



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

Grado en Traducción e Interpretación

TRABAJO FIN DE GRADO

Los Anglicismos y su papel en la prensa de moda española

Presentado por Lucía Blanco Galdón

Tutelado por María Goretti Faya Ornia

Soria, 2023

RESUMEN

El inglés ha colonizado, de forma gradual y debido a múltiples factores, multitud de aspectos de nuestras vidas, entre ellos la moda. Como resultado, numerosas revistas españolas incorporan una gran carga de anglicismos que visten sus discursos con la intención de acercarse a un público cada vez más internacional a causa del fenómeno de la globalización. No obstante, esta dinámica de inclusión en la lengua española está en un estado constante de evolución con motivo de los nuevos estilos y tendencias que emergen cada vez con mayor frecuencia y que precisan de nuevas voces que los nombren, las cuales suelen ser de origen inglés. El objetivo de este trabajo es precisar la definición de anglicismo, sus correspondientes clasificaciones, su papel en el lenguaje de la moda y su finalidad. Es por ello por lo que el corpus de este trabajo se ha extraído de dos revistas españolas: VOGUE España y ELLE España, más concretamente de los números pertenecientes a las temporadas de invierno y primavera comprendidos entre 2020 y 2023. Las publicaciones seleccionadas y el análisis en profundidad de algunos anglicismos que hacen referencia a elementos que conforman nuestra indumentaria nos ayudarán a conocer el nivel de influencia de estas voces en las dos revistas españolas seleccionadas, qué papel ejercen en este sector y cuáles son sus posibles alternativas y/o traducciones.

Palabras clave: anglicismos, revistas de moda españolas

ABSTRACT

English has gradually colonised, due to multiple factors, many aspects of our lives, including fashion, which can be considered one of the most significant social manifestations of contemporary society. As a result, many Spanish magazines incorporate a heavy load of Anglicisms that dress up their discourses with the intention of approaching an increasingly international public due to the phenomenon of globalisation. However, this dynamic of inclusion in the Spanish language is in a constant state of evolution due to the new styles and trends that are emerging on an increasingly frequent basis, and which require new voices to designate them, which tend to have an English origin. Therefore, the aim of this paper is to clarify the definition of anglicism, its corresponding classifications, its role in the language of fashion and its purpose. That is why the corpus of this work has been extracted from two Spanish magazines: VOGUE Spain and ELLE Spain, more specifically from the issues belonging to the winter and spring seasons between 2020 and 2023. The selected publications and the in-depth analysis of some anglicisms that refer to elements that conform our clothing will help us to know the level of influence of these voices in the two selected Spanish magazines, what role they play in this sector and what their possible alternatives and/or translations are.

Keywords: *anglicisms, Spanish fashion magazines*

Índice

1.	Introducción.....	6
1.2	Justificación.....	6
1.3	Objetivos y metodología.....	7
2.	Contextualización teórica: Los anglicismos.....	8
2.1	La globalización y el inglés como <i>lingua franca</i>	8
2.2	Los anglicismos.....	11
2.3	Concepto de anglicismo.....	12
2.4	Clasificación de anglicismos.....	13
2.5	Los anglicismos y la prensa de moda.....	15
3.	La moda y su lenguaje.....	16
3.1.	El anglicismo y su papel en la prensa de moda.....	18
3.2.	VOGUE y ELLE como prensa de moda de referencia en España.....	20
4.	Análisis de anglicismos.....	22
4.1	Estudio de los anglicismos.....	23
4.1.1	Clutch.....	24
4.1.2	Supermodelo.....	26
4.1.3	Suéter.....	27
4.1.4	Barbiecore.....	28
4.1.5	Vintage.....	30
6	Conclusiones.....	31
7	Bibliografía.....	32

8. Anexo I.....	35
-----------------	----

1. Introducción

La moda hoy en día ha cobrado una determinada notabilidad gracias a los medios de comunicación, convirtiéndose en un tema que exige atención y, por tanto, se ha convertido en objeto de investigación. A la hora de examinar el vocabulario referente a la moda, podemos observar que hay ciertas formas de nombrar o de señalar cualquier tipo prenda, estilo o estampado que pueden llegar a ser un tanto particulares, sobre todo a la hora de utilizar muchas expresiones o palabras que provienen del inglés y que se mezclan o se adoptan en otras lenguas y se denominan anglicismos. En ocasiones el uso de los anglicismos puede resultar un tanto chocante en la lengua receptora, pero a su vez es más sonoro o aportan sofisticación al discurso, por lo que calan rápidamente en el público, de ahí que las grandes empresas de moda, el lenguaje publicitario y la prensa los utilicen, a veces, más bien como estrategia de márketing a la hora de enfocar una nueva colección o tendencia.

Por todo ello, es interesante analizar qué son los anglicismos, el porqué de su uso y cómo se aplican en la prensa de moda española.

1.2 Justificación

Gracias a la relevancia que ha obtenido la lengua inglesa y el impacto que esta ha generado en el español en los últimos años se ha adquirido cierto interés en los anglicismos y en cómo estos se han ido entrelazando con nuestra lengua. Es por ello por lo que los anglicismos han sido objeto de estudio para diversos investigadores, pero no podemos evitar observar que la mayoría de estos estudios van dirigidos a los anglicismos encontrados en prensa deportiva, en publicidad o incluso en el cine, dejando a la prensa de moda generalmente en un segundo plano en cuanto a investigación se refiere y, por este motivo, me decanté por este tema. Pero esta no es la única razón, pues siempre he sentido una gran pasión por el mundo de la moda y he pasado gran parte de mi infancia y

adolescencia leyendo este tipo de prensa. Esto, unido a mi interés por la lengua inglesa y mi formación en el grado de Traducción e Interpretación, me despertó cierta curiosidad en los anglicismos de este sector. Por todo ello, me resulta especialmente interesante dedicar mi TFG a este fenómeno lingüístico y profundizar en el conocimiento de este tipo de palabras y su influencia en nuestras vidas ya que están mucho más presentes en ellas de lo que pensamos.

1.3 Objetivos y metodología

Este trabajo se basa en el supuesto de que el léxico de la industria de la moda, un ámbito en el que las tendencias traspasan las barreras lingüísticas, es idóneo para el análisis de préstamos lingüísticos. Además, se parte del supuesto de que el lenguaje especializado de la moda es propenso a la incorporación de anglicismos, por lo que se examinará su presencia en las revistas de moda españolas seleccionadas. El objetivo principal es investigar la inclusión y el uso actual de ciertas voces extranjeras que se encuentran en estas revistas.

Para poder realizar este estudio, se han analizado varios artículos de dos revistas de moda (*VOGUE España* y *ELLE España*) que corresponden al periodo comprendido entre el 2020 y 2023 con el objetivo de saber cuáles son algunas de las voces inglesas que más se usan en sus páginas. Se han considerado estas dos revistas para este estudio ya que son las más relevantes en el sector de moda español y las que más presencia de anglicismos poseen en sus artículos ya que están enfocadas a un público altamente variado, más bien joven y con una gran influencia del inglés por formar parte de revistas internacionales, las cuales son el reflejo de una sociedad que vive en un mundo globalizado. Por lo tanto, las conclusiones se basarán en este material, el cual se considera altamente representativo, aunque también es importante tener en cuenta que podrían

surgir futuras líneas de investigación que puedan generar alguna variación en dichas conclusiones.

Se ha excluido todo el vocabulario de estas revistas que no está relacionado con la moda, como tecnología o redes sociales, para asegurar que este trabajo solo se enfoque en términos de prendas de moda, accesorios, estilos y novedades en este campo. Se realizó una búsqueda online en las revistas mencionadas para identificar algunos de estos anglicismos, para su posterior selección y análisis de su contexto, información léxica y semántica básica. El objetivo es determinar la frecuencia, cantidad y variedad de anglicismos en este sector y su inclusión en el español. Al finalizar este análisis, se reflexionará sobre los resultados en la conclusión, se evaluará si se han cumplido los objetivos propuestos con anterioridad y se ofrecerá una breve valoración personal de todo el trabajo.

2. Contextualización teórica: Los anglicismos

2.1 La globalización y el inglés como *lingua franca*

Actualmente nos encontramos en un mundo donde podemos viajar a cualquier parte gracias a los medios de transporte actuales que no solo conectan países, sino continentes. Gracias a las nuevas tecnologías como internet, podemos obtener cualquier tipo de información de todo aquello que deseemos saber sin importar el lugar de procedencia de la información, podemos comunicarnos con cualquier persona en segundos y hablar diferentes idiomas ya no es una de las mayores barreras para la comunicación. Todo ello es consecuencia de vivir en un mundo globalizado. Pero ¿qué significa exactamente el término globalización?

Partiendo del supuesto de que la «globalización» es un concepto actualmente muy popular hoy en día, sin tener en cuenta opiniones personales y políticas, según Hirsch,

(1997:7-17) Hablando de «globalización», podemos analizar analíticamente varios niveles dentro de su significado: *técnico*, por el desarrollo de las nuevas tecnologías; *político*, por la unificación de los gobiernos de varios países con el fin de derrumbar fronteras; *ideológico-cultural*, el reconocimiento universal de los principios democráticos liberales y los derechos fundamentales; *económico*, por la liberación de bienes, servicios, dinero y capital.

Tras haber diferenciado los cuatro niveles de la globalización, podemos observar cómo todos ellos están ligados a las tendencias sociales y a patrones de consumo similares. La difusión de la cultura en los medios de comunicación que comparten diversos países donde hay un claro predominio de la cultura occidental y, más concretamente, de la cultura angloamericana, ha favorecido a que el inglés sea la lengua predominante en la unión de estas culturas. Como bien explica (Montes, 2006) el inglés puede considerarse como el idioma común que usamos en la comunicación internacional, la cultura, el comercio y los viajes internacionales. Es el idioma que en el último siglo ha conseguido reemplazar a otros idiomas como el francés o el alemán. Pero para poder comprender cómo ha llegado el inglés a obtener este calificativo, primero que todo, es esencial aportar un contexto y una definición de lo que es una *lingua franca*.

Como contexto (Serrano, 2016:178) nos explica que, una *lingua franca*, Se puede definir como aquello que utilizan los diferentes grupos sociales para comunicarse cuando no existe un lenguaje común para ello. Y efectivamente, la necesidad de interactuar con grupos de personas de otros países o continentes nos ha hecho que adoptemos un idioma que pueda llegar a ser entendible por todos y con el que podamos relacionarnos con otras culturas distintas a la nuestra, con el fin de llegar a un entendimiento común.

Para poder comprender esto, debemos saber que el inglés se ha convertido en la principal lengua vehicular de nuestra realidad actual debido al dominio colonial de Gran

Bretaña en el siglo XIX, donde explotaron extensas regiones en todo el mundo. Esta influencia permitió que su lengua se utilizara con fines comerciales, estableciendo así una uniformidad ortográfica y léxica en las fronteras. A finales del siglo XIX, Estados Unidos reemplazó a Gran Bretaña como la potencia económica líder y todo ello continuó impulsando la presencia del inglés en nuestras vidas.

En este sentido, es importante darse cuenta de que el inglés ya no pertenece exclusivamente a la población numérica de hablantes nativos de inglés, sino que se ha convertido, con la ayuda de la globalización, en el idioma universal cuya misión es unificar culturas y, como bien explica Juliane House la actual *lingua franca* “is a language for communication [...] not a language for identification” House (2010: 13).

Entonces, ¿Cuál es el futuro del inglés como *lingua franca* y qué podemos esperar? Esta cuestión resulta ser tema de debate entre diversos lingüistas. David Crystal y David Graddol, expertos en la materia, tienen opiniones diferentes sobre la trayectoria de la lengua. Por un lado, Graddol (2000: 66) sugiere que, aunque el número de hablantes nativos de inglés está aumentando, no lo hace tan rápidamente como el de hablantes de otras lenguas y predice que el inglés acabará siendo superado por el chino y se situará a la par del árabe, el hindi y el urdu como lenguas dominantes. Por otro lado, Crystal (2003: 212) cree que Graddol subestima el futuro hegemónico del inglés, teniendo en cuenta que el 25% de la población mundial lo domina como segunda lengua, destaca el crecimiento exponencial del uso del inglés entre los hablantes no nativos y espera que esta tendencia continúe aunque Graddol, sostiene que la difusión del inglés ha propiciado el fomento del multilingüismo y no el abandono de otras lenguas. Pese a que sus perspectivas son opuestas, los dos coinciden en que no podemos ignorar su impacto, popularidad y difusión de cara a los próximos diez años.

2.2 Los anglicismos

A lo largo de su historia, la lengua española ha recibido la influencia de numerosas lenguas extranjeras debido a los diversos pueblos que han pasado por la Península Ibérica, incorporando palabras al español a través de préstamos. Como es sabido, el español es una lengua romance, es decir, tiene su origen en el latín, al igual que otras lenguas romances como el francés, el italiano y el portugués, de las que también absorbe algunos préstamos. No obstante, éstas no fueron las únicas lenguas con las que el español tuvo contacto, otro ejemplo significativo fue la presencia del árabe debido a la invasión musulmana que dio lugar a unas 4.000 palabras de origen árabe en el español.

Aunque es cierto que el inglés está cada vez más presente en nuestra forma de hablar, esto se debe en gran medida a la influencia del francés, ya que éste ha actuado como puente para la adopción de términos ingleses gracias a los galicismos¹, que ocupan un puesto destacado en nuestro idioma ya que el francés fue la primera lengua culta moderna con la que entró en contacto el español hasta que a mediados del siglo XX comenzó su declive en favor del inglés. Como bien cuenta Medina López (1996:13) «Al contrario que el francés, el inglés se incorporó a nuestro país como consecuencia de una serie de factores externos y sociales, y entre ellos destacan las dos guerras mundiales, el creciente poder político y económico de países anglófonos como Estados Unidos o Inglaterra, su importante intervención en actividades culturales como el cine, la moda o la música, y su presencia de forma masiva en medios de comunicación, redes sociales y publicidad, entre otros».

¹ Giro, vocablo o expresión de la lengua francesa empleado en otro idioma.

Una vez mencionado esto, podemos comenzar a comprender la cantidad de neologismos² que proceden del inglés que tenemos en el español actual. Sin embargo, es importante destacar que el impacto de la lengua inglesa no ha afectado a España únicamente, como ya hemos visto con el fenómeno de la globalización, sino que cada vez son más los países que introducen palabras de procedencia inglesa en su vocabulario, y esto ha dado lugar al término «anglicismo», préstamos lingüísticos procedentes del inglés. Por ello, numerosos investigadores se han centrado en estos préstamos, sus usos o clasificaciones pero para este trabajo se han seleccionado aquellos más relevantes.

2.3 Concepto de anglicismo

Dado que este trabajo se centra en el estudio de los anglicismos, es importante comenzar con la definición de este concepto. Para ello se ha llevado a cabo una revisión de los estudios existentes y se pueden identificar diferentes concepciones del término más citadas. Según Pratt (1980: 115) «Un anglicismo es un elemento lingüístico, o grupo de estos, que se emplea en el castellano peninsular contemporáneo y que tiene como étimo inmediato un modelo inglés». Para Medina (1996:13) el anglicismo es «la influencia directa o indirecta del inglés en las estructuras fónicas, léxicas o sintácticas de otra lengua. Es un proceso complejo del contacto de lenguas; un mecanismo de transculturización que sobrepasa los límites que impone la defensa de una lengua frente a la penetración de términos y estructuras de otra». Una de las definiciones más recientes es la de Parra y García (2013:28) que afirman que un anglicismo es «una palabra inglesa necesitada y adoptada por otra lengua en la mayoría de las ocasiones porque el léxico de esa lengua no puede dar una denominación a un concepto concreto».

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

Curiosamente, se presentan discrepancias frente a qué se considera o no un anglicismo. Ciertos autores, como Pratt, aceptan como anglicismos aquellas palabras en las que solo se utilizó el inglés como lengua intermediaria, mientras que otros investigadores no están del todo acuerdo con este criterio, negando que su papel como mediador otorgue la categoría de anglicismo a los términos de otras lenguas Lorenzo (1996:52). Además, algunos lingüistas sostienen que solo se consideran anglicismos aquellos términos que guardan una similitud sonora con la lengua inglesa, mientras que otros abogan por que cualquier creación o imitación de palabras en inglés con material en español también deben ser consideradas anglicismos.

Por lo tanto, entendemos como anglicismo palabras de origen inglés que se incorporaron a otros idiomas, generalmente para nombrar una nueva realidad o para un conjunto diferente de causas lingüísticas como el uso de sinónimos y efectos estilísticos. En el momento en que se introducen los anglicismos en una lengua, su futuro es bastante incierto, ya que dependen de la popularidad que estos adquieran desde el momento de su llegada, siendo su frecuencia de uso uno de los factores más importantes ya que, cuanto más frecuentes, mayor será la probabilidad de que se instalen en la lengua.

Para este trabajo usaremos la definición de Pratt en la que usa el término «anglicismo» para referirse a aquellas palabras de procedencia inglesa incorporadas en este caso al español para referirse a un concepto nuevo, ya sea tanto por causas lingüísticas, como por el empleo de sinónimos o por efectos estilísticos.

2.4 Clasificación de anglicismos

Como paso previo al análisis de los anglicismos en la prensa de moda española es importante destacar y enumerar las diferentes clasificaciones que nos han aportado ciertos expertos en sus estudios para su posterior clasificación en la parte práctica.

Desde los años cuarenta han sido varios los autores que han ido aportando información acerca de cómo clasificar los anglicismos, uno de los primeros autores fue Alfaro (1948) con una clasificación de once categorías. Otro autor con gran relevancia fue Smith (1975) quien los clasificó en «anglicismos crudos y anglicismos asimilados» (1975, pp. 9-12).

Otro experto en clasificarlos fue Pratt en los años 80 donde los clasificó como patentes que son los que «incluyen toda forma identificable como inglesa, o bien totalmente sin cambiar (como ranking, hippy, sidecar), o bien adaptada, parcial o totalmente, a las pautas ortográficas del español contemporáneo (por ejemplo, boicot, boxear, trávelin)» Pratt (1980:116) o los anglicismos no patentes son los que incluyen «todos aquellos anglicismos que se reconocen como formas españolas» Pratt (1980:160). Y finalmente en 1987 Emilio Lorenzo publicó su artículo «Anglicismos en la prensa» donde realizaba la siguiente clasificación: Anglicismos crudos, en periodo de aclimatación, totalmente asimilados, calcos y calcos semánticos.

Pero todas estas clasificaciones, pese a ser las más conocidas, al pertenecer al siglo pasado no son las más actuales ya que el estudio del anglicismo y su clasificación ha ido evolucionando hasta nuestros días. Por ello, una de las clasificaciones actuales más relevante es la de Pulcini y Rodríguez González (2012) donde los divide en anglicismos directos e indirectos.

Los préstamos directos se dividen en: préstamos, falsos préstamos y préstamos híbridos. Dentro de los préstamos encontramos los préstamos directos adaptados y no adaptados.

1. Préstamos no adaptados: También conocidos como crudos, son aquellos anglicismos que se han introducido en nuestra lengua de una forma pura (*look*)

2. Préstamos adaptados: son los anglicismos que se han mostrado cambios en su ortografía, fonología y morfología para adaptarse a nuestra lengua (suéter) que proviene de *sweater*.
3. Falsos préstamos: son las palabras que no existen como tal en inglés a pesar de estar formadas por lexías inglesas (supermodelo) que viene de *top-model*.
4. Préstamos híbridos: son aquellas palabras que combinan elementos del inglés y del español en una sola palabra (*fashionista*).

Por otra parte tenemos los préstamos directos que se dividen en calcos y préstamos semánticos. Al mismo tiempo, los calcos se pueden dividir en calcos traducidos, interpretados y creados.

1. Calcos traducidos: son las palabras en las que el término en inglés se traduce directamente en la lengua receptora. (*Street style*) estilo urbano.
2. Calcos interpretados: se trata de las palabras o expresiones en las que se traduce una parte del inglés mientras que la otra parte ha perdido su equivalencia en el español (*bucket hat*) gorro pescador.
3. Préstamos semánticos: Son aquellas palabras ya existentes en la lengua receptora, en ocasiones similares al anglicismo, cuyo significado pertenece a la lengua inglesa (*cool*) fresco o genial.

2.5 Los anglicismos y la prensa de moda

Una vez situado el concepto de anglicismo y su clasificación, exploraremos la estrecha relación que existe en el mundo de la moda con el uso de estos anglicismos, más concretamente en el ámbito de la prensa especializada en moda. Para poder comprender

plenamente esta relación, examinaremos tres aspectos fundamentales que determinan su relación a través de varios enfoques teóricos y estudios previos, los cuales nos ayudarán a profundizar y disponer un contexto de la prensa de moda.

3. La moda y su lenguaje

El lenguaje utilizado en el periodismo de moda no ha sido muy estudiado. Asimismo, no hay mucha investigación sobre el anglicismo en el lenguaje profesional moderno ya que se encuentra en constante cambio pero la prensa tiene una importancia fundamental en la incorporación de los anglicismos y su fijación en la lengua, por lo que están surgiendo gran cantidad de debates e investigaciones al respecto.

Primero se debe comenzar por una descripción de qué se considera que es la moda. Según Alessandra (2015:45) «la moda puede ser considerada como un fenómeno estético, social, histórico, cultural y económico que refleja los valores y características de una época y es un pilar importante en nuestra sociedad actual, que otorga gran importancia a la imagen y las apariencias».

En el ámbito de la moda, tanto en producciones orales como escritas, se suelen respetar las normas que rigen el uso del lenguaje general, aunque se hace un uso frecuente de extranjerismos «el lenguaje utilizado en este sector tiene la particularidad de ser tan variable y perecedero como las modas mismas» Guitto (2012: 1018).

Si consultamos la definición que nos proporciona el DRAE en cuanto al concepto de moda es 1. f. Uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país //2. f. Gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos.

Con esta definición como referencia y si la aplicamos al plano lingüístico podemos ver que el lenguaje de la moda es un lenguaje especializado ya que acepta variaciones ante la aparición de un nuevo concepto y/o tendencia que requiere de otro tipo de términos para poder denominarla. Una definición muy útil para entender el lenguaje de la moda como lenguaje de especialidad sería «lenguas de especialidad como subconjuntos de recursos específicos, lingüísticos y no lingüísticos, discursivos y gramaticales, que se utilizan en situaciones consideradas especializadas por sus condiciones comunicativas» Cabré y Gómez de Enterría (2006:12).

Pero es importante señalar que también el mundo de la moda se ve altamente entrelazado con nuestra sociedad actual ya que forma un papel fundamental de la expresión personal, dejando ver nuestros gustos, características personales, en qué época nos encontramos o incluso cuales pueden llegar a ser nuestros valores y, todo ello, a su vez, está en constante evolución. Por estas razones el sector de la moda posee un lenguaje tan propio que se caracteriza mayoritariamente por la aparición de nuevos términos, culpa de su naturaleza tan cambiante.

Gracias al uso de tantas palabras procedentes de otras lenguas podemos catalogarlo como un sector social y cultural, por lo que todos estos nuevos significantes nuevos que se introducen en la lengua española son generalmente prestamos lingüísticos ya que nos surge la necesidad de denominar a estos nuevos significantes los cuales surgen mayoritariamente en las culturas angloparlantes ya que son las que actualmente lideran el panorama sociocultural. Es por ello por lo que la lengua de la moda en España está totalmente abierta a la incorporación de estos anglicismos a su vocabulario con ciertas normas para identificarlos, como señala Alessandra (2015:50)

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

3.1. El anglicismo y su papel en la prensa de moda

Como hemos visto anteriormente el lenguaje de la prensa de moda en la lengua española se encuentra en un cambio constante y se ve altamente influenciado por la evolución de la moda global y la realidad sociocultural actual. Es por eso por lo que utilizamos los anglicismos como recurso para suplir las necesidades lingüísticas de este sector.

Como breve contexto histórico para entender mejor de dónde surge esta necesidad, necesitamos destacar que surgió con la propia aparición de la prensa en el siglo XVIII donde, al principio, el uso de anglicismos surgía de manera esporádica pero a medida que pasaba el tiempo, su presencia era cada vez más notable. Los anglicismos más frecuentes en la lengua española provenían sobre todo de préstamos culturales adaptados. Una de las razones principales de su inclusión era el nivel de prestigio que tenía la lengua emisora y la necesidad que tenía la lengua receptora de cubrir ese vacío lingüístico (Hockett, 1971:196). Otra de las razones por las que los anglicismos están tan presentes es gracias a los medios de comunicación, en especial el internet, ya que ha reforzado la presencia de la lengua inglesa, como bien afirma David Graddol (1997:41) internet es "*the flagship of global English*" pues «el 80% de la información que se encuentra en Internet, incluyendo la de la moda, está redactada en inglés por ser la lengua internacional por excelencia, por su facilidad para crear palabras, por su morfología flexional que es más sencilla que la de otras lenguas y, especialmente, por su economía lingüística gracias a la gran cantidad de palabras monosilábicas que posee». (Sanou, 2018:179)

Además, no cabe duda de que las generaciones más jóvenes son las más expuestas al constante desarrollo de este lenguaje, especialmente a través de redes sociales como

Instagram, TikTok o Twitter. Por esta razón, es más probable que un joven se familiarice primero con un tipo de prenda o un estilo en las redes sociales, donde ve y aprende el concepto con voz inglesa, antes de que lo vea en una tienda física. Además, las redes sociales nos permiten conectarnos más directamente con el mundo anglosajón, por lo que no es de extrañar que muchos jóvenes vean esto y quieran tener su estilo de vida o intenten imitar a los famosos o *influencers* que idolatran adoptando el *Street style* comprando unos *parachute pants*, llevando un *bucket hat* y todo con un *eyeliner* para que todo combine perfectamente con su *outfit*.

Por lo tanto, se puede confirmar que el empleo de palabras en inglés en la moda aporta cierto prestigio. Es muy inusual encontrar una revista de moda actual que no tenga algún anglicismo entre sus páginas, además, como señala Sanou (2018:190) en su estudio:

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

Por todas las razones anteriores logramos encontrar gran cantidad de palabras extranjeras en las revistas de moda modernas, no solo porque no se traducen correctamente o porque la palabra se ha colado en nuestros diccionarios, sino también porque en muchos casos usan términos en inglés para otorgar modernidad, novedad, singularidad y sobre todo carácter internacional al discurso. Como confirma Estornell (2012:63) «aquellas revistas cuya temática es la moda se caracterizan por emplear un léxico con presencia de voces foráneas, por términos de nueva creación y por el uso de palabras híbridas, es decir, palabras formadas a partir de un elemento patrimonial y otro

extranjero» y añade que “el fenómeno del préstamo en este tipo de revistas es un hecho destacable debido a su gran recurrencia.”

El uso de palabras extranjeras hace que la lectura sea mucho más amena, divertida y placentera, es mucho más probable que alguien se interese por unos *boyfriend jeans* que por unos pantalones de corte masculino, aunque signifiquen lo mismo. Por tanto, uno de los factores que influyen en el uso de anglicismos es comercializar y atraer compradores potenciales para que se sientan atraídos por la información que leen o ven y estén listos para comprar los productos que son reconocidos por ellos y que nos ofrecen en las páginas de sus revistas.

3.2. VOGUE y ELLE como prensa de moda de referencia en España

Para comprender mejor la presencia de los anglicismos en la prensa de moda española es preciso destacar el papel de las dos revistas más influyentes sobre este tema (VOGUE y ELLE) y en las cuales la inmensa mayoría de sus discursos están plagados de los préstamos lingüísticos analizados en este trabajo. Para ello, se realizará un pequeño contexto histórico de la creación de estas revistas y de cómo han llegado a ser los dos pilares de información de moda en España.

Comenzaremos por la mundialmente conocida Vogue. Considerada la cuna de la divulgación de la moda, según Ganzábal (2006:2) la revista Vogue fue fundada en diciembre de 1892 por Arthur Baldwin como una publicación semanal dirigida a la alta sociedad de Nueva York. Inicialmente, no se centraba exclusivamente en moda y también abordaba temas como deportes y música. Tras la muerte del fundador en 1909, Condé Nast se hizo cargo de la revista y la transformó en una publicación bimensual enfocada en moda y dirigida a mujeres.

Pero no fue hasta abril de 1988 cuando comenzó a distribuirse en España, bajo la dirección de Luis Carta y Ana Puértolas como editor y directora, respectivamente. La revista ya poseía cierta fama en nuestro país, pero donde verdaderamente demostró su verdadera influencia fue en «el primer número de Vogue lanzado en España que contó con una tirada de 125.000 ejemplares y con coste de 350 pesetas» (Cabello, 2016: 29).

Después de 35 años, la revista sigue en activo y ha ido cambiando su estructura, centrándose cada vez más en la moda y a la belleza a la vez que ha adquirido una imagen bastante similar a la de sus ediciones internacionales adaptándose a las nuevas tecnologías y ofreciendo sus contenidos de forma digital en su página web donde vuelca contenidos ampliados a los de la revista mensual. Pero para resumir el impacto de Vogue, no hay mejor ejemplo que las palabras de Breward (2003):

“Vogue capitalized on design innovations introduced in the production of European art magazines at the turn of the century, repackaging the fashion magazine as a desirable object, a harmonious and authoritative style guide that functioned as a bible for the fashion-conscious.” p.128.

Para la revista ELLE, su trayectoria comenzó en 1945 cuando fue fundada por Pierre Lazareff y Hélène Gordon. A diferencia de Vogue, ELLE se centró desde el principio en temas de moda, belleza y bienestar femenino ya que su objetivo era abordar estos temas con seriedad y sin frivolidad, mostrando en su primer número temas como la costura, el maquillaje y cartas de lectoras mostrando una imagen más cercana a la vez que útil para diferenciarse del resto de prensa de moda del momento.

ELLE llegó a España gracias a un grupo editorial internacional en 1986 y actualmente está pertenece al grupo Hearts Magazines España, quien define a la revista como la revista femenina líder a nivel global.

Tanto ELLE como VOGUE se caracterizan por considerar la moda como un estilo de vida, lo que las convierte en revistas dirigidas a mujeres que ponen la moda en el centro de sus prioridades. En este sentido, ningún otro tipo de publicación del sector es capaz de ofrecer una cobertura similar en cuanto a tendencias, reportajes de moda, novedades, etc.

4. Análisis de anglicismos

A partir de la teoría expuesta sobre los anglicismos y la moda como lenguaje especializado, se realizará un corpus de anglicismos relacionados con la moda y se llevará a cabo un análisis de cinco de ellos con el objetivo de identificar la presencia de los anglicismos en la prensa de moda española.

Para la obtención de ellos, se han tomado como referencia las dos revistas femeninas más consumidas por el público español, ELLE España y VOGUE España, en su versión online y cuyos contenidos corresponden desde la temporada de Enero del 2020 hasta la actualidad. La elección de ambas revistas ha sido principalmente porque poseen un estilo lingüístico muy actual centrado en un léxico donde podemos identificar el uso constante de extranjerismos.

También elegiremos los anglicismos para nuestro corpus en base a su presencia en estas revistas y observaremos la frecuencia de uso de algunos de ellos para mostrar cómo este va cambiando en función de las necesidades del discurso y del contexto temporal. La herramienta que nos ayudará con ello es el Observatorio Lázaro, que se describe así mismo como el «observatorio del anglicismo en la prensa española cuyo objetivo es estudiar el uso de anglicismos en la prensa española a lo largo del tiempo y de forma empírica, masiva y sistemática». Posteriormente, se pretende comentar en cierta profundidad cinco de los anglicismos de los corpus seleccionados para observar cómo y porqué se han empleado.

4.1 Estudio de los anglicismos

Para que sea más sencillo realizar el estudio, se ha creado un corpus en forma de tabla que recopila aquellos anglicismos que están exclusivamente relacionados con el mundo de la moda (accesorios, prendas, estilismos, etc.). En dicha tabla, se proporciona información que puede ser relevante de cada uno de los anglicismos y está dividido en base a su morfología, semántica y si se recoge dentro de la lengua española con el objetivo de brindar una perspectiva general de los préstamos del inglés en la prensa de moda española.

Dicha tabla contiene los veintiséis anglicismos más usados por las revistas anteriormente mencionadas, con su contexto de uso extraído sus páginas, el tipo de anglicismo, una breve definición, si está incluido o no oficialmente en nuestra lengua a través de la RAE (Real Academia Española) y cuál sería su posible traducción.

ANGLICISMO	CLASIFICACIÓN	DEFINICIÓN	CONTEXTO	ACEPTADO EN EL DRAE	TRADUCCIÓN
CLUTCH	Crudo	Bolso o cartera de pequeño tamaño pensado para llevar en la mano. Puede ser redondo, cuadrado, rectangular, con forma de huevo, etc., y de diferentes colores y materiales: con strass, pedrería, satén, piel, raso, terciopelo, plumas, cristales. Suele utilizarse en fiestas o para salir por la noche.	“Un diseño tipo <i>clutch</i> elegante y funcional que incluye además un asa ajustable y extraíble para poder convertirlo en bandolera.” VOGUE	No	Bolso de mano

Con toda esta información, se profundizará posteriormente en cinco de estos anglicismos para entender mejor su origen, uso y características más concretas. Dichos

anglicismos han sido seleccionados en base a su notable presencia en ambas revistas, su asimilación en nuestro idioma y su aporte pragmático al discurso.

En el análisis de estos términos, se aportará el contexto en el que aparecen para que podamos comprender su significado con una mayor precisión. También se comentará su posible origen así como su evolución a través de las gráficas proporcionadas por el observatorio Lázaro y la función que desempeña cada uno de ellos en el español. Además se indicará si estos anglicismos están recogidos en algún otro diccionario oficial de nuestra lengua para verificar si la acepción española coincide con la inglesa.

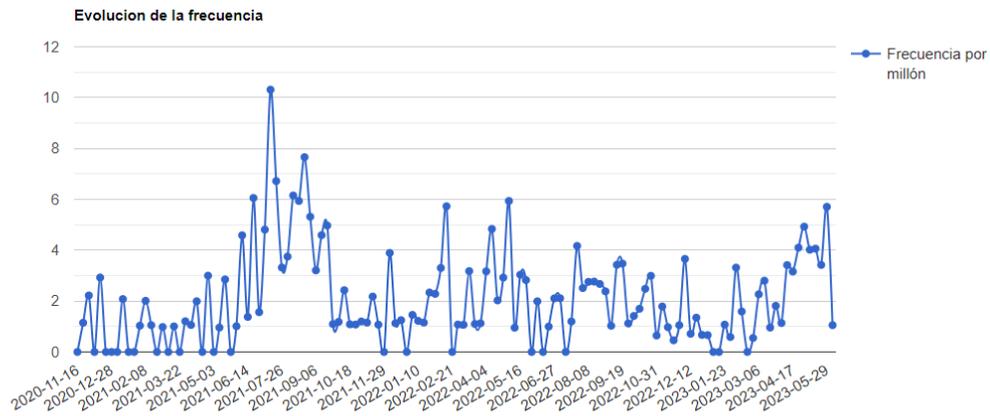
4.1.1 Clutch

Se trata de un anglicismo crudo, como puede observarse su voz se conserva en su estado original, es decir, se mantiene el término en inglés sin ninguna adaptación ni ningún tipo cambio en su morfología, fonética ni ortografía.

El anglicismo crudo *Clutch* que, según el glosario de moda proporcionado por la Fundéu se define como «Bolso o cartera de pequeño tamaño pensado para llevar en la mano. Puede ser redondo, cuadrado, rectangular, con forma de huevo, etc., y de diferentes colores y materiales: con *strass*³, pedrería, satén, piel, raso, terciopelo, plumas, cristales. Suele utilizarse en fiestas o para salir por la noche». Se denomina así ya que proviene del verbo inglés *to clutch*, que significa ‘agarrar’.

Gracias a los datos del Observatorio Lázaro podemos ver contrastado el uso de este anglicismo en la prensa española en el periodo de tiempo comprendido en las fechas 2020-11-16 (creación del observatorio) y 2023-06-01 (última actualización hasta la fecha).

³ Material de vidrio que se corta imitando piedras preciosas. Se utiliza para fabricar bisutería, adornos y aplicaciones para la ropa y el calzado.



Gráfica del Observatorio Lázaro I Anglicismo 'clutch'

Mediante su gráfica podemos ver que este anglicismo es recurrido pero, durante el periodo del 2021, año donde este complemento se volvió una tendencia, tuvo una mayor frecuencia por millón de aparición.

Y, en publicaciones posteriores, se dirigen en la mayoría de las ocasiones a este complemento directamente con su anglicismo ya que, pese a que se consideró una tendencia durante el periodo de tiempo observado, ha pasado a formar parte de la terminología especializada de la moda debido a que es un accesorio recurrente y no una mera moda pasajera.

“Un diseño minimalista elaborado en piel que simplemente se cierra a modo de *clutch* generando unos pequeños pliegues en su estructura y que ha marcado un antes y un después para la firma, pero también para una gran parte de la industria.”

Vogue, Philipes. N (2020)

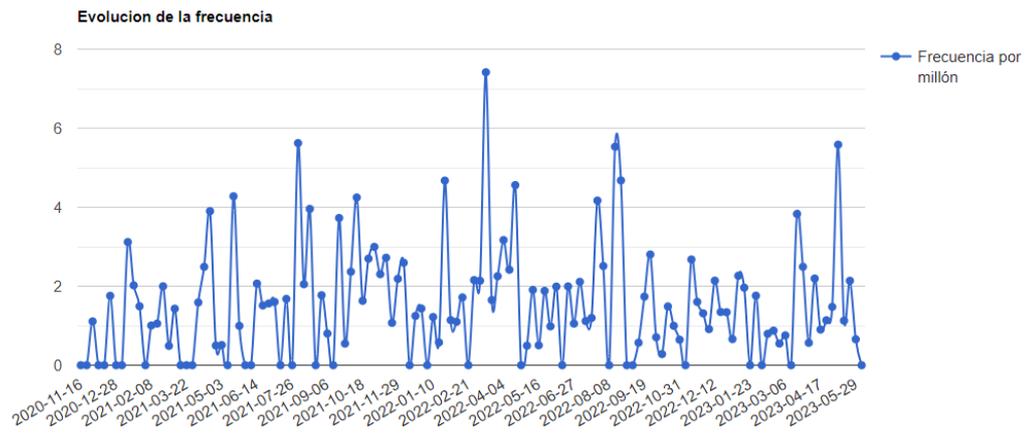
“Un diseño tipo *clutch* elegante y funcional que incluye además un asa ajustable y extraíble para poder convertirlo en bandolera.” *Vogue*, Valera. M (2021)

“Nos lo imaginamos con unos pendientes de flor XL en un verde intenso, unas sandalias metalizadas de tacón y un *clutch* de rafia con bordados.” *ELLE*,

Rodríguez (2022)

4.1.2 Supermodelo

Observaremos cómo se ha producido un calco en la palabra ‘supermodelo’ con su anglicismo crudo ‘*top-model*’ y ambos se definen por el glosario de moda de Fundéu como “Modelo profesional de pasarela y fotografía que se encuentra entre los mejores y los más cotizados de su profesión.”



Gráfica del Observatorio Lázaro 2 anglicismo top-model

Si nos fijamos en los datos aportados por el Observatorio Lázaro, el anglicismo ‘*top-model*’ aparece intermitentemente a lo largo de las fechas establecidas con la única variante de que aumenta su uso casualmente durante los meses en los que se celebran las semanas de la moda, aportando así más datos de que, efectivamente, los anglicismos otorgan caché y prestigio a aquello que los acompaña en el contexto, en este caso, cuando se habla de las modelos más importantes del momento. Sin embargo, en Vogue España, se prefiere usar el calco ‘supermodelo’. Un ejemplo de ello es que, en una de las secciones de su revista online tiene un apartado especial dedicado a las modelos y su influencia en la moda, aunque en ocasiones también encontramos artículos con la grafía original.

“Las supermodelos de los 90 –Naomi Campbell, Linda Evangelista, Christy Turlington, Cindy Crawford y Tatjana Patitz– eran auténticas estrellas comparables con los actores y actrices más importantes de Hollywood o los cantantes que llenaban estadios.” *Vogue*, Sánchez. A (2020)

“Podríamos considerar a la top model alemana como la reina de las tendencias más arriesgadas” *ELLE*, Soria. L (2023)

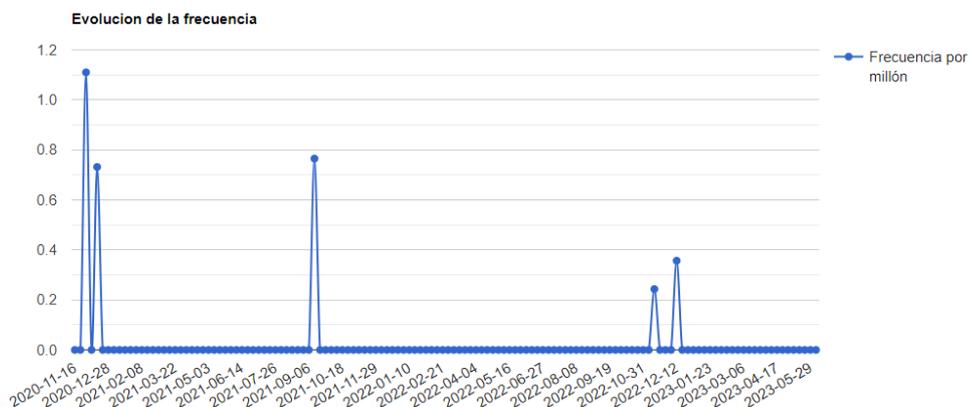
“De niña, Irina Shayk soñaba con ser escritora. Sin embargo, el destino tenía preparado otro plan para ella, el de cotizadísima *top model*.” *Vogue*, Modapedia.

4.1.3 Suéter

Según la definición el Diccionario de la Real Academia Española, un suéter proviene de la voz inglesa *sweater* y sería un equivalente de ‘jersey’ el cual es una prenda de vestir de punto, cerrada y con mangas, que cubre desde el cuello hasta la cintura aproximadamente.

En esta ocasión, vemos que se trata de un anglicismo completamente asimilado o adaptado donde cambia su morfología y ortografía adaptándose para intentar adaptarse lo máximo posible a la fonética española. Pese a ser un término ya adaptado y estar admitido oficialmente en nuestra lengua, el lenguaje publicitario sigue usando su equivalente en inglés como recurso del lenguaje publicitario para evadir la repetición de dicha vestimenta en el mismo discurso.

Pero, como podemos ver una vez más en los datos del observatorio Lázaro, el anglicismo *sweater* se usa en menor medida que los dos anglicismos analizados anteriormente.



Gráfica del Observatorio Lázaro 3 Anglicismo 'sweater'

Pese a ello, en los siguientes ejemplos extraídos de las revistas vemos que lo utilizan pero principalmente como recurso meramente estilístico.

“Si hace un año, lo que todas queríamos llevar era el suéter marinero; en esta temporada, lo que nos obsesiona es la reinterpretación de este jersey” *Vogue*, Lores. A (2022)

“¿Acaso hay algo mejor que llevar un cálido 'fleece sweater' cuando el frío empieza a palpase en el ambiente?” *ELLE*, Rodriguez. A (2022)

“De hecho, nos precede un largo listado de mujeres a las que les colgaron la etiqueta de *Sweater girl* (chica del jersey, en inglés), como sinónimo de ese otro calificativo conocido como *sex symbol*.” *Vogue*, Luis. N (2021)

En este último ejemplo podemos observar que mantiene los anglicismos *sweater* acompañado del sustantivo ‘girl’, por lo que en esta ocasión se trata de un préstamo con variante sintáctica de construcción que en inglés se crean con el adjetivo más el nombre y que en español se le ha dado la vuelta para formar un nuevo término, pero se prefiere usar la construcción en inglés para hacer el discurso mucho más atractivo.

4.1.4 Barbicore

Uno de los usos más importantes de los anglicismos en la prensa de moda es la designación de una nueva realidad, la cual aún no ha calado del todo en la lengua receptora y, por lo tanto, necesita del anglicismo para poder ser nombrada.

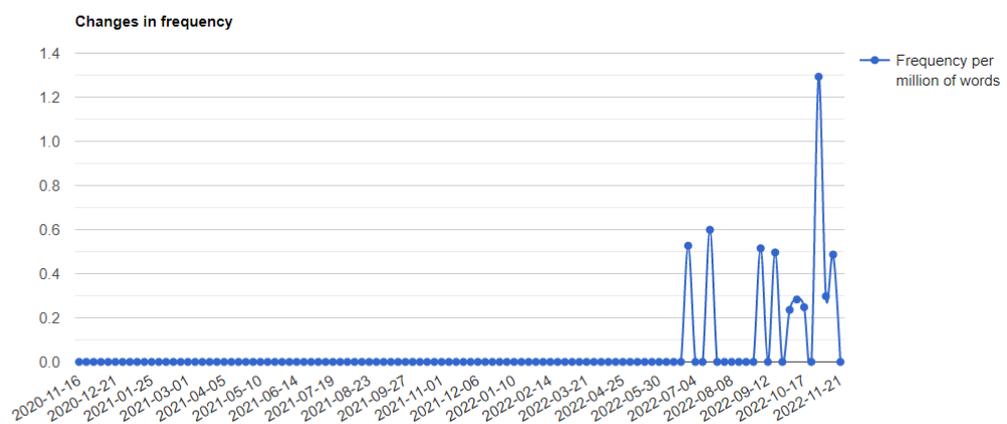
Un muy buen ejemplo es la tendencia ‘*barbicore*’, que podría definirse como el uso de prendas, accesorios o complementos que contengan el color rosa tan característico de la muñeca de nuestra infancia Barbie. Este nuevo concepto ha surgido a raíz de las nuevas

imágenes del *live action*⁴ de la nueva película de Barbie protagonizada por una de las actrices del momento y por la que se ha creado esta tendencia, Margot Robbie.

La viralización por redes sociales de estas imágenes y la relevancia que ha creado esta nueva tendencia tanto en las calles como en las grandes firmas de moda ha conseguido que sea una de las tendencias más importantes y más comentadas del 2022 y, debido a su tan reciente aparición y viralización de esta nueva palabra compuesta, ha conseguido crear nuevas palabras y realidades a través de ella como es el caso de ‘*Copencore*’ (estilo de vestir o corriente estética basada en el *street style* característico y particular que ha surgido en la semana de la moda de Copenhague y que se ha extendido mundialmente)

Como podemos ver en la gráfica de datos obtenida del Observatorio Lázaro, este anglicismo es totalmente nuevo y su uso se ha empezado a propagar a partir del 2022.

* Frequency per million of words (measured from August 2020 onwards).



Gráfica del Observatorio Lázaro 4 Anglicismo 'barbiecore'

“Pero la tendencia ‘Barbiecore’ no es solo una cuestión de tono, también es de actitud. (“Tendencia 'Barbiecore', o la ‘wishlist’ definitiva para iniciarte en el ...”)

Desde que se desvelaron algunos de los estilismos de Margot Robbie en la

⁴ (In films, etc.) action involving real people or animals, not models, or images that are drawn, or produced by computer. Cambridge dictionary

grabación de la película *Barbie*, *celebrities* como Megan Fox se ha erigido reina del *street style* al lucir las combinaciones más complicadas y efectiva.” *Vogue*, Zamora. R (2022)

“‘ *By the Pool* ‘” destaca en sus colores por su atractiva paleta de rojos brillantes inspirados en la tendencia ' *barbiecore* ' que arrasa en 2023 y en refrescantes azules.” *ELLE*, Prado. A (2023)

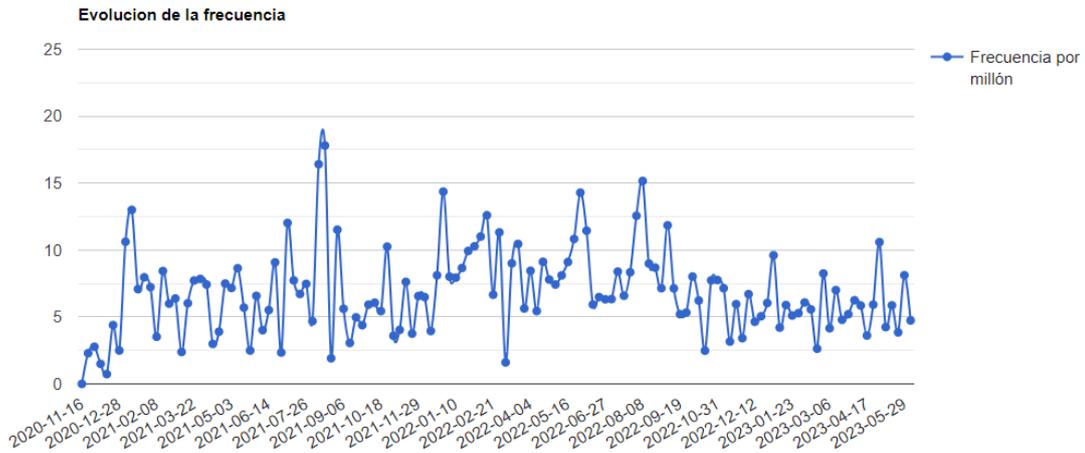
4.1.5 Vintage

Es uno de los anglicismos más usados por las revistas y se clasifica como un anglicismo crudo, es decir, se conserva su grafía y pronunciación originales así que debe escribirse siempre en cursiva al no estar recogido por la RAE. Podemos encontrar la definición del término *vintage* en el Diccionario general de Vox «Se aplica al objeto o la estética que no es nuevo pero está de moda por su diseño atractivo» por lo que podemos ver, este término se usa para describir objetos y/o accesorios de alta calidad pero que tienen cierta antigüedad.

Otra posible definición nos la proporciona el Observatori de Neología de la Universitat Pompeu Fabra, más comúnmente conocido como (OBNEO) donde la palabra *vintage* tiene el significado de «algo que a pesar de no ser nuevo, está de moda por su diseño atractivo» está registrada en él desde el 2002, lo que indica que ya lleva relativamente largo periodo de tiempo en nuestra lengua.

El origen del término se remonta al término inglés *vintage* y, a su vez, este proviene del francés antiguo *vendage*. Este tipo de anglicismos ingresaron a nuestro idioma a través del francés, por lo que se trata más bien de un galicismo que llegó al español a través del inglés.

Cabe destacar que el anglicismo *vintage* no es una palabra que en español usemos para designar una nueva realidad sino que trata de agregar un tono estilístico al discurso al tratarlo como un término de moda.



Gráfica del Observatorio Lázaro 5 Anglicismo 'Vintage

“Que por cierto, en las calles del centro hay una tienda con joyas 'vintage' ideales que tienen accesorios perfectos para este vestido.” *ELLE*, Herce. P (2023)

“Los vendedores de ropa vintage también han notado ese cambio de preferencias de las grandes marcas a en favor de diseñadores o épocas menos celebradas.” *Vogue*, Satenstein. L (2022)

6 Conclusiones

Desde el punto de vista personal, las conclusiones principales que he extraído de este trabajo son que el inglés es en la actualidad el idioma de la moda por antonomasia y resulta casi imposible abordar el tema de la moda sin recurrir a anglicismos, a pesar de que nuestro idioma cuenta con palabras específicas para designar la misma idea. Sin embargo, como hemos destacado a lo largo de este trabajo, gran parte de estas voces se utilizan por razones estilísticas a fin de atraer la atención del lector o por una cuestión de

economía del lenguaje. Por último, quisiera señalar que el mundo de la moda se rige por tendencias que cambian más rápido que la propia lengua, por lo que no siempre existe tiempo físico para inventar una palabra en un idioma que haga referencia a este nuevo concepto de moda, lo que podría justificar en cierta medida el uso constante de anglicismos en los textos de moda. Y para acabar esta conclusión, es necesario puntualizar que el campo de estudio de los anglicismos en el sector de la moda española es una cuestión que puede plantearse de diferentes maneras y en la que se podría profundizar en el futuro, no sólo a través de las revistas de moda, sino también a través de la comparación entre otros medios con contenido de moda (redes sociales o blogs) y con otros mucho más antiguos, o comparando el uso de los anglicismos en español al de otras lenguas romances. En resumen, hay una gran variedad de propuestas para profundizar más en el estudio de estos préstamos lingüísticos en este ámbito tan interesante.

7 Bibliografía

Alcoba, A. (1993). *Cómo hacer Periodismo deportivo*, Madrid: Paraninfo

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

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

Cabello Castro, M. (2016). *Estudio comparativo: la moda según Vogue y Vanity Fair* (TFG). Universidad de Sevilla.

Capuz, J. G. (2004). *Los préstamos del español: lengua y sociedad* (Vol. 82). Arco libros.

Crystal, D. (2003). *English as a global language*. Cambridge university press.

Estornell Pons, M. (2012). "*Préstamos del inglés en revistas femeninas: entre la necesidad denominativa y la estrategia pragmática.*" ("*Préstamos del inglés en revistas femeninas: entre la necesidad ...*") Trabajo de investigación, Universidad Católica de Valencia

Fernández, R. (2022) Los idiomas con más hablantes en el mundo en 2021. *Statista*
<https://es.statista.com/estadisticas/635631/los-idiomas-mas-hablados-en-el-mundo/>

Fundéu. (2005) Fundación del Español Urgente, BBVA:
<http://www.fundeu.es/categorias/> [17/05/23]

Graddol, D. (1997). Global English, global culture?. *In Redesigning English*, 193-246. Routledge.

Hirsch, J. (1997). ¿Qué es la globalización? *Realidad Económica*, 147, 7-17.

Hockett, C. (1971) *Curso de lingüística moderna*. Buenos Aires: Eudeba. En Elena Fernández de Molina Ortés. (2014): *Aportación al estudio de los anglicismos en el español actual. El uso de las voces procedentes del inglés en Mérida (Badajoz)*, REVISTA ELECTRÓNICA DE LINGÜÍSTICA APLICADA (ISSN 1885-9089), p, 196

House, J. (2010). English as a global lingua franca: A threat to multilingualism. *Globalization and Aspects of Translation. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing*, 11-35.

Lorenzo, E. (1987): Anglicismos en la prensa. *En Primera Reunión de Academias de la Lengua Española sobre El lenguaje y los medios de comunicación.* (71-79). Madrid: Real Academia Española.

- Lorenzo, E. (1996). *Anglicismos hispánicos*. Madrid: Gredos
- Medina López, J. (1996): *El anglicismo en el español actual*, España, (ed.) Arco Libros S.L.
- Medina López, J., & Corbella Díaz, D. (1996). El español de Canarias hoy: análisis y perspectivas. *El español de Canarias hoy*, 1-304.
- Montes, A. (2006). Globalización y publicidad: el lenguaje universal de los perfumes.
- OBNEO. (1988) Observatori de Neología: <http://obneo.iula.upf.edu/bobneo/> [27/05/23]
- Parra, E.; García, A. (2013). *Traducción, mediación, adaptación. Reflexiones en torno al proceso de comunicación entre culturas*. Berlín: Frank & Timme GmbH. Documento de internet consultado el 25 de abril de 2023 en <https://bit.ly/3NuiHYJ> .
- Pratt, C. (1980). *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Madrid: Gredos.
- Real Academia Española. (2001): Diccionario de la lengua española (DRAE), vigésima tercera edición. Consultado en: <https://www.rae.es>
- Ruiz, R. G., Olza, I., & Lamas, O. L. (2019). Estudios ofrecidos al profesor Manuel Casado Velarde.
- Sanou, Rosa María. (2018): Anglicismos y redes sociales. España, Cuadernos de la ALFAL. Consultado en: https://www.mundoalfal.org/sites/default/files/revista/10_cuaderno_012.pdf [02/06/23]
- Serrano, D. (2016). El inglés, lingua franca de la globalización y su repercusión en diversos ámbitos sociales y académicos. *Revista Fuentes Humanísticas*, 28(52), 177-190.
- Steger, M. B. (2009). *Globalization: A Very Short Introduction* (2.a ed.). Oxford Univ Pr.

Vázquez Amador, M. (2018). Los anglicismos de la moda en la prensa rosa española. *Onomázein*, (40), 49–55.

8. Anexo I

ANGLICISMO	CLASIFICACIÓN	DEFINICIÓN	CONTEXTO	ACEPTA	
				DO EN EL DRAE	TRADUCCIÓN
barbiecore	Crudo	Uso de prendas, accesorios o complementos que contengan el color rosa tan característico de la muñeca de nuestra infancia Barbie.	“‘ <i>By the Pool</i> ‘“ destaca en sus colores por su atractiva paleta de rojos brillantes inspirados en la tendencia ' <i>barbiecore</i> ' que arrasa en 2023 y en refrescantes azules.” <i>ELLE</i>	No	No existe traducción
bikini	Adaptado	Prenda femenina de baño compuesta de un sujetador y una braga.	“El bikini de talle alto y aires retro que ya llevaron iconos de los años 40 como Ava Gardner o Rita Hayworth vuelve pisando fuerte.” <i>VOGUE</i>	Si	Grafía adaptada a «biquini»
blazer	Crudo	Chaqueta con o sin cuello, masculina y femenina, con el largo hasta la cadera y sin corte en la cintura, generalmente de paño de lana y botonadura sencilla o cruzada.	“Desde el clásico blazer negro (favorito de las francesas) a la práctica y favorecedora chaqueta de cuadros pasando por la ligeramente oversize.” <i>VOGUE</i>	Si	Grafía adaptada a «bléiser» o americana

boyfriend	Crudo	Dicho de un pantalón: el de mujer, generalmente vaquero, que tiene corte masculino.	“Las tendencias denim de 2023 - Regreso al pasado: " El más famoso y mi favorito es el recto, ni siquiera el ' wide leg ' ni el ' boyfriend ', el recto de toda la vida, de inspiración noventas “, comenta Lucía Sobas sobre los diseños que más veremos los próximos meses.” <i>ELLE</i>	No	Pantalón de estilo masculino
casual	Préstamo semántico	Dicho de la ropa o del estilo: que no se atiene a la norma formal de corrección de determinados entornos.	“Esta es otra prueba de que las sandalias y chanclas de corte casual son una gran estrategia para relajar cualquier estilismo de entretiempo.” <i>VOGUE</i>	No	Casual
clutch	Crudo	Bolso o cartera de pequeño tamaño pensado para llevar en la mano. Puede ser redondo, cuadrado, rectangular, con forma de huevo, etc., y de diferentes colores y materiales: con strass, pedrería, satén, piel, raso, terciopelo, plumas, cristales. Suele utilizarse en fiestas o para salir por la noche.	“Un diseño tipo <i>clutch</i> elegante y funcional que incluye además un asa ajustable y extraíble para poder convertirlo en bandolera.” <i>VOGUE</i>	No	Bolso de mano

denim	Crudo	Tejido de algodón que se usa especialmente para la confección de la ropa vaquera.	“Combinar prendas vaqueras (jugando al total denim look) puede parecer aburrido, pero lo cierto es que se trata de un estilismo repleto de estilo y posibilidades” <i>VOGUE</i>	No	mezclilla
glamour	Crudo	Encanto, atractivo especial, elegancia o sofisticación de alguien o algo.	La Alta Costura Otoño 2021 sentencia el regreso del glamour. Tal parece que la palabra glamour es la clave para entender a los diseñadores en esta temporada de Alta Costura. Desde el drama monocromático hasta el tul rosado.” <i>VOGUE</i>	Si	Grafía adaptada a «glamur»
jean	Crudo	Pantalón de tela dura, originariamente azul, que tradicionalmente han usado los vaqueros de Texas	“Una guía precisa de los jeans en tendencia para el 2022 ha llegado, y revelará los diseños que nombrarán su estadía por largo tiempo.” <i>VOGUE</i>	Si	Pantalón vaquero
leggings	Crudo	Mallas ajustadas que parecen pantalones, normalmente vaqueros.	“Dior deja claro que los leggings pueden elevarse a categoría de Alta Costura.” <i>VOGUE</i>	No	mallas
look	Crudo	Imagen o aspecto de las personas o de las cosas, especialmente si responde a un propósito de distinción.	“10 looks inspiracionales que te animarán y ayudarán a combinar tu próximo vestido de invitada con un zapato plano, cómodo y elegante.” <i>VOGUE</i>	Si	Conjunto/estilo

mini	Crudo	Acortamiento de minifalda. Falda corta que llega bastante por encima de la rodilla. El término mini también se aplica a un tipo de vestidos que tienen este mismo largo de falda.	“los mini vestidos se postulan como opciones idóneas a la hora de crear looks rotundos pero sencillos.” <i>VOGUE</i>	Si	corto
nude	Crudo	Tendencia basada en la utilización de tonos beige, claros, para resaltar la sencillez y naturalidad tanto en la ropa y el calzado como en el maquillaje	“para utilizar este tono nude con matices rosados naturales y que quede bien, conviene elegir labiales que aporten un extra de hidratación.” <i>ELLE</i>	No	No tiene traducción
outfit	Crudo	Conjunto de prendas combinadas de una manera determinada. Designa un atuendo concreto, pero su uso se ha popularizado hasta el punto de emplearse como sinónimo del término genérico conjunto.	“este estampado ruge con fuerza en todo tipo de <i>outfits</i> , desde los más rockeros a los omnipresentes <i>ath leisure</i> o, incluso, románticos.” <i>ELLE</i> .	No	conjunto
oversize	Crudo	Dicho de una prenda de vestir: la que es de mayor talla que la necesaria. También se	“unos pantalones vaqueros negros de corte recto y tiro alto con una camisa azul oversize, con	No	holgada

		utiliza para definir el estilo derivado de vestir este tipo de prendas.	volúmenes.” ELLE.		
rockero	Hibrido	Estética relacionada con la música rock que se caracteriza por el uso de ropa y maquillaje extravagantes.	“este estampado ruge con fuerza en todo tipo de <i>outfits</i> , desde los más rockeros a los omnipresentes <i>ath leisure</i> o, incluso, románticos.” ELLE.	No	No tiene traducción
sexy	Crudo	Que tiene atractivo físico y sexual.	“sorprende con su look más sexy en la fiesta de Codornú con un vestido combinado de aberturas cargado de lentejuelas.” ELLE	Si	No tiene traducción
short	Crudo	Pantalón corto.	“La versión más corta de los shorts se apodera de Elsa Pataky que nos enseña cómo combinarla aunque nuestro entorno o plan no sea la hípica.” ELLE	Si	Pantalón corto
sport	Crudo	Dicho de una prenda: Que es informal, con respecto a la de vestir. Una chaqueta sport.	“Esta temporada, el estilo 'sport' vuelve victorioso y marca un tanto 'cool' con tintes inspirados en la estética callejera.” ELLE	Si	deportivo
Street style	Crudo	Estilo de ropa que se lleva para ir por la calle. También se llaman así las fotos espontáneas que muestran el estilo que llevan	“Sin embargo, lo que despierta un interés especial en la redacción es precisamente lo que se lleva fuera de ellas, es decir, las tendencias del Street style.” VOGUE	Si	Estilo urbano

		determinadas personas por la calle, y los blogs en los que se publican estas fotos.			
suéter	Adaptado	Prenda de vestir femenina, generalmente ajustada, que cubre el pecho y llega como mucho hasta la cintura.	“Si hace un año, lo que todas queríamos llevar era el suéter marinero; en esta temporada, lo que nos obsesiona es la reinterpretación de este jersey” <i>Vogue</i>	Si	Jersey
top	Crudo	Prenda de vestir femenina, generalmente ajustada, que cubre el pecho y llega como mucho hasta la cintura.	“El estilo de sirena o de hada está más presente que nunca con esta versión de tops con volantes que triunfa y escala puestos entre las tendencias y sino, que se lo digan a Rosalía que arrasa con blusas de volantes en sus shows” <i>VOGUE</i>	Si	No tiene traducción
top model	Crudo	Modelo profesional de pasarela y fotografía que se encuentra entre los mejores y los más cotizados de su profesión.	“Podríamos considerar a la top model alemana como la reina de las tendencias más arriesgadas” <i>ELLE</i>	Si	supermodelo
trendy	Crudo	Dicho de una persona, de un estilo o una prenda de vestir: a la última, moderna.	“La princesa Leonor con su look más casual sport con blusa bordada y deportivas. Todas las claves para ser la más trendy de la clase.” <i>ELLE</i>	No	A la moda
vintage	Crudo	Tendencia estética que consiste en rescatar prendas u	“Los vendedores de ropa vintage también han notado ese cambio de preferencias de las	No	retro

objetos
diseñados o
fabricados en
las épocas en
las que estaban
de moda. Suele
aplicarse
también a las
propias
prendas y
objetos de
grandes
diseñadores
que se
conservan en
buen estado,
por lo que
siguen
teniendo un
alto valor
económico.

grandes marcas a
en favor de
diseñadores o
épocas menos
celebradas.” *Vogue*