—.

Entre los «procedimientos neológicos que operan sobre unidades de los sistemas lingüísticos», es decir, a nivel léxico, seleccionamos el «neologismo semántico alógeno», el «calco», el «neologismo sintáctico-semántico» y el «neologismo léxico por préstamo de otra lengua».

- *Neologismo semántico alógeno*

En contraposición al autóctono, también se denomina *préstamo semántico*. Casado Velarde explica que «se produce cuando un signo de la lengua adquiere un nuevo significado procedente de otra lengua, permaneciendo idéntico formalmente» (2015: 24). Más adelante, distingue entre «préstamo semántico análogo» y «homólogo» (2015: 99-102). El primero es lo que conocemos como *calco semántico* o *falso amigo* y se caracteriza por mantener una proximidad en forma y significado con el lexema extranjero. Por seleccionar un ejemplo de nuestro corpus, sería el caso de «compañía» (*company* en inglés) con el significado de 'empresa'. El *préstamo semántico homólogo*, por su parte, trasladaría un significado adicional del modelo alógeno a su equivalente en la lengua receptora. Es lo que ocurre con muchos verbos de uso cotidiano en inglés que han adquirido un significado especializado, el cual se ha trasvasado a su significante en español: *to browse* > «explorar».

- *Calco*

«Participa del carácter sintáctico y del semántico alógeno» y consiste en copiar la estructura sintagmática de otra lengua con unidades léxicas de la propia (Casado Velarde, 2015: 24). Por lo tanto, se aplica generalmente a palabras compuestas y locuciones (*social network* > «red social»). En español, además, aparecen *anglicismos híbridos*, «formados por dos lexías, una española y una inglesa» (Vázquez, Lario y López, 2015: 161), como «página web» o «red wifi».

- *Neologismo sintáctico-semántico*

«Ocurre por *elipsis* de un elemento sintagmático, que ocasiona el desplazamiento del significado al elemento superviviente» (Casado Velarde, 2015: 25). No se produce necesariamente por influencia directa de una lengua extranjera, pero suele ser el resultado de numerosos calcos de uso cotidiano: «(ordenador) portátil», «(teléfono) móvil», etc.

- *Neologismo léxico por préstamo de otra lengua*

Se define, brevemente, como *préstamo léxico*. Según Casado Velarde, «se trata de un neologismo alógeno en su forma y en su contenido» (2015: 25). Según apuntábamos en el apartado anterior, es susceptible de sufrir diversos procesos de adaptación a las reglas ortográficas, fonéticas y morfológicas de la lengua meta. Esto depende del grado de integración del préstamo y de las recomendaciones de carácter normativo. Al tratarse de una categoría tan extensa, Casado Velarde distingue seis tipos de préstamos léxicos: préstamos históricos, latinismos y cultismos, préstamos propiamente dichos, falsos préstamos, préstamos internos y préstamos de frecuencia (2015: 125-135).

- *Préstamos históricos*

Como su propio nombre indica, no se consideran ya neologismos, aunque sí lo fueran una vez. Pertenecen a este grupo la ingente cantidad de palabras importadas de lenguas que han entrado en contacto con el español a lo largo de su historia: arabismos, indigenismos, galicismos, germanismos, italianismos, etc. Para nuestro trabajo, debemos tener en cuenta que existen *anglicismos históricos* que ya no se perciben como tal: «fútbol», «penalti», «jersey», «poliéster», «beicon», «sándwich», «pedigrí», «pony», «bingo», «hotel», «eslogan», entre otros.

- *Latinismos y otros cultismos*

Pueden integrarse en la lengua española a través del inglés. La familiaridad con el lexema latino hace que sea difícil detectar el anglicismo. Ejemplos de ello son los plurales latinizados, como *corpora* (en español, «corpus» es invariable), términos como *data* o *status* y abreviaturas como *vs.* (*versus*), *i.e.* (*id est*) o *e.g.* (*exempli gratia*).

- *Neologismos de reciente incorporación*

Casado Velarde (2015: 126-132) distingue entre *peregrinismos* o *xenismos*, es decir, extranjerismos ocasionales vinculados a civilizaciones lejanas al ámbito hispánico, y *préstamos*. Acerca de estos últimos, precisa que puede tratarse de *extranjerismos no justificables* o de *barbarismos*<sup>2</sup>, cuyo uso en español estaría justificado por la ausencia de un concepto cultural equivalente (p. ej. *thriller*).

- *Falsos anglicismos o pseudoanglicismos*

Son «palabras que no existen en inglés a pesar de estar formadas por lexías inglesas» (Vázquez, Lario y López, 2015: 161). Muchos de ellos tuvieron el francés como intermediario. Algunos ejemplos son *footing*, *camping* o *balconing*.

---

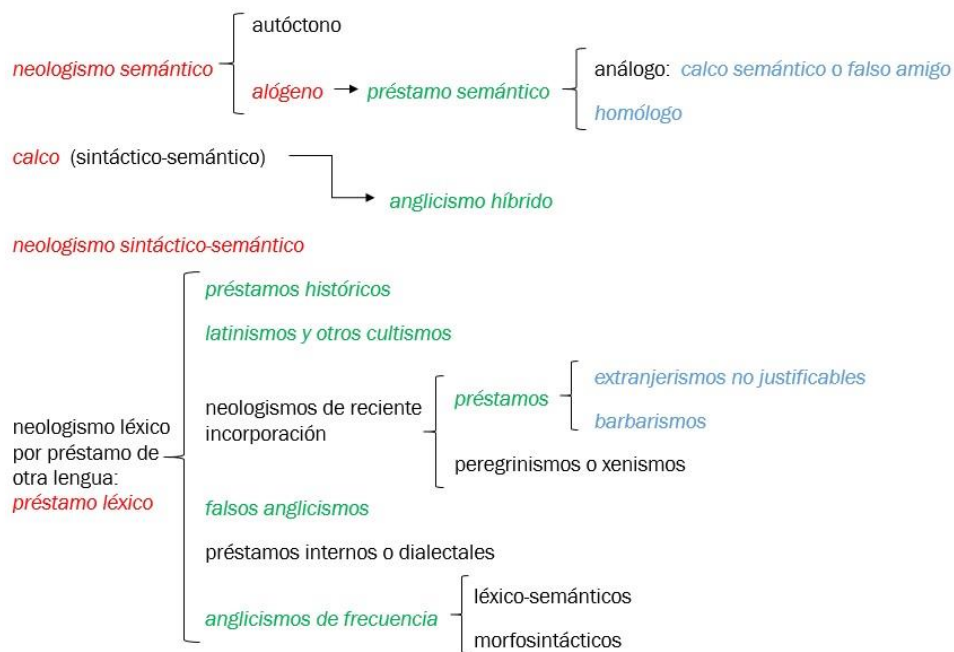
<sup>2</sup> El término «barbarismo» puede resultar ambiguo por su acepción de 'incorrección lingüística'. Otros autores como Gómez Capuz (1998) y Gimeno y Gimeno (2003) se refieren a este concepto con el término «extranjerismo».

— *Préstamos internos o dialectales*

Suponen un intercambio entre las variantes de una misma lengua. Aunque podríamos analizar este aspecto en nuestro subcorpus en español, se desviaría del estudio de los anglicismos.

— *Anglicismos de frecuencia*

Citando a García González, «lo que se denuncia no es su agramaticalidad sino el empleo excesivo frente a otras opciones más características y usuales en nuestro idioma» (1997-1998: 598). Por consiguiente, si bien su uso puntual no se considera un anglicismo, en exceso es un vicio del lenguaje producido por la influencia del inglés. Sostiene Casado Velarde (2015) que se produce en el plano léxico, pero también en el morfosintáctico.



Cuadro 3. Tipología de neologismos basada en Casado Velarde (2015), aplicada a los anglicismos

b) **Anglicismo morfosintáctico**

A propósito del *anglicismo morfosintáctico*, encontramos artículos de referencia como el de García González (1997-1998). A pesar de la dificultad de establecer una clasificación cerrada, desarrolla una explicación detallada de anglicismos relativos, principalmente, al orden de los elementos en la oración y a los usos verbales. Respecto al orden sintáctico, destaca el desplazamiento del verbo al principio de la oración, en casos donde resulta más natural invertir el orden, y la tendencia a colocar el adjetivo antepuesto al nombre, o el adverbio ante el verbo. En cuanto a los usos verbales, hace hincapié en el uso excesivo de la voz pasiva, del estilo nominal y del gerundio, entre otros. También habla sobre el uso de las preposiciones y el empleo de perífrasis modales en lugar del subjuntivo.

### c) Anglicismo ortotipográfico

Para analizar los *anglicismos ortotipográficos*, se puede tomar como punto de referencia la completa clasificación de Martínez de Sousa (2003), en la que aborda aspectos tan diversos como las fechas, los porcentajes, los signos monetarios, las mayúsculas, los espacios, las abreviaciones y los usos de los signos ortográficos (la coma, los diferentes tipos de comillas, el punto decimal, la raya, el guion, etc.). En la sección práctica, comentaremos algunos de estos usos.

## 2.3. Presencia de anglicismos en el lenguaje periodístico

En la era actual, asistimos a los constantes cambios de un mundo cada vez más globalizado, y esto se ve reflejado en la lengua. En palabras de Gimeno y Gimeno,

la lengua cambia incesantemente (...) y se renueva continuamente por la actividad lingüística de sus hablantes, en un marco de permanencia y continuidad histórica, que al mismo tiempo asegura su funcionamiento (2003: 138).

Como ya hemos señalado, el lenguaje periodístico es el que más influye en la comunidad de habla. Este actúa como enlace entre las nuevas realidades, que se manifiestan en el lenguaje, y los hablantes. Casado Velarde estima que «los medios de comunicación poseen una gran permeabilidad para acoger, y difundir de forma masiva e inmediata, todo tipo de innovaciones lingüísticas que surgen en las comunidades» (2015: 161). Es esta capacidad de difusión —y la inmediatez propia de la labor periodística— la que propicia la propagación de nuevos términos y expresiones.

A través de la prensa, se importan cantidad de términos procedentes de otras lenguas y de todos los campos de conocimiento: moda, política, sociedad, música, tecnología, deportes, etc. Actualmente, según Vidal, la mayoría de ellos proceden del inglés por su «capacidad colonizadora» (2005: 382). Ello se debe, por un lado, a la plasticidad y brevedad características de la lengua inglesa y, por otro, al predominio de todo lo estadounidense en la cultura occidental.

A estos factores, hay que añadir la importancia del modelo anglosajón para el periodismo. Muchos de los grandes periódicos de referencia mundial se escriben en lengua inglesa y quizás, por ello, se trasladan a la prensa escrita en español rasgos del estilo periodístico anglosajón.

Bustos Gisbert, basándose en Casasús y Núñez (1991), enumera cuatro características de este lenguaje periodístico influido por el inglés: la tendencia a la nominalización, el gusto por la lexicalización y el alargamiento lineal de la frase, una preferencia por el tono enfático y una predisposición al contenido impersonal y aséptico, propio del lenguaje burocrático (2004: 28).

Estos rasgos podrían considerarse anglicismos morfosintácticos. Incluimos, como marcas de este estilo, algunos anglicismos ortotipográficos: por ejemplo, escribir todos los elementos del título en mayúscula inicial, o emplear la raya con el valor explicativo de los dos puntos (García González, 2005: 146).

Evidentemente, la presencia de anglicismos en los textos periodísticos es un fenómeno habitual. Además, se trata de una de las principales vías de integración en nuestra lengua. Se produce tanto por la necesidad de incorporar términos de nueva creación como por una voluntad estilística del autor de emular el estilo anglosajón.

Configurado nuestro marco teórico, pasamos a aplicar estos conocimientos al caso práctico que nos concierne.

### **3. CASO PRÁCTICO: EL ESTUDIO DE LOS ANGLICISMOS EN LOS REPORTAJES INTERPRETATIVOS**

#### **3.1. Elaboración de un corpus paralelo *ad hoc* de textos sobre nuevas formas de comunicación en la era digital**

Para llevar a cabo el análisis del fenómeno que nos ocupa, tomamos como unidad significativa y funcional el texto. Consideramos que solo podemos abordar este estudio desde el análisis textual. La función del texto, así como la intención y el estilo del autor, determinan la elección del léxico, además de la morfología, la sintaxis y la puntuación, entre otros aspectos.

Mencionábamos antes que hemos recopilado, exclusivamente, reportajes interpretativos del *New York Times*. A esta delimitación en función del género, debíamos sumarle una orientación temática determinada. Sabemos que los textos periodísticos responden a una variedad temática que coincide, en muchas ocasiones, con las secciones del periódico.

En nuestro caso, decidimos seleccionar reportajes interpretativos sobre el desarrollo y el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación. Esta temática posee unas características idóneas para nuestro objeto de estudio: se trata de un tema de máxima actualidad y de alcance internacional, por lo que representa el caldo de cultivo perfecto para la aparición de neologismos y términos procedentes de otras lenguas, especialmente el inglés. Dentro de este campo, existe aún una cierta heterogeneidad. Esto permite que el corpus, aunque delimitado, sea representativo del género y de la temática a la que pertenece.

Dicho esto, conviene recordar qué es un «corpus». Sinclair lo define así: «*a collection of pieces of language that are selected and ordered according to explicit linguistic criteria in order to be used as a sample of language*» (1995: 2; citado en Pearson, 1998: 42). Fernández Nistal propone una definición de «corpus electrónico» que se ajusta a la metodología adoptada en el presente trabajo:

Conjunto de textos (escritos u orales) en formato electrónico, de un tamaño adecuado, representativo de la variedad de lengua que se pretende analizar, circunscrito a unas coordenadas temporales específicas, susceptible de ser utilizado en distintos tipos de plataformas, con una estructura de recuperación de la información que permite analizarlo y extraer los resultados del análisis y con sus propios derechos de autor (2003: 6; citado en Corpas, 2004: 236).

En última instancia, el corpus que hemos compilado se definiría, según Faya Ornia (2015), como un corpus electrónico *ad hoc*, bilingüe, unidireccional, paralelo y alineado. Mikhailov explica que los corpus paralelos (*parallel corpora*) son colecciones de textos originales en una lengua y sus respectivas traducciones a una o más lenguas. Precisa, posteriormente, que muchos de estos corpus paralelos están alineados a nivel de segmento, que son partes del texto de extensión variable que se corresponden con oraciones o párrafos completos (2016: 132).

Respecto al uso de los corpus paralelos *ad hoc*, lo habitual, en el campo de los Estudios de Traducción, es que el traductor los recopile puntualmente para la realización de un encargo (Corpas, 2004: 236), especialmente como *memoria de traducción*. Sin embargo, en el estado de la cuestión desarrollado por Veiga Díaz, observamos cómo también pueden emplearse como herramienta para mejorar la redacción en la traducción inversa, para detectar equivalentes, para analizar estrategias de traducción, etc. (2016: 42). En este caso, nos sirve para analizar un fenómeno lingüístico que se da en los textos traducidos. Aunque nos centremos en la versión española, es necesario tomar como referencia el texto original para comprender cómo se ha efectuado el trasvase del anglicismo.

En concreto, he seleccionado doce textos en inglés de extensión similar y sus versiones correspondientes en español. Todos ellos fueron publicados entre enero y marzo de 2018. En cuanto a la gestión del corpus, he compilado los textos en formato 'txt' y los he separado en dos carpetas o subcorpus: 'EN' y 'ES'. Cada archivo está denominado metódicamente por apellido del autor y fecha. El formato 'txt' permite manipularlos fácilmente mediante aplicaciones como el buscador de concordancias AntConc. Además, he alineado los textos paralelos con el programa MemoQ, lo cual facilita visualmente el análisis comparativo entre el texto origen y el texto meta.

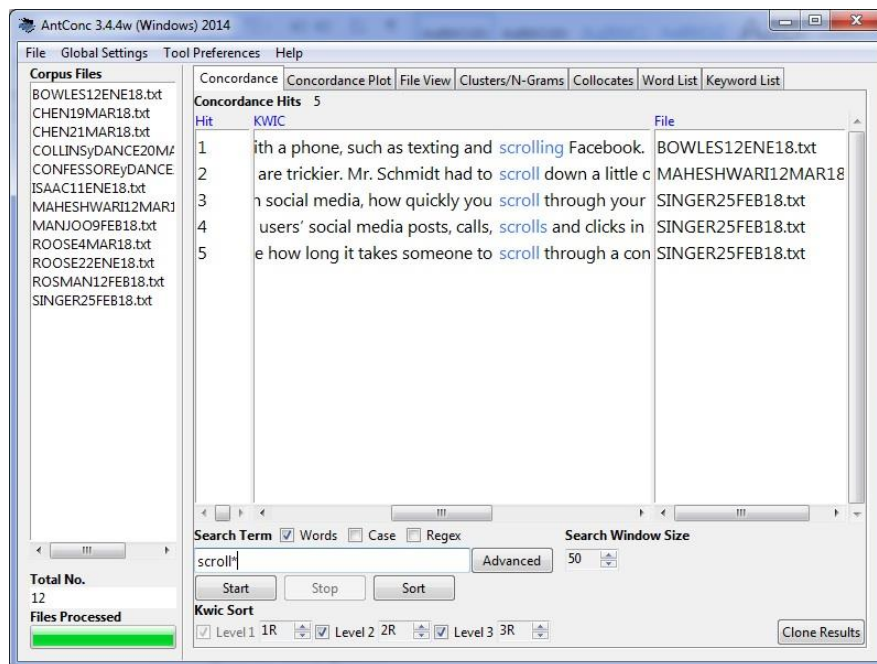


Figura 4. Vista del subcorpus 'EN' en la aplicación AntConc



Para su completa visualización, he diseñado un sitio web que sirve como herramienta de consulta tanto de los artículos de referencia como del archivo de alineación: <<https://sites.google.com/view/corpusparalelo-tfg-emm/p%C3%A1gina-principal>>.

En resumen, nuestro corpus ha sido elaborado en función de una serie de criterios de selección que garantizan su calidad y relevancia dentro del marco de estudio. Por un lado, los textos que lo componen se caracterizan por su uniformidad, pues se adscriben al mismo género textual y a la misma temática. Además, han sido publicados por el mismo medio y en un período de tiempo determinado. Por otro lado, en aras de una cierta representatividad dentro de los parámetros anteriores, los textos difieren en el autor y en el tema concreto, lo que asegura su diversidad en cuanto al léxico y al estilo.

Justificamos la elección tanto del género textual como de la temática para la extracción y el análisis de los anglicismos, ya que su aparición en este tipo de textos es bastante frecuente. Cabe recalcar, asimismo, el impacto del lenguaje de la informática, las nuevas tecnologías de la comunicación y las redes sociales en la práctica totalidad de la comunidad de hispanohablantes.

### 3.2. Fuentes documentales

Con el fin de corroborar el uso real y la aceptación de los anglicismos extraídos de nuestro corpus *ad hoc*, he contrastado la información de la que dispongo con fuentes fiables que están recogidas en *DocuTradSo 2.0*, una propuesta de clasificación de fuentes de información en línea para la traducción al español (Gonzalo García, 2015).

Ofrezco un listado de las fuentes de información lingüística consultadas —en papel y en línea— con sus respectivas fórmulas abreviadas de cita, que emplearé de aquí en adelante:

- [DLE] RAE y ASALE (2014): *Diccionario de la lengua española* [en línea]. 23.<sup>a</sup> ed. Madrid: Espasa. Disponible en <<http://dle.rae.es>>.
- [DicolInfo] Observatoire de linguistique Sens-Texte de l'Université de Montréal (2015): *DicolInfo: Le dictionnaire fondamental de l'informatique et de l'Internet*. [en línea]. Disponible en <<http://olst.ling.umontreal.ca/cgi-bin/dicoinfo/search.cgi>>.
- [NEOMA] Universidad de Murcia (2017): *NEOMA. Diccionario de neologismos del español actual* [en línea]. Disponible en <<http://www.um.es/neologismos/index.php/>>.
- [GDA] RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, F. (2017): *Gran diccionario de anglicismos*. Madrid: Arco/Libros.
- [DAE] MORENO-FERNÁNDEZ, F. (2018): *Diccionario de anglicismos del español estadounidense*. Instituto Cervantes at Harvard University [en línea]. Disponible en <DOI: [10.15427/OR037-01/2018SP](https://doi.org/10.15427/OR037-01/2018SP)>.
- [CORPES XXI] RAE y ASALE (2016): *CORPES XXI. Corpus del Español del Siglo XXI* [en línea]. Versión 0.83. Disponible en <<http://web.frl.es/CORPES/view/inicioExterno.view>>.

[Hemero] Molino de Ideas (2012): *Hemero. Corpus formado a partir de artículos de prensa de España, Argentina y México, que datan desde 1997 hasta 2009* [en línea]. Disponible en <<http://www.hemero.es/>>.

[Fundéu] Fundéu BBVA (2018): *Buscador urgente de dudas* [en línea]. Disponible en <<https://www.fundeu.es/consultas/>>.

Estos instrumentos suponen una gran ayuda a la hora de realizar el análisis exhaustivo de nuestros casos de estudio, tanto desde un punto de vista normativo como del uso especializado de los términos. Entre ellos, encontramos un diccionario normativo (DLE), un diccionario terminológico especializado en informática (DicolInfo), un diccionario de neologismos (NEOMA) y dos diccionarios de anglicismos (GDA, DAE). También he comparado los resultados obtenidos con dos corpus monolingües de español, uno general (CORPES XXI) y otro especializado en textos periodísticos (Hemero). Por último, he utilizado un servicio de consultas lingüísticas (Fundéu).

### 3.3. Análisis de datos

#### 3.3.1. Anglicismos léxico-semánticos

##### **bloqueador de anuncios**

Artículo de referencia: Chen, 21/03/2018.

Término en inglés: *ad-blocker*.

Tipo de anglicismo: calco.

Alternativas: bloqueador de ventanas, bloqueador de ventanas emergentes, bloqueador de elementos emergentes (CORPES XXI).

Fuentes de información lingüística: CORPES XXI (→ 'alternativas'); Hemero (bloqueador de anuncios).

Anglicismos similares: *smartphone* > teléfono inteligente (Singer, 26/02/2018); *mobile device* > dispositivo móvil (Chen, 21/03/2018); *social network* > red social (Isaac, 12/01/2018).

Observaciones: Uso del anglicismo crudo en calidad de nombre propio (programas Ad-Blocker, AdBlock, etc.).

##### **cookie**

Artículo de referencia: Chen, 22/03/2018.

Término en inglés: *cookie*.

Tipo de anglicismo: extranjerismo, anglicismo crudo.

Alternativas: cuqui, galleta (GDA).

Fuentes de información lingüística: GDA (*cookie*, cuqui, galleta); CORPES XXI, Hemero (*cookie*).

Anglicismos similares: *bot* > bot (Confessore y Dance, 22/02/2018); *app* > app, *software* > software (Chen, 21/03/2018).

Observaciones: En español, sustantivo femenino. Formación del plural: *cookies*. Como anglicismo crudo, Fundéu recomienda la tipografía cursiva [📄](#) «Las *cookies* son pequeños ficheros de texto que se almacenan en los equipos de los usuarios a través de las distintas webs que visitan».

## etiqueta

Artículo de referencia: Chen, 22/03/2018.

Término en inglés: *hashtag*.

Tipo de anglicismo: calco parcial y anglicismo semántico homólogo (anglicismo sintáctico-semántico por elipsis). «Del inglés *hash* ‘almohadilla’ + *tag* ‘etiqueta’» (GDA).

Alternativas: hastag (NEOMA).

Fuentes de información lingüística: NEOMA, GDA, CORPES XXI, Hemero (*hashtag*); Fundéu (*etiqueta*) [📄](#) «El término inglés *hashtag* puede sustituirse por su equivalente en español *etiqueta*».

Anglicismos similares: *news feed* > noticias (Isaac, 12/01/2018).

Observaciones: La red social Twitter, en español, utiliza el anglicismo crudo en redonda [📄](#) «Los *hashtags* (escritos con el signo “#” antepuesto) se usan para indexar palabras clave o temas en Twitter».

## interfaz

Artículo de referencia: Bowles, 17/01/2018.


Término en inglés: *interface*.

Tipo de anglicismo: calco, préstamo adaptado, anglicismo de etimología latina. «Del inglés *interface*, a partir de *inter-* (‘entre’) + *face* (‘cara’, del lat. *facies*), por analogía con la voz *surface* (‘superficie’)» (GDA).

Alternativas: interfase (GDA, Hemero).

Fuentes de información lingüística: DLE, GDA, CORPES XXI (*interfaz*); DicoInfo (en francés, préstamo adaptado *interface*); Hemero (*interfaz*, *interface* e *interfase*).

Anglicismos similares: *status* > estatus (Roose, 25/01/2018); *data* > datos (Collins y Dance, 23/03/2018);

Observaciones: Aparece, por primera vez, en la 21.<sup>a</sup> edición del *Diccionario de la lengua española* (1992). Hasta la 23.<sup>a</sup> edición (2014), no se incluye la acepción de «conexión, física o lógica, entre una computadora y el usuario (...)» .

## seguir

Artículo de referencia: Maheshwari, 16/03/2018.

Término en inglés: *follow*.

Tipo de anglicismo: anglicismo semántico homólogo.

Alternativas: suscribirse (YouTube).

Fuentes de información lingüística: NEOMA (*follower*); GDA (*follow, unfollow, follower, seguidor*); CORPES XXI (*seguir, follow*); Hemero (*seguir, seguidor, follower*).

Anglicismos similares: *browser* > explorador (Chen, 21/03/2018); *to store* > almacenar (Chen, 22/03/2018); *post* > publicación (Singer, 26/02/2018).

Observaciones: En español, se utiliza *follow* y *unfollow* como forma sustantivada: «devolverle el *follow*», «solicitar un *follow*», «responder con un *unfollow*» (CORPES XXI).

## sitio web

Artículo de referencia: Collins y Dance, 23/03/2018.


Término en inglés: *website*.

Tipo de anglicismo: calco, anglicismo híbrido.

Alternativas: página web  (DLE); web, sitio (GDA).

Fuentes de información lingüística: DLE, DAE (sitio web); DicolInfo (sitio, sitio Web); NEOMA (*website*); GDA (*site, sitio*); CORPES XXI, Hemero (sitio web, sitio, *site, website*).

Anglicismos similares: *webpage* > página web (Manjoo, 13/02/2018); *web tool* > herramienta web; *web browser* > explorador web (Chen, 21/03/2018).

Observaciones: «El plural de *web* es *webs* y se escribe con minúscula inicial y en redonda. (...) En caso de que este sustantivo aparezca en aposición, como en *página web* o *sitio web*, son posibles los plurales *páginas/sitios webs* o *páginas/sitios web*»  (Fundéu).

## tuit


Artículo de referencia: Confessore y Dance, 22/02/2018.

Término en inglés: *tweet*.

Tipo de anglicismo: préstamo, adaptación fonética.

Alternativas: *twit* (GDA); mensaje en/de/vía *Twitter* (CORPES XXI, Hemero).

Fuentes de información lingüística: DLE, NEOMA, GDA (*tuit*, *tuiteo*, *tuitear*, *tuitero*, *retuitear*); DAE (*tuitear*, *tuiteador*, *tuistear*); CORPES XXI, Hemero (*tweet*, *twittero*, *retwittear*).

Anglicismos similares: WhatsApp > *wasap*, *wasapear*  (Fundéu).

Observaciones: Los verbos en inglés *to tweet* y *to twitter* son sinónimo de «gorjear, trinar, parlotear», o bien de «enviar mensajes cortos a través de la red social *Twitter*» (GDA). En cambio, *to twit* significa «burlarse».

### 3.3.2. Anglicismos morfosintácticos

El aspecto morfosintáctico es quizás el más interesante desde el punto de vista del traductor. En ocasiones, el influjo del texto origen nos hace trasladar estructuras o giros propios de la lengua inglesa. No obstante, cabe señalar que, en la mayoría de los casos, no se trata de incorrecciones gramaticales. Estaríamos hablando, en todo caso, de *anglicismos de frecuencia morfosintácticos*. También recordamos que algunos tipos de anglicismos coinciden con los rasgos propios del estilo periodístico, por lo que podrían considerarse como tal.

Conviene destacar, en primer lugar, los calcos de estructura que afectan al orden de las palabras.

78.	The traditional use of a phone — talking — is also being examined for health clues.	El uso tradicional de un teléfono —hacer llamadas— también es examinado en busca de pistas sobre la salud.	78.
-----	---	--	-----

Figura 5. Calco de la oración pasiva (Singer, 26/02/2018)

85.	After all, malicious actors don't post fabricated news, wildly exaggerated headlines or partisan outrage-bait on Facebook only for fun.	Después de todo, los agentes maliciosos no publican noticias fabricadas, titulares locamente exagerados ni contenido destinado a provocar indignación partisana en Facebook solo para divertirse.	85.
-----	---	---	-----

Figura 6. Calco de la estructura adverbio + adjetivo (Roose, 25/01/2018)

52.	After lurking for several weeks in Reddit's deepfake community, I decided to see how easy it was to create a (safe for work, nonpornographic) deepfake using my own face.	Después de explorar durante semanas la comunidad de videomontajes en Reddit, decidí ver cuán fácil era crear uno (no pornográfico, sino apto para todo público) utilizando mi propio rostro.	52.
-----	---	--	-----

Figura 7. Calco de la estructura adverbio interrogativo + adjetivo (Roose, 07/03/2018)

87.	Banning most links doesn't seem to have hurt Instagram as a business.	Prohibir la mayoría de los enlaces no parece haber afectado a Instagram como negocio.	87.
-----	---	---	-----

Figura 8. Estilo nominal por uso del infinitivo (Roose, 25/01/2018)

24.	Social media apps like Snapchat include some rudimentary face-morphing technology.	Aplicaciones de redes sociales como Snapchat incluyen algunas tecnologías rudimentarias para transformar el rostro.	24.
-----	--	---	-----

Figura 9. Estilo nominal por omisión del artículo en el plural genérico (Roose, 07/03/2018)

Morfológicamente, es interesante la formación del plural y la elección del género en algunos sustantivos procedentes del inglés.

<p>24. This week, two major investors asked Apple to figure out how to help parents limit their children's use of iPhones and iPads, citing concerns over "long-term health."</p>	<p>24. Esta semana, dos inversionistas importantes pidieron a Apple que encontrara la forma de ayudar a los padres a limitar el uso que hacen sus hijos de los iPhone y las iPad, y mencionaron una inquietud por "la salud a largo plazo".</p>
---	---

Figura 10. Género y número (Bowles, 17/01/2018)

Además, observamos anomalías en algunos usos verbales.

<p>65. Some 300 million Giphy daily users are sharing 2.5 billion GIFs per day through Twitter, Tinder, text messages, Slack, Gmail and, as of recently, in Instagram stories, said Brad Zeff, the chief content officer of Giphy.</p>	<p>65. Cerca de 300 millones de usuarios diarios de Giphy están compartiendo 2500 millones de gifs al día a través de Twitter, Tinder, mensajes de texto, Slack, Gmail y, recientemente, en las historias de Instagram, dijo Brad Zeff, el director de contenido de Giphy.</p>
--	--

Figura 11. Uso innecesario de la forma progresiva (Rosman, 18/02/2018)

<p>25. And bogus news may still spread — if a relative or friend posts a link with an inaccurate news article that is widely commented on, that post will be prominently displayed.</p>	<p>25. Por otro lado, las noticias falsas podrían seguirse propagando. Si un pariente o amigo publica un enlace con un artículo periodístico inexacto, pero que ha sido ampliamente comentado, esa publicación seguirá mostrándose de forma destacada.</p>
---	--

Figura 12. Calco del verbo modal y de la voz pasiva con adverbio intercalado (Isaac, 12/01/2018)

<p>40. There's a podcast by a guy who spends more than a dozen episodes explicating the genius of Kanye West's fifth studio album.</p>	<p>40. Hay un serial de un chico que pasa más de una decena de episodios explicando la genialidad del quinto álbum de estudio de Kanye West.</p>
<p>41. He does so using a trove of documentary material he found — where else? — on YouTube.</p>	<p>41. Lo hace aprovechando un arsenal de material documental que encontró —¿dónde más?— en YouTube.</p>

Figura 13. Uso excesivo del gerundio (Manjoo, 13/02/2018)

<p>32. Recently, FakeApp set off a panic after Motherboard, the technology site, reported that people were using it to create pornographic deepfakes of celebrities.</p>	<p>32. Hace poco, FakeApp desató pánico después de que el sitio de tecnología Motherboard informó que la gente lo estaba usando para crear videos pornográficos falsos de celebridades.</p>
--	---

Figura 14. Uso del modo indicativo en lugar del subjuntivo y omisión de la preposición (Roose, 07/03/2018)

<p>95. But fortunately, many sites and apps still let you sign up for accounts directly through them, and many also let you log in through your Google account.</p>	<p>95. Sin embargo, afortunadamente, muchos sitios y aplicaciones todavía permiten registrarte para cuentas directamente a través de ellos, y muchos también permiten que ingreses a través de tu cuenta de Google.</p>
---	---

Figura 15. Uso inapropiado de la preposición por influencia del phrasal verb (Chen, 22/03/2018).

### 3.3.4. Anglicismos ortotipográficos

A diferencia de apartados anteriores, en este no señalaremos las incorrecciones de la versión española. Analizaremos, en cambio, las estrategias de traducción adoptadas para evitar el *anglicismo ortotipográfico*.

2.	TECHNOLOGY	NOTICIAS   NEGOCIOS	2.
3.	Is the Answer to Phone Addiction a Worse Phone?	Hay soluciones para acabar con tu adicción al teléfono	3.
4.	查看简体中文版 查看繁體中文版 Leer en español(1) Disruptions		
5.	By NELLIE BOWLES JAN. 12, 2018	Por NELLIE BOWLES 17 de enero de 2018	5.
6.	Continue reading the main story	Volver al artículo principal	6.
7.	Share This Page	Comparte esta página	7.

Figura 16. Mayúsculas en los titulares y en las fechas (Bowles, 17/01/2018)

39.	She added that she knew people with two million followers who charge \$40,000 per post.	Agregó que conocía a personas con dos millones de seguidores que cobran 40.000 dólares por publicación.	39.
-----	---	---	-----

Figura 17. Cifras y signos monetarios (Maheshwari, 16/03/2018)

132.	But user data collected through such apps over the years probably remains in the wild, not to mention the models that can continue to be used to target people around the world.	Sin embargo, los datos de usuarios recolectados a través de ese tipo de aplicaciones a lo largo de los años quizá siguen sueltos, sin mencionar los modelos que pueden seguir usándose para dirigirse a personas en todo el mundo.	132.
------	--	--	------

Figura 18. Coma después de conector inicial (Collins y Dance, 23/03/2018)

47.	For example, practically every smartphone user in India — more than 200 million people — uses WhatsApp.	Por ejemplo, prácticamente cada usuario de celulares en India —más de doscientos millones de personas— usa WhatsApp.	47.
-----	---	--	-----

Figura 19. Rayas y espacios (Chen, 22/03/2018)

66.	"It's a very good idea," he said.	"Es una muy buena idea", comentó.	66.
67.	"You have to take away the sound as well."	"También se debe quitar el sonido".	67.

Figura 20. Comillas y otros signos ortográficos (Bowles, 17/01/2018)

78.	"Just because a tool can be used for good and bad, that doesn't make the tool bad — it just means you need to understand what the negative is so that you can mitigate it," he said.	"Solo porque una herramienta puede ser usada para bien y para mal eso no vuelve mala a la herramienta; significa que debes entender qué es lo negativo de esta para mitigar los efectos", dijo.	78.
-----	--	---	-----

Figura 21. Sustitución de la raya por otro signo ortográfico (Isaac, 12/01/2018)

## 3.4. Resultados

Los casos extraídos para el análisis son solo una muestra de las apariciones de anglicismos en el corpus. Se han estudiado exclusivamente los fenómenos más significativos por su frecuencia o por su excepcionalidad. Como sabemos, se trata de un corpus limitado, por lo que queda en duda si los resultados podrían variar en el caso de trabajar con un corpus más amplio. Sin duda, este será un objetivo interesante de cara a próximas investigaciones.

Hay que valorar el esfuerzo del *New York Times* en español por no caer en el uso fácil del anglicismo. Especialmente en el aspecto léxico, hemos observado cómo se ha elegido la forma adaptada recomendada desde el punto de vista normativo, incluso cuando el anglicismo crudo es reconocido y empleado por la comunidad de hablantes, según recogen los corpus (→ tuit). La aparición de extranjerismos (préstamos no adaptados) es mínima y está justificada por la clara ausencia de equivalente (→ cookie).

También hemos apreciado modificaciones acertadas en el empleo de los signos ortotipográficos, con el fin de adaptarse a la norma española. En unos casos, esta modulación es obligada, por ejemplo, en lo que concierne a los espacios entre la raya y los demás caracteres. En otros, la decisión se toma en vista de una mayor naturalidad en español, como en el caso de sustituir el punto por signos ortográficos de pausa breve.

A continuación, se expondrán los resultados obtenidos del análisis. Basándonos en la clasificación preliminar de anglicismos léxico-semánticos, concluimos que los fenómenos más habituales —dentro de las coordenadas de nuestro corpus— son los calcos, los préstamos semánticos homólogos y los anglicismos de etimología latina.

El calco es el tipo de anglicismo más recurrente en este campo. Afecta tanto a locuciones como a palabras compuestas, habituales dada la necesidad explicativa de la informática (→ bloqueador de anuncios). En algunos casos, como hemos visto, se producen calcos parciales (→ etiqueta) o anglicismos híbridos: una lexía se mantiene en inglés y la otra se traduce (→ sitio web).

El préstamo semántico homólogo se produce, especialmente, cuando una palabra del habla cotidiana en inglés adquiere un significado especializado. En el trasvase al español, se opta por emplear el vocablo de uso corriente, aunque aún no haya adquirido esa nueva acepción (→ seguir).

El anglicismo de etimología latina no deja de ser un latinismo que ha tomado la lengua inglesa como intermediaria para instalarse en el español. Es, quizás, el que menos percibimos como voz extranjera, ya que tanto la forma como el significado están asentados en nuestra lengua (→ interfaz).

Finalmente, nos gustaría comentar algunos casos interesantes que no pueden considerarse anglicismos, sino buenas estrategias de traducción. Uno de ellos es la locución verbal «darle me gusta a algo» como equivalente de *to like* (en inglés, se conjuga directamente el verbo «gustar»). La forma sustantivada da lugar a expresiones como «una publicación con un gran número de me gusta» (Maheshwari, 16/03/2018) o «tus me gusta en Facebook y lo que dicen sobre ti» (Collins y Dance, 23/03/2018). Algunos otros ejemplos serían «sección de noticias» como equivalente funcional de *news feed*, o *to scroll*, traducido como «revisar».



## CONCLUSIONES

Este trabajo nos ha permitido constatar la considerable presencia de anglicismos en la traducción periodística en español y, concretamente, en los reportajes sobre nuevas tecnologías de la comunicación. El traductor se enfrenta al dilema de decidir cuál es la estrategia de traducción más adecuada: la traslación del anglicismo crudo, la adaptación o la búsqueda de un equivalente natural en español.

A continuación, se exponen brevemente las principales conclusiones a las que se ha llegado en función de los objetivos planteados:

- Los textos periodísticos se definen por su divulgación en un mismo canal —la prensa— y su pertenencia a un sector profesional específico —el periodismo—. Se caracterizan por un lenguaje aglutinante y heterogéneo en el que están presentes diversos códigos, registros y líneas temáticas, y que recibe influencias de la lengua común, el estilo literario y los lenguajes de especialidad. La diversidad de estos textos favorece su estudio desde una clasificación previa de los géneros periodísticos, los cuales se agrupan en tres tipologías textuales.
- Los anglicismos son formas y significados de procedencia inglesa que se instalan en la lengua española en cualquiera de sus estratos: léxico, semántico, morfosintáctico, ortotipográfico, etc. La preponderancia del inglés en el mundo actual explica la abundancia de este fenómeno, especialmente en áreas propensas a la innovación lingüística y a la internacionalización, como es el caso de las TIC.
- *The New York Times*, además de un referente para el periodismo a nivel global, es una fuente inagotable de textos paralelos de calidad: textos en inglés con sus respectivas traducciones al español publicadas por ellos mismos. El análisis contrastivo de los textos seleccionados nos ha permitido comprender claramente los procesos de trasvase del anglicismo.
- El corpus elaborado para este proyecto es un producto de diseminación que puede consultarse en línea [📄](#). Hemos creído conveniente su difusión porque también puede emplearse como fuente documental o memoria de traducción.
- En los textos seleccionados, hemos localizado todo tipo de anglicismos léxico-semánticos, morfosintácticos y ortotipográficos. En el aspecto léxico, hemos apreciado diferentes modelos de adaptación, de búsqueda de equivalentes y de importación del extranjerismo. Hemos elaborado unas fichas explicativas de los casos más significativos. En el aspecto morfosintáctico, destacamos la ocurrencia de calcos en el orden de los elementos sintagmáticos, así como en los usos verbales, y el uso frecuente del estilo nominal. En último lugar, los anglicismos ortotipográficos son escasos, por lo que hemos analizado las modificaciones en la versión traducida.
- Las fuentes lingüísticas consultadas nos han permitido comprobar la aceptación del anglicismo desde el punto de vista normativo y su frecuencia de uso por parte de los hablantes. Hemos

cotejado los diferentes resultados obtenidos de diccionarios generales o especializados, corpus y servicios de consulta lingüística.

- Estimamos que el breve lapso de tiempo entre la incorporación del anglicismo y su difusión a toda la comunidad de habla fomenta el uso del anglicismo crudo. Las instituciones normativas, sin embargo, promueven la adaptación de los anglicismos a las grafías, las normas gramaticales y la acentuación españolas, o bien su sustitución por equivalentes autóctonos válidos. Esto produce desajustes entre la norma y el uso real de la lengua. Desde el punto de vista de la traducción, se trata de un dilema que esperamos que sea objeto de futuras investigaciones.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS<sup>3</sup>

ABREU GAINZA, R. C., GALAÑENA LEÓN, Y. C. y SORÍ VELÁZQUEZ, G. (2017): «Ideología en *The New York Times* y *El Nuevo Herald*: Análisis ideológico del discurso periodístico sobre el tema relaciones Cuba - Estados Unidos». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* [en línea], 23 (2), pp. 709-726. Disponible en <<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/58011/0>>.

BRAVO GARCÍA, E. (2008): *El español internacional: Conceptos, contextos y aplicaciones*. Madrid: Arco/Libros.

BUSTOS GISBERT, J. M. (2005): «Análisis discursivo de la noticia periodística», en Cortés Zaborras, C. y Hernández Navarro, M.<sup>a</sup> J. (coords.): *La traducción periodística*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 17-88. Escuela de Traductores de Toledo, 14.

CABRÉ, M.<sup>a</sup> T. (2002): «Análisis textual y terminología, factores de activación de la competencia cognitiva en la traducción», en Alcina Caudet A. y Gamero Pérez, S. (eds.): *La traducción científico-técnica y la terminología en la sociedad de la información*. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I, pp. 87-105.

CASADO VELARDE, M. (2015): *La innovación léxica en el español actual*. Madrid: Síntesis.

CLAVE: *Diccionario de uso del español actual* (2012) [en línea]. 5.<sup>a</sup> ed. aum. y act. Madrid: SM. Disponible en <<http://clave.smdiccionarios.com/app.php>>.

CORPAS PASTOR, G. (2004): «Localización de recursos y compilación de corpus vía Internet: Aplicaciones para la didáctica de la traducción médica especializada», en Gonzalo García, C. y García Yebra, V. (eds.): *Manual de documentación y terminología para la traducción especializada*. Madrid: Arco/Libros, pp. 223-257.

CORTÉS ZABORRAS, C. Y HERNÁNDEZ NAVARRO, M.<sup>a</sup> J. (2005): «Presentación», en Cortés Zaborras, C. y Hernández Navarro, M.<sup>a</sup> J. (coords.): *La traducción periodística*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 9-13. Escuela de Traductores de Toledo, 14.

ESCRIBANO, A. (2008a): *Comentario de textos informativos*. Madrid: Arco/Libros. Colección Comentario de Textos, 20.

ESCRIBANO, A. (2008b): *Comentario de textos interpretativos y de opinión*. Madrid: Arco/Libros.

---

<sup>3</sup> Todas las fuentes de Internet que aparecen citadas en este trabajo han sido consultadas antes del 12 de julio de 2018, por lo que opto por no incluir la fecha de consulta que debería de aparecer como último elemento en cada referencia bibliográfica.

- FAYA ORNIA, G. (2015): «Propuesta de clasificación de corpus textuales», en Sánchez Nieto, M.<sup>a</sup> T. et al. (coords.): *Metodologías y aplicaciones en la investigación en traducción e interpretación con corpus*. Valladolid: Universidad de Valladolid, pp. 339-356.
- FERNÁNDEZ NISTAL, P. (2003): *Aplicaciones de la Lingüística del Corpus a los Estudios de Traducción: de los estudios descriptivos al uso de los corpus en el proceso de traducción*. Ponencia presentada al I Congreso Internacional de la Asociación Ibérica de Estudios de Traducción e Interpretación. Granada, 12-14 febrero 2003.
- FUENTES RODRÍGUEZ, C. (2017): *Lingüística pragmática y Análisis del discurso*. 3.<sup>a</sup> ed. Madrid: Arco/Libros.
- GARCÍA GONZÁLEZ, J. E. (2005): «Palabra, espacio y tiempo», en Cortés Zaborras, C. y Hernández Navarro, M.<sup>a</sup> J. (coords.): *La traducción periodística*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 137-154. Escuela de Traductores de Toledo, 14.
- GARCÍA GONZÁLEZ, J. E. (1997-1998): «Anglicismos morfosintácticos en la traducción periodística (inglés-español): Análisis y clasificación». *CAUCE. Revista de Filología y su Didáctica*, 20-21, pp. 593-622.
- GARCÍA-IZQUIERDO, I. (2015): «Género Textual y Traducción», en *Enciclopedia Ibérica de la Traducción y la Interpretación* [en línea]. AIETI. Disponible en <<http://www.aieti.eu/enciclopedia/genero-textual-traduccion/el-genero-y-el-tipo-textual/>>.
- GARCÍA IZQUIERDO, I. y MONZÓ, E. (2003): «Corpus de géneros GENTT. Una enciclopedia para traductores». *Traducción & Comunicación*, 4, pp. 31-54.
- GIMENO MENÉNDEZ, F. y GIMENO MENÉNDEZ, M.<sup>a</sup> V. (2003): *El desplazamiento lingüístico del español por el inglés*. Madrid: Cátedra.
- GÓMEZ CAPUZ, J. (1998): *El préstamo lingüístico. Concepto, problemas y métodos*. Valencia: Universidad de Valencia.
- GOMIS, L. (2008): *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona: UOC.
- GONZALO GARCÍA, C. (2015): *DocuTradSo 2.0. Selección y clasificación de fuentes de información para la traducción al español* [en línea] Disponible en <<https://sites.google.com/site/docutrads20/>>.
- GRIJELMO, A. (1997): *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus.
- HERNÁNDEZ GUERRERO, M.<sup>a</sup> J. (2005): «La traducción de los géneros periodísticos», en Cortés Zaborras, C. y Hernández Navarro, M.<sup>a</sup> J. (coords.): *La traducción periodística*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 89-133. Escuela de Traductores de Toledo, 14.
- HURTADO ALBIR, A. (2001): *Traducción y traductología: Introducción a la traductología*. Madrid: Cátedra.
- INSTITUTO CERVANTES (2017): *El español: una lengua viva. Informe 2017* [en línea]. Disponible en <[https://cvc.cervantes.es/lengua/espanol\\_lengua\\_viva/pdf/espanol\\_lengua\\_viva\\_2017.pdf](https://cvc.cervantes.es/lengua/espanol_lengua_viva/pdf/espanol_lengua_viva_2017.pdf)>.
- JACQUETTE, R. (2018): «Understanding The Times. We Stand Corrected: How The Times Handles Errors», en *The New York Times* [en línea], 7 de junio. Disponible en <<https://www.nytimes.com/2018/06/07/reader-center/corrections-how-the-times-handles-errors.html>>.
- LORENZO, E. (1987): «Anglicismos en la prensa», en *Primera reunión de Academias de la Lengua Española sobre El lenguaje y los medios de comunicación*. Madrid: Real Academia Española, pp. 71-79.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (1992): *Curso general de redacción periodística*. Ed. revisada. Madrid: Paraninfo.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (1989): *El lenguaje periodístico*. Madrid: Paraninfo.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, J. (2003): «Los anglicismos ortotipográficos en la traducción». *Panace@*, IV (11), pp. 1-5.
- MEDINA LÓPEZ, J. (1996): *El anglicismo en el español actual*. Madrid: Arco/Libros.
- MIKHAILOV, M. (2016): «Trans-collocations in Parallel Corpora», en Gallego-Hernández, D. (coord): *New Insights into Corpora and Translation*. Reino Unido: Cambridge Scholars Publishing, pp. 131-144.

- MOLINER, M. (1998): *Diccionario de uso del español. A-H*. Madrid: Gredos.
- The New York Times* en Español (2017): «Diez preguntas sobre *The New York Times* en Español» [en línea], 4 de octubre. Disponible en <<https://www.nytimes.com/es/2017/10/04/diez-preguntas-esencia-les-sobre-the-new-york-times-en-espanol/?emc=eta1-es>>.
- Núñez Ladevéze, L. y Casasús, J. M<sup>a</sup> (1991): *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel.
- RAE y ASALE (2014). *Diccionario de la lengua española* [en línea]. 23.<sup>a</sup> ed. Madrid: Espasa. Disponible en <<http://dle.rae.es>>.
- RAE y ASALE (2010): *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Espasa.
- ROMERO GUALDA, M. V. (1994): *El español en los medios de comunicación*. Madrid: Arco/Libros.
- PEARSON, J. (1998): *Terms in Context*. Amsterdam: John Benjamins Publishing.
- SINCLAIR, J. (1995): «Corpus Typology: A Framework for Classification», en Melchers, G. & Warren, B. (eds): *Studies in Anglistics*. Stockholm: Almqvist and Wiksell International, pp. 17–34.
- STONE, H. (1957): «Los anglicismos en España y su papel en la lengua oral». *Revista de Filología Española*, 41, pp. 141-160.
- TAIFELLER DE HAYA, L. (2005): «La edición en inglés de un periódico español: *SUR in English*», en Cortés Zaborras, C. y Hernández Navarro, M.<sup>a</sup> J. (coords.): *La traducción periodística*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 259-287. Escuela de Traductores de Toledo, 14.
- United States Census Bureau (2016): «Hispanic or Latino Origin by Specific Origin», en *2016 American Community Survey 1-Year Estimates* [en línea] Disponible en <[https://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?pid=ACS\\_16\\_1YR\\_B03001&prodType=table](https://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?pid=ACS_16_1YR_B03001&prodType=table)>.
- VÁZQUEZ AMADOR, M.<sup>a</sup>, LARIO, M. C. y LÓPEZ, P. (2015): «Los anglicismos en la prensa deportiva de los 50». *Estudios Filológicos* [en línea], 55, pp. 157-176. Disponible en <<http://dx.doi.org/10.4067/S0071-17132015000100010>>.
- VEIGA DÍAZ, M.<sup>a</sup> T. (2016): «Compilación y explotación de un corpus ad hoc como herramienta para la adquisición de competencias específicas y transversales en el aula de traducción científica y técnica», en Gallego-Hernández, D. (coord): *New Insights into Corpora and Translation*. Reino Unido: Cambridge Scholars Publishing, pp. 41-56.
- VIDAL, J. M. (2005): «Algunas vivencias de un traductor de prensa», en Cortés Zaborras, C. y Hernández Navarro, M.<sup>a</sup> J. (coords.): *La traducción periodística*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 379-390. Escuela de Traductores de Toledo, 14.

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Tipologías textuales según Fuentes Rodríguez (2000: 136-144) .....	6
Cuadro 2. Tipologías textuales y géneros periodísticos según Fuentes Rodríguez (2000) y Escribano (2008a y 2008b) .....	9
Cuadro 3. Tipología de neologismos basada en Casado Velarde (2015), aplicada a los anglicismos .....	19

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Presentación del NYT en español (Fuente: The New York Times) .....	12
Figura 2. Ejemplos de artículos originales y traducidos (Fuente: The New York Times).....	13
Figura 3. Comparación de titulares en inglés y en español (Fuente: The New York Times).....	14
Figura 4. Vista del subcorpus 'EN' en la aplicación AntConc.....	22
Figura 5. Calco de la oración pasiva (Singer, 26/02/2018) .....	27
Figura 6. Calco de la estructura adverbio + adjetivo (Roose, 25/01/2018) .....	27
Figura 7. Calco de la estructura adverbio interrogativo + adjetivo (Roose, 07/03/2018) .....	27
Figura 8. Estilo nominal por uso del infinitivo (Roose, 25/01/2018) .....	27
Figura 9. Estilo nominal por omisión del artículo en el plural genérico (Roose, 07/03/2018).....	27
Figura 10. Género y número (Bowles, 17/01/2018) .....	28
Figura 11. Uso innecesario de la forma progresiva (Rosman, 18/02/2018).....	28
Figura 12. Calco del verbo modal y de la voz pasiva con adverbio intercalado (Isaac, 12/01/2018) .....	28
Figura 13. Uso excesivo del gerundio (Manjoo, 13/02/2018) .....	28
Figura 14. Uso del modo indicativo en lugar del subjuntivo y omisión de la preposición (Roose, 07/03/2018) .....	28
Figura 15. Uso inapropiado de la preposición por influencia del phrasal verb (Chen, 22/03/2018) .....	28
Figura 16. Mayúsculas en los titulares y en las fechas (Bowles, 17/01/2018) .....	29
Figura 17. Cifras y signos monetarios (Maheshwari, 16/03/2018) .....	29
Figura 18. Coma después de conector inicial (Collins y Dance, 23/03/2018) .....	29
Figura 19. Rayas y espacios (Chen, 22/03/2018).....	29
Figura 20. Comillas y otros signos ortográficos (Bowles, 17/01/2018) .....	29
Figura 21. Sustitución de la raya por otro signo ortográfico (Isaac, 12/01/2018) .....	29