



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

GRADO EN TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

TRABAJO FIN DE GRADO

**Elaboración de un glosario terminológico monolingüe de moda en español:
estudio de términos clave para la industria del diseño y la moda**

Presentado por Silvia Antolín Antón

Tutelado por María Teresa Sánchez Nieto

Soria, 2025

*A mi abuelo Acin, que me acompaña
en cada paso aunque ya no esté.*

1 INDICE

1.	INTRODUCCIÓN	4
2.1	MOTIVACIÓN	4
2.2	OBJETIVOS Y JUSTIFICACIÓN	4
3	MARCO TEÓRICO: TERMINOLOGÍA Y DOCUMENTACIÓN EN LA TRADUCCIÓN	
	ESPECIALIZADA EN MODA	6
3.1	TERMINOLOGÍA	6
3.2	DOCUMENTACIÓN	6
3.3	RELACIÓN ENTRE TERMINOLOGÍA Y DOCUMENTACIÓN	7
3.4	MODA Y TRADUCCIÓN.....	7
4	METODOLOGÍA	9
4.1	METODOLOGÍA DE CLASIFICACIÓN DE DOCUMENTOS EN EL ÁMBITO DE LA MODA	10
4.2	ANÁLISIS DE LA REPRESENTATIVIDAD CUANTITATIVA DEL CORPUS	13
4.3	DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL CORPUS ESPECIALIZADO EN MODA	13
4.4	PROCESO DE ELABORACIÓN DEL GLOSARIO TERMINOLÓGICO ESPECIALIZADO EN MODA	15
5	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	17
5	CONCLUSIONES	25
6	FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	27
7	BIBLIOGRAFÍA.....	27
8	ANEXOS.....	29

2 INDICE DE TABLAS,

Tabla 1. Clasificación de los documentos del corpus.....	12
Tabla 2. Ejemplo de términos con recomendaciones de uso en español.....	20
Tabla 3. Distribución de los términos por categoría temática	20
Tabla 4. Aparición de nombres genéricos en el glosario.....	23

3 INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Distribución de los documentos del corpus	15
Gráfico 2. Distribución de los términos por idioma de origen.....	18
Gráfico 3. Distribución de los términos por categoría gramatical	21

4 INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Sistema de denominación de los textos compilados	14
Ilustración 2. Términos en su contexto	17
Ilustración 3. Ejemplo de extranjerismos en el glosario	18
Ilustración 4. Ejemplo de uso de término sustantivo y adjetivo.....	22
Ilustración 5. Ejemplo 2 de uso de término sustantivo y adjetivo.....	22

Resumen

El presente Trabajo de Fin de Grado se sitúa en el contexto actual de la traducción especializada y la documentación terminológica, específicamente en la comunicación dentro del ámbito de la moda. Este trabajo se centra en la elaboración de un glosario monolingüe en español que recoja terminología de moda a partir de un corpus textual compuesto por textos de fuentes diversas, como revistas especializadas, informes de tendencias y documentos corporativos de marcas del sector del diseño. La clasificación de estos documentos se ha realizado adaptando el modelo de García de Toro (2005), ajustado a los géneros específicos del ámbito de la moda.

A partir de este corpus se ha realizado un vaciado terminológico con ayuda de la herramienta SketchEngine, que ha permitido identificar las unidades léxicas más relevantes, es decir, establecer la representación cualitativa de los términos dentro de los textos. Con el fin de facilitar su uso en contextos académicos y profesionales para la traducción, la terminología recogida en el glosario se ha organizado y clasificado en función de su categoría temática, gramatical y procedencia lingüística. Posteriormente, se ha estudiado la frecuencia y representatividad de los términos en dichas categorías. Con el fin de resultar un recurso útil para traductores, terminólogos y profesionales del sector, el glosario ofrece también una definición y un ejemplo de uso del término. En el caso de estar recogidos en la normativa de uso de la Real Academia Española, se ha añadido la variante de uso recomendada en español y la norma de uso. Los resultados muestran una alta presencia de extranjerismos, especialmente anglicismos y una abundancia de sustantivos como categoría gramatical.

Este trabajo pretende contribuir a la organización de la terminología de la moda y ofrecer un recurso útil para profesionales de la lengua, como traductores, intérpretes y lingüistas, así como para especialistas en el sector de la moda.

Palabras clave: terminología especializada, traducción en moda, glosario monolingüe, corpus textual, análisis terminológico, documentación

Abstract

This End of Degree Project is set in the current context of specialized translation and terminology documentation, specifically in communication within the field of fashion. This work focuses on the elaboration of a monolingual glossary in Spanish that gathers fashion terminology from a textual corpus composed of texts from different sources, such as specialized magazines, trend reports and corporate documents of brands in the design sector. The classification of these documents has been carried out by adapting the model of García de Toro (2005), adjusted to the specific genres of the fashion field.

Based on this corpus, a terminological analysis was carried out with the help of the SketchEngine tool, making it possible to identify the most relevant lexical units, i.e, to establish the qualitative representation of the terms within the texts. In order to facilitate its use in academic and professional contexts for translation, the terminology collected in the glossary was organized and classified according to its thematic and grammatical category and linguistic origin. Subsequently, the frequency and representativeness of the terms in these categories has been studied. In order to be a useful resource for translators, terminologists and professionals in the sector, the glossary also offers a definition and an example of use of the term. In the case of terms included in the usage rules of the Real Academia Española, the recommended usage variant in Spanish and the usage rule have been added. The results show a high presence of foreign terms, especially anglicisms, and an abundance of nouns as a grammatical category.

This work aims to contribute to the organization of fashion terminology and to provide a helpful resource for language professionals, such as translators, interpreters and linguists, as well as for specialists in the fashion industry.

Keywords: specialized terminology, fashion translation, monolingual glossary, textual corpus, terminology analysis, documentation

1. INTRODUCCIÓN

4.1 Motivación

La motivación para realizar este trabajo nace a raíz de mi interés por explorar la relación entre la traducción y el sector de la moda, un ámbito caracterizado por su constante evolución y su influencia global.

A lo largo de mi formación académica, he trabajado la traducción especializada en diferentes sectores, como el económico o el turístico, pero no he tenido la oportunidad de profundizar en el sector de la moda. Este sector me atrae especialmente por la riqueza y complejidad de su terminología, así como por la interacción entre diversas lenguas y culturas. La moda, dada su constante innovación y su vínculo con la comunicación, presenta una gran variedad de términos especializados que requieren una gestión terminológica precisa y adecuada. Esta diversidad cultural y lingüística me permitirá investigar cómo ciertos términos, como *haute couture* o *prêt-à-porter*, son utilizados y adaptados en distintas lenguas, planteando nuevos retos para los traductores.

Durante la elaboración de este trabajo podré utilizar las herramientas adquiridas durante mi formación, como las aprendidas en la asignatura *Terminología para Traductores e Intérpretes*, orientada al análisis de la terminología especializada, fundamental para la traducción de textos especializados, al tiempo que exploraré un campo nuevo y contribuiré al campo de la traducción especializada y al desarrollo de herramientas útiles para los profesionales del sector, que amplía mis horizontes profesionales.

4.2 Objetivos y justificación

El objetivo principal que se pretende alcanzar con este trabajo de investigación es la realización de un glosario terminológico especializado en el ámbito del sector moda con el fin de facilitar el trabajo a posibles traductores, editores, periodistas o profesionales de la lengua interesados en este sector a la hora de traducir hacia la lengua A (español), tomando como referencia glosarios ya existentes y adaptándolos a mis circunstancias.

Los objetivos secundarios que me ayudarán a alcanzar el objetivo principal de este TFG son los siguientes:

- Compilar y gestionar un corpus representativo de textos actuales del ámbito de la moda en español.
- Documentarme sobre bases de datos, glossarios y diccionarios ya existentes en el mundo de la moda
- Construir y gestionar un glosario monolingüe especializado en moda.
- Investigar la procedencia de términos clave en este sector.

- Examinar la incorporación e influencia de anglicismos, galicismos, y otros préstamos lingüísticos en el lenguaje de la moda.

En primer lugar, proporcionaré una definición de glosario en el contexto de la traducción y la interpretación. En segundo lugar, comentaré los beneficios que la creación de un glosario bien elaborado en el proceso de la traducción especializada.

La elaboración de un glosario terminológico en el ámbito de la traducción especializada es fundamental. Tal como define la Real Academia Española (2021), un glosario es un “catálogo de palabras de una misma disciplina, de un mismo campo de estudio, una misma obra, etc., definidas o comentadas”. Esta definición resume a la perfección el objetivo principal de este trabajo: reunir un conjunto de términos representativos del ámbito de la moda, acompañados de sus respectivas definiciones y observaciones relevantes, con el fin de facilitar el acceso a la terminología especializada tanto a traductores como a profesionales del sector de la moda. Elaborar un glosario, por tanto, no solo requiere competencias lingüísticas y terminológicas, sino también cierta capacidad de análisis documental, sensibilidad para el contexto cultural y un conocimiento profundo del ámbito temático. En palabras de Cabré y Estopà (1997, p. 3), el trabajo terminológico tiene un carácter intrínsecamente interdisciplinar, lo que explica su creciente importancia en el ámbito de la traducción profesional.

Existen numerosos tipos de glosarios en función de su finalidad, estructura o nivel de especialización. A lo largo de la carrera hemos trabajado con glosarios monolingües, bilingües y multilingües que nos han permitido organizar la información previa a la fase de traducción, familiarizarnos con la terminología específica del sector y garantizar la uniformidad terminológica en el proceso de traducción. Además, contar con un glosario nos permite ahorrar tiempo al traducir, ya que la investigación de los términos se ha realizado con anterioridad. Facilita la revisión del producto final y puede servir de referencia para otros traductores en proyectos de traducción similares. Estos beneficios ayudan a realizar una traducción final de mayor calidad, más coherente y fiable.

Durante el desarrollo de este Trabajo de Fin de Grado (TFG), se aplicarán diversas competencias adquiridas a lo largo de la carrera, presentes en el programa de estudios (Facultad de Traducción e Interpretación, Uva, 2024). Entre las competencias básicas, destacan la capacidad para poseer y comprender conocimientos avanzados en traductología (CB1), así como para reunir e interpretar datos relevantes que permitan reflexionar sobre el impacto social y cultural del lenguaje en el ámbito de la moda (CB3). Además, se transmitirá información de forma clara a públicos especializados y no especializados (CB4) y se gestionará el proceso de aprendizaje de manera autónoma (CB5). Desde un enfoque transversal, la creación de un TFG implica diseñar, gestionar y ejecutar un proyecto académico, ciñéndose a plazos establecidos y desarrollando un razonamiento crítico (T2, T3, T5). Finalmente, entre las competencias específicas existentes, se profundizará en el análisis de textos especializados, la gestión

de recursos terminológicos y documentales, y el reconocimiento de la diversidad lingüística y cultural (E3, E6, E7). Así mismo, se emplearán herramientas tecnológicas aplicadas a la Traducción y a la Interpretación y conocimientos terminológicos avanzados para el estudio y gestión de la terminología del sector moda y su impacto interlingüístico e intercultural (E10, E17, E22).

5 MARCO TEÓRICO: TERMINOLOGÍA Y DOCUMENTACIÓN EN LA TRADUCCIÓN ESPECIALIZADA EN MODA

Este Trabajo de Fin de Grado gira en torno al sector de la moda, por lo tanto, es pertinente tener una serie de conocimientos previos antes de abordar la investigación sobre la terminología en el sector moda y su traducción.

5.1 Terminología

Primero, debemos entender el concepto de terminología y su relevancia en el trabajo de un traductor (e intérprete). Según la Real Academia Española (n.d.), "terminología" se refiere al "conjunto de términos propios de una profesión, ciencia, materia, actividad, etc."

Sin embargo, no podemos limitar la definición de terminología a una sola, ya que el concepto de "terminología" abarca tres dimensiones principales: como disciplina, como práctica y como producto resultante de esa práctica. En primer lugar, se entiende como la disciplina encargada del estudio y análisis de los términos. En segundo lugar, se relaciona con los principios y procesos que guían la recopilación y organización de términos. También se refiere al conjunto de términos especializados en un área específica del conocimiento, como la química, la física o la agricultura, que se materializan en recursos como glosarios, vocabularios, diccionarios, bases de datos y tesauros (Cabré, 1993; Sager, 1993). Desde esta perspectiva, la terminología es una herramienta fundamental para facilitar el trabajo de traductores e intérpretes, así como para terminólogos, profesionales de la documentación, lingüistas, lexicógrafos y sociolingüistas.

5.2 Documentación

Tenemos que entender también el concepto de documentación y cómo se relaciona directamente con la terminología. Este concepto ha sido abordado desde distintas perspectivas.

Por un lado, (López Yepes, 2008, p.93) destaca su finalidad como herramienta para facilitar el acceso al conocimiento, definiéndola como «la ciencia general que tiene por objeto el estudio del proceso de adecuación y transmisión de las fuentes para la obtención de nuevo conocimiento».

Para este trabajo resulta más pertinente entenderla en el contexto de los estudios de traducción, ya que adquiere un enfoque especializado, para satisfacer las necesidades científicas y técnicas propias de un campo. En esta línea, Sales Salvador (2006) destaca que la documentación para la traducción «se

ocupa de las necesidades de carácter científico de los estudios de traducción» (p. 59). Además, Palomares Perraut (2000) enfatiza su función de recopilar, analizar, almacenar, recuperar y difundir información relacionada con la traducción, con el objetivo de ponerla a disposición de los profesionales e investigadores interesados en ella (p. 14).

5.3 Relación entre terminología y documentación

Una vez definidos estos conceptos y su relevancia en el proceso traductor, debemos entender que ambos conceptos muestran una relación recíproca inevitable, ya que la terminología es imprescindible durante el trabajo documental y los documentos son imprescindibles para el trabajo terminológico, es decir, la terminología requiere de la documentación para “existir”, ya que todo trabajo terminológico debe partir de una selección y análisis de la documentación especializada del tema que trata.

Por lo tanto, podemos afirmar que la documentación sirve para detectar, analizar, clasificar e ilustrar las unidades terminológicas y nos permite adquirir nuevos conocimientos sobre una materia. Ambas disciplinas están interrelacionadas y son indispensables en la traducción especializada, ya que permiten resolver problemas lingüísticos, culturales y conceptuales inherentes a textos complejos. Ambas son esenciales para abordar la traducción de términos especializados en este ámbito.

La terminología garantiza que los términos especializados se usen de manera uniforme en todo el texto. En sectores como la moda, términos como *haute couture* requieren de decisiones terminológicas que respeten tanto el significado técnico como el contexto cultural. Por lo tanto, el uso de herramientas como glosarios o bases de datos terminológicas son esenciales para sistematizar la correcta gestión de los términos.

La documentación es un proceso continuo en la traducción, especialmente en campos especializados. Permite al traductor comprender el tema, identificar la terminología relevante y adaptar los textos de manera precisa al contexto de la lengua meta. Gracias a recursos documentales como diccionarios especializados, textos paralelos y bases de datos terminológicas, podremos resolver las necesidades que requieren las traducciones especializadas, como conceptos culturales o estilísticos.

5.4 Moda y traducción

Una vez concretados y descritos los conceptos que se van a trabajar, es importante familiarizarse con el sector en torno al cual se van a desarrollar.

El Diccionario de la Real Academia Española define la moda como el “gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos” (Real Academia Española, s.f. definición 2). Sin embargo, esta definición no refleja el dinamismo y la profundidad del mundo de la moda y el diseño. Fogg (2014) define la moda como un concepto que expresa valores diversos desde la conformidad y la corrección social hasta la rebelión y la excentricidad (p. 8). En palabras de Cerrillo

Rubio (2019), “el mundo de la moda parece estar configurado por un compendio de cultura y sabiduría tan ancestral como moderna, y su estudio requiere entrar en contacto con materias correspondientes a los múltiples y variados ámbitos con los que la moda se relaciona” (p. 9). El sector de la moda es un sector en constante evolución, al tratarse de una industria dinámica y multifacética en la que se fusionan creatividad, comercio y cultura. Algunas de las características más llamativas de este sector son la innovación, tanto a nivel de influencia global, por los constantes cambios en los gustos y preferencias del consumidor, como a nivel tecnológico. La globalización hace que estas tendencias traspasen fronteras y se creen cadenas de producción y comercialización a través de distintos países. La moda lleva entre nosotros desde épocas prehistóricas con el uso de faldas. Está presente en las sociedades arcaicas, Egipto, Persia, Roma y Grecia, también en culturas antiguas como India, China, y el Próximo Oriente, (Köing, 2002). A lo largo de los años, podemos apreciar como la moda se adapta a los avances sociales que marcan la historia. Según Cerrillo Rubio (2019), en épocas de posguerra, el armario femenino incluye prendas más funcionales y adecuadas a las necesidades de mujeres profesionales (p. 118). Es, además, un sector que se segmenta, desde el *haute couture* hasta la *fast fashion*, pasando por el *prêt à porter*. Representa una parte importante de la economía siendo parte importante de empleo, diseño, producción y ventas.

Si observamos la moda desde una perspectiva lingüística, la vestimenta puede entenderse como una forma de lenguaje no verbal y, por lo tanto, como señala Alessandra, S. (2015), si concebimos la indumentaria como una lengua, resulta indispensable disponer de un vocabulario técnico que recoja sus términos más representativos (p. 46).

En un contexto globalizado, el lenguaje de la moda ha dejado de ser un fenómeno exclusivo limitado a un reducido círculo de expertos para convertirse en un lenguaje que, gracias a los medios de comunicación, como revistas especializadas, programas de televisión y blogs, trasciende fronteras. Esta dimensión internacional explica, de cierto modo, la presencia de extranjerismos en el discurso especializado del sector de la moda, manifestando así la necesidad de sistematizar su uso mediante glosarios terminológicos adaptados a una lengua.

La moda es una forma especializada de comunicación que requiere tanto de conocimiento lingüístico como de comprensión de la cultura y terminología específica de la industria. Va más allá de las prendas de vestir. Es un fenómeno cultural y económico que trasciende fronteras, barreras culturales y geográficas, y conecta a personas de todo el mundo, siendo un lenguaje universal. Por lo tanto, los traductores del sector de la moda deben ser capaces de capturar la esencia de una marca y amoldarla a los distintos contextos culturales sin perder su identidad.

Este tipo de traducciones presentan términos específicos cuyo significado no tienen una correspondencia literal en otros idiomas, como *oversize*, *boho-chic* o *street style*, conceptos que requieren de una cuidadosa interpretación y transmisión al idioma meta. Los traductores deben conocer estos términos y tener la habilidad de encontrar la forma más adecuada de integrarlos y explicarlos en

el idioma meta correctamente, sin perder la esencia ni el estilo de la firma, ya que cada término tendrá un gran impacto en cómo se percibe un producto o una marca.

Podemos afirmar que, la traducción en el sector de la moda va más allá de traspasar palabras de un idioma a otro, implicando una profunda comprensión de la terminología técnica, las tendencias de moda, las sutilezas estilísticas y las implicaciones culturales del contenido que se maneja, ya que cada detalle es tan crítico como el producto mismo.

6 METODOLOGÍA

Para la elaboración de este trabajo se ha planteado un supuesto encargo de traducción especializada en el sector del diseño y de la moda, por lo que, durante la elaboración y desarrollo de este proyecto, se hará hincapié en dos partes muy importantes en la fase previa a la traducción: la fase documental, durante la cual se realiza una investigación crítica para que los procesos posteriores sean menos costosos y la fase de filtración y clasificación de los términos.

La primera parte de este proceso documental es la identificación de las necesidades que presenta el ámbito específico que vamos a tratar. Después, buscamos en fuentes fiables como textos paralelos, revistas, catálogos, glosarios especializados y bases terminológicas ya existentes para, posteriormente, proceder a la extracción de los documentos pertinentes y actuales que nos permitan reunir información sobre el campo temático del texto origen y comprender así los conceptos, términos y contextos involucrados en el texto fuente, con la finalidad de resolver problemas de traducción futuros, como conceptos ambiguos y términos complejos, para garantizar una traducción coherente y uniforme en el uso de términos y estilo durante todo el texto.

La clasificación de documentos en investigaciones y proyectos de traducción es un aspecto fundamental, ya que, al organizar la información de manera eficiente, el análisis de esta será más fácil. Como García Izquierdo afirma, “desde la perspectiva de la traducción, es innegable la importancia que un buen estudio de la tipología textual posee” (García Izquierdo, 2000, p. 54).

El objetivo de esta metodología es definir un criterio claro y preciso para la clasificación de los documentos. Para ello, se han tenido en cuenta conceptos clave en la clasificación de géneros textuales, como el sistema de géneros (Bazerman, 1994, p. 35) y las colonias de géneros propuestas por Bhatia (2004). El primero hace referencia a la interrelación que existe entre los textos creados por profesionales siguiendo patrones específicos del campo, mientras que el segundo destaca la relación que existe entre los géneros dentro de un árbol genealógico jerarquizado, afirmando que los textos pueden superar las fronteras específicas de las disciplinas, sirviendo a un mismo propósito comunicativo, sin responder necesariamente a uno solo. (Bathia, 2004, p. 59).

Este enfoque permitirá no solo una mejor organización del corpus, sino también una comprensión más profunda de los distintos tipos de documentos en la industria de la moda, su relevancia en el sector y su utilidad en el ámbito de la traducción.

En la segunda fase, filtrado y clasificación de los términos para la creación de un glosario especializado en un determinado sector, trataremos de seleccionar los términos más relevantes encontrados en los textos que conforman el corpus mencionado previamente con el fin de producir una herramienta útil para traductores y profesionales interesados en el sector de la moda.

Como hemos mencionado anteriormente, enfocar la moda desde un punto de vista lingüístico requiere disponer de un sistema de clasificación de sus términos característicos, y, por lo tanto, hoy en día existen numerosos diccionarios y glosarios en los que se pretende recopilar de forma sistemática los conceptos principales de este amplio sector.

6.1 Metodología de clasificación de documentos en el ámbito de la moda

En el contexto de la traducción, la gestión de la documentación en el ámbito de la moda es clave para organizar la información de forma eficiente y facilitar su análisis en investigaciones y proyectos de traducción especializada. En este proyecto, el corpus recopilado abarca una amplia variedad de formatos, emisores y propósitos, lo que hace necesario establecer un sistema de categorización bien estructurado.

Para la elaboración de nuestro corpus, se ha comenzado por llevar a cabo una búsqueda documental basada en criterios temáticos y terminológicos, seleccionando textos auténticos de fuentes digitales especializadas, como revistas de moda, documentos corporativos publicados por empresas de moda e informes de tendencias actuales, que reflejaran el uso del lenguaje en este sector.

Dada la diversidad de formatos, emisores y propósitos comunicativos, resultó necesario establecer un sistema de categorización bien estructurado que permitiera un análisis sistemático de los términos.

La metodología aplicada busca establecer tres criterios claros para la clasificación documental, considerando el emisor, la función del documento y su público objetivo para asignar cada texto a la categoría más adecuada: documentos corporativos, informes de tendencias y revistas especializadas.

En este estudio, se ha adaptado la clasificación documental propuesta por García de Toro (2005, p. 207) en su análisis de textos administrativos español-catalán, ajustándola a la tipología propia del sector de la moda. Puesto que no tenía un conocimiento previo específico sobre los géneros documentales en el ámbito de la moda, fue necesario realizar una investigación en las distintas fuentes del sector (revistas especializadas, páginas web, blogs, informes de tendencias, glosarios técnicos y documentos corporativos) para identificar los formatos predominantes y las funciones comunicativas más representativas. Siguiendo un enfoque basado en el análisis de géneros textuales, un marco ampliamente estudiado en los estudios de traducción y la lingüística aplicada, se han definido tres grandes categorías: documentos corporativos, informes de tendencias y revistas especializadas, cada una con subcategorías específicas que permiten reflejar con mayor precisión la diversidad de los textos que conforman el corpus.

A continuación, se presenta una tabla que recoge la clasificación de los documentos recopilados en el corpus, analizados, organizados en categorías y subcategorías establecidas en el estudio de García de Toro y adaptadas al ámbito de la moda:

Documentos corporativos	Documentos administrativos, normativos y de decisión	Regulaciones y normativas internas de la marca
		Códigos de conducta y ética empresarial en la moda
		Políticas de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa
	Documentos administrativos de constatación	Informes financieros de marcas de moda
		Certificados de calidad de materiales y productos
		Declaraciones de compromiso con la sostenibilidad
	Documentos de juicio o instrucción	Informes internos sobre tendencias y estrategias de mercado
		Propuestas de marketing y branding
		Auditorías de producción y distribución
	Documentos de transmisión	Comunicados oficiales de empresas de moda (notas de prensa, comunicados oficiales)
		Convocatorias de desfiles y eventos en la industria
		Anuncios corporativos y cambios en la dirección
Informes de tendencias	Documentos de predicción de tendencias	Estudios de mercado sobre la evolución de los estilos
		Análisis de colores y materiales clave para próximas temporadas
		Informes de consumidores y cambios en hábitos de compra
	Documentos sobre innovación y sostenibilidad	Reportes sobre nuevas tecnologías textiles
		Evaluaciones sobre el impacto medioambiental en la industria
		Estrategias de economía circular en el sector de la moda
	Documentos sobre marketing y distribución	Análisis sobre el impacto de las redes sociales en moda

		Evaluación de <i>retail</i> y del comercio digital en el sector
		Estudios sobre <i>branding</i> y posicionamiento de marcas
Revistas especializadas	Documentos de análisis de colecciones y pasarelas	Crónicas de desfiles
		Entrevistas con diseñadores sobre sus propuestas creativas
		Análisis de siluetas, materiales y cortes destacados en sus colecciones
	Documentos sobre historia y teoría de la moda	Estudios sobre la evolución de los estilos en diferentes épocas
		Reportajes de diseñadores y casas emblemáticas
		Reflexiones sobre la influencia cultural de la moda
	Documentos sobre la industria y el negocio de la moda	Reportajes sobre estrategias empresariales en moda
		Análisis de fusiones y adquisiciones en la industria
		Evolución del lujo y el <i>fast fashion</i> en el mercado

Tabla 1. Clasificación de los documentos del corpus

Con el objetivo de precisar la clasificación, se detallan a continuación las tres grandes categorías en las que se han distribuido los documentos recopilados en el corpus.

En primer lugar, los **documentos corporativos**, que recogen los documentos internos y oficiales generados por las empresas, instituciones y organizaciones dentro del sector de la moda. Suelen tener una función informativa, reguladora o estratégica, e incluyen normativas internas, responsabilidad social corporativa, informes financieros y comunicados oficiales. El público objetivo de estos documentos puede clasificarse en público interno: los empleados y directivos que conforman las instituciones, y público externo: los inversores, consumidores, organismos reguladores y medios de comunicación. En segundo lugar, se encuentran los **informes de tendencias**, grupo que engloba los documentos analíticos sobre la evolución del mercado de la moda, así como estudios predictivos y análisis prospectivos. En estos informes se identifican patrones de consumo, innovación en materiales y tecnologías y estrategias de mercado y distribución. Los generan las empresas de análisis de mercado y las consultoras especializadas en moda, son fundamentales para comprender la adaptación de las marcas a los cambios de la industria y anticipar las direcciones futuras de la moda. El público objetivo son las empresas de moda, diseñadores, inversores y los departamentos de marketing y comunicación y ventas en empresas de moda. Finalmente, encontramos la categoría **de revistas especializadas**, que recoge las

publicaciones que documentan y analizan la moda desde distintas perspectivas con el fin de informar y contextualizar los cambios en la industria desde un punto de vista recreativo. Algunos de los documentos que encontramos son crónicas de pasarelas, entrevistas con diseñadores, estudios sobre la evolución de estilos o estudios históricos y reflexiones sobre el impacto cultural de la moda. Están dirigidas a un público más general, interesado en el sector, por lo tanto, en estos documentos, podemos apreciar un tono divulgativo con un alto nivel de especialización terminológica.

Este análisis nos permitirá organizar la información recopilada en los textos que conforman el corpus, además nos ayudará a visualizar el uso real de los términos en contextos. De esta forma podremos identificar en qué tipo de documentos se da mayor representatividad de los términos técnicos en el sector del diseño y de la moda.

6.2 Análisis de la representatividad cuantitativa del corpus

Aunque en un principio se contempló el uso de la herramienta ReCor (Corpas Pastor, Seghiri Domínguez & Maggi, 2021) para obtener una estimación cuantitativa de la carga terminológica recogida en los textos del corpus y evaluar su representatividad mediante «métricas específicas para calcular el umbral mínimo de representatividad de un corpus mediante el algoritmo N-Cor de análisis de la densidad léxica en función del aumento incremental del corpus» (Corpas Pastor y Seghiri Domínguez, 2007, p. 165), finalmente se optó por prescindir de esta herramienta con el fin de mantener la coherencia metodológica con el proceso de trabajo abordado en el grado de Traducción e Interpretación.

En su lugar, hemos empleado la metodología cualitativa trabajada durante la carrera en las asignaturas de traducción especializada, enfocándonos en el análisis cualitativo del corpus.

Es por ello por lo que este glosario se ha elaborado a partir de la observación de los términos en contexto, buscando la relevancia contextual del uso especializado de la terminología en textos auténticos del sector del diseño y de la moda, con el fin de seleccionar términos en su uso real en el campo de la moda.

6.3 Descripción y análisis del corpus especializado en moda

Según Seghiri (2015), la “representatividad cualitativa” se da cuando el corpus representa los términos más relevantes del sector especializado en el que se sitúa (pp. 129-134). En este caso, nuestro corpus especializado en moda debe recoger los términos especializados más representativos del sector de la moda, relacionados con prendas, materiales y colores. De esta forma, lograremos extraer un glosario terminológico más preciso y funcional.

Con el objetivo de garantizar la representatividad cualitativa y la relevancia terminológica en la elaboración del glosario terminológico monolingüe propuesto en este trabajo, se ha recopilado un corpus

textual especializado en el ámbito de la moda en el que se incluyen documentos que responden a los criterios cuantitativos y cualitativos mencionados previamente.

Al ser un glosario dirigido a un público hispanohablante, se ha decidido incluir textos auténticos, procedentes de fuentes originales, es decir, no traducidas, para garantizar la naturalidad del uso de los términos y evitar posibles interferencias de otras lenguas influyentes en este ámbito.

Ya que la terminología en la moda está en constante evolución, se ha procurado seleccionar los textos más recientes, publicados en los últimos 5 años, es decir, entre 2019 y 2025, con el fin de captar el uso real de los términos en revistas especializadas, informes, glosarios profesionales y otros textos pertenecientes al sector de la moda.

Para organizar el corpus de manera coherente y funcional, cada categoría se ha denominado con el tipo de documento del que se trata:

- DC para documentos corporativos
- IT para informes de tendencias
- RE para revistas de especialidad

Asimismo, cada archivo ha sido clasificado dentro de las categorías y denominado siguiendo un criterio uniforme de nomenclatura que facilita su identificación. La denominación sigue el siguiente formato: nombre de la fuente, año, título del documento y categoría. Por ejemplo “HARPER'S BAZAAR_2025_BailarinasTendenciaPrimavera_RE”. Este sistema nos permite localizar los textos rápidamente y relacionarlos con su respectivo archivo.

CORPUS_TFG_SAA	
Nombre	
 SModa_2025_FaldaVuelo_RE	
 SModa_2025_VestidosGalalconicos_IT	
 SUMISSURA_2025_ModaAndrogina_RE	
 Tendam_2024_ComunicadoPedroDelHierro_DC	
 TEXTTI_2025_TecnicaAplique_DC	
 THEOBJECTIVE_2022_LooksBlingNavidad_RE	
 THEOBJECTIVE_2024_BackstageMFWM_IT	
 THEVOU_2024_AbrigoChesterfieldHombre_RE	
 TIPOSDETELAS_2025_TelaChiffon_DC	
 VANIDAD_2022_GlamRocklcono_RE	

Ilustración 1. Sistema de denominación de los textos compilados

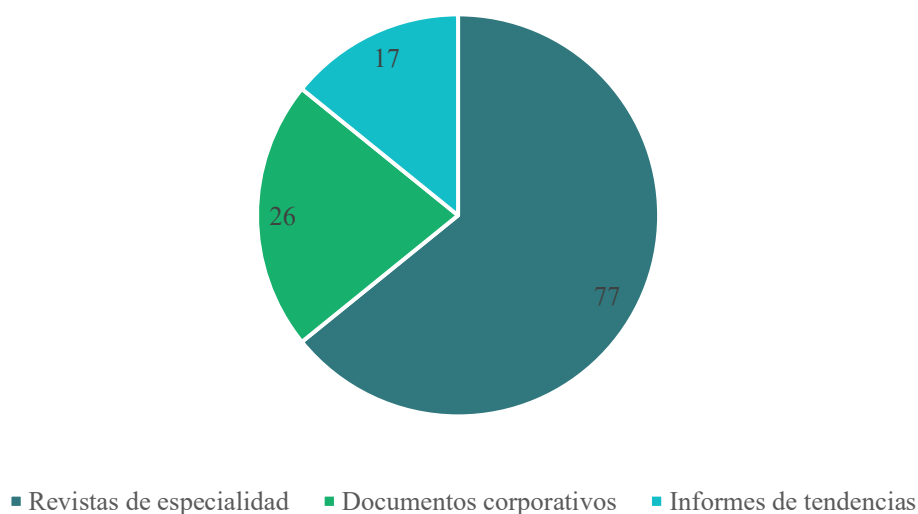


Gráfico 1. Distribución de los documentos del corpus

El corpus está compuesto de 123 textos, clasificados en documentos corporativos, informes de tendencias y revistas especializadas, siendo este último el grupo más numeroso. Se consultaron numerosas, entre las que destaca Vogue, de la que se extrajeron 23 textos.

Observando este gráfico, podemos apreciar el predominio de revistas especializadas (77) en el corpus. En segundo lugar, se encuentran los documentos corporativos (29) y, en tercer lugar, los informes de tendencias (17). El predominio de textos procedentes de revistas especializadas se debe tanto a criterios de accesibilidad como de relevancia terminológica. Al contrario que los documentos corporativos y los informes de tendencias, que suelen estar sujetos a derechos de autor y a suscripciones de pago, las revistas especializadas son más abundantes y fácilmente accesibles en línea, lo que ha facilitado su recopilación en formato digital. En segundo lugar, como bien hemos mencionado anteriormente, las revistas especializadas ofrecen una gran densidad terminológica en un registro cercano, esto las convierte en una fuente valiosa para la identificación de términos especializados en uso real.

6.4 Proceso de elaboración del glosario terminológico especializado en moda

En este apartado describo el proceso llevado a cabo para la elaboración de un glosario terminológico monolingüe.

Teniendo en cuenta el objetivo de este trabajo, que es crear un glosario monolingüe especializado para traductores que utilicen la lengua española en supuestos encargos de traducción dentro del sector de la moda, se ha optado por la creación de un glosario monolingüe. Dentro de este, se ha seguido un formato estándar, una estructura que busca organizar los términos y facilitar la consulta del traductor en entornos profesionales de la traducción.

El glosario se estructura en una tabla terminológica creada con la herramienta Excel. El glosario está compuesto por distintas columnas que permiten clasificar y contextualizar cada término extraído del corpus. Las columnas son las siguientes:

- TERM: recoge el término especializado tal como aparece en los textos del corpus.
- PROCEDENCIA: con el fin de visibilizar el amplio uso de préstamos y extranjerismos, e identificar si se trata de un anglicismo, un galicismo, etc. Un paso que puede ser útil en estudios sociolingüísticos.
- CAT TEM: clasifica los términos según el ámbito temático al que pertenece, con el fin de favorecer su uso en futuros glosarios especializados de materiales, sostenibilidad, colores en el sector de la moda.
- CAT GRAM indica la categoría morfosintáctica del término con el fin de proporcionar información gramatical útil.
- DEF: definiciones de fuentes, especialmente diccionarios, para explicar correctamente los términos.
- EX: una cita textual del corpus en la que aparece el término para observar su uso práctico en textos especializados actuales.
- DEF REF: nombre de la fuente exacta de la que se ha extraído el ejemplo en uso.
- VAR: alternativas del término, tanto sinónimos como variantes morfológicas o dialectales.
- VAR REF y OBS: comentarios adicionales que ayuden a la comprensión del término, considerando la norma dictada por la RAE.

Una vez recopilado el corpus, se procedió a un proceso de análisis léxico, con el objetivo de seleccionar los términos cuya frecuencia de aparición fuese más representativa. Para ello, se utilizaron las funcionalidades *word list*, *n-grams* y *keywords and terms* de la herramienta SketchEngine. Estas funcionalidades permiten identificar los términos más típicos en los documentos compilados, extraer palabras clave y observar cómo se usan en contextos reales.

En el primer vaciado terminológico realizado con ayuda de la herramienta SketchEngine, se recogieron los términos candidatos para el glosario, siendo estos los términos más representativos del corpus. Posteriormente, se realizaron varios filtrados en los que se eliminaron todas las unidades léxicas que no pertenecían al campo de la moda, como *años*, así como términos generales como *estilo*, *diseño* o *contribución*, que no aportaban valor terminológico al glosario. Se eliminaron del glosario también, todos los nombres de marcas, siguiendo las recomendaciones de la Fundación del Español Urgente (FundeuRAE, 2011), que indica que:

Las denominaciones de las compañías son su nombre propio, y del mismo modo que los nombres propios de persona, aunque sean extranjeros, no se marcan con comillas o cursiva

en un texto en español, tampoco debe hacerse con los nombres de las compañías, empresas, organismos... extranjeros.

Finalmente, fueron excluidos aquellos términos que, a pesar de ser relevantes para el sector y formar parte del discurso de la moda, no presentaban un grado suficiente de especialidad. Este es el caso de colores básicos, *marrón*, *azul*, y de materiales ampliamente conocidos, *lana*. Tras realizar el último filtrado, se revisó la frecuencia de aparición gracias a la funcionalidad de *Keywords* de SketchEngine, lo que nos permitió identificar las palabras más representativas, un paso que favoreció la organización de los términos que contaban con sinónimos o variantes léxicas para una representación más completa y realista del uso del término. Ya que con este glosario se pretende reflejar el léxico actual y especializado del ámbito de la moda, se optó por tomar como término principal aquel que presenta un uso más técnico, aunque menos representativo. Este es el caso de términos como *cat-walk*, que solo aparecía 4 veces. A pesar de que su variante *pasarela* tuviese una frecuencia mayor en el corpus, llegando a aparecer hasta 107 veces, se escogió *cat-walk* como término principal por su numeroso uso en publicaciones de revistas de prestigio como Vogue o Harper's Bazaar. A su vez, permite evitar ambigüedad: mientras que el término principal remite exclusivamente a la moda, el término *pasarela* puede tener otros usos.

Por último, se analizaron los términos seleccionados en su contexto, un paso fundamental para asegurar la precisión del uso del término en el ámbito profesional de la moda, con la herramienta *Concordance* de SketchEngine. Este uso del término en contexto se recoge en el apartado EX del glosario.



Ilustración 2. Términos en su contexto

7 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Del conjunto de textos que conforman el corpus se extrajeron 455 términos, que fueron sometidos a numerosos filtrados, dando como resultado un glosario de 142 términos, categorizados y

definidos en el glosario. Tras el estudio y clasificación de los términos actuales y especializados del ámbito de la moda, se han recogido 142 términos que se encuentran en el archivo Excel.

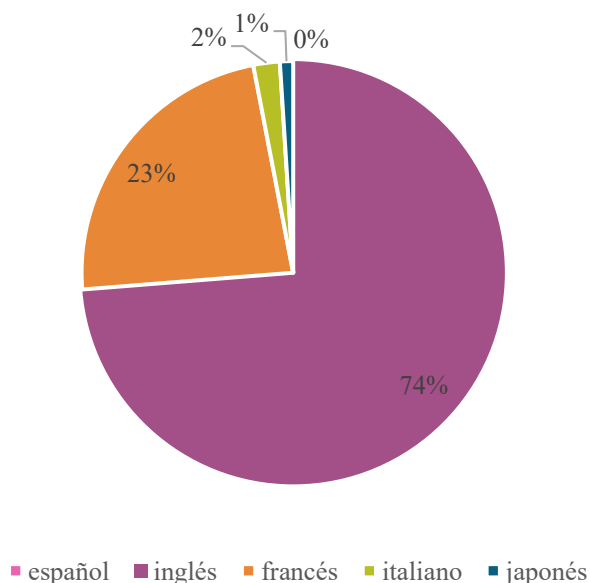


Gráfico 2. Distribución de los términos por idioma de origen

Observando los resultados, vemos que los términos más frecuentes en nuestro glosario son extranjerismos, concretamente anglicismos (52 %), seguidos de los términos en español (29 %) y de los galicismos (17 %).

La amplia presencia de extranjerismos se debe al carácter interidiomático que caracteriza el sector de la moda, ya que muchos de sus tecnicismos, al compartir un mismo ámbito conceptual entre distintas lenguas, pueden traducirse o incluso mantenerse en su forma original (Alessandra, 2015, pp. 48-49).

Hay muchos extranjerismos, bien en su forma original, bien adaptados gráficamente al español, que se han establecido tan profundamente que resulta difícil sustituirlos por equivalentes patrimoniales. Esto ocurre especialmente cuando designan técnicas específicas de difícil traducción o sin equivalente directo en la lengua de destino, sin perder precisión o matiz. Aquí vemos un ejemplo:

TERM	PROCEDENCIA	CAT TEM	CAT GRAM	EX	EX REF
bies	fr.	material	sust.	camisas largas se convierten en lienzos perfectos para destacar los acabados con cinta bies ancha	BYETSA_2025_CintaBies_Articulo.txt
pin-up	ingl.	estilo	sust.	con vestidos femeninos estilo pin-up o lunares	HIGHXTAR_2024_VintedInformeLujo_Articulo.txt

Ilustración 3. Ejemplo de extranjerismos en el glosario

El término *bies*, del francés *biais*, se integró al español hace décadas y ha sido adaptado al castellano. El Diccionario de la lengua española lo define como la “tira o cinta cortada de una tela en dirección oblicua con respecto a la trama o al hilo”, y también hace referencia al “corte oblicuo de una tela” (Real Academia Española, 2024).

Por otro lado, el término *pin-up*, de procedencia inglesa, no ha sufrido ninguna variación en su forma. Este término hace referencia al estilo de moda sugerente, provocadora y femenina reflejado tanto en productos culturales, mujeres que lo representan y sesiones fotográficas. “El término proviene de la estética fotográfica y artística del mismo nombre que comenzó en los años veinte del siglo pasado” (FundéuRAE, 2022, p. 35).

Sin embargo, conviene recordar que no todos los extranjerismos utilizados en el lenguaje de la moda son necesarios ni recomendables. La Fundación del Español Urgente recomienda “evitar los extranjerismos siempre que tengan equivalentes en español” (FundéuRAE, 2014). Este es el caso de términos como *must* y *cashmere*:

TERM	EX	EX REF	VAR	VAR REF
must	las botas de inspiración militar con suela de track son un must para construir desde cero un look de estilo grunge para mujer	MANGO_2024_EstiloGrunge_Articulo.txt	imprescindible	HIGHXTAR_2022_BirkenstockManoloBlahnikColaboracion_Articulo.txt
cashmere	Éric Bompard es, sin duda, la firma favorita de los franceses en cuanto a jerséis de cashmere	Vogue_2025_MarcasPrendasBasicasAtemporales_Articulo.txt	cachemira	THEVOU_2024_AbrigoChesterfieldHombre_Articulo.txt

Tabla 2. Ejemplo de términos con recomendaciones de uso en español

El término *must*, es un anglicismo ampliamente utilizado en textos divulgativos del sector de la moda haciendo referencia a prendas o accesorios que no pueden faltar en una temporada. Este término puede ser reemplazado por «imprescindible», que responde al significado del término anglosajón. A su vez, para el término *cashmere*, la Fundéu recomienda no utilizar ni la grafía francesa *cachemire*, ni la inglesa *cashemir*, ni otras formas influidas por ellas como *cashemire* y *cashemir*. En su lugar, el Diccionario de la lengua española recoge cuatro variantes que podemos usar: *cachemir*, *cachemira*, *casemir* y *casemira* (FundéuRAE, 2011).

En caso de utilizar las voces extranjeras, se deben seguir las normas de estilo establecidas por la RAE:

Si se utilizan estas voces, lo adecuado es escribirlas en cursiva o, si no se dispone de ese tipo de letra, entrecomilladas. Algunas voces de otros idiomas, como el galicismo *atelier* ('taller o estudio de un pintor, de un escultor o de un modisto'), se han incorporado ya plenamente al español y aparecen recogidas en redonda en el diccionario académico (FundéuRAE, 2021).

Para facilitar el análisis, los términos se han categorizado en grupos temáticos, adaptando el modelo que propone Moro Fraile (2021, p. 33): prendas de vestir y accesorios, tejidos y materiales, estilo y, finalmente, colores. A estos se les ha sumado el ámbito industrial y comercial para aquellos términos referentes a tendencias emergentes en el sector de la moda. Además, dada la inclusión de documentos corporativos en el corpus ha surgido la necesidad de crear una categoría para los términos que tratan la sostenibilidad y el medioambiente.

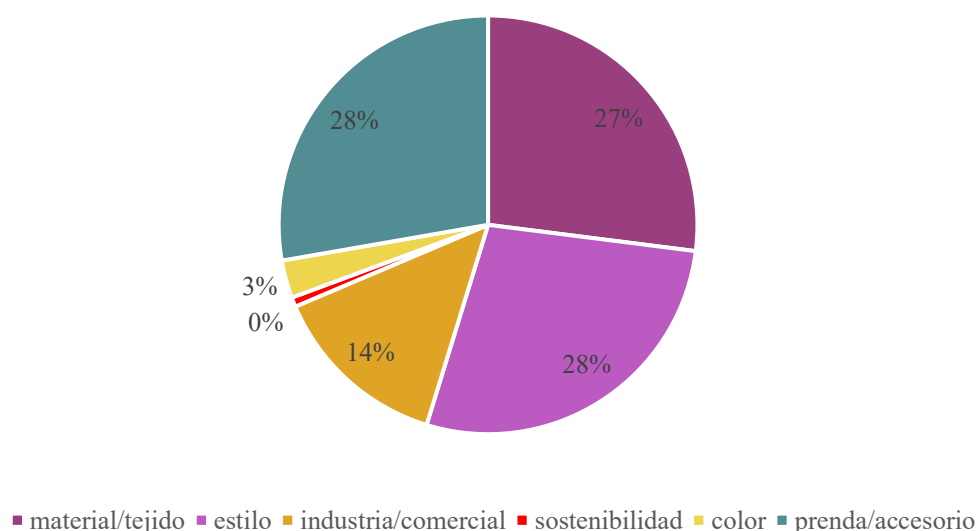


Tabla 3. Distribución de los términos por categoría temática

Podemos observar que las categorías temáticas con mayor representatividad son las formadas por prendas y accesorios, y las de términos relacionados con el estilo (28 %), seguidas de los términos

correspondientes a materiales o tejidos (27 %). La categoría con menor presencia en el glosario es la de sostenibilidad, presente en menos del 1 % de los términos. Esto se debe a la decisión de compilar más textos de carácter divulgativo, como revistas especializadas (77), que informes de sostenibilidad, presentes mayormente en documentos corporativos (26).

Para detectar patrones en el tipo de palabras que predominan en la terminología de la moda, se han categorizado los términos del glosario según su categoría gramatical. Además, conocer la categoría gramatical puede resultar especialmente interesante para potenciales usuarios no hispanohablantes que consulten este glosario.

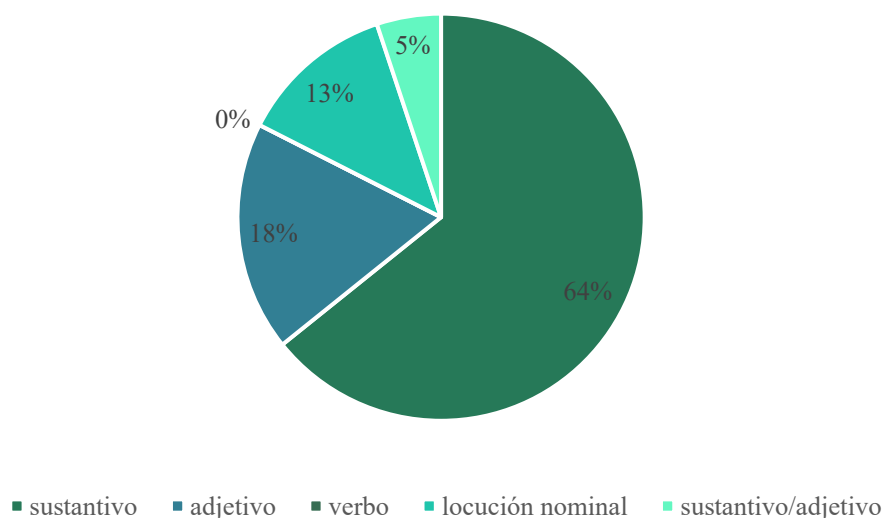


Gráfico 3. Distribución de los términos por categoría gramatical

A partir de los datos, podemos concluir que la categoría gramatical con mayor presencia en el glosario son los sustantivos (68 %).

Conviene resaltar la presencia de la categoría sustantivo/adjetivo. Esta categoría se ha creado ya que, en lingüística, existen términos que, dependiendo del contexto en que se usen, pueden responder en una categoría gramatical o en otra. Este es el caso de términos como «básico» y «estampado».

La palabra «básico» puede ser un adjetivo cuando acompaña a un sustantivo para indicar que es “excesivamente sencillo o carente de complicación” (RAE, s.f.), En el contexto de la moda, este adjetivo se usa para describir prendas y estilos versátiles o esenciales:

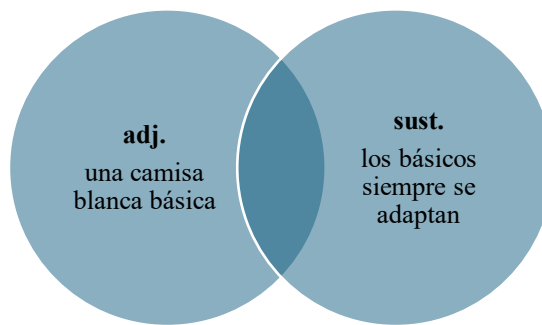


Ilustración 4. Ejemplo de uso de término sustantivo y adjetivo

Para un look casual, podéis optar por shorts con una camisa blanca básica (OHLALA_2025_LooksBotasBiker_RE)

Al mismo tiempo, *básico* es un sustantivo:

Además, los básicos siempre se adaptan a las tendencias de cada temporada (HARPERSBAZAAR_2024_CamisaAzulBasicaMujer_RE)

Lo mismo ocurre con «estampado». Esta palabra es un adjetivo cuando acompaña a un sustantivo para indicar que se trata de un tejido “que tiene estampados a fuego o en frío, con colores o sin ellos, diferentes labores o dibujos” (RAE, s.f.):

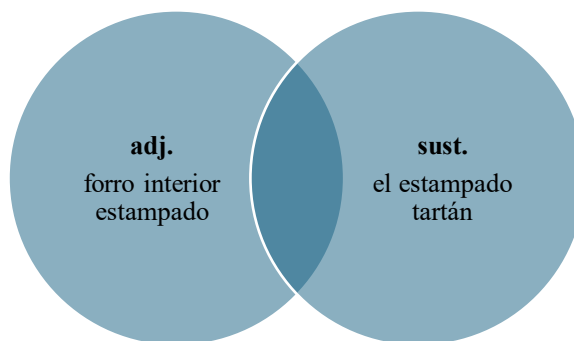


Ilustración 5. Ejemplo 2 de uso de término sustantivo y adjetivo

“Corte recto, cuello caja, manga caída, cierres de presión y forro interior estampado” (PELETERIAGABRIEL_2025_PielAstrakan_Ficha.txt)

Del mismo modo que «básico», «estampado» pueden tratarse de un sustantivo cuando se refiere a la “acción y efecto de estampar” (RAE, s.f.).

“El estampado tartán va a ser una de las grandes tendencias de este año y así puedes combinarla” (ELLEES_2024_CarolaBaleztenaTartan_Articulo.txt)

Del mismo modo, resulta interesante destacar la presencia de términos que provienen de marcas registradas, que por su uso generalizado se han convertido en nombres genéricos de producto. Esto ocurre también fuera del ámbito de la moda, con palabras como *aspirina*, que, aunque originalmente se trata de una marca registrada, *Aspirina®*, hoy aparece en el *Diccionario de la lengua española* como un sustantivo común: «Ácido acetilsalicílico, que se usa como analgésico o como antipirético» (Real Academia Española, s. f.).

En nuestro glosario encontramos palabras como *havaianas* y *manolos*. Ambos provienen de marcas registradas que alcanzaron tal nivel de popularidad que actualmente se usan como sustantivos genéricos en el ámbito de la moda.

TERM	DEF	DEF REF	VAR
havaianas	calzado ligero consistente en una suela de goma que se sujeta al pie con dos tiras que pasan entre los dedos	FundeuRAE_2021_GlosarioModaFundeuRAE_Glosario	chancas
manolos	zapatos de la marca Manolo Blahnik. Siempre se utiliza en plural porque hace referencia al par de zapatos	FundeuRAE_2021_GlosarioModaFundeuRAE_Glosario	
stiletos	zapato de señora con un tacón de 10 o 12 centímetros, que también se llama tacón de aguja. Esta denominación tiene su origen en el nombre que les otorgó el diseñador Salvatore Ferragamo	FundeuRAE_2021_GlosarioModaFundeuRAE_Glosario	zapato de tacón
nailon	material sintético de índole nitrogenada, del que se hacen filamentos elásticos muy resistentes. Se emplea en la fabricación de géneros de punto y tejidos diversos	FundeuRAE_2021_GlosarioModaFundeuRAE_Glosario	nilón
lúrex	fibra sintética, elástica y brillante, formada por un hilo de aluminio recubierto de una lámina transparente de plástico de diferentes colores	FundeuRAE_2021_GlosarioModaFundeuRAE_Glosario	

Tabla 4. Aparición de nombres genéricos en el glosario

Havaianas, una marca brasileña creada en 1962, popularizó uno de los calzados más sencillos que existen, las chancas. Gracias a su actual fama y uso extendido ha derivado en el uso de la palabra *havaianas* para denominar cualquier chancla, aunque no pertenezcan a la marca.

Por otro lado, los zapatos de tacón diseñados por Manolo Blahnik, tuvieron gran protagonismo en la cultura pop en parte gracias al personaje de *Carrie Bradshaw*, adicta a los *manolos*, protagonista de la serie *Sex & the City*. Esta icónica marca experimentó un fenómeno lingüístico que dio como resultado el empleo del término *manolos* como categoría general para aludir a los zapatos de tacón de estilo sofisticado.

Del mismo modo, *stiletto*, término que, según explica la FundéuRAE en el *Glosario de la moda*, «tiene su origen en el nombre que les otorgó el diseñador Salvatore Ferragamo», se ha generalizado y se usa para referirse a todos los zapatos de la misma estructura, «independientemente de la marca a la que pertenezcan» (FundéuRAE, 2022, p. 31).

Lo mismo ocurre con *nailón* y *lúrex*, dos materiales presentes en el glosario que provienen de marcas registradas. Nailon o nilón, “poliamida sintética de la que se hacen filamentos elásticos y muy resistentes, empleados en la fabricación de tejidos diversos” (Real Academia Española, s. f.), proviene de la marca *Nylon*®. Lúrex se trata de una fibra sintética elástica recubierta de una lámina de plástico. Proviene de la marca registrada registrada *Lurex* y según la FundéuRAE se escribe en negrita redonda y minúscula.

Destaca también la aparición de términos nuevos que, no aparecen en glosarios anteriores a 2020, y que, por lo tanto, manifiestan la necesidad de la actualización de las bases de datos terminológicas en la moda. Como ejemplo tenemos el término *reishi*, un material innovador desarrollado por MycoWorks, empresa enfocada en la creación de materiales textiles ecológicos. El *reishi* es un hongo que fue cultivado por primera vez en los años 90 con fines artísticos por Philip Ross y Sophia Wang. Actualmente, casas de moda de lujo como Hermès apuestan por el uso de este material como alternativa a la piel de animal. Este término tan reciente aparece en diversos artículos de revistas, sin embargo, no cuenta con una norma de uso establecida, por lo que podemos apreciar como diferentes revistas lo usan de diferentes formas. En algunos textos aparece con mayúscula inicial, mientras que en otros aparece en minúscula:

Al igual que el mylo, el material Reishi, fabricado por MycoWorks, está basado en láminas de micelio cultivadas a partir de células de diseño alimentadas con residuos agrícolas. (VOGUE_2024_MaterialesSosteniblesModa_RE)

Phil comenzó a cultivar micelio como material para el arte y el diseño en la década de 1990, inspirado por la belleza y los ciclos de vida de los hongos. Pronto comenzó a trabajar con reishi como material para crear esculturas. (TALENTIAM_2023_MycoWorksTextilesEco_RE)

5 CONCLUSIONES

El presente Trabajo de Fin de Grado tenía como objetivo realizar un glosario terminológico monolingüe de moda en español, elaborado a partir de un corpus recopilado expresamente para este trabajo de investigación. Para la elaboración de este corpus fue particularmente útil la aplicación del estudio de Miriam Seghiri sobre la determinación de la representatividad cuantitativa de un corpus *ad hoc*.

La creación de un glosario monolingüe de términos relacionados con el ámbito de la moda presenta diversos desafíos. En primer lugar, la limitación de publicaciones que componen el corpus, las cuales deben ser concretas y oficiales, además de pertenecer a un periodo temporal determinado, lo que puede dejar fuera términos y expresiones del ámbito de la moda en uso en otros medios, como redes sociales. La alta presencia de extranjerismos en un sector ampliamente influido por lenguas como el inglés y el francés ha dificultado el filtrado de términos para el glosario. Esto ha requerido un análisis funcional y lingüístico cuidadoso, que ha permitido identificar qué términos son pertinentes, y cuáles podían ser sustituidos por equivalentes en español. Sin embargo, a pesar de analizar los equivalentes, muchos de los términos no contaban con un equivalente en español, por lo que ha sido especialmente importante revisar la normativa del uso ortotipográfico de estos términos en fuentes normativas y especializadas como *DLE*, *DPD* o *FundéuRAE*. A su vez, la ambigüedad que algunos términos presentan en la categoría temática y gramatical como hemos visto con *estampado* y *básico*, ha complicado la clasificación, requiriendo de un análisis contextual más extenso. Respecto a la categoría temática, es importante considerar que muchos términos técnicos del ámbito de la moda interfieren con términos técnicos de ámbitos como el marketing, lo que resalta la necesidad de filtrar el lenguaje comercial durante los vaciados terminológicos.

Al finalizar el trabajo documental y la identificación de términos, se procedió a la elaboración del glosario con los términos seleccionados, incluyendo sus correspondientes características: categoría temática a la que pertenece el término, categoría gramatical, definición del término, ejemplo del término en uso dentro del contexto de la moda, variantes y sinónimos del término y observaciones referentes a la normativa de uso del término.

Tras clasificar los términos dentro del glosario, nuestro estudio se ha enfocado en analizar de forma cuantitativa y cualitativa de los términos presentes en el glosario. En primer lugar, se estudió el idioma de procedencia de cada término, observando un predominio claro del inglés, que puede asociarse con la presencia y el peso global del inglés como lengua en la actualidad. Este rasgo resulta especialmente importante en el ámbito de la moda. Destaca también la aparición de términos procedentes del francés. Esta representación podría atribuirse a la relevancia histórica de Francia en el ámbito de la moda, siendo su capital, París, considerada la ciudad de la moda. Esta relevancia se remonta

al origen de la moda moderna, cuyos inicios se localizan en dicha ciudad entorno a 1670 (Cerrillo Rubio, 2012). Este dato refleja la influencia histórica y actual de dichas lenguas en el sector de la moda.

Se analizó también la categoría gramatical más representativa, siendo los sustantivos la más significativa. Asimismo, se estudió la clasificación temática para visualizar el área léxica con mayor carga terminológica en nuestro glosario. De este análisis sobresale la aparición de sustantivos, seguido de adjetivos y locuciones nominales. Los resultados obtenidos del análisis aparecen representados gráficamente en este Trabajo de Fin de Grado para facilitar su visualización.

Se realizó un estudio de las variantes y sinónimos en uso para cada término. Ya que los extranjerismos no siempre son imprescindibles, pues existen equivalentes en español que transmiten con precisión el significado de la voz extranjera, como hemos visto con *must* (“imprescindible”), se buscó facilitar la labor del traductor aportando la forma aceptada en español. Para ello se seleccionó el término más relevante para el corpus y se añadió un comentario con la norma de uso y la recomendación propuesta por la *FundéuRAE*. Sin embargo, existen casos en los que el uso del extranjerismo está justificado, especialmente cuando no existe equivalente en español o este no transmite el significado, como sucede con *chesterfield*. Existen también casos en los que el término en español puede resultar ambiguo, como es el caso de *cat walk*, cuyo equivalente (“pasarela”). Por tanto, sería idóneo valorar la aplicación de cada término en contexto y evitar el uso de extranjerismos siempre que sea posible.

Tras este análisis, podemos observar que el sector de la moda está regido por tendencias que surgen, por lo que los términos aparecen y desaparecen rápidamente. Dentro de un sector que donde las palabras y expresiones evolucionan más rápido que el propio lenguaje resulta imprescindible contar con un glosario especializado. Esta herramienta es fundamental a la hora de comprender los textos pertenecientes a este ámbito tan dinámico. También resulta de gran ayuda a la hora de traducir para garantizar la coherencia terminológica y la precisión conceptual. Su aplicación es fundamental para adecuar el uso estilístico de los términos específicos, respetando las normas de ortografía en los textos traducidos y producir una traducción final correcta. De esta forma, el traductor adoptará la figura de un gestor terminológico, capaz de analizar el uso de los términos de forma crítica y escoger la forma adecuada en función del texto, del público objetivo y del objetivo comunicativo.

Por todo esto, el glosario presentado en este trabajo pretende actuar como una pequeña aportación al campo de la terminología de la moda en español, sujeto a posibles modificaciones.

6 FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Dada la naturaleza dinámica del sector de la moda, la terminología presente en este sector está en constante evolución, por lo que diversas propuestas de investigación en torno a pueden llevarse a cabo en un futuro. Una de las propuestas para posibles investigaciones futuras sería la ampliación del glosario con categorías nuevas, como fotos descriptivas para favorecer la comprensión del traductor durante el proceso de traducción, o normas de estilo que puedan surgir en los próximos años.

Además, nuestro glosario podría ampliarse con corpus ya existentes, que se pueden encontrar en plataformas como SketchEngine (*esTenTen*), que permite filtrar los términos por frecuencias o concurrencias, herramientas especialmente útiles en estudios terminológicos. La RAE ofrece numerosos glosarios públicos como el Corpus del español del siglo XXI (CORPES XXI, RAE), que contiene textos actualizados, y el Corpus de Referencia del Español Actual (CREA), con textos anteriores a 2001, que nos permitiría estudiar la evolución de los tecnicismos y extranjerismos usados en el contexto de la moda. La RAE cuenta también con glosarios que incluyen una amplia sección de extranjerismos frecuentes en moda, con sus respectivas definiciones, equivalencias y recomendaciones y normas de uso, que nos facilitarían la precisión de categorías como definición y normas de uso.

A pesar de las limitaciones del corpus inicial, es posible ampliarlo mediante la inclusión de fuentes adicionales procedentes de distintos subsectores de la moda, lo que permitiría una visión más amplia y representativa del léxico especializado. Además, ciertas revistas especializadas, como Vogue y S Moda (El País), publican periódicamente de forma digital corpus temáticos en los que recopilan artículos en formato digital con los que podríamos ampliar el corpus.

Del mismo modo, resultaría de gran utilidad ampliar el corpus a otras lenguas, lo que nos permitiría observar el uso de extranjerismos y la adaptación de los términos en otras lenguas, además de enriquecer el glosario con variantes terminológicas propias de otros contextos culturales para obtener una perspectiva más global del uso de la terminología en el ámbito de la moda. En definitiva, el glosario es una herramienta abierta a futuras ampliaciones, como nuevas categorías, en forma de entradas y de lenguas, para convertirse en una herramienta más crítica y adaptada en sintonía con la naturaleza cambiante y global de la moda.

7 BIBLIOGRAFÍA

- Alessandra, S. (2015). *El curioso lenguaje de la moda en el español como lengua extranjera: para no perderse entre préstamos lingüísticos y neologismos*. Antàrtida-Empúries.
- Bazerman, Charles. (1994). *Systems of Genres and the Enactment of Social Intentions*.
- Cabré, M. T. (1993). *La terminología. Teoría, metodología, aplicaciones*.

- Cabré, M. T., y Estopà, R. (1997). *Formar en terminología: una nueva experiencia docente*. Institut Universitari de Lingüística Aplicada (IULA), Universitat Pompeu Fabra.
- Casas Gómez, M. (2006). *Modelos representativos de documentación terminográfica y su aplicación a la terminología lingüística*. *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, 1(1), 25–36.
- Cerrillo, L. (2019). *Moda y creatividad: la conquista del estilo en la era moderna, 1789-1929*.
- Chan, E. (2022, 3 de julio). *12 materiales sostenibles que podrían cambiar la industria de la moda*. Vogue España. <https://www.vogue.es/moda/articulos/materiales-sostenibles-moda>
- Corpas Pastor, G., y Seghiri Domínguez, M. (2007). *Determinación del umbral de representatividad de un corpus mediante el algoritmo N-Cor*. *Procesamiento del Lenguaje Natural*, (39), 165–172. Recuperado de <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/2997>
- Corpas Pastor, G., Seghiri Domínguez, M., y Maggi, R. (2021). *ReCor: Repositorio de corpus*. Universidad de Málaga. <https://rsoftuma.uma.es/es/software/recor/>
- Facultad de Traducción e Interpretación, UVa. (2024). Competencias. https://www.uva.es/export/sites/uva/2.docencia/2.01.grados/2.01.02.ofertaformativagrados/_documentos/1.-Competencias-generales-y-especificas_GradoTradeInter.pdf
- Fogg, M., & Steele, V. (2014). *Moda: toda la historia*. Blume.
- Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- FundéuRAE. (2011, 14 de abril). *Cachemira, cachemir y casimir; formas válidas*. Fundación del Español Urgente. <https://www.fundeu.es/recomendacion/cachemir-cachemira-casimir/>
- García Izquierdo, I. (2000). *Análisis textual aplicado a la traducción*. Tirant lo Blanch.
- García de Toro, Cristina. (2005). *El género textual y la traducción de textos administrativos español-catalán*.
- König, R. (2002). *La moda en el proceso de la civilización*. Instituto de Estudios de Moda y Comunicación,
- López Yepes, J. (2008). *La evaluación de la calidad de contenidos y su repercusión en el ámbito de las revistas científicas de Biblioteconomía y Documentación*. *Memoria Del I Seminario Hispano-Peruano de Bibliotecología y Documentación*, 191–223.
- Moro Fraile, M. (2021). *El curioso lenguaje de la moda en el español como lengua extranjera: para no perderse entre préstamos lingüísticos y neologismos* (Trabajo Fin de Grado, Universidad de Valladolid). UVaDoc. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/52211>
- Palomares Perraut, R. (2000). *Recursos documentales para el estudio de la traducción*. Universidad de Málaga.

Real Academia Española. (s.f.). *Moda*. En Diccionario de la lengua española. Recuperado en 10 de febrero de 2025, de <https://dle.rae.es/moda>

Sager, J.C. (1993). *Curso práctico sobre el procesamiento en terminología*. Madrid.

Sales Salvador, D. (2006). *Documentación aplicada a la traducción: presente y futuro de una disciplina*. Trea.

Sánchez, M. (2015). *Corpus-based Translation and Interpreting Studies: From description to application = Estudios traductológicos basados en corpus: de la descripción a la aplicación*. Frank & Timme.

Seghiri, M. (2020). *La lingüística de corpus aplicada al desarrollo de la competencia tecnológica en los estudios de traducción e interpretación y la enseñanza de segundas lenguas*. Peter Lang.

Talentiam. (2022, 17 enero). *MycoWorks: conocemos la empresa especializada en la producción de textiles 'eco'*. Talentiam. <https://www.talentiam.com/es/blog/mycoworks-conocemos-la-empresa-de-produccion-de-textiles-eco/>

8 ANEXOS

Anexo 1. [Bibliografía de revistas que conforman el corpus](#)

Anexo 2. [Diccionarios y glosarios consultados durante la elaboración del glosario](#)

Anexo 3. [Glosario terminológico monolingüe de moda en español](#)