



---

**Universidad de Valladolid**

**Grado en Español: Lengua y Literatura**

**TRABAJO DE FIN DE GRADO  
PRIMERA CONVOCATORIA JULIO 2021**

**LAS VOCES EXTRANJERAS EN LA PRENSA  
ESPECIALIZADA DEL ÁMBITO DE LA MODA**

Alba MORO FRAILE

**TUTORA ACADÉMICA: Silvia HURTADO GONZÁLEZ**

## ÍNDICE

Resumen .....	1
Abstract.....	1
Introducción.....	2
Objetivos.....	3
1. Características generales del lenguaje en la prensa escrita.....	3
1. 1. Neología y neologismos en el español.....	5
1. 1. 1. Los préstamos y extranjerismos como fenómeno lingüístico .....	7
2. La prensa especializada en moda.....	9
3. Aspectos metodológicos y presentación del corpus .....	11
4. Resultados.....	14
4. 1. Frecuencia de uso.....	15
4. 2. Lengua de procedencia .....	19
4. 3. Ámbito temático de los términos .....	22
4. 4. El empleo de la tipografía.....	28
5. Conclusiones.....	32
6. Glosario .....	34
<i>Glosario de Moda</i> .....	36
Bibliografía.....	66

# LAS VOCES EXTRANJERAS EN LA PRENSA ESPECIALIZADA DEL ÁMBITO DE LA MODA

## RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo profundizar en la relación del mundo de la moda con la lengua desde el enfoque léxico, considerando las revistas especializadas en dicho ámbito como un espacio ideal para el estudio de la creación y la innovación léxica. En efecto, el léxico es uno de los elementos más relevantes, quizá el que más, que caracteriza, en su conjunto, a este tipo de prensa. Dada la necesidad de elegir un enfoque concreto para nuestra investigación, nos centramos en estudiar la presencia de extranjerismos en tres revistas de moda actuales en el periodo comprendido entre el 1 de diciembre de 2020 hasta el 31 de enero de 2021. En el capítulo de resultados, proponemos el análisis de un corpus de extranjerismos extraídos de dichas publicaciones tanto desde un punto de vista cuantitativo como cualitativo. Además, tomando como modelo el *Glosario de la moda de la Fundéu (Fundación del Español Urgente)*, elaboramos un glosario propio con nuevos términos extraídos de nuestro corpus. Este glosario es una interesante y útil aportación al estudio y al ámbito que nos ocupa, en el que la creación de términos es incesante. En definitiva, se destaca el lenguaje de la moda como un agente activo de los procesos de cambio y transformación del lenguaje en nuestra sociedad.

## ABSTRACT

This work aims to deepen the relationship between the world of fashion and language from the lexical approach, considering specialized magazines in this area as an ideal space for the study of lexical creation and innovation. As a matter of fact, the lexicon is one of the most relevant elements, perhaps the most important one, which characterizes, as a whole, this type of press. Given the need to choose a specific approach to our research, we focus on studying the presence of foreign words in three current fashion magazines in the period from December 1, 2020 to January 31, 2021. In the results chapter, we propose the analysis of a corpus of foreign words extracted from these publications, both from a quantitative and qualitative point of view. Furthermore, using the *Fundéu's (Fundación del Español Urgente) fashion glossary as a model*, we elaborated our own glossary with new terms taken from our corpus. This glossary is an interesting and useful contribution

to the study and the area at hand, in which the creation of terms is incessant. In brief, the language of fashion stands out as an active agent in the processes of change and transformation of language in our society.

## INTRODUCCIÓN

La prensa especializada en el ámbito de la moda es una de las más seguidas por aquellos que pretenden mantenerse informados de las últimas novedades de esta industria. Por tanto, sumado a que la moda se mantiene en un constante cambio por las continuas tendencias que se ofrecen o los cambios de temporada, la prensa de moda experimenta también esa fugacidad. Es decir, lo que hoy está de moda, probablemente, mañana ya no lo esté, y las revistas eso lo plasman en sus artículos, reseñas o crónicas. Por esta razón, el tema de este trabajo recae en las voces extranjeras, uno de los ámbitos que más experimenta esos cambios de tendencias, ya que son necesarias nuevas palabras para poder definir algunas de ellas. No obstante, conviene aclarar que algunos términos se han mantenido a lo largo de muchos años, haciendo frente a todos los cambios que ha sufrido la moda. Asimismo, estas palabras que se originan en la prensa de moda muchas veces tienen posibles repercusiones en el léxico general, como las palabras *look* o *leggings*.

Para la realización de este trabajo se ha seguido una estructura que consta de dos partes. En la primera parte, teórica, se exponen los conceptos fundamentales sobre las características generales del lenguaje en la prensa escrita, la neología, el préstamo como procedimiento para el crecimiento léxico y el estado actual de la cuestión. Asimismo, también se incluye una explicación sobre la prensa especializada en moda.

En la segunda parte, práctica, se propone el análisis de un corpus de voces extranjeras extraídas de artículos *online* de revistas, de gran tirada en nuestro país, sobre moda, desde el 1 de diciembre de 2020 hasta el 31 de enero de 2021. Para este análisis se han utilizado las revistas *Vogue*, *Glamour* y *Telva* y un total de 180 artículos, es decir, 60 artículos por revista, relacionados exclusivamente con el apartado específico de moda. En un principio, estos artículos proporcionaron un corpus de 284 extranjerismos que fue sometido a dos parámetros de exclusión: el *Diccionario de la Lengua Española* (2014), como diccionario general, y el *Glosario de la moda* de la Fundéu, como diccionario específico. Tras este procedimiento, el corpus quedó reducido a 170 términos sobre el que recae el análisis de este trabajo. Este análisis se centra en el estudio de la frecuencia de uso de los

extranjerismos, la lengua de procedencia de estos términos, el ámbito temático en el que se encuentran y, por último, el empleo de la tipografía. Todo ello se ilustra, con gráficos o fragmentos de los artículos que ejemplifican la explicación dada.

Por último, otra parte importante de este trabajo es el glosario de creación propia con los términos que se han tenido en cuenta para la realización de la investigación. Se presentan en él los extranjerismos, su definición y la lengua de la que proceden, además de, en algunas ocasiones, otras informaciones de interés. Asimismo, se ofrece información visual que puede resultar muy esclarecedora para la comprensión de los términos descritos en este glosario.

## **OBJETIVOS**

El objetivo general de este trabajo es investigar las voces extranjeras encontradas en tres revistas de moda actuales en el periodo comprendido entre el 1 de diciembre del 2020 y el 31 de enero del 2021. Para conseguir dicho objetivo general, se plantean los siguientes objetivos específicos:

1. Crear un corpus propio de extranjerismos en un número determinado y significativo de ejemplares de la prensa especializada en moda.
2. Analizar estos extranjerismos tomando como parámetros su frecuencia de uso, la lengua de origen, el ámbito temático y sus características formales.
3. Ampliar el glosario de moda de la *Fundéu* con los términos procedentes de nuestro corpus.

## **1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL LENGUAJE EN LA PRENSA ESCRITA**

En este apartado, se lleva a cabo una reflexión teórica general del lenguaje de la prensa para detenernos después en la estrecha relación existente entre una de estas características (la expuesta en tercer lugar) y el ámbito especializado en el que se centra nuestro trabajo. Hay que señalar, antes de nada, que existen dos perspectivas de análisis para el objeto que nos ocupa. En primer lugar, desde un punto de vista normativo-correctivo, se examinan los errores y usos equívocos, tomando como referencia las obras normativas actualmente vigentes. En segundo lugar, desde el punto de vista descriptivo, se pueden extraer una serie de rasgos que definen el uso especial de la lengua a partir del análisis de textos periodísticos.

Partiendo de una visión descriptiva del lenguaje en la prensa escrita, y siguiendo la exposición de Hurtado González (2003: 13-21), se pueden señalar tres características generales de la prensa escrita: «nido de lenguajes», expresión que toma la autora mencionada de Hernando (1990), metalenguaje e innovación y creatividad. A continuación, explicamos brevemente qué hay que entender exactamente en cada uno de estos rasgos.

La primera característica hace referencia a la capacidad del lenguaje periodístico para recoger y fusionar elementos propios de otras variedades o registros lingüísticos, lo que se explica por el hecho de que el periódico «es un espacio de colaboración e inferencias con diferentes disciplinas en respuesta a la creciente complejidad de la realidad. De ahí la diversidad existente en este tipo de comunicación y las dificultades para establecer fronteras» (Hurtado González, 2003: 13). De fronteras hablamos a continuación.

Lázaro Carreter (1977) diferencia tres fronteras en la prensa independiente de información general: el lenguaje literario, el lenguaje administrativo y político y el lenguaje coloquial-vulgar. El sesgo literario se observa en la prensa cuando «el periodista acude a recursos típicamente literarios como la selección de palabras de una gran intensidad semántica o el empleo de imágenes que impregnan de epicidad el relato» (Hurtado González, 2003: 14). Por su parte, el aspecto administrativo y político se aprecia cuando hay «función críptica o de ocultamiento significativo tanto por lo que respecta al sentido de los términos utilizados como por la ambigüedad de las frases» (Hurtado González, 2003: 16). Así, aparecen en la prensa rodeos, tecnicismos, términos abstractos, eufemismos o extranjerismos, entre otros, que restan transparencia a la información en determinados textos periodísticos.

Finalmente, también puede haber reflejos del lenguaje coloquial, debido a que los periodistas lo usan para «llegar a más público y alcanzar mayor intensidad en el acto comunicativo» (Hurtado González, 2003: 17).

La segunda característica del uso del lenguaje en la prensa es el *metalenguaje*, que se puede apreciar tanto en «la serie de escritos sobre el lenguaje y la lengua que aparecen en las páginas de los diarios» (Hurtado González, 2003: 20) como en «todos los procedimientos de que dispone la lengua para la transmisión de la palabra ajena» (Hurtado González, 2003: 20).

Por último, la tercera característica, que resulta ser el eje central de nuestro trabajo, es la innovación y la creatividad presentes en los textos periodísticos. Es en el léxico concretamente donde los periodistas pueden plasmar de la mejor manera su inventiva a la hora de crear nuevos términos, ya que «el ámbito léxico-semántico es el principal exponente del potencial creativo del lenguaje en la prensa» (Hurtado González, 2003: 18), lo que nos lleva a considerar algunas de las cuestiones más relevantes en relación con los neologismos.

### **1. 1. Neología y neologismos en el español**

La inclusión de nuevas palabras en el vocabulario de los hablantes es constante, especialmente porque el mundo está sometido a cambios continuos que provocan la creación o adopción de palabras que son necesarias para nombrar nuevas realidades o también para nombrar cosas, ya existentes, de otra manera.

Estas nuevas creaciones léxicas se conocen como neologismos. Según el *Diccionario de la Lengua Española*, se entiende por neología el «proceso de formación de neologismos» y el estudio de estos y, por tanto, neologismo es el «vocablo, acepción o giro nuevo en una lengua». Es decir, un neologismo es el resultado de ese proceso de formación de palabras nuevas.

En opinión de Romero Gualda, «la capacidad del hablante para formar palabras en su propio idioma está movida por dos necesidades distintas: la de dotar de nombre a un nuevo referente [...] y la de expresar y expresarse de modo distinto» (Romero Gualda, 2002b: 344). En este sentido, se establece una diferenciación entre neologismos estilísticos y neologismos denominativos. Por un lado, los estilísticos, teniendo en cuenta la función del lenguaje con la que están relacionados, son «las creaciones que responden fundamentalmente a las necesidades expresivas del autor y que contribuyen a la función poética del texto» (Romero Gualda, 2002b: 345), por lo que la neología estilística «está fundada en la búsqueda de la expresividad de la palabra en sí misma para traducir ideas no originales de una manera nueva; para expresar de manera inédita una cierta visión personal del mundo» (Guerrero Ramos, 1997: 17). Por lo tanto, esta neología está estrechamente relacionada con la habilidad de creación lingüística del hablante.

Por otra parte, los neologismos denominativos presentan una especial relación con la función referencial del lenguaje porque, como su propio nombre indica, tienen una intención denominativa. De esta manera resulta más esperable su inclusión en el diccionario. En palabras de Romero Gualda, son aquellos «cuyo objetivo es dar nombre a un nuevo referente» (2002b: 346). Asimismo, también hay que tener en cuenta que esta neología denominativa se caracteriza por no residir «en el deseo de innovación sobre el plano de la lengua, sino en la necesidad de dar un nombre a un objeto, a un concepto nuevo» (Guerrero Ramos, 1997: 17).

Establecida esta primera distinción, Guerrero Ramos se refiere a otra posible clasificación de los neologismos:

Ante las nuevas realidades de cada día, la lengua solo tiene una salida: incorporar un elemento léxico en su sistema que dé cuenta de cada concepto, bien mediante la creación de un nuevo término (neologismo formal), bien mediante la adopción o adaptación de una forma extranjera (préstamo) o bien mediante la aplicación significativa de dicho concepto a una forma ya existente (neologismo semántico) (Guerrero Ramos, 1997: 7).

Así, desde este otro punto de vista, se puede distinguir entre neología formal o de forma, neología de sentido, de contenido o semántica y neología de préstamo, si bien esta última no es considerada como neología propiamente dicha por todos los estudiosos.

En primer lugar, la neología formal se puede definir como «la fabricación de nuevas unidades léxicas a partir de elementos que pertenecen a un sistema morfológico de la lengua en cuestión, o a sistemas extranjeros antiguos (latín, griego, etc.) o actuales (inglés, alemán, etc.)» (Guerrero Gualda, 1997: 20). En ella se crea un nuevo significante o, de forma conjunta, un significante y un significado nuevo.

En segundo lugar, la neología semántica es la utilización de «un término ya existente en la lengua con un contenido semántico nuevo. Este contenido puede ser una noción totalmente nueva o puede haber estado expresado antes por otro término» (Guerrero Ramos, 1997: 19). Es decir, se daría un caso particular de polisemia «con un rasgo diacrónico de novedad en el empleo, es decir, en el sentido» (Guerrero Ramos, 1997: 19).

Y, en tercer lugar, la neología de o por préstamo se basa en «transferir a una lengua un elemento léxico ya formado, perteneciente a una lengua extranjera viva (inglés, ruso, alemán, etc.) o a una lengua muerta (latín, griego, sánscrito, etc.)» (Guerrero Ramos, 1997: 20). En el siguiente epígrafe, nos detenemos en este tipo de neología por préstamo.

Los extranjerismos o préstamos merecen especial atención en este trabajo, ya que el objetivo principal es el análisis de estos elementos en el periodismo especializado en la moda, por lo que es necesario aclarar y establecer unas mínimas distinciones en torno a esta cuestión.

### **1. 1. 1. Los préstamos y extranjerismos como fenómeno lingüístico**

Una forma de ampliar el léxico de una lengua es la adopción de voces de otros idiomas, que puede ser considerado como un recurso más de la neología formal. En palabras de Romero Gualda, «en los tipos de procedimientos para acrecentar el caudal léxico de una lengua, citamos el préstamo como aquel procedimiento que acude a lenguas extranjeras para la incorporación de nuevas voces a la lengua» (2002a: 409). Sin embargo, es muy importante tener en cuenta que el caso de los neologismos por préstamos es particular, ya que no se está creando un signo nuevo, sino que se está adquiriendo uno que ya tiene expresión y contenido en otra lengua. Además, en el préstamo se da una relación interlingüística, porque se incorpora una voz extranjera que demanda un proceso de adaptación que no siempre sucede.

En este punto, conviene distinguir qué se entiende por extranjerismo y por préstamo. Para ello, tomamos como referencia la *Ortografía de la lengua española* de la RAE y la ASALE (2010). Esto es, nos interesa considerar qué postulan las academias e instituciones de la lengua acerca de los extranjerismos y sus posibles formas y usos.

La Ortografía académica señala que las voces extranjeras procedentes del contacto que surge entre lenguas son denominadas *extranjerismos* o *préstamos*, ya sean estas para nombrar nuevas realidades o para intentar sustituir términos ya existentes en la lengua de destino. Tras su llegada a una lengua, la palabra se va filtrando en el habla común y, por tanto, hay que tener en cuenta que «por un lado hay préstamos cuya forma es la de la lengua modelo y por otro hay préstamos adaptados a las pautas de la lengua receptora» (Gómez Capuz, 2005: 14). Surge de esta manera la oposición entre *préstamo* o *extranjerismo adaptado* y *extranjerismo crudo* o *no adaptado*.

En primer lugar, con el término *extranjerismo crudo* «se suelen designar aquellas voces procedentes de una lengua extranjera que mantienen la grafía original y son sentidas por los hablantes como extrañas al sistema lingüístico» (Romero Gualda, 2002a: 411) del

español. Por tanto, se llega a la conclusión de que el extranjerismo crudo es la voz de otro idioma que es utilizada en el español sin que haya sufrido un proceso de adaptación para adecuarse a las normas de la lengua de destino.

En segundo lugar, se puede hablar de *préstamo* o *extranjerismo adaptado* cuando, tras generalizarse una voz extranjera para la que no existe un término equivalente válido, o sí, su fijación es tan grande en el uso que lo más probable es que acabe siendo integrada en el sistema gráfico, fonológico y morfológico propio de la lengua receptora. De esta manera lo que se consigue es que no se asienten en el español sonidos o grafías ajenas a nuestro sistema ortográfico. Ahora bien, es la Real Academia Española, junto con el resto de las que con ella integran la Asociación de Academias de la Lengua Española, la que establece los procesos de adopción de extranjerismos para que su incorporación responda a nuevas necesidades expresivas y se produzca dentro de los moldes de nuestra lengua.

También hay que decir que las propuestas de adaptación se aplican sobre los extranjerismos necesarios o ya plenamente arraigados en el uso (recuérdese lo dicho anteriormente sobre la neología denominativa y la neología estilística, división aplicable a las unidades que nos ocupan). Por lo tanto, las Academias hacen propuestas de adaptación o sugieren el empleo de equivalencias en español, sin dejar de reconocer aquellos que se han asentado en el uso con su grafía y pronunciación originarias.

A continuación, se resumen las normas que deben seguirse en los textos españoles a la hora de escribir voces o expresiones procedentes de otras lenguas, según se trate de extranjerismos crudos o de extranjerismo adaptados.

Aquellas voces extranjeras que no hayan sido adaptadas a las normas ortográficas del español, y que además se pronuncian según el idioma de origen, deben escribirse siempre con una marca gráfica que señale su condición de palabra propia de otra lengua. Estas marcas deben ser la cursiva en la escritura tipográfica, si el texto base está en redonda, o entre comillas en los textos manuscritos.

Por su parte, los extranjerismos que sí se han adaptado al español y que, por tanto, ya pertenecen a nuestro caudal léxico, no deben marcarse gráficamente de ninguna manera porque no presentan problemas de inadecuación gráfica o de pronunciación con el español.

Estos extranjerismos adaptados lo son debido a la difusión que han alcanzado y este poder de difusión le corresponde, en gran medida, a los medios de comunicación. En este

sentido, la prensa especializada en moda, de la que nos ocupamos a continuación, desempeña un importante papel, como se verá en el apartado de los resultados.

## **2. LA PRENSA ESPECIALIZADA EN MODA**

Actualmente, los medios de comunicación son una de las vías principales de divulgación de conocimiento, es decir, todos los temas o asuntos llegan a ser tratados, en mayor o menor medida, por el periodismo. Por tanto, dado que vivimos en un mundo en el que hay muchas cuestiones que tratar y de las que es fundamental mantenerse informado, existen los periodistas especializados, que son los encargados de transmitir esos conocimientos que tienen los verdaderos expertos en la materia, como científicos, médicos, escritores o economistas, entre otros muchos. Se crea así un vínculo entre el conocimiento y la sociedad y, además, un periodismo de calidad y caracterizado por el rigor y la solidez de conocimientos.

El periodismo especializado consiste en informar, expresar y divulgar, a través de los medios de comunicación, aspectos específicos de áreas determinadas y concretas, valiéndose de las técnicas básicas periodísticas de investigación, redacción y divulgación. A diferencia del periodismo generalista, la especialización periodística se da cuando los profesionales de este sector «se ubican en áreas o secciones, tienen menor movilidad entre ellas y van adquiriendo o aumentando una especialización» (Herrero Aguado, 2013: 14). Por tanto, para que un texto se considere «especializado», el periodista no debe ampararse solo en que el artículo esté centrado en un área precisa, sino que además debe haber un rigor en la estrategia de composición del texto.

En lo que concierne a este trabajo, nuestro interés se centra en el periodismo especializado en moda. La moda no debe ser mirada desde una visión crítica o despectiva, que interpreta esta industria, este mundo, como superficial, vacío o simple. La moda es mucho más que ir a una tienda y comprar ropa para luego ponérsela de la forma que se considere más oportuna. Y es importante mencionar que todos, en mayor o menor medida, somos seguidores de las tendencias que un día creó un diseñador en su atelier o taller.

Asimismo, la moda no es solo el diseño, la confección, el hacer realidad algo que estaba en la imaginación del diseñador o modisto y la puesta en escena de las colecciones en las pasarelas. También lo es la organización de eventos, la publicidad, el *marketing* (el conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de

la demanda), la fotografía, el trabajo de los estilistas, maquilladores y peluqueros, el *merchandising* (la técnica comercial para establecer correcciones o nuevos desarrollos a un producto, una vez que se encuentra en el mercado, y también el conjunto de productos publicitarios para promocionar una marca, un artista, etc.), la labor de las relaciones públicas, los *community manager* (el profesional responsable de construir y administrar la comunidad *online* y gestionar la identidad y la imagen de marca, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes), los *personal shoppers* (la persona que ayuda a sus clientes a elegir y comprar las prendas más adecuadas según sus gustos, tipo de cuerpo, estilo de vida, trabajo, nivel económico, etc.), los *coolhunter* (el profesional que se dedica a hacer predicciones sobre los cambios en las tendencias) y los modelos. Pero en el mundo de la moda también hay cabida para la comunicación. La prensa de moda es una de las más importantes en el mundo y constituye una de las vías esenciales de las firmas y diseñadores para dar a conocer el fruto de su esfuerzo y trabajo.

Por lo tanto, la moda es una de las industrias que más dinero mueve en el mundo, ya que su trabajo no se reduce solo al sector textil, sino que, como se acaba de mencionar, es muy destacada la labor de la comunicación. La simbiosis entre diseñadores y periodistas es necesaria porque comparten una misma misión: crear y comunicar.

El comunicador especializado en moda tiene que saber historia de la moda, de los diseñadores, de las tendencias, tiene que conocer y dominar todo lo que rodea ese mundo para poder explicar, argumentar, comparar o valorar. Gracias a una buena formación, los periodistas adquieren unos sólidos conocimientos para que, como expertos, sean ellos los que realicen las crónicas, entrevistas, críticas, reportajes o artículos. Porque, además, la labor del periodista especializado «no es solo informar sino también formar a los públicos en la medida que promueve una actitud crítica y reflexiva ante la información» (Pérez Curiel, 2013: 251). De esta manera también se evitará que un periodista generalista pueda provocar malestar por la «falta de documentación, de información, de lenguaje técnico o [por] la visión sensacionalista y frívola con que los medios tratan a menudo los temas sobre moda» (Pérez Curiel, 2013: 251).

Por otra parte, el binomio prensa y moda no es de ahora; tuvo su nacimiento a principios del siglo XVIII cuando «cambia el tratamiento dado a la moda y esta empieza a aparecer en las revistas ilustradas, entre ellas, las revistas dirigidas a la mujer que han tenido una enorme importancia porque han reflejado los cambios y conquistas de la mujer

a través de los tiempos» (Pérez Curiel, 2013: 254). En un primer momento, los apartados sobre moda en las revistas de mujeres estaban junto a secciones sobre labores o cocina, pero actualmente su sitio se encuentra en las secciones sobre sociedad y cultura, lo que evidencia la importancia que la moda ha experimentado como referente histórico y cultural. Así lo expresa Pérez Curiel: la prensa de moda ocupa «cada vez un espacio temático mayor alcanzando en ocasiones la calificación de sección por su coherencia temática, las fuentes expertas, el lenguaje técnico específico y la labor de un periodista especializado» (Pérez Curiel, 2013: 259).

Por su parte, los países pioneros en la publicación de revistas sobre moda dirigidas especialmente a las mujeres fueron Inglaterra, con *Lady Journal*, y Francia, con *Le journal des dames*, *Le courrier de le mode* o *Cabinet des modes*.

Sin embargo, la revista que desde su inició y hasta nuestros días, ha marcado un antes y un después en el mundo de la comunicación de moda es *Vogue*, que apareció en Estados Unidos en 1892, aunque es a partir del siglo XX cuando se incrementa el nacimiento de las grandes revistas especializadas en moda. Tras la Segunda Guerra Mundial, llegan a España revistas de grupos internacionales como *Vogue*, *Elle*, *Marie Claire*, *Woman* o *Cosmopolitan*. Pero España no solo se nutrió de lo extranjero, sino que aquí se fundó en 1963 la revista *Telva*, que «cuenta con la ventaja de conectar más directamente con las aspiraciones de la mujer española» (Pérez Curiel, 2013: 255).

### **3. ASPECTOS METODOLÓGICOS Y PRESENTACIÓN DEL CORPUS**

La investigación de este trabajo se basa en ese lenguaje técnico que, aparte de por un comunicador, también es entendido por un buen conocedor y seguidor de la moda. El número de palabras específicas de esta industria es incalculable, pero entre todas ellas, destacan con gran relevancia aquellas que son utilizadas en todo el mundo por igual, es decir, las que son adoptadas por los hablantes sin hacer ningún cambio porque han surgido en un área concreta. La mayoría de estas palabras son extranjerismos, especialmente del inglés y del francés, dado que estos, junto con el italiano, aunque en menor medida, son los idiomas que mueven el mundo de la moda desde siempre.

Para poder estudiar esos préstamos que las revistas de moda en España utilizan día a día, se han escogido, de forma aleatoria, 180 artículos (60 artículos por revista), correspondientes a las fechas que van desde el 1 de diciembre de 2020 hasta el 31 de

enero de 2021, de las revistas *Vogue*, *Telva* y *Glamour*, en su versión *online*. La elección de la revista *Vogue* se debe a que es una de las más importantes en todo el mundo y, además, una de las más longevas. Su relevancia es tan grande que es considerada la Biblia de la moda. Por su parte, la preferencia por *Telva* no solo se basa en su gran potencial en el ámbito al que se dedica, sino también en que es una revista fundada en España. Y, por último, la selección de *Glamour* también se justifica por su buen contenido, aparte de por presentar un aire más informal y juvenil, especialmente si se la compara con *Vogue*.

El límite temporal establecido, que abarca desde el 1 de diciembre del 2020 hasta el 31 de enero de 2021, se basa, por un lado, en los tiempos que marca el planteamiento y la realización de este Trabajo de Fin de Grado; pero, por otro lado, se justifica porque, al tratarse de los meses que cierran y abren años diferentes, no solo aparecen artículos sobre las mejores prendas para las fiestas de Navidad, sino que se trata de momentos muy significativos en la moda porque se lleva a cabo una recopilación de las tendencias que se han llevado durante el año, de las que se llevarán en el año nuevo y de las que se dejan atrás por completo.

Gracias a esos 180 artículos seleccionados, se pudo recoger un total de 284 extranjerismos únicamente en el apartado específico de moda, donde se tratan temas como tendencias, *street style*, *looks*, accesorios, desfiles, alfombras rojas, semanas de la moda, etc. Es decir, se han descartado por completo aquellas secciones dedicadas a belleza, cultura, salud, cocina o decoración.

Cuando se recopiló todo el corpus, este fue trasladado a dos documentos de Excel para el correcto y ordenado tratamiento de los datos. Uno de ellos estuvo centrado exclusivamente en saber cuántos extranjerismos diferentes llega a utilizar cada revista y el número de veces total en las que se ha documentado el uso de un extranjerismo, mientras que en el otro se reunió el número de extranjerismos sancionados y no sancionados por el *Diccionario de la Lengua Española* (2014), cuántos de ellos están adaptados y cuántos no y el idioma de procedencia de estos. Sin embargo, el estudio de los términos extraídos de los artículos no se va a hacer sobre las 284 palabras, sino sobre 170. Esta cifra, más reducida, se debe a que el corpus total (284) ha sido sometido a dos parámetros de exclusión. Tomando como diccionario general el *Diccionario de la Lengua Española* y como especializado el *Glosario de la moda* de la Fundéu, se han excluido aquellas palabras sancionadas en el primero y tenidas en cuenta en el segundo. De esta

manera, el presente trabajo se basa en los términos que no han sido sometidos oficialmente a estudio por instituciones tan importantes para el español como las mencionadas.

Con todos estos datos que proporcionan las tablas de Excel se han elaborado los correspondientes gráficos de barras o circulares, lo que permite tratar la información con claridad y rigor.

Antes de abordar el estudio de los préstamos encontrados en las tres revistas de moda seleccionadas para la realización de la investigación, conviene conocerlas mejor. Es importante mencionar que estas revistas tienen una versión digital que es actualizada día a día con publicaciones y una versión mensual en papel, que no coincide siempre con la edición *online*.

La revista *Vogue España* vio la luz en abril de 1988 con la icónica Cindy Crawford en portada. Actualmente, la edición española de la revista de moda más influyente del mundo cuenta con 33 años de historia. En ella han posado modelos de renombre como Cindy Crawford, Linda Evangelista, Kate Moss, Heidi Klum, las hermanas Bella y Gigi Hadid o Irina Shayk. Sus páginas han sido copadas por personalidades tan ilustres en el mundo de la moda como Giorgio Armani, Karl Lagerfeld, Manolo Blahnik o Carolina Herrera y, además, como dato curioso, hay que mencionar que grandes escritores como Gabriel García Márquez o José Saramago, han escrito en exclusiva para esta revista.

Su público, aparte del hecho obvio de que tiene que estar interesado en moda y saber sobre ella, no está totalmente definido, pero es especialmente femenino.

Esta revista pertenece al grupo editorial Condé Nast España, que está también integrado por las revistas *AD (Architectural Digest)*, *GQ*, *Vanity Fair*, *Traveler* y *Glamour*.

Por su parte, *Glamour España*, como se ha mencionado, también pertenece a Condé Nast. Esta, a diferencia de *Vogue*, está dirigida a un público más joven, de entre 18 y 34 años, aunque las mujeres siguen siendo sus potenciales lectoras. *Glamour* surgió en nuestro país en el año 2002 y es una de las grandes revistas de moda en España. A pesar de estar a punto de cumplir veinte años, por su portada y sus páginas han pasado grandes personalidades del mundo de la moda, tanto nacionales como internacionales, y de otros ámbitos como el cine o la música, como, por ejemplo, las modelos Blanca Padilla, Nieves Álvarez, Naomi Campbell, Miranda Kerr o la *influencer* Chiara Ferragni, sin olvidar las

actrices Úrsula Corberó, Elsa Pataky, Blake Lively o Elle Fanning y cantantes como Beyoncé o Rihanna.

Por último, *Telva* se caracteriza por tener sello español, ya que se fundó en nuestro país en el año 1963. Pertenece al Grupo Unidad Editorial, en el que se inscriben también diarios como *El Mundo*, *Marca* o *Expansión* y revistas y semanarios como *El Cultural* o *Yo Dona*. Al igual que las revistas anteriores, los potenciales lectores de esta publicación son las mujeres; pero, a diferencia de *Glamour*, *Telva* tiene un público más parecido al de *Vogue*, es decir, más maduro. Sin embargo, hay que insistir en que cualquier apasionado y conocedor de la moda puede adentrarse en cualquier revista de este ámbito sin importar la edad.

En sus casi cincuenta y ocho años de historia, no ha tenido en portada a grandes personalidades, como sí las anteriores, pero son destacadas aquellas en las que hay famosas como la actriz Gwyneth Paltrow, Penélope Cruz, las modelos Heidi Klum y Lily Aldridge o aquella en la que cuenta con nueve de las *instagrammers* o *influencers* más famosas de España. Así, por lo que especialmente destaca esta revista es por estar a la vanguardia de lo español, es decir, como se dice en esta industria, de lo *made in Spain*, en moda especialmente, pero también en otros ámbitos como el cine, la literatura, la música, la decoración y otras artes.

#### **4. RESULTADOS**

A continuación, habiendo expuesto la parte teórica del presente trabajo, en este epígrafe nos ocupamos de la parte práctica, es decir, del análisis del corpus recogido para el estudio.

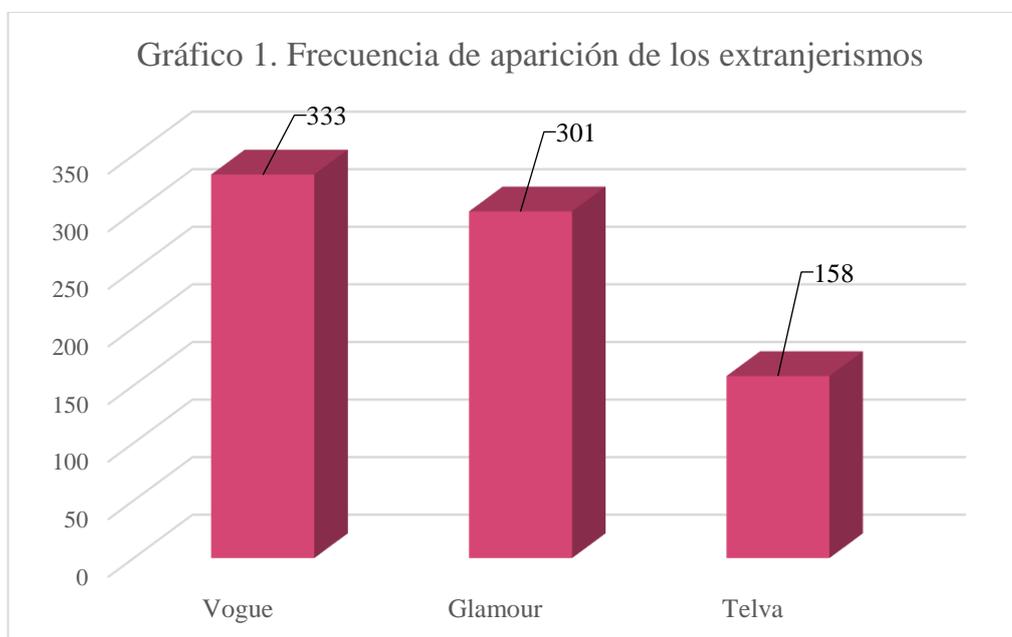
En primer lugar, se analiza la frecuencia de uso de los extranjerismos encontrados en las tres revistas del ámbito de la moda. Posteriormente, se tienen en cuenta las lenguas de procedencia de estas voces extranjeras. En tercer lugar, se consideran los ámbitos temáticos en los que se enmarcan los extranjerismos recopilados. Y, por último, se comprueba el respeto a las reglas tipográficas de escritura, anteriormente expuestas, de voces extranjeras.

En este trabajo se sigue la convención de marcar los ejemplos con cursiva, independientemente de si deben escribirse en cursiva por su condición de extranjerismos crudos o si deben ir en redonda por tratarse de préstamos adaptados. Sin embargo, para

los ejemplos citados en contexto, se respeta la escritura original del texto en la fuente citada, aunque, para destacarlos, se emplea la negrita.

#### 4. 1. Frecuencia de uso

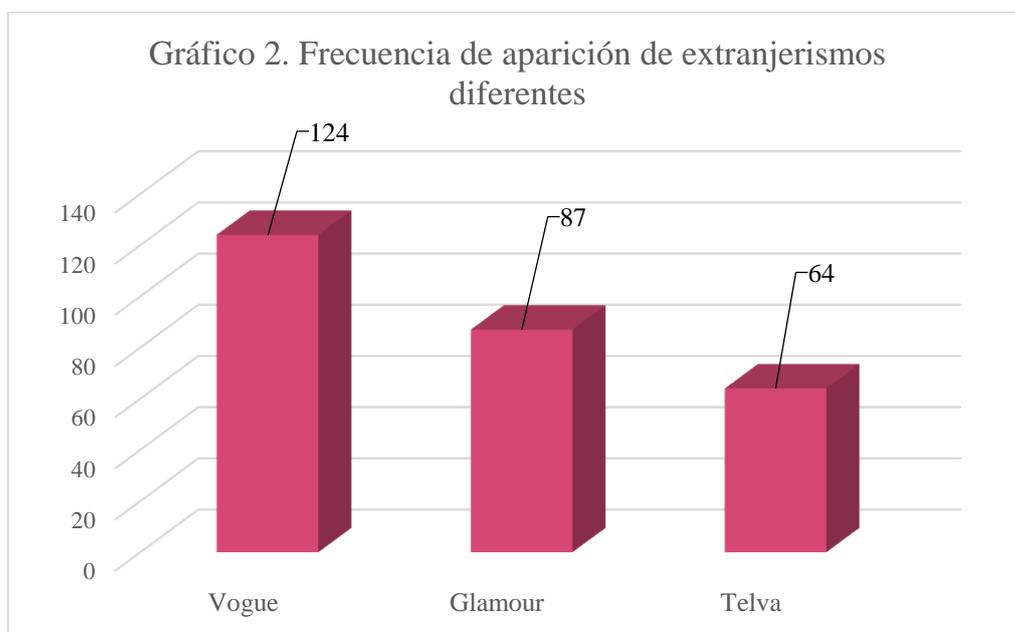
Tras la lectura y posterior recopilación de los 180 artículos seleccionados, se ha comprobado que el uso de voces extranjeras en las revistas de moda españolas es cuantioso. Sin embargo, las tres revistas escogidas (*Vogue*, *Glamour* y *Telva*) no presentan la misma frecuencia en el uso de extranjerismos: dos de esas revistas utilizan más extranjerismos que la otra, como se puede ver en el siguiente gráfico.



Como se aprecia en este gráfico, es la revista *Vogue* la que más veces requiere la inclusión de un extranjerismo en sus artículos sobre moda, en concreto, se registran 333 (42%). En segundo lugar, está la revista *Glamour*, con 301 (38%) ocurrencias, y, en tercer lugar, *Telva*, con 158 (20%). Es importante mencionar que esta última revista es la de origen español; por tanto, se aprecia un gusto mayor por el vocabulario nacional que en las otras, ya que su dato está en torno a la mitad de los números de *Vogue* y *Glamour*. Así, como *Telva* es menos propensa al empleo de extranjerismos, no hay un equilibrio en la frecuencia de uso de estos en las tres revistas.

En total, el número de veces que se usan extranjerismos es 792, una cifra considerablemente alta.

No obstante, aunque se ha constatado que las tres revistas no están equilibradas en el número de veces que recurren a palabras foráneas, sí muestran una proporción más afín en el número de extranjerismos diferentes que utilizan. Teniendo en cuenta lo que nos muestra el siguiente gráfico, tanto *Vogue*, como *Glamour* y *Telva* se mantienen, más o menos, dentro de unos parámetros similares. A pesar de esto, *Vogue* sigue siendo la revista que encabeza el gráfico, ya que llega a utilizar 124 extranjerismos diferentes en los 60 artículos seleccionados. Es decir, de los 170 términos que forman el corpus, *Vogue* usa 124. Mientras, en *Glamour* y *Telva* se documentan 87 y 64 voces extranjeras distintas, respectivamente.



Como se puede comprobar, sabiendo que el corpus ha sido sometido a dos parámetros de exclusión, el *Diccionario de la Lengua Española*, por un lado, y el *Glosario de la moda* de la Fundéu, por otro, los extranjerismos a los que tienen que recurrir las revistas pueden considerarse necesarios en la mayoría de las ocasiones, ya que, al ser préstamos no sancionados ni adaptados por la Academia, no tienen un término equivalente en español que pueda sustituirlo. Es el caso, por ejemplo, de *bradigan*, palabra compuesta por dos términos del inglés (*bra* ‘sujetador’ y *cardigan*) o *platforms*, creada a partir del juego de palabras entre *flat* (‘plano’) y *platform* (‘plataforma’). También se puede

apreciar en *athleisure*, *bralette*, *canalé*, *furry* o *tomboy*, para los que no existe una palabra española equiparable a la extranjera, de tal manera que el uso de estos términos foráneos tiene como principal justificación la neología denominativa.

Sin embargo, en el corpus recogido se observan casos en los que nuestra lengua tiene una palabra equivalente a la extranjera y no es empleada, como es el caso de *army* por ‘militar’, *loafers* por ‘mocasines’, *print* por ‘estampado’ o *trench* por ‘gabardina’. Por tanto, la elección de este tipo de préstamos no necesarios en las revistas de moda se debe especialmente a razones de estilo.

Por otra parte, en algunas ocasiones también se prefiere la utilización de la voz extranjera cuando la expresión equivalente española no proporciona el mismo efecto en la lectura o no es considerado un sustituto claro y conciso. Por ejemplo, para *cowboy* se podría decir ‘vaquero’, para *dress code*, ‘código de vestimenta’, para *layering*, ‘superposición de prendas’, para *slingback*, ‘bailarina destalonada’ o para estética *working*, ‘estética trabajadora’, pero no crean en el lector de revistas de moda la misma sensación que el extranjerismo, por lo que serían también neologismos estilísticos.

Conviene apuntar que hay términos sancionados por la Real Academia que conforman el corpus y el glosario de este trabajo. Esto se debe a que el significado que se recoge en el *Diccionario de la Lengua Española* no es el que tiene en las revistas de moda. Es el caso de las palabras *baguette*, *banana*, *béisbol*, *culottes*, *espagueti*, *heavy*, *hippie*, *hippy*, *jogging*, *lady*, *punk*, *rugby* y *toffee*.

Por ejemplo, las palabras *baguette*, *banana*, *espagueti* y *toffee* no tienen nada que ver con los alimentos, sino que los dos primeros hacen referencia a dos tipos de bolso que, por su forma, se han denominado así; se dice que una prenda tiene «tirantes espagueti» cuando parecen ese tipo de pasta; y *toffee* es un tipo de color marrón como el de estos caramelos, no el propio caramelo. Por su parte, los términos *heavy*, *punk*, *béisbol*, *rugby*, *hippie* y *hippy*, en el corpus, no aluden a la música, al deporte o al movimiento de la década de los 60, sino que se refieren a la ropa inspirada en ellos. De la misma manera que con *jogging* no se hace referencia a la actividad deportiva, sino a una prenda que tiene «un corte *jogging*» porque imita la ropa que se utiliza para la práctica de este deporte; los *culottes* no son un tipo de braga femenina o el pantalón ciclista, sino el pantalón ancho que acaba a una altura entre la rodilla y el tobillo; y *lady* (documentado también con la forma *ladylike*) denomina una tendencia caracterizada por la atemporalidad y la

feminidad, por lo que no se refiere al tratamiento que se le da a una mujer de clase alta británica.

Es importante mencionar, con relación a estos términos, que aquellas adaptaciones hechas por la Academia no son utilizadas, en su mayoría, por las revistas de moda. Es decir, en los artículos se registran *culotte*, pero no *culote*; *hippie* y *hippy*, pero no *jipi*; y *toffee*, pero no *tofe*.

Asimismo, dentro de este epígrafe, que se centra en la frecuencia de uso de las voces extranjeras, conviene observar cuáles son las palabras que más se han repetido en los artículos seleccionados. Esto es importante porque mientras que hay extranjerismos que únicamente se han documentado una vez, como *blanket dressing*, *carrot pants*, *fashionista*, *ripped* o *underboob*, hay otros que se han documentado hasta en veinte, treinta e, incluso, en cincuenta ocasiones. En el siguiente listado, se consignan los diez extranjerismos más utilizados y un ejemplo del contexto en el que se utilizan. Como ya hemos adelantado, se ha respetado en estos ejemplos la tipografía encontrada en las revistas, aspecto del que nos ocuparemos más adelante.

Voz extranjera	N.º de veces documentada	Contexto
<i>Midi</i>	50	La intérprete [Sienna Miller] recurre a una falda <b>midi</b> de color marrón, el eterno jersey de cuello alto y una blazer clásica. ( <i>Telva</i> , 10-XII-20)
<i>Joggers</i>	31	En el año en que rescatamos el chándal de terciopelo y consideramos los <b>joggers</b> grises como los nuevos pantalones de esmoquin. ( <i>Glamour</i> , 7-XII-20)
<i>Insider</i>	24	Una opción infalible es añadir a un look sencillo [...] los zapatos que triunfan entre las <b>insiders</b> desde hace varias temporadas: los botines <i>dark</i> . ( <i>Vogue</i> , 19-I-21)
<i>Print</i>	22	Es una de nuestras faldas favoritas [...]. Se trata de un modelo al tobillo, preferiblemente en negro, y con un <b>print</b> geométrico o floral. ( <i>Telva</i> , 29-XII-20)
<i>Trench</i>	22	Camaleónico como pocas prendas de abrigo, el <b>trench</b> o gabardina ha sabido sobrevivir al paso del tiempo [...] gracias a su poder de adaptación. ( <i>Vogue</i> , 16-XII-20)
<i>Flare / Flared</i>	21	Si vas a atreverte con esta prenda, que sea con el modelo <b>flare</b> combinado con una americana y unas deportivas. ( <i>Glamour</i> , 14-XII-20)

<i>Cashmere</i>	20	Y, además, funciona tanto con jerséis de <i>cashmere</i> como con camisas minimalistas. ( <i>Vogue</i> , 29-I-21)
<i>Camel</i>	19	Los colores varían, pero los beis, arena o <b>camel</b> son un valor seguro. ( <i>Vogue</i> , 10-XII-20)
<i>Paper bag</i>	16	Hace ya unos cuantos inviernos que el pantalón <i>paper bag</i> irrumpió en nuestros armarios con la misma vehemencia que los <i>slouchy</i> . ( <i>Glamour</i> , 25-XII-20)
<i>Comfy</i>	15	Ligados a la estética <b>comfy</b> que triunfa desde que la comodidad se ha convertido en la tendencia prioritaria, los vestidos de punto inundan las tiendas. ( <i>Telva</i> , 27-I-21)

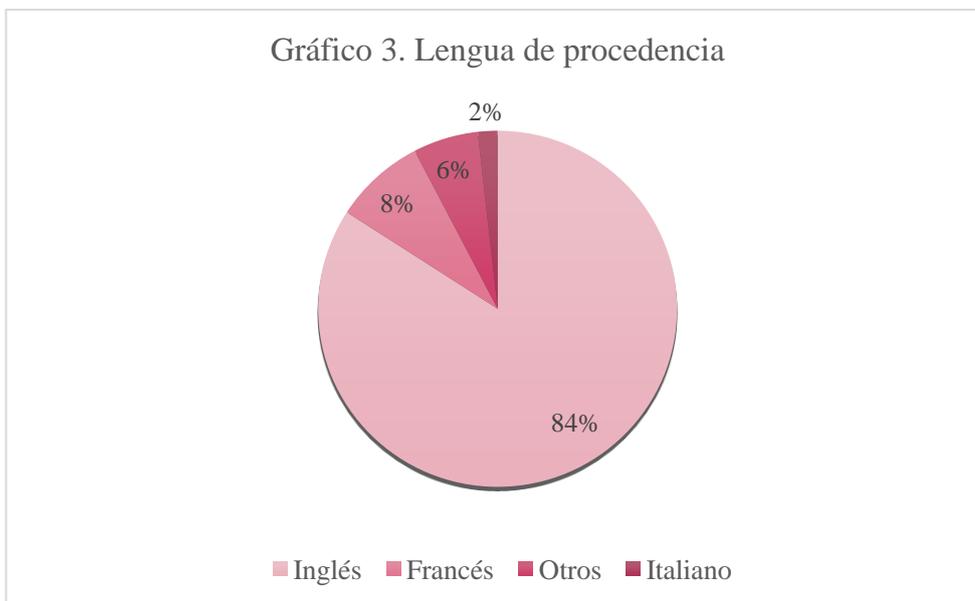
Como se puede apreciar en algunos de los términos de esta lista, la moda no aparece como algo independiente o inconexo, sino que está ligada a un contexto, a una sociedad o a unos gustos concretos. Por tanto, el objetivo de los grandes diseñadores ha sido captar el espíritu de la época para, desde ese punto, crear lo que se ha creído más conveniente o acertado a la hora de vestir. Por ejemplo, actualmente, y no solo debido al momento que vivimos por la pandemia, la tendencia que prima es la de la comodidad; por eso, no es raro encontrar en las revistas numerosos artículos en los que se aconseja a los lectores sobre las formas más sofisticadas de llevar unos *leggings* o unos *joggers*, dos de los estilos de pantalones más cómodos que hay ahora en el mercado. Además de *joggers*, también está entre los términos más utilizados *comfy*, que es la estética caracterizada por la búsqueda de la comodidad sin abandonar el buen gusto y el estilo. En definitiva, la moda no es un hecho aislado fruto del capricho del diseñador, sino que está conectada directamente con la realidad que nos rodea.

#### 4. 2. Lengua de procedencia

Uno de los aspectos de mayor interés al estudiar los extranjerismos es el idioma del que proceden estas voces extranjeras. En la moda, al igual que sucede en otros ámbitos, la irrupción de palabras de origen inglés es incalculable, ya que, desde finales del siglo XIX, todo el XX y en el actual XXI, es la lengua que mueve este mundo. No obstante, en los siglos XVIII y en buena parte del XIX, fue el francés, porque París era y sigue siendo la ciudad de la moda, el idioma predominante de esta industria. En menor medida, todavía

hay presencia de palabras italianas, a pesar de que Italia también es considerada otro de los focos importantes para este arte.

En concreto, en el siguiente gráfico circular se pueden ver las lenguas de procedencia de las palabras que conforman el corpus de este trabajo, con lo que se corrobora lo dicho anteriormente: el inglés, como era de esperar, es la lengua más utilizada.



Como se ve en el gráfico, el porcentaje de palabras inglesas es de un 84%, porque de las 170 palabras de las que se ha hecho acopio, 143 proceden de esta lengua. Por destacar alguna de estas, podemos mencionar términos como *blanket dressing*, que une esas dos palabras que significan ‘manta’ y ‘vendaje’ para denominar la tendencia en la que se utiliza una bufanda amplia para cubrir toda la zona del torso; *carrot pants*, compuesta por ‘zanahoria’ y ‘pantalones’, porque en este tipo de vaqueros la forma de las perneras es similar a la de esta verdura; *parleisure* o *shacket*, que fusionan *party* (‘fiesta’) con *leisure* (‘ocio o descanso’) y *shirt* (‘camiseta’) con *jacket* (‘chaqueta’), respectivamente, para crear dos palabras nuevas; o *sport* (documentado también con la forma *sporty*) que no hace referencia a ‘deporte’, sino a la tendencia en la que las prendas de deporte adquieren todo el protagonismo, se llevan con estilo y no solo para hacer ejercicio físico.

Esta gran presencia del inglés es visible en el listado que se mostraba en el apartado anterior, donde *cashmere* es la única palabra que no procede del inglés, y esta ha llegado a estar entre las diez primeras porque la gran utilización de este término se debe a que ha sido el tejido por excelencia de este invierno.

En segundo lugar, con un 8% (14 palabras), el francés es la segunda lengua de la que más términos del corpus proceden, pero, como se aprecia, no son unos datos sobresalientes, porque la diferencia entre este idioma y el inglés es muy amplia. No obstante, el francés acoge dos de los términos que más significado e importancia tienen en el mundo de la moda. Por un lado, *maison*, palabra que significa ‘casa de moda’, es decir, la institución que representa una gran firma de alta costura. Además, algunas de las *maisons* más importantes en todo el mundo son francesas, como Chanel, Dior, Ives Saint Laurent o Balmain. Y, por otro lado, *Prêt-À-Porter*, que designa un sistema de fabricación seriado de prendas que se repiten en función de la demanda.

Asimismo, de origen francés son también otras palabras como *prairie*, no para hablar de una ‘pradera’, sino para designar al vestido de aire bucólico con un estampado floral minimalista; *pochette*, que significa ‘bolsa, sobre o billetera’, y es como se conoce al modelo de bolso convertido en tendencia de esta temporada; o *fuseau*, para denominar al pantalón que acaba con un estribo que se sujeta al talón o al tacón del zapato, y es otra de las tendencias actuales.

Así, la presencia de términos procedentes del francés no es, desde el punto de vista cuantitativo, especialmente importante en el corpus. Tampoco la frecuencia de los términos franceses es alta. Destaca, en las tres revistas, la palabra *canalé*, que es otro de los tejidos de la temporada que se caracteriza por formar canales. En cuanto al resto de galicismos del corpus, muy pocos llegan a las 6 menciones.

A pesar de que se encuentran en el último lugar, conviene anticipar la exposición de los términos de origen italiano por la importancia que tiene este país para la industria de la moda. Del italiano proceden únicamente 3 palabras del corpus, solo un 2%. Estos son *espagueti* que, como se mencionaba en el apartado anterior, es un tipo de tirante muy fino; *palazzo*, un estilo de pantalón recto con la pernera muy ancha; y *vigoré*, el tejido jaspeado que suele elaborarse con fibras de diferentes colores, aunque cabe decir que el origen de esta última palabra no está claro.

Al igual que ocurría con el francés, los italianismos tampoco son muy frecuentes. Con 8 menciones, el más utilizado es *palazzo*, uno de los pantalones cuyo uso se ha consolidado desde hace varios años como tendencia indiscutible.

Teniendo en cuenta estos datos, podría haberse optado por incluir el italiano dentro del apartado ‘otros’, pero, como se mencionaba anteriormente, al ser Italia uno de los centros de la moda, merece una especial consideración.

Volviendo al orden que marca el gráfico, en tercer lugar, se encuentra, con un 6% y 10 términos, el apartado ‘otros’, donde se han tenido en cuenta todos aquellos idiomas que, por su reducido número de palabras documentadas, no pueden constituir un apartado propio como el inglés, francés e italiano. Por otro lado, también se consignan aquí aquellos términos que proceden del nombre de alguna persona, marca o topónimo.

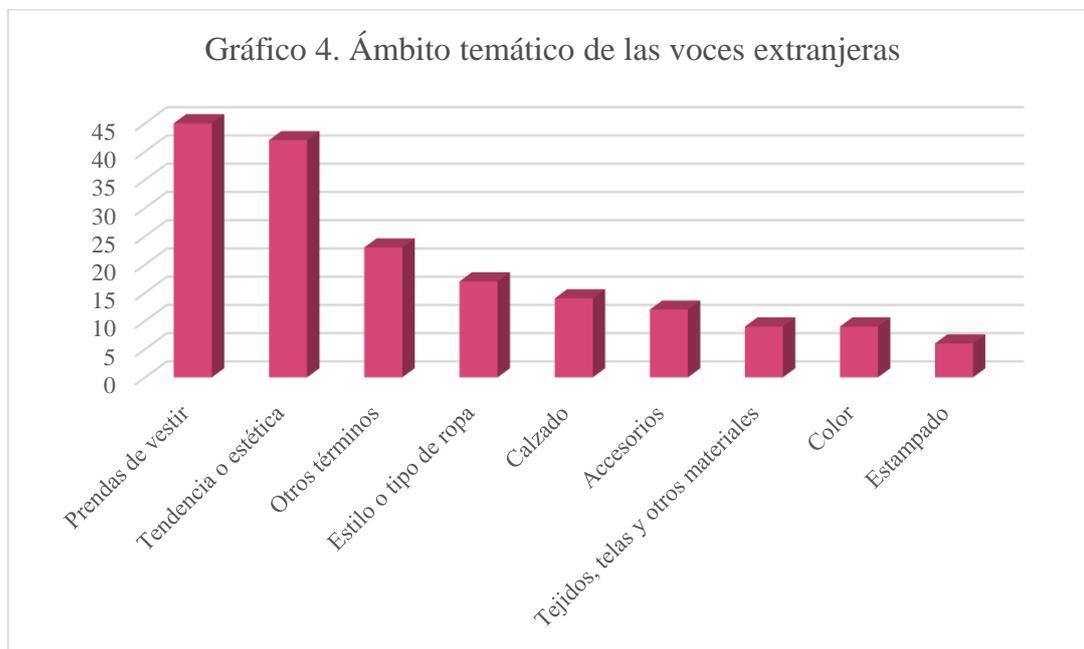
En primer lugar, se encuentran las voces *banana*, del Congo, para denominar a un tipo de bolso con la misma forma que esta fruta; *cashmere*, del indio, es el tejido de fibra natural procedente de un tipo de cabra que reside en el Himalaya; *mohair*, del turco, es otro tejido natural procedente de una cabra, pero en este caso de una en concreto que habita en Angora; y *zeitgeist*, del alemán, es el término utilizado en el ámbito de la moda para hablar de las tendencias o prendas que captan la mentalidad o visión de la sociedad en un momento determinado.

En segundo lugar, están los términos *bardot*, un tipo de escote que deja los hombros al aire y recorre el cuerpo por encima del pecho, que toma su nombre de la actriz francesa Brigitte Bardot, quien lo popularizó en los años 50 y 60; *capri*, un estilo de pantalón que le debe su nombre a la isla italiana de Capri; *hula hoop*, nombre con el que se denomina a este juguete y que, en 2013, Karl Lagerfeld (diseñador de Chanel entre 1983 y 2019) usó como asa para un bolso; *liberty*, un tipo de estampado floral que le debe su nombre al empresario Arthur Lasenby Liberty, dueño de la firma londinense *Liberty & Co*; *paisley*, el pueblo escocés donde se creó este estampado a imitación de uno muy parecido de origen indio; y *perkins*, un tipo de cuello de jerséis y camisetas que cubre la mitad de esta parte del cuerpo y que toma su nombre del famoso actor Anthony Perkins.

### **4. 3. Ámbito temático de los términos**

Un escrito periodístico centrado en la moda, al ser un área de especialización, debe incluir vocabulario específico de ese campo. Como se ha visto, este vocabulario procede en su mayoría de palabras extranjeras, pero estas no pertenecen a un único ámbito

temático, sino que, para este trabajo, se han considerado nueve ámbitos diferentes, que pueden verse en el siguiente gráfico por orden de frecuencia.



Como se puede apreciar, son las prendas de vestir las que encabezan el gráfico. Para este ámbito, se ha tenido en cuenta la ropa en general, es decir, los términos que hacen referencia a tipos de pantalones, vestidos, chaquetas, jerséis, etc. Por ejemplo, *boiler suits*, una prenda que se caracteriza por imitar los monos de trabajo; *little black dress (LBD)*, el vestido negro, sencillo, atemporal, clásico y elegante; *marinière*, el suéter clásico de rayas azul y blanco; *naked dress*, un tipo de vestido muy sugerente, transparente con pedrería o del mismo color de la piel; *shacket*, una prenda de vestir con la misma forma que una camisa (*shirt*) pero que, al ser de un tejido más grueso, sirve como chaqueta (*jacket*); o *teddy (bear) coat*, el abrigo que se caracteriza por estar hecho de un tejido que imita al de los osos de peluche.

Tras la lectura de los artículos, lo más destacado de este ámbito es la gran cantidad de estilos diferentes de pantalones vaqueros que hay. Se han notificado 26 tipos distintos. Estos necesitan un término específico con el que nombrarse porque no hay un modelo igual que otro y, como es evidente, necesitan una denominación exacta para evitar confusiones, ya que la palabra *vaquero* es muy amplia. Los *baggy pants* pueden confundirse con los *slouchy*, aunque estos suelen tener un corte algo más ceñido que los anteriores y siempre van ajustados al tobillo; en cambio, los *baggy*, no siempre se ajustan.

Los *bootcut* son muy parecidos a los *flare* (también documentado con la forma *flared*), pero estos últimos acaban con las perneras un poco más acampanadas, son mucho más estrechos en la pierna hasta que se amplían y, además, tienen una versión *cropped*, es decir, con el bajo más corto de lo normal. Los *loose-fit* tienen un corte similar a los *dad pants* porque ambos son muy anchos, si bien los primeros son de tiro bajo y los segundos llegan hasta la cintura. Los pantalones *palazzo* y los *culottes* tienen casi el mismo patrón, pero los *culottes* siempre acaban a una altura entre la rodilla y el tobillo, mientras que los *palazzo* llegan a cubrir los zapatos.

Sin embargo, aunque no se trata de un tipo de pantalón vaquero, *jogger* y *sweatpants* son dos términos que hacen referencia al mismo pantalón de chándal de algodón ajustado al tobillo.

En segundo lugar, se encuentra el ámbito de tendencias o estéticas, es decir, aquellos términos que lo que hacen es dar nombre a las características de las prendas, no por su forma, sino por sus colores o estampados, o también por cómo se combinan con otras o por la manera en la que se utilizan. Por ejemplo, el suéter *marinière*, que se mencionaba anteriormente, pertenece a la tendencia *navy* porque sigue la estética de las prendas que imitan la vestimenta náutica. Existen las tendencias *athleisure* y *partleisure*, la primera consiste en la utilización de ropa deportiva de manera innovadora, con estilo y no solo para hacer ejercicio físico; la segunda apuesta por la ropa de fiesta cómoda que permite la diversión y la celebración sin renunciar al confort. Las *combat boots* son unas botas de estilo militar, con cordones y con suela de goma ancha que entran dentro de la tendencia o estética *army*, que se caracteriza por utilizar prendas inspiradas en la ropa del ejército. La tendencia *boho*, con sus variantes *boho chic* y *boho folk*, sigue una estética bohemia inspirada en la moda *hippie*. También se encuentran en este ámbito los términos *bradigan* y *twin set*, que hacen referencia a la tendencia más destacada de la temporada, la combinación de un top de punto (*bra*) a juego con un cárdigan. O los términos *college* y *varsity*, que se aplican a las prendas inspiradas en la estética de las universidades americanas e inglesas. Por ejemplo, referidos al color, están *color block* y *fifty-fifty*; el primero es una tendencia que consiste en conjuntar en un mismo *look* dos o más prendas de colores llamativos que son opuestos en la gama cromática; el segundo se aplica a los *looks* o prendas que están compuestos únicamente por dos colores bien diferenciados que no se mezclan.

Siguiendo el orden que establece el gráfico, después se encuentra el ámbito ‘otros términos’, donde se han incluido todos aquellos que, por ser conceptos más abstractos o generales, no pueden incluirse en el resto de campos. Por ejemplo, incluimos en este grupo *dress code*, que se traduce como ‘código de vestimenta’; *fashion*, que significa ‘moda’ y *fashion week*, que es ‘semana de la moda’; *it bag* e *it girl*, dos términos a los que se recurre para hablar del bolso imprescindible de la temporada y de la chica de referencia en el mundo de la moda, respectivamente; *made in Spain*, usado para hablar de prendas y firmas diseñadas y fabricadas en España; *maison* y *Prêt-À-Porter*, que ya han sido explicados; *red carpet*, que es lo mismo que ‘alfombra roja’; *trendhunter*, es decir, el ‘cazador de tendencias’; o también *on screen*, *screen style* y *zoom friendly* utilizados para hablar de prendas o estilismos que quedan bien en la pantalla, ya sea en una videollamada, en un *selfie* o en una serie o película.

Asimismo, dentro de este ámbito, destacan los términos referidos a personas: *fashionista*, el amante y seguidor de la moda; *influencer*, la persona famosa en redes sociales a la que las empresas pagan por mostrar y recomendar sus servicios, animando a otras personas a comprarlo; *insider*, alguien que es miembro aceptado de un grupo y que tiene conocimiento e influencia; *instagrammer*, la persona con un número de seguidores alto en Instagram que comparte imágenes y vídeo con regularidad; *it girl*, que ya se ha definido; *royal*, utilizado para hablar de las mujeres de la realeza y sus estilismos; y *socialite*, es decir, las personas de clase social alta.

En cuarto lugar, se sitúan los términos que hacen referencia a los estilos o tipos de ropa, es decir, la apariencia o características de las prendas, haciendo referencia a su corte o forma. Por ejemplo, las mangas *bubble* y *puffy*, donde las primeras definen una prenda porque las mangas van haciendo el mismo efecto que varias burbujas debido a los diversos frunces que tiene y las segundas lo hacen por estar abullonadas; las prendas *cut out*, que son aquellas que tienen determinados cortes estratégicos para añadir modernidad; los accesorios y zapatos que tienen *glitter*, es decir, purpurina; el largo *midi* de faldas o vestidos que está entre la rodilla y el tobillos; el escote *off-the-shoulder*, que no cubre los hombros; la silueta *tank top*, que se aplica a camisetas sin mangas, con tirantes anchos y con escote cerrado o en forma de *U*; y los tops *underboob*, caracterizados por dejar ver o intuir la parte inferior del pecho.

Posteriormente, nos ocupamos de las palabras que definen los diferentes modelos de calzado que hay, como las *chunky boots*, unas botas ajustadas en la caña, de altura media, con un par de elásticos a ambos lados y con una suela de goma ancha, que se parecen mucho a las botas *chelsea*, salvo porque estas no tienen una suela ancha. También podemos citar las botas *cowboy*, que derivan del estilo del viejo oeste americano del siglo XIX; las sandalias minimalistas *floss*, que se caracterizan por tener únicamente unas tiras muy finas que estilizan el pie; o los *loafes*, es decir, unos mocasines, y los *slippers*, un zapato plano, parecido al mocasín o la bailarina, que cubre la mitad o un tercio del empeine y suele estar destalonado. Como zapato destalonado, tenemos las bailarinas *slingback*, con una correa en la parte posterior (la pionera en este diseño fue Coco Chanel). Saliendo del ámbito de las botas, sandalias y bailarinas, se ha encontrado varias veces en las revistas la mención a los *ugly shoes*, unas zapatillas extravagantes, con un diseño pintoresco y excéntrico que rompe con todas las reglas de la sencillez.

En sexto lugar, tenemos los accesorios, es decir, todos aquellos términos referidos a modelos o tipos de bolso, por un lado, y a sombreros o gorras, por otro.

En el caso de los bolsos, está la propia palabra *bag*, que significa ‘bolso’, pero también las palabras que definen el estilo del bolso al que se quiere hacer referencia, como los *baguette* y *banana*; el modelo *pochette*, caracterizado por ser una bandolera compuesta por, al menos, dos compartimentos externos juntos; los *shopper* y *tote bag*, dos tipos de bolso muy grandes, uno de ellos con forma trapezoidal, mientras que otro es rectangular.

Por su parte, con respecto a los sombreros, se encuentran *bucket hat*, que tiene la misma forma que el conocido como ‘gorro de pescador’; o los modelos de gorra *newsboy* y *paper boy*, un tipo de boina a la que se le ha añadido una visera y que, como sus nombres indican, pretenden imitar las gorras de los niños americanos que reparten periódicos.

Los términos referidos al ámbito de los tejidos, telas y otros materiales con los que se elabora la ropa y accesorios se posicionan en séptimo lugar. Entre estas palabras, se pueden encontrar algunas como *canalé* y *rib*, dos tejidos de punto elástico que forman estrías o canales; los tejidos *cashmere* y *mohair*, procedentes cada una de la lana de diferentes cabras; el *cannage*, es decir, el mimbre; *stretch-mesh*, un término que se traduce en español como ‘malla elástica’, utilizado para hacer tops o *leggings*; el *velour*, un tejido de algodón o de fibra sintética con el mismo aspecto que el terciopelo; y el

*vigoré*, caracterizado por ser un tejido jaspeado, es decir, con vetas, que suele hacerse con fibras de diferentes colores para conseguir que la prenda no tenga un matiz único, sino varios tonos sutiles.

Con el mismo número de menciones que el ámbito temático anterior, se encuentra el de los colores. Algunos de los términos que se han documentado son *blue marine*, es decir, azul marino; *burgundy*, el color rojo oscuro que se asemeja al color del vino de la región francesa de Borgoña; el color *camel*, cuyo nombre y tonalidad hacen referencia al pelaje de los camellos; o los colores *candy*, que son los conocidos como colores pastel por tener un tono muy claro.

Dentro de este ámbito es curioso mencionar que la empresa Pantone da a conocer los colores que predominarán durante el año, ya sea en el mundo de la moda o en el de la decoración. Por esta razón, el corpus recoge cuatro de los últimos colores que esta empresa ha considerado. Estos son el *classic blue*, es un tono de azul oscuro que no llega a ser el clásico azul marino; el *living coral*, el color rosa anaranjado similar al color coral; el *ultimate grey*, un tono de gris claro; y *yellow illuminating*, un amarillo estridente y muy llamativo, sin llegar al tono flúor.

Al final del gráfico, se sitúan los términos que hacen referencia a los estampados. Se encuentran, por ejemplo, el *animal print*, que imita el pelaje de los animales; el *fair isle*, un estampado que se encuentra en jerséis y está basado en prendas alpinas y diseños *après ski*, tiene una estética invernal por sus formas geométricas o decoraciones basadas en estrellas, copos de nieve o motivos navideños; el *gingham* (también conocido como *vichy*), que tiene un patrón de cuadros de colores sobre una superficie blanca; o el *paisley*, un estampado que va formando gotas o lágrimas curvadas de diferentes tamaños, decoradas con flores y otros elementos, como puntos o líneas.

Conviene apuntar que hay términos que son aplicables a más de un ámbito temático. En primer lugar, está *cowboy*, que pertenece a las tendencias y estética, porque un *look* entero puede estar inspirado en él, pero también puede aplicarse al calzado, ya que existe un modelo de botas *cowboy*. En segundo lugar, se encuentra *dark* que, al igual que el término anterior, puede incluirse tanto en las tendencias y estéticas como en el calzado. En tercer lugar, *furry*, que se aplica tanto a zapatos, prendas y accesorios como a bolsos decorados con pelo, en mayor o menor medida, y, por tanto, pertenece a los ámbitos de estilo o tipo de ropa, calzado y accesorios. En cuarto lugar, hay que mencionar *royal* que,

al hacer referencia a las mujeres de la realeza, está en el apartado de ‘otros términos’, al tiempo que, como alude a los estilismos de estas, también está en tendencias o estética. Y, por último, *slouchy* que se aplica tanto a un estilo de pantalón vaquero, por tanto, a una prenda de ropa, como a un tipo de botas, por lo que se incluye, asimismo, en el grupo del calzado. Por si fuera poco, también puede hacer referencia a un determinado modelo de bolso, por lo que puede ser considerado en el ámbito de los accesorios.

#### 4. 4. El empleo de la tipografía

Como ya se apuntaba en el apartado dedicado a lo extranjerismos y préstamos como fenómeno lingüístico, las voces extranjeras que no han sufrido adaptación a las normas ortográficas del español, y su pronunciación se percibe como extraña, deben escribirse siempre en cursiva, en la escritura tipográfica, o entre comillas, en los textos manuscritos. En cambio, aquellos extranjerismos que sí se han adaptado y que ya son considerados como pertenecientes a nuestro caudal léxico no necesitan ningún tipo de marca gráfica que los diferencie. Sin embargo, esta convención ortotipográfica no es respetada en muchas ocasiones por las revistas de moda que son el objeto de estudio de este trabajo: *Vogue*, *Telva* y *Glamour*. De hecho, ninguna de estas revistas se ajusta a una norma o criterio único, ya que en un mismo artículo puede haber extranjerismos en cursiva, en redonda o entre comillas simples.

En primer lugar, en *Vogue* se ha encontrado un párrafo como el siguiente en el que ningún extranjerismo está marcado con la cursiva:

La transición hacia siluetas más amplias parece no haberle costado mucho, ya que en sus **looks** de 2020 no ha dejado de apostar por los ya conocidísimos **flare**, de campana, **wide leg**, elefante, **boyfriend** o también **mommy** (*Vogue*, 13-XII-20).

Se da la circunstancia de que la palabra *look* aparece consignada en el *Diccionario de la Lengua Española* en cursiva, por lo que se podría haber evitado el error con solo haber consultado este repertorio lexicográfico.

En cambio, en ese mismo artículo hay otro párrafo en el que los extranjerismos sí aparecen en cursiva:

En esta ocasión no fue diferente, la actriz recurrió a una camiseta blanca, un plumas corto de color negro -otra tendencia que está triunfando entre modelos, *celebrities* e *insiders*- y unos botines negros planos con los que apuesta por la palabra *comfy* (*Vogue*, 13-XII-20).

Por otra parte, en diversos artículos se encuentra el mismo término con dos tipos distintos de marcas: primero entre comillas simples y, posteriormente, en cursiva, mientras que, para el caso de *celebrities*, se ha respetado el empleo de la cursiva.

La modelo [Gigi Hadid] ha sido fotografiada por las calles de Nueva York llevando también su '**bucket hat**' de borreguito de Louis Vuitton [entradilla] (*Vogue*, 11-I-21).

La prenda que más llama la atención de todas es el *bucket hat* de Louis Vuitton (*Vogue*, 11-I-21).

Bella Hadid y el estilismo con el que reinventa el '**layering**' en 2020 (sin pasar frío) [titular] (*Vogue*, 14-XII-20).

Afortunadamente, Bella Hadid es una de las *celebrities* que más se divierten a la hora de vestirse y ha sabido aprovechar la situación para experimentar con el *layering* (*Vogue*, 14-XII-20).

Es curioso que algunos de los términos en los que *Vogue* no utiliza la cursiva sean palabras que están ya muy consolidadas, no solo en el léxico de moda, sino en el general, como *legging* y *look*:

Del vinilo a las lentejuelas: 11 **leggings** de fiesta que te solucionan todos los **looks** de Navidad [titular] (*Vogue*, 18-XII-20).

**Looks** de Nochevieja que mezclan el confort con las lentejuelas y otras prendas de fiesta [titular] (*Vogue*, 21-XII-20).

Lo mismo ocurre en el cuerpo de texto del artículo que tiene como titular el primero de los mencionados:

Sobre la pasarela, los **leggings** están viviendo una especie de momento entre colecciones de otoño como la de Balenciaga. [...] pocas prendas pueden adscribirse al *partleisure* como unos **leggings** que cumplen estas características (*Vogue*, 18-XII-20).

De la misma manera que *Vogue* no sigue las normas para poner las palabras que corresponden en cursiva, tampoco lo hace para utilizar bien la redonda o las comillas simples con las que, en ocasiones, marca las voces extranjeras. Por esta razón, se

encuentran palabras en cursiva o con comillas que ya han sido sancionadas y adaptadas por la Academia, como son *top* y *banana*:

[...] las dudas de la viabilidad de los manguitos han inundado la habitación: ¿es un jersey? ¿es un **top**? ¿sirve para algo? (*Vogue*, 23-XII-20).

Por qué el bolso '**banana**' es el '**it bag**' del momento (y dónde encontrarlo) [titular] (*Vogue*, 2-I-21).

Sin embargo, en otro artículo se respeta la tipografía del término *top*, al escribirla en redonda, cuando, en este caso concreto, debería escribirse en cursiva porque la palabra no se está usando para nombrar la prenda de vestir, sino como sinónimo de 'modelo' (*top model*):

El abrigo que ha escogido la **top** [Gigi Hadid] no resulta tan llamativo, pero es la pieza central del estilismo. [...] Eso sí, como suele pasar con algunas prendas que lucen *celebrities* tan seguidas en materia de estilo como la **top**, tan solo quedan disponibles las tallas más grandes (*Vogue*, 11-I-21).

A pesar de esto, *Vogue* es la revista que más utiliza la cursiva, como se ve en los siguientes ejemplos:

Pero también ha habido espacio para los diseños retro y de espíritu *ladylike* como es el caso de los *kitten heels* [...] o para, redoble de tambores, los salones *furry* (*Vogue*, 3-XII-20).

Pero más allá de los pantalones de lana, los *culottes* de punto y los *bradigans* -el nuevo *twin set* compuesto por cárdigan y sujetador a juego-, las bufandas XL (*Vogue*, 17-XII-20).

No tiene por qué tratarse exactamente del consabido *little black dress* [...]. Ya sea corto, ya sea *midi*, lo que verdaderamente importa es la sobriedad de líneas (*Vogue*, 5-I-21).

Desde hace algún tiempo, Katie Holmes es una de las grandes musas del *streetstyle* y sus *looks* son grandes lecciones de estilo. [...] Se trataba de un *look total denim* (el llamado 'esmoquin canadiense') compuesto por unos pantalones vaqueros de silueta *cropped* y un *blazer* del mismo tejido (*Vogue*, 13-1-21).

Asimismo, la revista *Glamour* utiliza la cursiva, las comillas simples y la redonda indistintamente, sin seguir ningún criterio claro. Por esta razón, en un mismo artículo, incluso dentro de un mismo párrafo, pueden encontrarse estas tres marcas, como ocurre en los siguientes ejemplos con la palabra *legging*:

Las botas altas arrugadas efecto **legging**. [...] De esta manera, el efecto '**legging**' se eleva al cuadrado (*Glamour*, 1-XII-20).

Y, posteriormente, se escribe de la siguiente manera:

¿Cómo se llevan? Preferiblemente con **legging** o pantalones ajustados (*Glamour*, 1-XII-20).

Igualmente, en este mismo artículo ocurre algo parecido con la palabra *cowboy*:

Las botas **cowboy** blancas. [...] Tienen el patrón exacto de un modelo tipo **cowboy**, pero sin estampados ni dibujos (*Glamour*, 1-XII-20).

Tampoco la revista *Glamour* se ajusta a la marcación tipográfica oportuna, al igual que ocurre en las otras revistas, y ni utiliza las adaptaciones recomendadas por la Academia. Esto es muy común especialmente con la palabra *body*, que ha sido adaptada como *bodi*, pero las revistas prefieren utilizar la primera escritura y, además, sin utilizar la cursiva:

[...] aquella americana de terciopelo con pantalones negros efecto piel y **body** de Etam causaron una auténtica desbandada (*Glamour*, 1-XII-20).

También se han documentado casos en los que dos extranjerismos van juntos, pero solo uno de ellos aparece resaltado tipográficamente:

La americana de 2021 (de Zara) se lleva (sí o sí) con los **leggings 'flare'** de moda [titular] (*Glamour*, 14-XII-20).

[...] que no se combinen con los **leggings flare** o los pantalones de moda (*Glamour*, 14-XII-20).

En este caso, puede pasar como en *Vogue*, esto es, que, debido a que *legging* es una palabra que ya se ha fijado en nuestro vocabulario, no se marca de ninguna manera. Por lo demás, se ha encontrado un artículo en el que *leggings* siempre aparece en redonda:

Jennifer Lopez con un abrigo **camel** y **leggings** efecto piel no es una reina, es una DIOSA (de las tendencias) [titular] (*Glamour*, 9-XII-20).

Jennifer Lopez [...] hizo lo mismo que todas antes de salir de casa: sacar de la cómoda los **leggings** efecto piel (*Glamour*, 9-XII-20).

[...] los famosos **leggings** efecto piel de Calzedonia (*Glamour*, 9-XII-20).

Por último, la revista *Glamour*, en algunas ocasiones, también utiliza, para resaltar los extranjerismos, las comillas inglesas:

Pero tranquila, podrás seguir usando los tan de moda “**Flare**” (*Glamour*, 6-XII-20).

Por su parte, la revista *Telva* es, de las tres, la que menos cursivas utiliza y, en cuanto a las comillas, no recurre a ellas tanto como *Vogue* o como, sobre todo, *Glamour*. De hecho, en los artículos de *Telva* abundan los extranjerismos en redonda:

Los pocos privilegiados que lograron hacerse con ellas no han dudado en compartir sus fotos en las redes a modo de “trofeo **fashion**”. Con **jeans**, vestidos, pantalones **jogger**... La variedad de **looks** y combinaciones con las mentadas zapatillas no hacía más que incrementar el fenómeno (*Telva*, 4-XII-20).

La que apodamos musa del estilo **boho chic** allá por los 2000 [...]. La intérprete recurre a una falda **midi** de color marrón [...], una gabardina de color **camel** y un bolso bandolera (*Telva*, 10-XII-20).

Pero además, más allá de los tres elementos centrales del **outfit**, accesorios como la mascarilla o cubremascarilla con **print** militar también merecen una mención especial (*Telva*, 15-XII-20).

Asimismo, en *Telva*, como ocurría en *Vogue* y *Glamour*, también podemos encontrar el mismo término marcado de dos formas diferentes en el mismo párrafo o artículo:

Podría ser perfectamente un **look** visto en Kate Middleton, un **look royal** (*Telva*, 12-XII-20).

En definitiva, en las tres publicaciones no hay coherencia a la hora de escribir las voces extranjeras, ni en toda la revista ni en un mismo artículo, y, además, en pocas ocasiones se ajustan a la norma dictada por la *Ortografía*. Pero no solo se trata del uso de la redonda al escribir los extranjerismos, sino que también llegan a utilizarse comillas simples, a pesar de que ambas marcaciones son incorrectas si de un extranjerismo se trata.

## 5. CONCLUSIONES

Como se ha visto a lo largo del análisis del presente trabajo, la presencia de los extranjerismos en la prensa de moda es verdaderamente importante. De entre las revistas seleccionadas para el estudio, es *Vogue*, sin duda, la que más recurre a palabras extranjeras para hacer referencia a conceptos nuevos o ya consolidados en nuestro léxico.

*Glamour* se sitúa en segunda posición, y en el tercer puesto se encuentra *Telva*. Esta última es, como ya se ha señalado, española, por lo que no es de extrañar que muestre preferencia por términos españoles, de lo que se deriva que la necesidad de recurrir a voces extranjeras es menos acuciante.

Por otra parte, conviene señalar que las voces extranjeras, en muchas ocasiones, no son tan necesarias como parece, ya que existen equivalentes en español que pueden sustituir perfectamente a dicha palabra, como son el caso de *army*, ‘militar’, o *print*, ‘estampado’. No siempre es así, ya que otras veces los extranjerismos sí son necesarios, en el sentido de que presentan de una manera clara y concisa el concepto que se quiere expresar, frente al equivalente en español, que puede presentar ambigüedades o no ser lo suficientemente corto, como ocurre con *dress code*, ‘código de vestimenta’, o *layering*, ‘superposición de prendas’. En cada caso particular, convendría meditar si la voz extranjera en cuestión es pertinente.

Asimismo, como era de esperar, la mayoría de los términos que forman el corpus de este trabajo proceden del inglés, no solo porque es la lengua que mueve el mundo actualmente, sino porque en la moda tiene un valor muy relevante. Aunque siempre se ha considerado que Francia e Italia (en concreto, las ciudades de París y Milán) son dos de las mecas de la moda, la presencia de galicismos e italianismos es escasa, en realidad, aunque se da la circunstancia de que la mayoría de estos términos llevan mucho tiempo dentro del léxico de la moda, por lo que su uso está ampliamente consolidado.

Además de estos idiomas, el corpus también presenta términos procedentes de lenguas como el indio, el turco, el alemán o una voz del Congo. Y, por otro lado, se recogen palabras que tiene origen en el nombre de alguna persona, como *bardot*; en una marca, como *liberty*, o en un topónimo, como *capri*.

Otro dato destacable es que las voces extranjeras recopiladas pertenecen a diferentes ámbitos temáticos. Es decir, un término puede aludir a una prenda de ropa, mientras que otro puede referirse a un tipo de estampado. Por esta razón, se han considerado nueve ámbitos diferentes: prendas de vestir, tendencia o estética, otros términos (donde se incluyen aquellos extranjerismos más abstractos o generales), estilo o tipo de ropa, calzado, accesorios, tejidos, telas y otros materiales, color y, por último, estampado. La mayoría de los términos pertenecen a los ámbitos de prendas de vestir y tendencia o

estética, y muy pocos se encuentran dentro de los tejidos, telas y otros materiales, color y estampado.

Conviene no perder de vista que hay conceptos que pueden pertenecer a más de un ámbito, como es el caso de *slouchy*, que se aplica tanto al calzado, como a los accesorios y prendas de vestir, en concreto, a los pantalones; o *royal*, que pueden ser las mujeres de la realeza o el estilo de estas y, por tanto, estaría tanto en ‘otros términos’ como en tendencias o estética.

Por último, también se ha considerado la tipografía utilizada por las revistas para destacar los extranjerismos, porque, al leer los artículos, se ha apreciado que no se sigue, por lo general, la norma dictada por la Real Academia de la Lengua Española y la ASALE. Esto es, la mayoría de los textos presentan las voces extranjeras en redonda o con comillas simples, cuando deberían ir en cursiva por no pertenecer al léxico español o por no haber sido sancionadas por la Academia. A pesar de lo dicho, es *Vogue* la revista que suele utilizar en mayor medida la cursiva, mientras que *Glamour* prefiere el uso de las comillas simples. En cuanto a *Telva*, esta publicación, solo ocasionalmente, emplea alguna de estas marcaciones.

## 6. GLOSARIO

El glosario de elaboración propia que se incluye a continuación ha sido realizado con el corpus recopilado para la investigación del presente trabajo. Recordamos que el corpus inicial contaba con 284 términos, correspondientes a 180 artículos de los apartados específicos de moda de las revistas *Vogue*, *Glamour* y *Telva*. Posteriormente, dichos términos fueron sometidos a dos parámetros de exclusión, el *Diccionario de la Lengua Española*, como diccionario general, y el *Glosario de la moda* de la Fundéu, como diccionario específico, obteniendo, finalmente, 170 extranjerismos, que son los definidos y explicados en el siguiente glosario.

La decisión de crear un glosario, es decir, un catálogo de palabras de una misma disciplina definidas y comentadas, se debe a que es una de las mejores formas de aprender los términos para así poder leer y hablar sobre moda sin problemas. Por eso, en este glosario se recoge la palabra, término o expresión, su definición y explicación, con el objetivo de trasladar la idea que se esconde detrás de ese empleo, y su lengua de origen. En algunos casos, también se ha añadido información que se ha considerado relevante

como curiosidad o como complemento a la definición. Además, el glosario está ilustrado, por lo que muchos términos van acompañados de una fotografía que apoya visualmente la explicación del concepto. La moda es, en efecto, un arte muy visual y aquí las imágenes sí pueden valer más que mil palabras.

Para definir adecuadamente los conceptos que se muestran a continuación, se ha necesitado la ayuda de algunas fuentes, especialmente de diccionarios. El más útil ha sido el de Margarita Rivière, titulado *Diccionario de la Moda*, pero no hay que menospreciar el pequeño glosario que aporta el libro *Periodismo e Industria de la Moda: claves prácticas*, de Concha Pérez Curiel y Ernesto Naranjo. Por otra parte, las propias revistas de moda, como *Vogue*, *Telva*, *Glamour*, pero también *Elle* o *Harper's Bazar*, han sido de gran ayuda para construir una definición clara y apropiada, además de proporcionar buenas imágenes con las que ilustrar el glosario. Asimismo, se han consultado, en internet, otras fuentes muy útiles, como el *Diccionario de Cambridge*, un diccionario de tipos de pantalones vaqueros, elaborado por el periódico *El País*, o un diccionario de moda disponible en la página web de Radio Televisión Española, aunque el modelo principal ha sido el *Glosario de la Moda* de la Fundéu. Con todos estos materiales y con nuestras propias deducciones a partir de los textos seleccionados, se ha elaborado el glosario que se presenta a continuación.

## GLOSARIO DE MODA

PALABRAS/TÉRMINOS/ EXPRESIONES	SIGNIFICADO	ORIGEN
<i>Animal print</i>	Término que en español significa «estampado animal». Imita su pelaje.	Proviene del inglés.
<i>Après-ski</i>	Término utilizado en moda para definir la ropa que se utiliza después de esquiar y el estilo de estas.	Proviene del francés.
<i>Army</i> (estilo ~)	Dicho del estilo caracterizado por la estética militar, con estampado de camuflaje, parkas de intenso verde, botas negras de cordones, etc.	Proviene del inglés. Su origen se remonta a la finalización de las guerras mundiales, cuando las mujeres de los militares reutilizaron sus uniformes.
<i>Athleisure</i>	Término utilizado para definir la tendencia que se caracteriza por el uso de prendas deportivas de manera innovadora, con estilo, y no solo para hacer ejercicio.	Proviene del inglés. Es la unión de <i>athletics</i> («deporte») y <i>leisure</i> («ocio o descanso»). La tendencia comenzó hacia 2015 gracias al diseñador Alexander Wang.
<i>Bag</i>	Término que en español significa «bolso».	Proviene del inglés.
<i>Baggy pants</i>	Pantalones ajustados a la cintura que comienzan a coger volumen hasta llegar al tobillo, donde, a veces, están ceñidos con una goma o cinta.	Proviene del inglés.
<i>Baguette</i> (bolso ~)	Bolso pequeño, alargado y estrecho, con correa corta para poder llevarlo al hombro.	Proviene del francés, pero su nombre se debe a que un periodista se lo vio a una parisina debajo del brazo, por lo que parecía la típica barra de pan francesa. El más icónico es el de Fendi.



*Athleisure*



Bolso banana



*Boho chic*



*Boiler suit*

<p><i>Banana</i> (bolso ~)</p>	<p>Bolso llamado así por su forma de media luna.</p>	<p>Es una voz del Congo.</p>
<p><i>Bardot</i> (escote ~)</p>	<p>Escote que deja los hombros al aire y recorre el cuerpo de la mujer por encima del pecho.</p>	<p>La actriz francesa Brigitte Bardot dio nombre a este estilo de escote en los años 50 y 60. También puso de moda la tela <i>vichy</i>, el biquini y los pareos.</p>
<p><i>Béisbol</i> (gorra ~)</p>	<p>Dicho de la ropa inspirada en la estética que llevan los jugadores de ese deporte.</p>	<p>Proviene del inglés <i>base ball</i>.</p>
<p><i>Blanket dressing</i></p>	<p>Tendencia en la que se utilizan bufandas amplias para cubrir la zona del torso. Inspirado en los ponchos o en las capas.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Blue marine</i></p>	<p>Dicho del color azul marino.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Boho chic</i></p>	<p>Estilo que sigue la moda bohemia, pero sin perder la elegancia, la sofisticación, el romanticismo y la feminidad. Se puede entender como la moda <i>hippie</i> del siglo XXI.</p>	<p>Proviene de la abreviatura del término inglés <i>bohemian</i> más la palabra francesa <i>chic</i>, que significa elegante, distinguido, a la moda. El mayor representante de este estilo es el festival de <i>Coachella</i>.</p>
<p><i>Boho folk</i></p>	<p>Estilo que sigue la moda bohemia, pero, a diferencia del anterior, está más ligado con la naturaleza y el aire libre.</p>	<p>Proviene de la abreviatura del término inglés <i>bohemian</i> más la palabra <i>folk</i> («folclórico»).</p>



*Bradigan*



*Bralette*



Mangas *bubble*



Bolso *baguette* y *Bucket hat*

<p><i>Boiler suits</i></p>	<p>Prenda que se caracteriza por imitar a los monos de trabajo, con bolsillos anchos, cremallera o botones y, en algunas ocasiones, con cinturón.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Bootcut</i> (pantalones ~)</p>	<p>Pantalón de corte recto y ligeramente ajustado al muslo que empieza a ampliarse a partir de la rodilla. Como su propio nombre indica (<i>boot</i> significa «bota»), son ideales para llevar con botas.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Bomber</i></p>	<p>Cazadora de nailon con forma redondeada, cerrada con cremallera y ajustada a la cintura. Sus características son similares a las de la chaqueta de aviador.</p>	<p>Proviene del inglés. Comenzó a ser utilizada por los jóvenes durante los años ochenta, aunque primero fue usada por los pilotos británicos en la II Guerra Mundial.</p>
<p><i>Bradigan</i></p>	<p>Combinación de ropa compuesta por un cárdigan y un top de punto (o <i>bralette</i>) a juego.</p>	<p>Proviene del inglés, ya que se origina en la unión de las palabras <i>bra</i> («sujetador») y <i>cardigan</i>. Esta tendencia también es conocida como <i>twin set</i>.</p>
<p><i>Bralette</i></p>	<p>Híbrido entre sujetador y corpiño, con una silueta cercana a la del <i>bustier</i>. Suelen ser de materiales lenceros, como el encaje.</p>	<p>Proviene del inglés al llevar incorporada la palabra <i>bra</i> («sujetador»).</p>



*Cannage*



Color rosa *candy*



Pantalón *capri*



*Carrot pants*

<p><i>Bubble</i> (mangas ~)</p>	<p>Mangas abullonadas, es decir, con mucho volumen, especialmente en la zona de los hombros, en las que hay varios frunces a lo largo de la manga para proporcionar el mismo efecto que las pompas o burbujas.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Bucket hat</i></p>	<p>Prenda con la misma forma que el conocido como «gorro de pescador», pero con una estética elegante.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Burgundy</i></p>	<p>Dicho del color rojo oscuro, que se asemeja al color del vino de la región francesa de Borgoña.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Camel</i></p>	<p>Dicho del color pardo, cuyo nombre y tonalidad hacen referencia al pelaje de los camellos</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Canalé</i> (tejido ~)</p>	<p>Tejido de punto elástico que forma estrías o canales.</p>	<p>Proviene del francés.</p>
<p><i>Candy</i> (color ~)</p>	<p>Dicho de los colores también conocidos como «pastel»; por lo tanto, de tono muy claro. Los más característicos son el rosa, el azul y el amarillo.</p>	<p>Proviene del inglés. La elección de ese nombre, al igual que la de <i>pastel</i> en español, se debe a que los colores dan una sensación de dulzura y suavidad.</p>
<p><i>Cannage</i></p>	<p>Material también conocido en español como «mimbre».</p>	<p>Proviene del francés.</p>



*Chunky boots con suela track*



*Chelsea boots*



*Classy o Classic*



*College*

<i>Capri</i> (pantalón ~)	Pantalón cuyas perneras acaban en la pantorrilla o justo debajo de ella. También conocido como «pantalón pirata».	Estos pantalones le deben su nombre a la isla italiana de Capri.
<i>Carrot pants</i>	Vaqueros con silueta más ancha en la parte superior, a la altura de la cadera y los muslos, y más estrecha al final de la pernera, a partir de la rodilla.	Proviene del inglés. Son denominados de esta manera porque la forma es similar a la de una zanahoria.
<i>Cashmere</i>	Tejido de fibra natural compuesto por pelo de cabra mezclado, a veces, con lana.	Debido a que la lana de la cabra con la que se hace este tejido es del Himalaya, la lengua de origen de la palabra es el indio.
<i>Chelsea boots</i>	Bota o botín de caña corta que se ajusta al pie por medio de un par de elásticos a ambos lados.	Proviene del inglés. Recibe ese nombre por el barrio londinense en el que se pusieron de moda en la década de los 60.
<i>Chenilla</i>	Hilo de tacto suave con aspecto aterciopelado y apariencia voluminosa.	Proviene del francés <i>chenille</i> .
<i>Chunky boots</i>	Botas ajustadas en la caña, de altura media, con un par de elásticos a ambos lados y con una suela de goma ancha.	Proviene del inglés.
<i>Cigarette</i> (vaqueros ~)	Modelo de pantalón similar al pitillo, pero con el bajo ligeramente más suelto.	Proviene del inglés.



*Combat boots con suela track*



*Color block*



*Cottagecore*

<p><i>Classic blue</i></p>	<p>Dicho de un tono de azul oscuro que no llega a ser el clásico azul marino.</p>	<p>Proviene del inglés. Fue elegido el color del año 2020 por <i>Pantone®</i>.</p>
<p><i>Classy Classic (estilo ~)</i></p>	<p>Expresiones que se utilizan para describir una forma de vestir que resiste el paso del tiempo y de las modas y que se mantiene en vigor gracias a su simplicidad, funcionalidad y elegancia.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>College (estilo ~)</i></p>	<p>Estilo que parece imitar la estética universitaria. De hecho, está inspirado especialmente en las universidades inglesas y americanas.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Color block</i></p>	<p>Tendencia que consiste en combinar dos o más prendas de colores llamativos, opuestos en la gama cromática, en un mismo <i>look</i>.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Combat boots</i></p>	<p>Botas de estilo militar, con cordones y con suela de goma ancha. En algunas ocasiones llevan incorporadas uno o dos pequeños sacos, como monederos, en la caña.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Comfortwear</i></p>	<p>Estilo de ropa versátil que resulta confortable pero distinguida ya que se mantiene a la vanguardia de las tendencias.</p>	<p>Proviene del inglés. Este estilo cómodo sin perder la esencia <i>chic</i> se ha puesto de moda en los últimos meses por el teletrabajo y el cambio en las rutinas.</p>



Pantalones *culottes*



*Cut out*



*Dad pants* y estética *daddy*



Estética y botas *dark*

<p><i>Comfy</i> (estética ~)</p>	<p>Estilo que resulta clave porque permite estar cómodo sin tener que abandonar el buen gusto. Además, a esa comodidad se le suma que es un «estilo comodín».</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Cottagecore</i> (tendencia ~)</p>	<p>Es una tendencia que celebra el estilo de vida rural y que trata de desconectar y disfrutar de las cosas simples de la vida. En la ropa se puede ver con los estampados florales o <i>vichy</i>.</p>	<p>Proviene del inglés. Es la unión de <i>cottage</i> («casita de campo») y <i>core</i> («corazón»).</p>
<p><i>Cowboy</i> (botas/estilo ~)</p>	<p>Se llama así a la ropa y accesorios que derivan del estilo del viejo oeste americano del siglo XIX. La traducción en español sería «vaquero».</p>	<p>Proviene del inglés. Es la unión de <i>cow</i> («vacca») y <i>boy</i> («chico»).</p>
<p><i>Crop</i> <i>Cropped</i> (~ top) / (bajo ~)</p>	<p>Ropa caracterizada por estar recortada o ser más corta de lo normal.</p>	<p>Proviene del inglés y significa «cortar». Suele unirse sobre todo a palabras como <i>top</i>, o bien se emplea para hacer referencia a pantalones con el bajo por encima del tobillo.</p>
<p><i>Culottes</i> (pantalones ~)</p>	<p>Pantalones anchos, de tiro alto y cortados a una altura entre la rodilla y el tobillo.</p>	<p>Proviene del francés. Es probable que su origen se remonte a la expresión <i>sans-culottes</i> (pantalones utilizados por la clase alta), que se popularizó en la Revolución Francesa.</p>



Estética *effortless*



LBD con tirantes espagueti



Jersey con estampado *fair isle*



*Fashion*

<p><i>Cut out</i></p>	<p>Tendencia que consiste en realizar determinados cortes estratégicos a las prendas para estilizar la figura o añadir un toque diferente e, incluso, <i>sexy</i>.</p>	<p>Proviene del verbo inglés <i>cut out</i>, que significa «recortar» o «suprimir».</p>
<p><i>Dad pants</i></p>	<p>Pantalones de inspiración y corte masculino, altos de cintura y que se ensanchan en la pierna.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Daddy</i> (estética ~)</p>	<p>Tendencia que se basa en la utilización de prendas de estilo masculino y, por lo general, anchas.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Dark</i> (botas/botines/estética ~)</p>	<p>Estética caracterizada por seguir la moda de la subcultura gótica que surgió en Reino Unido entre finales de los 70 y mediados de los 80.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Dress code</i></p>	<p>«Código de vestimenta», es decir, una serie de reglas que especifican la manera correcta para vestir en ciertas situaciones.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Effortless</i> (estética ~)</p>	<p>Se puede traducir como «elegante sin esfuerzo». Se consigue con prendas básicas y atemporales en colores neutros (blanco, negro, <i>beige</i>, gris, <i>camel</i>...) llevadas con estilo y elegancia, pero de forma natural, sin que se note que el <i>look</i> ha sido estudiado a fondo.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>



*Fashion Week*



Pantalones *fifty-fifty*



Pantalón *flared*  
con bajo *cropped*



*Flatforms*



Sandalias *floss*

<p><i>Espagueti</i> (tirantes ~)</p>	<p>Tirantes muy finos, semejantes a los espaguetis, y, por lo tanto, muy discretos. También reciben el nombre de «cola de ratón».</p>	<p>Proviene del italiano.</p>
<p><i>Fair isle</i> (estampado ~)</p>	<p>Los jerséis que llevan este estampado son piezas basadas en las prendas alpinas y los diseños <i>après ski</i> con un toque invernal e, incluso, navideño. Suelen llevar el estampado <i>jacquard</i>, motivos geométricos y, a veces, estrellas, copos de nieve, animales o árboles de Navidad.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Fashion</i></p>	<p>Su traducción en español es «moda», es decir, lo actual en el atuendo, estilo, ropa, colores o complementos. Pero también se puede aplicar a todo lo que rodea a esta industria: diseñadores, firmas, modelos, modistas, etc.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Fashionista</i></p>	<p>Persona amante de la moda, seguidor de tendencias, con estilo, pero sin perder su esencia personal. Además, este término puede aplicarse a los asistentes a los desfiles, a los lectores de revistas de moda, a las personas involucradas en el negocio de la moda y a las que son capaces de marcar tendencia a través de su estilo.</p>	<p>Proviene del inglés. Es un derivado a partir de la raíz inglesa <i>fashion</i>, a la que se une el sufijo español <i>-ista</i>.</p>



Pantalones *folded up*



Pantalones *front yoke*



Pantalones *full length*



Bolso *furry*

<p><i>Fashion week</i></p>	<p>En español, «Semana de la Moda». Es el evento que se realiza en las capitales más importantes del mundo de la moda, donde los diseñadores muestran sus colecciones de otoño-invierno y primavera-verano.</p>	<p>Proviene del inglés. El calendario se inicia con la Semana de la Moda de Nueva York, seguida de Londres, Milán y, por último, París. Son las conocidas como <i>The Big Four</i>.</p>
<p><i>Fifty-fifty</i> (look ~)</p>	<p>Expresión que se puede traducir como «mitad y mitad» (también escrito como «50/50»). Se aplica a los <i>looks</i> o prendas que están compuestos únicamente por dos colores.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Flare</i> <i>Flared</i> (pantalones ~)</p>	<p>Son los también conocidos como «pantalones campana». Se caracterizan por ser estrechos hasta que se abren en la zona de la rodilla, y llegan a equilibrarse con las caderas.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Flatforms</i></p>	<p>Zapatos planos con plataformas.</p>	<p>Proviene de un juego de palabras entre <i>flat</i> («plano») y <i>platform</i> («plataforma»), ambas del inglés. Las más icónicas son las de Stella McCartney.</p>
<p><i>Floss</i> (sandalias ~)</p>	<p>Sandalias de tacón minimalistas, mayoritariamente de aguja, y con tiras muy finas que estilizan el pie.</p>	<p>Proviene del inglés. La palabra <i>floss</i> significa «seda dental», que hace referencia a las finas tiras que caracterizan a este tipo de sandalias.</p>
<p><i>Flow</i></p>	<p>Forma de vestir desenfadada, <i>casual</i> y que, como indica su nombre, fluye.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>



*Fuseau*

Estampado *gingham*  
o *vichy*

Botas *glitter*

*Gorpcore*

<i>Folded up</i> (vaqueros ~)	Vaqueros ligeramente anchos y remangados o doblados en el bajo.	Proviene del inglés.
<i>Front yoke</i> (vaqueros ~)	Vaqueros en los que el canesú del pantalón se agrega a la parte frontal. Normalmente, estos pantalones son de tiro medio o alto.	Proviene del inglés.
<i>Full length</i> (pantalones de vestir ~)	Pantalón de sastre de pernera amplia y extralarga, con pinzas o pliegues en el frontal y ajustados a la cadera.	Proviene del inglés.
<i>Furry</i> (prendas/accesorios/zapatos ~)	Zapatos, prendas o accesorios, como por ejemplo bolsos, decorados con pelo, en mayor o menor medida.	Proviene del inglés.
<i>Fuseau</i>	Pantalones generalmente elásticos, como los <i>leggings</i> , que se sujetan con una especie de estribo al pie o al tacón del zapato.	Proviene del francés.
<i>Gingham</i> (estampado ~)	Estampado que tiene un patrón de pequeños cuadros de un solo color sobre una superficie blanca. Hace alusión al mantel de pícnic.	Proviene del inglés. Este estampado también es conocido como <i>vichy</i> , palabra del francés, que se popularizó en los años sesenta gracias a la actriz francesa Brigitte Bardot.
<i>Glitter</i>	Se aplica a las prendas, zapatos o accesorios que están llenos de purpurina.	Proviene del inglés.



*Heavy*



*Hippie*



*Hot pants*



*Bolso hula hoop*

<p><i>Gorpcore</i></p>	<p>Tendencia que alaba el senderismo y, por tanto, se caracteriza por el uso de cortavientos, ropa de alpinismo, accesorios con velcro, impermeables, etc.</p>	<p>El nombre deriva de la palabra <i>gorp</i>, una mezcla de frutos secos que los montañistas consumen como <i>snack</i>, y la palabra en inglés <i>core</i> («corazón»). A esta tendencia se le suman otras denominaciones como <i>mountain chic</i>, <i>camping glam</i> o <i>ugly pretty</i>.</p>
<p><i>Heavy</i> (estilo ~)</p>	<p>Estilo de ropa que se asemeja a la indumentaria que llevan los cantantes de <i>heavy metal</i>. También hace referencia a las camisetas inspiradas en estos grupos musicales.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Hippie</i> <i>Hippy</i> (estilo ~)</p>	<p>Ropa que sigue la tendencia que revolucionó a la juventud de la segunda mitad de los años sesenta y principios de los setenta. Se caracteriza por las faldas largas, estampados florales, jerséis amplios o adornos de artesanía.</p>	<p>Proviene del inglés. En la actualidad este estilo también ha pasado a llamarse <i>boho</i>, un estilo <i>hippie</i> del siglo XXI.</p>
<p><i>Hot pant</i></p>	<p>Pantalones extremadamente cortos que se adaptan a la silueta, casi como la ropa interior.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>



Olivia Palermo, *it girl*



*Jacket*



*Jazz pants*



*Joggers*

<p><i>Hula hoop</i> (bolso ~)</p>	<p>Bolso que, como su nombre indica, está rodeado por una especie de asa que imita la forma del <i>hula hoop</i>.</p>	<p>Esta denominación tiene su origen en los aros llamados así, utilizados tanto en juegos infantiles como en actividades deportivas. En el mundo de la moda fue la firma Chanel quien creó, en 2013, este modelo de bolso.</p>
<p><i>Influencer</i></p>	<p>Persona famosa en las redes sociales a la que las empresas pagan por mostrar, recomendar y describir sus productos y servicios, animando a otras personas a comprarlo.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Insider</i></p>	<p>Alguien que es miembro aceptado de un grupo y que, por tanto, tiene conocimiento o influencia.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Instagrammer</i></p>	<p>Persona con un número de seguidores considerable en Instagram que comparte imágenes y vídeos con regularidad.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>It bag</i></p>	<p>Esta denominación se aplica a los bolsos imprescindibles de la temporada. También puede llamarse bolso <i>best seller</i>.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>It girl</i></p>	<p>Se conoce así a las chicas más influyentes, por lo que son una referencia en el mundo de la moda.</p>	<p>Proviene del inglés. Olivia Palermo o Alexa Chung son algunas de las <i>it girls</i> más importantes del mundo de la moda.</p>



*Lady o ladylike*



*Layering*



*Layering*



*Leather suit*



*Estampado liberty*

<i>Jacket</i>	Término que en español significa «cazadora» o «chaqueta».	Proviene del inglés.
<i>Jazz pant</i>	Pantalones de tejido elástico con una ligera campana que se abre a la altura de la espinilla y que, a veces, llega a cubrir parcialmente el calzado.	Proviene del inglés.
<i>Joggers</i>	Pantalones informales, de algodón, sueltos, pero ajustados alrededor del tobillo, que se usan para hacer deporte.	Proviene del inglés.
<i>Jogging</i>	Palabra que se aplica a las prendas que tienen un estilo parecido a la ropa utilizada para actividades físicas como correr.	Proviene del inglés.
<i>Lady Ladylike</i>	Tendencia atemporal y muy femenina con guiños al pasado, ya que rescata la elegancia más clásica de las damas de la alta sociedad, es decir, sofisticado, cuidado, sobrio y poco recargado. Se inspira fundamentalmente en los patrones de la moda de los años cincuenta.	Proviene del inglés. Los ejemplos más claros que inspiran este estilo son Jackie Kennedy, Grace Kelly o el personaje de Blair Waldorf en la serie <i>Gossip Girl</i> .
<i>Layering</i>	Término para referirse a la superposición de capas a la hora de vestir. También se puede aplicar a la tendencia en la que se usan varios collares juntos.	Proviene del inglés.



*Little black dress*



*Living coral*



*Loafers*



*Pantalones loose-fit*

<p><i>Leather suit</i></p>	<p>Tendencia en la que la prenda protagonista es de cuero o de piel, o imitando esos materiales. Normalmente, son trajes de pantalón y chaqueta o monos.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Liberty</i> (estampado ~)</p>	<p>Tela estampada con pequeñas flores y dibujos, propios del estilo <i>art nouveau</i>.</p>	<p>Este estampado se llama así por la firma londinense que lo creó, <i>Liberty &amp; Co</i>, del empresario Arthur Lasenby Liberty.</p>
<p><i>Little black dress</i> <i>LBD</i></p>	<p>Vestido, normalmente corto o a la altura de la rodilla, negro, sencillo, atemporal, clásico y elegante.</p>	<p>Proviene del inglés. También se suele hacer referencia a esta prenda con las siglas <i>LBD</i>. La pionera en su diseño fue Coco Chanel, pero el <i>LBD</i> más icónico es el del diseñador Hubert de Givenchy para Audrey Hepburn en la película <i>Desayuno con diamantes</i>.</p>
<p><i>Living coral</i></p>	<p>Dicho del color rosa anaranjado.</p>	<p>Proviene del inglés. Fue elegido el color del año 2019 por <i>Pantone®</i>.</p>
<p><i>Loafers</i></p>	<p>Zapato plano de piel o efecto piel, normalmente decorado con borlas o una hebilla. También se conocen como «mocasines».</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Loose-fit</i> (vaqueros ~)</p>	<p>Pantalón vaquero recto, holgado y de tiro bajo.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>



Suéter *marinière*



Pantalón *mid rise*



Faldas *midi*



*Midriff flossing*

<i>Low cost</i>	En otras palabras, «barato». Se aplica a ropa, accesorios y marcas.	Proviene del inglés.
<i>Made in Spain</i>	Se aplica a prendas y firmas diseñadas y fabricadas en España.	Proviene del inglés.
<i>Maison</i>	Es la «Casa de Moda», es decir, la institución que representa una gran firma de alta costura.	Proviene del francés. Algunas de las <i>maison</i> o casas francesas más importantes en el mundo de la moda son Dior, Chanel o Yves Saint Laurent.
<i>Marinière</i>	Término con el que se hace referencia al suéter clásico de rayas azules y blancas con independencia de su grosor.	Proviene del francés. Fue la marina francesa quien, en 1858, eligió esta prenda como uniforme. Después, Coco Chanel reinventó de forma <i>chic</i> esta camiseta marinera.
<i>Mid rise</i>	Se aplica a los pantalones de tiro medio, es decir, justo a la altura del ombligo.	Proviene del inglés. Existen también las denominaciones <i>high rise</i> , para tiro alto (a la altura de la cintura), y <i>low rise</i> , para tiro bajo (a la altura de la cadera).
<i>Midi</i>	Se dice del largo de faldas o vestidos que llegan a media pierna, es decir, entre la rodilla y el tobillo.	Proviene del término en inglés <i>midi-calf length</i> , que significa «largo a media pierna».



Pantalón *mom*



(izq.) Pantalón *mom slim*



*Naked dress*



*Naked dress*

<p><i>Midriff flossing</i></p>	<p>Pantalón de talle bajo al que van unidas unas tiras muy finas que rodean el abdomen, e incluso pueden llegar al torso. En algunas ocasiones la intención del pantalón es conseguir el efecto de «tanga asomando por la cinturilla».</p>	<p>Proviene del inglés. La traducción, más o menos, literal sería «hilo dental recorriendo el abdomen», ya que este es el efecto que busca esta prenda.</p>
<p><i>Minimal</i> (prenda ~)</p>	<p>Se dice de las prendas minimalistas, en las que se busca la sencillez y la simplicidad sin adornos o decoraciones superfluas.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Mohair</i></p>	<p>Tipo de lana de pelo largo, suave y brillante que proviene de la cabra de Angora (Turquía). Se utiliza para hacer tejidos suaves y ligeros.</p>	<p>Proviene del turco.</p>
<p><i>Mom Mommy</i> (vaqueros ~)</p>	<p>Estilo de vaquero de tiro alto, recto, con la pernera ancha creando sensación de amplitud y holgura, lo que provoca que el trasero parezca más grande y plano.</p>	<p>Proviene del inglés. Su origen se remonta a finales de los ochenta y principios de los noventa.</p>
<p><i>Mom fit</i> (vaqueros ~)</p>	<p>Es una versión de los <i>mom jeans</i>: vaqueros de tiro alto, cintura un poco ajustada y pernera ligeramente ancha, pero más estrechos.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>



Estilo navy



Newsboy cap o Paperboy cap



Normcore



Off-the-shoulder

<p><i>Mom slim</i> (vaqueros ~)</p>	<p>Es otra versión de los <i>mom jeans</i>. Estos vaqueros son rectos y holgados, al igual que los anteriores, pero la cintura y el trasero están mucho más ceñido que en los <i>mom</i> y, además, hay un estrechamiento progresivo. Son, dentro de la holgura que tienen todos los vaqueros <i>mom</i>, los más ajustados.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Naked dress</i></p>	<p>Sugere un vestido repleto de transparencias, que se lleva como una segunda piel. En algunas ocasiones es totalmente transparente y en otras está decorado con pedrería u otros apliques. También se conoce con este término a los vestidos que son del mismo color que la piel de la persona que lo lleva, consiguiendo así un efecto desnudo, es decir, <i>naked</i>.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Navy</i> (estilo ~)</p>	<p>Estilo en el que se resalta la estética y la vestimenta náutica. Son muy comunes los colores azul, blanco y rojo.</p>	<p>Proviene del inglés, ya que está inspirado en la Royal Navy. A este estilo pertenece el suéter <i>marinière</i>.</p>
<p><i>Newsboy cap</i></p>	<p>Tipo de boina a la que se le ha puesto la típica visera de las gorras, pero de menor longitud.</p>	<p>Proviene del inglés. Como su nombre indica, pretende imitar las gorras de los niños americanos que reparten periódicos.</p>



*Old school*



Estampado *paisley*



Pantalón *palazzo*



Pantalón *paperbag*

<p><i>Normcore</i></p>	<p>Tendencia que apela al anti-estilo, esto es, se trata de vestir de manera convencional, anodina y de espaldas a las tendencias, aunque acabará convirtiéndose en tendencia. Está caracterizada por ropa de apariencia normal, como <i>jeans</i>, camisetas, sudaderas y zapatillas deportivas, alejándose siempre de lo que se lleva, es decir, de lo <i>cool</i>.</p>	<p>Proviene del inglés. Es la unión de <i>norm</i> («norma, pauta o modelo») y <i>core</i> («corazón»). La idea que parece querer transmitir es algo como «lo más moderno es no ser moderno».</p>
<p><i>Off-the-shoulder</i> (escote ~)</p>	<p>Escote de vestidos, camisas, camisetas o blusas en el que las mangas no cubren los hombros. Es parecido al escote barco, pero con los hombros más al aire.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Old school</i> (estilo ~)</p>	<p>Expresión que se podría traducir como «de la vieja escuela», con el que se hace referencia a prendas o estilos que se llevaban en los años ochenta o noventa y que se han vuelto a poner de moda ahora.</p>	<p>Proviene del inglés. Un ejemplo actual de la moda <i>old school</i> podrían ser las americanas con hombreras.</p>
<p><i>On screen</i></p>	<p>Con esta expresión se hace referencia a prendas o accesorios que son vistosos y quedan bien al hacernos un <i>selfie</i> o al tener una videollamada.</p>	<p>Proviene del inglés. El auge de este fenómeno se debe al aumento de videollamadas. Un concepto similar es el del <i>screen style</i>.</p>
<p><i>Paisley</i> (estampado ~)</p>	<p>Estampado que va formando gotas o lágrimas curvadas de diferentes tamaños decoradas con flores y otros elementos, como puntos o líneas.</p>	<p>Proviene del escocés. Toma el nombre del pueblo escocés Paisley. También se conoce a este estampado como «cachemira».</p>



Estilo *partleisure*



Cuello *perkins*



Bolso *pochette*



Mangas *puffy*

<p><i>Palazzo</i> (pantalón ~)</p>	<p>Pantalón, tanto de tela vaquera como de otros tejidos más fluidos, de corte recto con la pernera muy ancha. En algunas ocasiones, especialmente con los de tejidos vaporosos, al ser tan anchos, se confunden con faldas.</p>	<p>Proviene del italiano.</p>
<p><i>Paper bag</i> (vaqueros ~)</p>	<p>Tipo de pantalón que tiene este nombre («bolsa de papel») por la forma arrugada que suele quedarse en la cintura a la hora de marcarla con la lazada o cinturón que acompaña al pantalón.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Paperboy cap</i></p>	<p>Otro término con el que se puede hacer referencia a la ya mencionada <i>newsboy cap</i>.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Partleisure</i></p>	<p>Estilo con el que se quiere nombrar a la tendencia que aboga por la ropa de fiesta cómoda que permite la diversión y la celebración sin renunciar al confort.</p>	<p>Proviene del inglés. Es la unión de <i>party</i> («fiesta») y <i>leisure</i> («ocio o descanso»).</p>
<p><i>Perkins</i> (cuello ~)</p>	<p>En jerséis y camisetas, cuello que cubre únicamente la parte baja de esta zona del cuerpo.</p>	<p>El nombre se debe al actor Anthony Perkins que, en la película <i>Psicosis</i>, llevaba un jersey de punto de este estilo.</p>
<p><i>Pochette</i></p>	<p>Se llama así al bolso bandolera compuesto por al menos dos compartimentos externos juntos. Incluso puede tener algún otro bolsito pequeño añadido a la correa.</p>	<p>Proviene del francés. El bolso <i>pochette</i> más icónico es el de Louis Vuitton.</p>



Vestido *prairie*



*Print*



Estética *punk*



*Red carpet*

<p><i>Puffy</i> (mangas ~)</p>	<p>Mangas de camisas, blusas o chaquetas que están abullonadas, teniendo un tamaño, a veces, algo exagerado. Se conocen también como mangas abullonadas.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Prairie</i> (vestido ~)</p>	<p>Vestido largo o <i>midi</i> de aire bucólico elaborado con tejidos ligeros y fluidos, como el crepé o la seda, con un estampado floral minimalista y muy colorido.</p>	<p>Proviene del francés.</p>
<p><i>Pre-fall</i> (colección ~)</p>	<p>Colección que las firmas de moda presentan para anticipar las tendencias del otoño-invierno.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Premium</i></p>	<p>Término con el que se hace referencia a aquellas firmas o prendas que tienen un precio más alto que el considerado como normal.</p>	<p>Proviene del inglés. No debe confundirse con marca o firma de lujo, ya que esta posee una gran originalidad, una historia y la capacidad de proporcionar cierto estatus a sus consumidores.</p>
<p><i>Prêt-À-Porter</i></p>	<p>Significa «listo para llevar». Designa un sistema de fabricación seriada de prendas que se repiten en función de la demanda.</p>	<p>Proviene del francés.</p>
<p><i>Print</i></p>	<p>Término que en español significa «estampado».</p>	<p>Proviene del inglés.</p>



Vaqueros *relaxed*  
y *ripped*



*Rib*



*Royal*



(dcha.) Hombreras estilo *rugby*

<p>Punk (estilo/estética ~)</p>	<p>Estilo de ropa que se asemeja a la indumentaria que llevan los cantantes de música punk. También hace referencia a las camisetas inspiradas en estos grupos musicales.</p>	<p>Proviene del inglés. Los diseños más famosos de la estética punk son los de la diseñadora británica Vivienne Westwood.</p>
<p><i>Push up</i> (vaqueros ~)</p>	<p>Pantalón vaquero que aumenta y eleva, siquiera visualmente, los glúteos.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Red carpet</i></p>	<p>Término con el que se hace referencia a la «alfombra roja» que hay antes de grandes eventos, donde los invitados posan y lucen sus mejores galas.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Relaxed</i> (vaqueros/sudadera ~)</p>	<p>Vaquero de tiro alto, corte recto, ligeramente holgado y, a veces, algo largo en el bajo. Son unos pantalones cómodos; de ahí su nombre.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Rib</i></p>	<p>Tejido de punto fino acanalado, es decir, con hendiduras que van haciendo una especie de canales. Es semejante al tejido <i>canalé</i>.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Ripped</i> (vaqueros ~)</p>	<p>Tipo de vaquero que está rasgado o roto en la zona frontal. Al margen del estilo o forma del pantalón, su característica principal es estar rasgado.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>



*Shacket*



*Shopper bag*



*Skinny jeans*



*Slingback*

<p><i>Rockero</i> (estilo ~)</p>	<p>Estilo de ropa que se asemeja a la indumentaria que llevan los cantantes de <i>rock and roll</i>. También hace referencia a las camisetas inspiradas en estos grupos musicales.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Royal</i></p>	<p>Con este término se hace referencia a las mujeres de la realeza y a sus estilismos a la hora de vestir.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Rugby</i></p>	<p>Dicho de la ropa inspirada en la estética que llevan los jugadores de este deporte. También está especialmente relacionado con el efecto que hacen las hombreras, elemento destacado de la indumentaria de los jugadores de <i>rugby</i>.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Screen style</i></p>	<p>Expresión con la que se hace referencia al estilo de ropa que crea tendencia a través de la pantalla, ya sea en películas, series o videollamadas.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Shacket</i></p>	<p>Prenda de vestir con la misma forma que una camisa, aunque de tejido más grueso, que sirve como chaqueta. La palabra equivalente en español es «sobrecamisa».</p>	<p>Proviene del inglés. Es un término compuesto por <i>shirt</i> («camisa») y <i>jacket</i> («chaqueta»).</p>
<p><i>Shirt</i></p>	<p>Término que en español se traduce como «camisa».</p>	<p>Proviene del inglés.</p>



*Slip dress*



*Slippers*



Pantalón *slouchy*



Botas *slouchy*



Bolso *slouchy*

<p><i>Shopper Shopping</i> (~ bag)</p>	<p>Tipo de bolso amplio y grande, de forma rectangular o trapezoidal, con la base más ancha que la parte superior. Suelen estar hechos de piel, polipiel o lona.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Skinny</i></p>	<p>Se trata del conocido «pantalón pitillo», es decir, vaqueros que son completamente ajustados.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Skirt</i></p>	<p>Término que en español se traduce como «falda».</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Skort</i></p>	<p>Prenda de vestir compuesta por una falda que esconde un pantalón corto en su interior. Un término equivalente en español sería «falda-pantalón».</p>	<p>Proviene del inglés. Es un término compuesto por <i>skirt</i> («falda») y <i>short</i> («pantalón corto»).</p>
<p><i>Slingback</i></p>	<p>Bailarinas destalonadas con una correa que, partiendo del tobillo, cruza el talón, es decir, la parte posterior del zapato.</p>	<p>Proviene del inglés. La traducción literal es «tirante hacia atrás». Los más icónicos son los de Chanel.</p>
<p><i>Slip dress</i></p>	<p>Vestido de seda, satén o raso, de aire lencero, con una apariencia muy ligera y, normalmente, con tirantes muy finos.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>



*Snake*



Estilo *sporty*



*Streetwear*



Top *stretch-mesh*



*Sweatpants*

<p><i>Slippers</i></p>	<p>Zapato plano abierto, como una bailarina o un mocasín, que cubre la mitad o un tercio del empeine de forma recta, es decir, no de forma redondeada como una bailarina. En algunas ocasiones también pueden estar destalonados.</p>	<p>Proviene del inglés. Su nombre se debe a que la aristocracia inglesa los usaba para andar por casa.</p>
<p><i>Slouchy</i> (pantalón/botas/bolso ~)</p>	<p>Si se trata de pantalones, estos deben ser bastante holgados, volviéndose más estrechos al llegar al final de la pierna, donde se ajustan al tobillo.</p> <p>Si nos referimos a botas, son aquellas de caña alta, con una serie de pliegues o bolsas que hacen que no se mantengan rígidas.</p> <p>Si hablamos de bolsos, también se caracterizan por poseer pliegues o bolsas que lo hacen irregular y flexible</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Snake</i> (estampado ~)</p>	<p>Término con el que se alude al estampado que imita la piel de serpiente.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Socialite</i></p>	<p>Persona, normalmente de clase social alta, que es famoso por ir a fiestas y eventos sociales importantes.</p>	<p>Proviene del inglés. En ocasiones se escribe de manera errónea: <i>socialité</i>, como si fuera un galicismo.</p>
<p><i>Sport Sporty</i> (estilo ~) (~ <i>chic</i>, a veces)</p>	<p>Tendencia en la que las prendas de deporte adquieren protagonismo, se llevan con estilo. Por tanto, no solo se usan para hacer ejercicio físico.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>



*Tank top*



*Teddy bear coat*



*Tomboy*



*Tote bag*



*Suela track*

<i>Streetwear</i>	Tendencia que surge con el único objetivo de crear una moda sin artificios, anteponiendo la comodidad a cualquier otra característica.	Proviene del inglés. Procede de la unión de <i>street</i> («calle») y <i>wear</i> («ropa o vestir»).
<i>Stretch-mesh</i>	Término que en español se traduce como «malla elástica».	Proviene del inglés. Es la unión de <i>stretch</i> («estirar o elasticidad») y <i>mesh</i> («malla»).
<i>Sweatpants</i>	Término que en español se traduce como «pantalones de chándal». Es decir, informales, de algodón y sueltos, pero ajustados al tobillo. También se conocen como <i>joggers</i> .	Proviene del inglés.
<i>Tailored</i> (vaqueros ~)	Vaquero de pernera recta, de tiro bajo, que se adapta perfectamente a cada cuerpo y talla, como si estuviese hecho «a medida».	Proviene del inglés.
<i>Tank top</i> (silueta ~)	Dicho de la silueta que tienen las camisetas sin mangas, es decir, de tirantes, generalmente, anchos y con escote cerrado o en <i>U</i> .	Proviene del inglés.
<i>Teddy (bear) coat</i>	Abrigo que se caracteriza por estar hecho con un tejido que imita al de los osos de peluche.	Proviene del inglés. Fue la tendencia más llamativa del invierno 2020-2021.
<i>Toffee</i>	Dicho del color marrón como el de los caramelos masticables de café con leche.	Proviene del inglés.



Chaqueta estilo *trekking*



*Trench*



*Twin set*



*Ugly shoes*

<p><i>Tomboy</i> (estética ~)</p>	<p>Estética con pinceladas masculinas caracterizada por prendas amplias. Es la tendencia que suelen seguir las mujeres que buscan una apariencia de chico o desean ofrecer un aspecto andrógino.</p>	<p>Proviene del inglés. Las prendas básicas para conseguir un <i>look tomboy</i> son la camisa azul, los trajes de chaqueta, las prendas <i>oversize</i>, los accesorios de hombres, como pajaritas, corbatas o tirantes, y los mocasines, todas ellas de inspiración masculina.</p>
<p><i>Tote bag</i></p>	<p>Bolso amplio, grande y de forma rectangular. Suele estar hecho de piel, polipiel, lona u otro tipo de material resistente.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Track</i></p>	<p>Suela de botas o botines que es ancha, gorda y con toda la superficie dentada. Se alude a ellas directamente como «botas <i>track</i>», en lugar de «botas de/con suela <i>track</i>».</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Trekking</i></p>	<p>Término utilizado para hacer referencia a la ropa propia de la actividad física denominada <i>trekking</i> (excursionismo por la naturaleza). No obstante, también pueden emplearse para la calle.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Trench</i></p>	<p>Término que en español se traduce como «gabardina».</p>	<p>Proviene del inglés. Esta prenda era utilizada en la Primera Guerra Mundial por los militares que estaban en las trincheras. Su creador fue Thomas Burberry.</p>



*Ultimate grey*

*Top underboob*

*Sudadera varsity*

*Vigoré*

<p><i>Trendhunter</i></p>	<p>Son aquellas personas, también conocidas como «cazadores de tendencia», que se dedican a seguir y comunicar las últimas tendencias en moda y a introducirlas en la sociedad.</p>	<p>Proviene del inglés. Es la unión de <i>trend</i> («tendencia») y <i>hunter</i> («cazador»). Otro término ligado a este es el de <i>trendsetter</i>, la persona que pone de moda una prenda o manera de vestir.</p>
<p><i>Twin set</i></p>	<p>Combinación de ropa compuesta por un top sin mangas o de manga corta, de punto, a juego con un cárdigan abierto y con botones o una rebeca, también de punto.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Ugly shoes</i></p>	<p>Zapatillas o <i>sneakers</i> extravagantes y con un diseño pintoresco y excéntrico reñido con las más elementales reglas de la sencillez. Esta moda de los <i>ugly shoes</i> también se ha trasladado a otro tipo de zapatos como los mocasines o las sandalias.</p>	<p>Proviene del inglés. Las <i>ugly sneakers</i> más icónicas son el modelo Triple S de Balenciaga.</p>
<p><i>Ultimate grey</i></p>	<p>Dicho del color gris claro.</p>	<p>Proviene del inglés. Fue elegido el color del año 2021 por <i>Pantone</i>®.</p>
<p><i>Underboob</i></p>	<p>Camisetas o tops que dejan ver o intuir la parte inferior del pecho.</p>	<p>Proviene del inglés. Es la unión de <i>under</i> («debajo») y <i>boob</i> («teta o pecho»). Fue la firma Fendi quien presentó esta propuesta en su desfile primavera-verano de 2017.</p>



Pantalón wide leg



Working girl



Working girl



Yellow illuminating

<p><i>Varsity</i> (sudadera/chaqueta ~)</p>	<p>Término que en español se traduce como «universidad». En moda, este término designa las sudaderas deportivas típicas de las universidades americanas. Llevan el nombre de su universidad, su escudo o bien la ciudad o estado en el que se encuentra.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Velour</i></p>	<p>Es un tejido hecho de algodón o de fibra sintética con el mismo aspecto que el terciopelo.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Vigoré</i> (tejido ~)</p>	<p>Tejido jaspeado (con vetas) que suele elaborarse con fibras de diferentes colores para conseguir que la prenda no tenga un matiz único, sino varios tonos sutiles.</p>	<p>Su origen no está claro, pero se cree que puede provenir del italiano.</p>
<p><i>Wide leg</i> (pantalón ~)</p>	<p>Pantalón, normalmente vaquero, que se caracteriza por la pernera ancha y recta a lo largo de toda la pierna, aunque ligeramente acampanados. Pueden estar cortados a ras de suelo o por encima del tobillo.</p>	<p>Proviene del inglés.</p>
<p><i>Working (girl)</i> (inspiración/estética ~)</p>	<p>Estética que lleva las últimas tendencias en moda a los <i>looks</i> de oficina, de una forma cómoda, sencilla y elegante.</p>	<p>Proviene del inglés. También se le denomina estilo <i>office</i>.</p>
<p><i>Yellow illuminating</i></p>	<p>Dicho del color amarillo estridente y llamativo, sin llegar a ser flúor.</p>	<p>Proviene del inglés. Fue elegido el color del año 2021 por <i>Pantone®</i>.</p>

<p><i>Zeitgeist</i></p>	<p>Término que en español se traduce como «espíritu de la época» o «espíritu de los tiempos». Se refiere a un agente invisible o fuerza que domina las características de una época. Este término se suele utilizar en moda al hablar de tendencias o prendas que captaron la mentalidad o visión de la sociedad en un momento dado.</p>	<p>Proviene del alemán. Este concepto surge en la filosofía alemana de los siglos XVIII al XIX. En moda fue el estilo minimalista el que definió parte del <i>zeitgeist</i> de los noventa.</p>
<p><i>Zoom friendly</i></p>	<p>Expresión utilizada para calificar las prendas o accesorios con estilo apropiados una reunión virtual o en una videollamada.</p>	<p>Proviene del inglés. La palabra <i>zoom</i> no solo hace referencia a lo que se hace con las cámaras para acercar o alejar la imagen, sino a la plataforma virtual con ese nombre.</p>

## BIBLIOGRAFÍA

- Cambridge, *Dictionary*. En línea: <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/> (Última consulta: 04-04-2021)
- El País, *Del 'carrot' al 'flare': diccionario de pantalones vaqueros*. En línea: [https://elpais.com/elpais/2018/10/03/escaparate/1538565042\\_862865.html](https://elpais.com/elpais/2018/10/03/escaparate/1538565042_862865.html) (Última consulta: 20-03-2021)
- Fundéu, *Glosario de la Moda*. En línea: <https://fundeu.es/documentos/glosarioModaFundeuRAE.pdf>
- Glamour España, *10 portadas significativas*. En línea: <https://www.glamour.es/celebrities/noticias/galerias/10-portadas-significativas/5344/image/430241> (Última consulta: 31-03-2021)
- Gómez Capuz, J. (2005). *La inmigración léxica*. Madrid: Arco/Libros.
- Guerrero Ramos, G. (1997). *Neologismo en el español actual* (2ª ed.). Madrid: Arco/Libros.
- Hernando, B. M. (1990). *Lenguaje de la prensa*. Madrid: Eudema
- Herrero Aguado, C. (2013). «Periodismo especializado, en singular y plural», en Sobrados León, M. (coord.): *Presente y futuro del Periodismo Especializado*, Madrid: Editorial Fragua, 13-49.
- Hurtado González, S. (2003). *El uso del lenguaje en la prensa escrita*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Lázaro Carreter, F. (1977). «El lenguaje periodístico entre el literario, el administrativo y el vulgar», en Lázaro Carreter, F. (ed.): *Lenguaje en periodismo escrito*, p. 9-32, Madrid: Fundación Juan March.
- Pérez Curiel C. (2013). «El periodismo especializado en moda. Marcas de calidad y alternativas de futuro», en Sobrados León, M. (coord.): *Presente y futuro del Periodismo Especializado*, Madrid: Editorial Fragua, 249-277.
- Pérez Curiel C. & Naranjo, E. (2018). *Periodismo e industria de la moda: claves prácticas*. Salamanca: Comunicación Social.
- Radio Televisión Española, *Diccionario de la moda (la guía para no perderte en el planeta fashion)*. En línea: <https://blog.rtve.es/moda/2012/08/el-mejor-diccionario-de-la-moda.html> (Última consulta: 14-03-2021)
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. *Diccionario de la lengua española*. En línea: <https://dle.rae.es/>

- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2010). *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Espasa.
- Rivière M. (2019). *Diccionario de la moda. Los estilos del siglo XX*. Barcelona: Penguin Random House.
- Romero Gualda, M<sup>a</sup>. V. (2002a). «El préstamo léxico. Los anglicismos», en M<sup>a</sup>. V. Romero Gualda (coord.): *Lengua española y comunicación*, Barcelona: Ariel Comunicación, 405-421.
- Romero Gualda, M<sup>a</sup>. V. (2002b). «El vocabulario español y los medios de comunicación. Tipos de neología y neologismo», en M<sup>a</sup>. V. Romero Gualda (coord.): *Lengua española y comunicación*, Barcelona: Ariel Comunicación, 343-351.
- Vogue España, *¡Cómo hemos cambiado!* En línea: <https://www.vogue.es/living/articulos/de-1988-a-2013-vogue-cumple-25-anos/17535> (Última consulta: 23-03-2021)
- Vogue España, *Vogue España celebra su 30 aniversario con un número emblemático*. En línea: <https://www.vogue.es/vogue30/articulos/30-aniversario-vogue-espana-abril-2018-portada/33802> (Última consulta: 23-03-2021)
- Wikipedia, *Unidad Editorial*. En línea: [https://es.wikipedia.org/wiki/Unidad\\_Editorial](https://es.wikipedia.org/wiki/Unidad_Editorial) (Última consulta: 16-03-2021)