



# UNIVERSIDAD DE SEVILLA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Grado en Periodismo

Trabajo Fin de Grado

*-Análisis-*

**“El inglés, el lenguaje de moda y de la moda: un análisis del empleo de anglicismos en las principales revistas de tendencias en España”**

4º Curso, Grupo 2

Alumna:

**María Tenorio Martín**

Tutora:

**Juana Santana Marrero**

(Curso 2015/2016)

## ÍNDICE

1. RESUMEN.....	4
2. PALABRAS CLAVE.....	4
3. INTRODUCCIÓN.....	4
4. OBJETIVOS.....	6
5. HIPÓTESIS.....	6
6. INVESTIGACIONES SIMILARES.....	7
7. METODOLOGÍA.....	8
8. MARCO TEÓRICO.....	13
8.1 LOS PRÉSTAMOS.....	13
8.1.1 DELIMITACIÓN ENTRE PRÉSTAMOS Y EXTRANJERISMOS.....	13
8.1.2 HACIA UNA DEFINICIÓN DE LOS ANGLICISMOS.....	19
8.1.3 BREVES APUNTES SOBRE LA NEOLOGÍA.....	23
8.1.4 CONCLUSIONES PARCIALES.....	24
8.2 PERSPECTIVA HISTÓRICA DE LA INFLUENCIA DEL INGLÉS EN EL ESPAÑOL .....	25
8.3 FACTORES DE LA INCLUSIÓN DE PRÉSTAMOS.....	30
8.4 LAS REVISTAS DE MODA.....	34
9. RECOPIACIÓN DE LOS ANGLICISMOS.....	37
9.1 ANGLICISMOS MÁS RECURRENTES.....	57
10. ANÁLISIS TEMÁTICO DE LOS ANGLICISMOS REGISTRADOS. ANÁLISIS CUALITATIVO Y CUANTITATIVO.....	58
10.1 <i>COSMOPOLITAN</i> .....	61
10.2 <i>ELLE</i> .....	65
10.3 <i>GLAMOUR</i> .....	70
10.4 <i>TELVA</i> .....	75
10.5 <i>VOGUE</i> .....	80
10.6 TODAS LAS PUBLICACIONES.....	85
11. ADAPTACIÓN LEXICOGRÁFICA.....	92
11.1 INTRODUCCIÓN.....	92
11.2 RESULTADOS DEL ESTUDIO DE LA ADAPTACIÓN LEXICOGRÁFICA.....	95
11.3 CONCLUSIONES ADAPTACIÓN LEXICOGRÁFICA....	128

11.3.1	<i>DRAE</i> .....	128
11.3.2	<i>DEA</i> .....	130
11.3.3	<i>DUE</i> .....	131
11.3.4	LOS TRES DICCIONARIOS CONSULTADOS.....	133
12.	CONCLUSIONES FINALES.....	135
13.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	137
14.	ANEXOS.....	140

## 1. RESUMEN

El inglés lo ha colonizado todo, y a la moda también. En consecuencia, las revistas españolas de tendencias revelan una verdadera avalancha de anglicismos que aportan un estilo especial al discurso. Con ello se persigue, entre otras cosas, llegar a un público cosmopolita y que está al tanto de las novedades textiles a nivel internacional.

La influencia hegemónica del inglés es un hecho palpable en las publicaciones periódicas de nuestro país. En este estudio analizamos la presencia de los anglicismos léxicos en revistas especializadas en el campo de la moda. En concreto, llevamos a cabo la distribución temática de las lexías recopiladas para comprobar en qué contextos de la vestimenta es más usual la integración de léxico extranjero y si se incluyen vocablos referentes a otras categorías semánticas distintas a la indumentaria. Así, obtenemos datos sobre el volumen, frecuencia y variedad de lexías extranjeras que utilizan los profesionales en cada campo. Igualmente, estudiamos el grado de integración que tienen los extranjerismos en una selección de obras lexicográficas de referencia en el español actual. A este respecto, observamos si se hace una adecuada aplicación de esas voces foráneas según las propuestas de los manuales de carácter normativo. Con ello pretendemos dibujar un marco fehaciente sobre el uso actual de préstamos del inglés en este tipo de publicaciones y, específicamente, entender los factores que llevan a su utilización, en detrimento de palabras patrimoniales.

## 2. PALABRAS CLAVE

Revistas de moda, revistas especializadas, revistas femeninas, *Cosmopolitan*, *Elle*, *Glamour*, *Telva*, *Vogue*, moda, inglés, anglicismos, extranjerismos, préstamos, vestuario.

## 3. INTRODUCCIÓN

Este proyecto nace con la ambición de unir tres mundos en uno: el Periodismo, la Moda y la Lingüística. Tres esferas de la realidad que se ensartarán en el mismo alfiler, con el que iremos hilando los patrones que nos permitirán comprender una de las más interesantes tendencias en el discurso de las revistas españolas de moda: el uso de voces extranjeras. Estas últimas son dignas de un estudio profundo, pues intuimos ya desde el inicio que tienen una notable presencia en este tipo de publicaciones. Sobre todo, las de procedencia inglesa, en las que nos centraremos.

Los anglicismos no solo se utilizan como aderezo del discurso para aportarle elegancia y novedad, sino que ya forman parte del lenguaje natural de las revistas de moda. El inglés, *inmigrante léxico* como lo llamaría Gómez Capuz, ha llegado para quedarse. Pero se asienta en nuestro idioma con cierto prestigio y ante la admiración de sus huéspedes. Tanto es así, que el español le tiende la mano a su vecino con fraternidad para dejarlo entrar en su casa, e incluso le permite trastocar la disposición de los

muebles. Pero parece no haber demasiado conflicto, pues ambos conviven en armonía entre las páginas de las publicaciones de tendencias.

Con este trabajo pretendemos analizar la inclusión de anglicismos en las cinco revistas de moda española más representativas: *Cosmopolitan*, *Elle*, *Glamour*, *Telva* y *Vogue*. De ellas se extraerán las lexías inglesas que aparezcan en sus páginas, las cuales se recopilarán de forma codificada en tablas para su posterior distribución temática y adaptación lexicográfica al español.

En el marco teórico llevaremos a cabo una aproximación científica a las voces extranjeras en español, en la que se detallarán las principales clasificaciones propuestas y la diversidad terminológica que existe en torno al concepto de *préstamo*. Asimismo, incluiremos un apartado sobre la influencia histórica que ha tenido el inglés sobre el español y profundizaremos en las razones por las que se integran los anglicismos en nuestra lengua. Seguidamente se realizará una breve semblanza de las revistas de moda, dentro del amplio género de la prensa femenina.

Respecto a la metodología del trabajo, se explicará cómo se ha realizado la investigación, qué materiales se han utilizado y las motivaciones para llevarlo a cabo. Además se explicitarán los criterios de selección de las unidades de análisis. El objetivo no es otro que el de mostrar al lector las herramientas con las que contamos y las características de los materiales con los que está construido este proyecto.

Como ya indicábamos, el bloque central del trabajo estará distribuido en dos partes: el análisis semántico de las voces y su estudio lexicográfico. Todo ello nos permitirá, por un lado, conocer qué áreas semánticas son las más proclives al uso de anglicismos, y por otro, confirmar el grado de adaptación o asimilación al español de las lexías anglicadas, así como evaluar el uso que de ellas hacen los periodistas en el soporte escogido. De igual modo, se intentará definir los factores que determinan la utilización de los préstamos. Con los resultados que obtengamos extraeremos nuestras propias conclusiones, que se representarán gráficamente para una mejor ilustración y comprensión de los datos.

Finalmente, se detallarán las impresiones finales del estudio y destacaremos los aspectos más relevantes y llamativos del análisis.

#### 4. OBJETIVOS

Aunque probablemente hayamos revelado en el apartado anterior las pretensiones de este estudio, expondremos ahora de forma más concisa y esquemática nuestros propósitos.

En líneas generales queremos:

- Analizar la inclusión de anglicismos en varias revistas españolas de moda para comprobar su uso actual en ese soporte y estudiar el registro de las voces y su adaptación en diversos diccionarios de referencia en español.

Con la distribución temática de los anglicismos pretendemos:

- Conocer en qué contextos de la indumentaria es más usual la aparición de anglicismos y si se registran en campos semánticos fuera de ese área.
- Averiguar el volumen, la frecuencia y variedad de lexías en cada categoría temática.

Con el estudio lexicográfico de las voces deseamos:

- Examinar el grado de inserción de voces procedentes del inglés en los diccionarios de español *DRAE*, *DEA* y *DUE*.
- Estudiar la adaptación de los anglicismos en las obras referentes en español y sus propuestas de uso de palabras extranjeras.
- Comprobar si los profesionales aplican correctamente los anglicismos (gramatical y semánticamente) de acuerdo con los diccionarios seleccionados para la consulta de las lexías.

Después de haber recogido nuestro cuerpo de datos, habernos documentado sobre la realidad del préstamo y haber realizado un análisis en profundidad de los anglicismos pretendemos:

-Reflexionar sobre los factores por los que los profesionales se decantan por el empleo de voces foráneas en las revistas de moda en lugar de emplear palabras de nuestro patrimonio léxico.

#### 5. HIPÓTESIS

Dada la amplia presencia del anglicismo en nuestra lengua y en el uso periodístico, partimos del supuesto de que existe un elevado uso en los materiales que vamos a consultar.

## 6. INVESTIGACIONES SIMILARES

En el proceso de documentación, hemos podido valorar que el estudio de los préstamos en revistas españolas de moda es incipiente, incluso nos atreveríamos a decir que es novedoso, pues aunque se han iniciado investigaciones al respecto, estas son escasas y recientes.

Para comenzar, Melander (2012) analiza la presencia de préstamos (no especifica una preferencia por analizar los de procedencia inglesa, aunque serán los más usuales) en el número de febrero de *Vogue*. En concreto, lo que desea conocer la autora es la marcación estilística de las palabras de origen extranjero (analizar la utilización de comillas o de cursiva...). Por tanto, existen ya grandes diferencias con nuestra investigación: nosotros estudiaremos únicamente los anglicismos, tomaremos como objeto de análisis cinco revistas de moda española en las ediciones de febrero y marzo y además, nos centraremos en el estudio de la adaptación de las lexías en nuestro patrimonio (a través de la consulta de diccionarios) y distribución temática de las voces, al margen del desglose teórico de los préstamos y las revistas de moda. Todo ello no es óbice para que este trabajo nos sirva de guía para el análisis de la inclusión de palabras procedentes del inglés que llevan a cabo los profesionales de la comunicación en este tipo de publicaciones.

Por otro lado, Sundh (2014) intenta, a partir de la recogida de anglicismos, delimitar las razones por las que han sido añadidos en la publicación de moda. Realmente, aunque se trate de la misma temática, solo pone el foco en las causas del uso de los préstamos del inglés en detrimento de voces patrimoniales, y esta cuestión, en nuestro caso, formará parte de nuestros propósitos secundarios. De todas formas, la consulta de este trabajo resulta muy útil como fuente en nuestro apartado de factores del empleo de anglicismos.

Otra investigación interesante es Estornell Pons (2012), la cual tiene muchos puntos en común con la nuestra: se centra en los préstamos sin adaptación al español y toma como objeto de estudio revistas femeninas como *Glamour* y *Cosmopolitan* (entre otras), pero difiere de nuestro trabajo en que todo el análisis está basado en la división de los anglicismos según la *necesidad denominativa* o la *estrategia pragmática*. Tampoco realiza una distribución temática de las voces recogidas, ni analiza la integración léxicográfica en los manuales de español. Se limita a entender cuál es el sentido de su presencia en el discurso. Sin embargo, esta fuente nos ha servido de orientación en el planteamiento inicial de nuestra tesina. Si bien sus objetivos distan de los nuestros, esta investigación nos aporta conclusiones básicas sobre las razones que determinan el uso de anglicismos.

En resumidas cuentas, las tesinas referenciadas nos ofrecerían un punto de partida. Una toma de contacto con el complicado y apasionante mundo de los anglicismos, que se adentran en la mayoría de representaciones escritas en español. No hemos encontrado un trabajo puramente coincidente con el nuestro, pues los consultados poseen criterios distintos en la recopilación de voces, estudian otros soportes o se centran en un único

aspecto. De ahí que podamos afirmar que nuestra propuesta es más ambiciosa que anteriores trabajos sobre el tema.

## 7. METODOLOGÍA

Para el presente estudio se han utilizado cinco revistas especializadas en moda publicadas en papel en formato pequeño. En concreto, se han escogido *Cosmopolitan*, *Elle*, *Glamour*, *Telva* y *Vogue* en sus ediciones españolas. Los criterios de selección han sido dos principalmente. En primer lugar, la revista debía tener diversos apartados que versaran sobre tendencias de moda. Si bien algunas no tratan en su totalidad sobre novedades en el mundo textil. En segundo lugar, se ha tenido en cuenta que la publicación contase con una amplia tirada y difusión, premisa que ha sido decisiva. Para constatar este hecho hemos consultado una página web que recopila estos datos (véase Anexo 1).

Por otro lado, se han analizado las ediciones de estas revistas de los meses de febrero y marzo de 2016. La razón por la que se ha delimitado esta franja de tiempo es la posibilidad de disponer de los ejemplares desde el inicio del estudio, evitando así la espera de publicaciones posteriores. Pese a que nos hubiera gustado consultar un mayor número de datos, la naturaleza de esta investigación nos obliga a ser prudentes y a poner unos límites razonables. Nuestras conclusiones, por tanto, se basarán en estos materiales, a nuestro juicio suficientemente representativos, pero sin duda susceptibles de ampliación en futuras investigaciones.

En cuanto a la selección de las secciones que se van a analizar en las diferentes revistas, se ha tenido en cuenta que estas trataran casi en su totalidad sobre novedades en moda textil, entendiendo que bajo esta categoría tienen cabida también los complementos (joyería, bolsos, calzado...). Ha resultado en ocasiones difícil delimitar los bloques de estudio, pues en general el contenido de todas estas publicaciones se basan en tendencias en moda textil a lo largo de todas sus páginas. Asimismo, se han tenido que excluir partes que en un primer momento parecían referirse por su título (“Moda”, “estilo”, “novedades”) a la temática indicada, y que más tarde se ha comprobado que abarcaban temas diferentes como el deporte o la belleza. De igual modo, hemos evitado la elección de partes que fueran excesivamente visuales, porque aportarían escaso material para el análisis de voces extranjeras.

Respecto a *Cosmopolitan*, se escogió en un primer lugar el bloque “Tu estilo” que aborda exclusivamente la moda textil. Sin embargo, en previsión de que pudiera ser insuficiente para el análisis, finalmente se sumó también al estudio “Tendencias”. Este está dividido en subapartados que tratan no solo de tendencias en ropa sino en maquillaje o peluquería. Como estos últimos se alejan de nuestra temática, se han excluido.

En la publicación *ELLE* se estudiará únicamente el bloque "Estilo", pues ofrece suficiente material para el estudio. Cabe destacar también que se han desechado "Moda" y "Shopping" porque aun abarcando nuestro objeto de estudio, su contenido textual es escaso.

En la revista *Glamour* hay que tener en cuenta que "la moda" está presente en cada una de las partes. Sin embargo, se ha acotado el análisis a "Top" y Shop". En la primera existen algunas páginas que se distancian de nuestro objeto de estudio ("Menos whatsapp y más abrazos"), por lo que se han obviado.

En *Telva* se han utilizado dos apartados: "Lo último en moda" y "Moda" para una obtención de datos más amplia, pues ambas secciones son muy gráficas y los textos que acompañan las imágenes son escuetos.

Finalmente, en *Vogue* se analizará "Novedades, gente y actualidad", donde se mezclan diversas temáticas (moda, belleza, salud, entrevistas con personajes de moda, arte, entre otros). No obstante, resulta útil y suficiente estudiar aquellas páginas que se centran explícitamente en moda textil.

En este punto, es necesario recordar que se ha desechado del análisis el contenido textual de la publicidad, pues no es fruto del trabajo periodístico de los profesionales que trabajan en la publicación. De igual manera, se han excluido entrevistas, declaraciones de expertos y personajes públicos, ya que lo que interesa estudiar es el uso que hacen los periodistas del medio y no otros agentes externos. Por último, las leyendas en las que exclusivamente se nombran las marcas de las prendas y complementos con sus precios quedarán descartadas, pues el contenido textual que ofrecen no es adecuado.

En lo referente a la localización de las unidades de análisis, se hizo una consulta manual de cada una de las revistas impresas de febrero y marzo. Un total de diez volúmenes en los que se han subrayado todas aquellas voces del inglés sin adaptación a las pautas del español y con independencia del uso y asimilación que hagan de ellas los hablantes. Una vez seleccionadas, se han ido pasando a tablas, respetando la forma en la que aparecieron en la publicación. Incluso se recogió la marcación estilística de las voces y en ocasiones se anotaron las palabras que acompañaban al anglicismo para darle sentido y contextualización. Además, las lexías incluirán un código de identificación con el objetivo de facilitar su localización en el soporte. Así, se han recopilado cada uno de los anglicismos atendiendo al código siguiente: REVISTA/ MES/ SECCIÓN/ ZONA DE APARICIÓN/ PÁGINA. Con "zona de aparición" nos referimos al espacio del que se recoge la voz: titulares, destacados, cuerpo de texto, cintillos/nombres de bloque.

Respecto a las dificultades, hay que decir que la mayoría del contenido textual que se ha analizado formaba parte de pequeños destacados, además de ser la mayoría de páginas muy gráficas, lo que no ha impedido obtener un importante número de anglicismos para su estudio. Por otro lado, ha sido complicado mantener una

clasificación sistemática ajustada a los criterios establecidos de “zona de aparición” por la manera de estructurar la información que tiene cada revista, totalmente diferente a la de los periódicos impresos. Por ejemplo, no estaba clara la precisión de que un título era un título, en lugar de un destacado.

En la recopilación de datos, la elección de las secciones resultó ardua, pues la distinción de estas no es clara en algunas revistas, hecho que se complica cuando se hacen subdivisiones. Además, al poseer la mayoría de las revistas un contenido amplio en moda, el tema se extiende a casi todos los apartados en los que se divide la publicación, lo que dificultó su selección. Igualmente, la inserción de publicidad en el propio contenido informativo fue un factor de mayor dificultad para mantener el criterio que se dispuso para la recogida de voces.

Procede abordar ahora ciertos aspectos referentes a las unidades que conforman nuestro listado de palabras para el análisis temático. En primer lugar, conviene dejar claro que incluiremos tanto lexías simples como complejas. Quedarán descartadas, por tanto, secuencias oracionales (*Ops!, I did it again*), que solo tendrán cabida si se repiten con cierta asiduidad o si presentan un sentido específico que lo hagan funcionar como una unidad léxica compleja (*made in Spain, rock and roll*). En esta línea se aceptarán también formaciones del inglés (*kidult: kid+adult*) que reporten más singularidad, si cabe, al discurso.

En segundo lugar, tenemos que precisar que no se han considerado como anglicismos voces que, una vez consultadas en diccionarios en línea como *Collins*, revelaban un origen distinto (pues se dudaba si eran procedentes del inglés). Así, *strass* o *chic* provienen del alemán y del francés, respectivamente. De ahí que sea probablemente el inglés el intermediario de estas lexías. De todas formas, este ejercicio de consulta solo se ha practicado cuando la procedencia resultaba más ambigua. Por eso, es posible que algunos de los anglicismos recopilados no tengan un origen puramente inglés, aunque realmente han llegado al español y se perciben en nuestra lengua como anglicismos. Para comprobar el étimo último con exactitud, habría que realizar un estudio etimológico de todas y cada una de las palabras, una investigación que rebasa los objetivos de esta tesina.

En tercer lugar, como profundizaremos en las “Conclusiones parciales” del Marco teórico, nuestra recopilación de material solo se ajustará a voces que no estén adaptadas a la normativa ortográfica del español. Por ende, se han descartado de nuestro listado aquellas palabras que presenten la mínima caracterización ortográfica del español (*bómber, jerséis*). Hemos tomado esta decisión porque optamos por analizar los extranjerismos que, como ya incidiremos más adelante, son aquellas voces que no presentan alteración en su “fisionomía”. Es decir, no están adaptadas a las pautas del español.

En cuarto lugar, en caso de que el anglicismo venga acompañado de una voz española (vestido *oversize*), y si se repita dicha combinación, dejaremos constancia de ello en la recogida de datos. Así, anotaremos (vestido) *oversize*, ordenando el elemento compuesto en función del anglicismo. Si una voz inglesa aparece acompañada de distintas prendas en español pero no se repite dicha formación (*vestido oversize, camisa oversize, chaleco oversize*), solo recogeremos el anglicismo, indicando a pie de página, si procede, a qué palabra acompaña.

Si aparecen varios anglicismos juntos de forma recurrente o que al estar juntos aporten un significado singular, reconoceremos las lexías como un elemento único que se distribuirá en un área temática (*total look, happy bag, it bags*). Si no es una formación frecuente (porque se deba por ejemplo a la formación de sustantivo+adjetivo), analizaremos la combinación por cada uno de los elementos: *look army, look navy, look preppy*. De esta manera, si hablamos de la distribución temática, por un lado se clasificará *look* en el área de la indumentaria y *army/navy/preppy* en el campo del estilo de la indumentaria.

Por otro lado, es fundamental señalar que hemos considerado oportuno para el análisis lexicográfico estudiar nuestro material lexía por lexía en algunos casos. Es decir, cuando en nuestro listado aparezca una lexía compleja, desgajaremos cada elemento con procedencia inglesa para obtener unos resultados más completos. De ahí que, si por ejemplo, un sustantivo viene acompañado de un adjetivo (*look effortless, look arty...*), se separarán ambos elementos para aprovechar el análisis de cada uno de ellos de forma individual. A continuación se desglosan los que han sido objeto de dicha separación y se especifican las razones que nos han llevado a tomar esta decisión:

-*White dress*. Se separa porque es un nombre muy genérico y no tiene un sentido especial ni se repite en las revistas como sí lo hace el concepto *slip dress*.

- *It shoe o It bag*. Porque cualquier complemento puede ser *it*, es decir, ‘estar a la moda’.

-*Leather watches*. Pues entendemos que no es una tendencia ni un concepto que se repita.

-*Happy bags*. Ya que se trata de una formación poco utilizada.

-*Gold and rock*. No es un concepto específico, solo que se han combinado porque un *look* era dorado y rockero.

-*Snow zone*. Puesto que es una combinación exclusiva de una sola revista y solo lo vemos aparecer en una ocasión.

-*American vintage*. Ya que es un concepto poco usual que probablemente no tendrá presencia en los manuales.

-*Stars warriors*. Porque no presenta asiduidad en las publicaciones.

-*Free style*. Se separa por la infrecuencia de esta voz en las revistas.

-*Fresh classic*. Porque es un conjunto creado en una sola ocasión.

-*Walking sleepwear*. Consideramos que es un concepto muy específico y que no suele aparecer junto a *walking*. Nos interesa más el concepto de *sleepwear*, mucho más recurrente.

-*Luxury sportwear*. Lo dividiremos, porque cualquier estilo puede ser "*luxury*". No obstante, conceptos como *animal print* se han añadido a la tabla con las dos lexías, porque es un término muy usado en las revistas.

-*Diamond print*. Se separan para el análisis lexicográfico, porque no es un concepto que aparezca de forma recurrente.

-*Model casting*. Se divide, pues entendemos que *casting* puede hacer referencia a una selección distinta a la del modelaje (como el *casting* de actores).

-*Fashion system*. Puesto que creemos que nos podrá aportar más información si van separados.

-*Casual friday*. Se separan porque nos proporcionará más información de esa manera.

-*New spring*. No es una formación recurrente en las revistas.

-*Love story*. No es usual su aparición, por eso lo hemos separado.

-*Funny faces*. Porque no lo hemos encontrado más veces en otras publicaciones.

Cuando se trate de una locución inglesa, como por ejemplo *rock and roll*, se introducirá al completo el concepto para su consulta en los diccionarios. Cuando la unión de los elementos proporcione un concepto único, como *slip dress*, se mantendrá así la lexía.

Por otro lado se ha creído conveniente eliminar las siguientes voces para este listado:

- *Cut out*. Pues es un término muy genérico, que significa recortar.

- *Walking sleepwear*. "*Walking*" lo hemos eliminado porque entendemos que no es una formación que tenga cabida en los diccionarios al no ser una combinación usual.

-*Made in Spain* y *made in Florence*. Al tratarse de frases, intuimos que no tendrán espacio en los manuales.

- *TopElle*, *shopGlamour*, *mustelle*, *newselle*. Porque son palabras características solo de la revista *Elle* y de *Glamour*. De aquí solo se han introducido en la tabla *Top* (con el sentido de ‘lo más’), *shop*, *must* y *news*.

- *The best* y *very important*. Se han eliminado "*the*" y "*very*", puesto que pensamos que existe más probabilidad de obtener resultados si lo consultamos sin los determinantes de los que van precedidos.

- *Think party*, *wear daily* o *God bless America*. Son frases que difícilmente pueden recogerse en los diccionarios de referencia. Además su aparición en las revistas es muy esporádica.

- *It girl sixties*. Se elimina pues es un concepto que se escribe así por el contexto de lo que se está escribiendo en la revista. No tiene gran importancia, no es recurrente.

-*Instastyle*: No se analiza porque es un término que crea una revista.

- *Jamaica dream*. Solo se analizará *dream* porque *Jamaica* es un topónimo.

-*Oyster card*, ya que es el nombre de una tarjeta de crédito, es decir, del nombre propio de un producto o servicio.

Así, el listado recoge la amplia mayoría de voces que se registraron en primer lugar, con algunas excepciones ya indicadas arriba.

Para ser claros, reconocemos que, aunque hemos dudado en ocasiones sobre la conveniencia de algunas decisiones tomadas en cuanto a la recopilación del material, nos comprometemos a seguir lo más fielmente los criterios aquí establecidos para una recogida de material ajustada a nuestros propósitos iniciales.

## 8. MARCO TEÓRICO

### 8.1 LOS PRÉSTAMOS

#### 8.1.1 DELIMITACIÓN ENTRE PRÉSTAMOS Y EXTRANJERISMOS

El estudio, o el mero acercamiento – si se es *amateur* en la materia- del concepto de “préstamo” puede convertirse en toda una aventura – más bien reto - habida cuenta de la imprecisión terminológica y la diversidad de clasificaciones de este fenómeno, que lejos de arrojar luz sobre este elemento lingüístico, podrían dejar desparpado a los que se

aproximan por primera vez a esta realidad. En esta línea, no son pocos los lingüistas que arguyen la ambigüedad que comporta el concepto. Así, Gómez Capuz (1998: 17), expresa que para empezar, la terminología es inapropiada, porque además de tomar palabras del lenguaje popular para designar estos fenómenos, son constantes las coincidencias entre los términos. Además, algunos de los conceptos sufren “una aguda polisemia” (Gómez Capuz 2005:13). Es más, no existe un acuerdo conceptual a nivel internacional, de modo que cada lengua mantiene su propio corpus terminológico en cuanto a préstamos se refiere. De igual manera, existen conceptos que se describen de forma negativa, o bien no está clara su designación como préstamo (Gómez Capuz 2005:17). Finalmente, apunta el autor que el término préstamo tiene un “doble valor: como proceso lingüístico (se toma una palabra de otra, se adapta, etc.) y como elemento lingüístico (generalmente léxico)” (Gómez Capuz 2005:11) que dificulta más si cabe la delimitación del concepto. Pratt (1980: 36) por su parte, también expresa su preocupación: “la terminología empleada en muchos diccionarios y otras fuentes académicas impide a veces la precisión necesaria de expresión”.

Sin ánimo de desmotivar al lector, simplificaremos por ello la vasta terminología y la diversa tipología que encierra el concepto de préstamo, decantándonos en el fin de la exposición teórica por la terminología que resulte más aclaratoria y más se adecúe al estudio.

Para comenzar, es preciso acudir a las definiciones que han propuesto los estudiosos del tema. Para Gómez Capuz (2004: 9), el significado de *préstamo* por antonomasia hace referencia al “intercambio de elementos lingüísticos-generalmente léxicos- entre dos comunidades de habla o dos lenguas históricas”. En concreto, hablamos de la “transferencia integral o importación de un significante y significado extranjeros” (Gómez Capuz 2005: 14).

Dada la complejidad de la realidad del préstamo lingüístico, es preciso estudiarlo en sus diferentes clasificaciones.

a) Desde un punto de vista sociológico, Gómez Capuz (2004: 17 y ss.) se acoge a la clasificación que hizo en su día el norteamericano Leonard Bloomfield y lo aplica al caso del español. Así nos encontramos con el *préstamo cultural*, el *préstamo íntimo* y el *préstamo dialectal*. El primero de ellos consiste en “la transmisión de novedades culturales entre dos lenguas europeas de cultura a través de vías indirectas”. No obstante, hace una distinción entre los *préstamos históricos* y *préstamos más recientes*. Los *históricos* hacen referencia a palabras que no son sentidas como extranjeras, pues los hispanohablantes las conciben como parte de su patrimonio léxico y sería necesario un análisis etimológico para identificarlos como extranjeros. Un ejemplo de ello sería el arabismo *alcachofa* o la voz prerromana *manteca*. Mientras que los préstamos más actuales se encuentran aún en un proceso de integración en nuestra lengua. Tal es el caso de los anglicismos como *lunch* o *running*.

En cuanto a *préstamo íntimo*, “se produce cuando una lengua socialmente superior, deja sentir su influencia en todos los niveles de la lengua vernácula receptora socialmente inferior (fónico, morfosintáctico y léxico semántico)”. Por ejemplo, cuando el gallego tiene lagunas léxicas, el castellano le aporta voces para designar realidades: *bocadillo*, *zarzuela*, *quiniela*, entre otros (Chacón Calvar 1991: 59).

Y si hablamos de *préstamo dialectal* o *interno*, este se subdivide en *diatópico* (inclusión de voces procedentes de zonas geográficas de España en español peninsular estándar: andalucismos como *pescaíto*), *diastrático* (uso de palabras que provienen de grupos sociales concretos y que tienen uso en el español estándar, como por ejemplo la inclusión de *camelar* o *parné*, que provienen de préstamos de la jerga caló) y *diatécnico* (alcance en el español de conceptos técnicos de diferentes disciplinas, como *inflación*, de la Economía).

b) Partiremos ahora de una clasificación formalista, centrada en el análisis del nivel de alteración que experimenta el modelo que se presta. Esta clasificación, avisa Gómez Capuz (2004: 35-40), se inició con la división que estableció Werner Betz: *préstamo integral*, *calco léxico* y *préstamo semántico*. El *préstamo integral* consistiría en la recepción de un significante y significado, que en función de la asimilación o adaptación que el conjunto tenga en la lengua receptora se dividiría en *préstamos* y *extranjerismos*. En el primero experimenta una asimilación formal a las normas de la lengua receptora, mientras que el *extranjerismo* no nota esa adaptación a la norma. Así, *suéter* sería un *préstamo* y *Clutch* un *extranjerismo*. En cuanto a *calco léxico*, nos referimos a la imitación de la estructura o combinación léxica de un modelo extranjero, en la que el idioma receptor reproduce la estructura foránea con su patrimonio léxico. *Rascacielos* sería un claro ejemplo de calco de *Sky-scraper*. Y si hablamos de *préstamo semántico*, este responde al cambio del significado de una palabra nativa, que adquiere un nuevo sema de una palabra extranjera (*bolsa* adoptaría el significado de ‘mercado de valores’ por influencia del inglés). En este punto, el lingüista español señala que esta clasificación formalista ha dejado mella en los estudiosos Emilio Lorenzo y Chris Pratt que a su vez, siguen la estela de autores como Betz y dividen los anglicismos en: *patentes* (comprendidos como todas las palabras que podrían asumirse como inglesas, tanto en su forma original como en su versión adaptada a la norma española), *préstamos semánticos* (a los que Pratt llama *anglicismos no patentes*), y los *calcos léxicos* (que los autores dividen en *multiverbales* y *semánticos*). Ejemplos de estos últimos serían: *ciudad jardín* que proviene de *garden city* o *halcón*, como ‘político de línea dura’, respectivamente.

c) Y en función del nivel lingüístico afectado (Gómez Capuz 2004: 41 y ss.), podremos distinguir entre *préstamo formal* (fónico y gráfico), *préstamo morfológico*, *préstamo semántico*, *préstamo léxico*, *calco sintáctico* y *calco fraseológico*. De todos ellos, es el *préstamo léxico* el más común de los préstamos, hasta el punto de adquirir la concepción misma de préstamo. En cuanto a *préstamo formal* (fónico y gráfico), este transmite un elemento lingüístico (sonido o grafía nuevos) que carecen de significado para la lengua receptora. Tal es el caso de la pronunciación [wíli] de *Willy*, por influjo

del alemán. En lo que se refiere al *préstamo morfológico*, consiste en la transmisión de morfemas o ‘modelos o procedimientos morfológicos’ (tal es el caso del *-ing* del inglés, o la formación de prefijos con *super* y *mini*). Por otro lado, el *préstamo semántico* atendería a la transferencia de un significado extranjero a una palabra patrimonial. A su vez, los *préstamos semánticos* se diferenciarían en *análogos* / *parónimos* / *falsos amigos*, los *homólogos* / *calcos semánticos* y *homófonos*.

Los *análogos* se dan cuando el parecido formal y semántico de las palabras de las lenguas emisora y receptora favorece la transmisión del sema. Como por ejemplo, la transferencia del significado ‘espectacular’ a la palabra española ‘dramático’, proveniente de la palabra inglesa *dramatic*. Mientras que los *homólogos* solo se producen cuando no habiendo similitud ni formal ni etimológica, se traduce una palabra de otro idioma al español, adquiriendo este último un nuevo significado con un valor metafórico, como por ejemplo ‘estrella’ que adquiere el significado anglicado de ‘persona que sobresale’. En cuanto a los *homófonos*, son palabras que solo tienen un parecido con el significante, así *grocery* sería homófono de *grosería*.

Gomez Capuz (2004) clasifica el *préstamo léxico* en *préstamo integral*, *calcos* e *híbridos*. Todos ellos tienen en común la aportación de una nueva palabra (significante y significado) a la lengua receptora. El *préstamo integral* consiste en la inclusión de una lexía extranjera en el idioma receptor con o sin adaptación a la norma de la lengua que lo recibe (aquí entraría a su vez la distinción entre *extranjerismo*, cuando el idioma no altera el modelo a las normas fonológicas, gráficas y gramaticales y *préstamo*, cuando sí se produce dicha adaptación. En este sentido, sería *software* un *extranjerismo* y *parqué* un *préstamo*). En cuanto a *híbridos*, este se da cuando una parte de la forma extranjera ha sido importada, y la otra sustituida siguiendo las normas del idioma receptor. Así, *futbolista* (de *footballer*) o *hockey sobre hielo* serían *híbridos*. Si hablamos de *calco léxico*, hacemos referencia a la ‘sustitución de un compuesto nominal’ que hace la lengua receptora, siguiendo a la lengua modelo. Constituiría un ejemplo de ello *balonmano* de la forma inglesa *handball*. Por su parte, el *calco sintáctico* consistiría en la imitación de la construcción sintáctica de otra lengua con el patrimonio léxico del sistema receptor, como por ejemplo el uso desmesurado de la voz pasiva perifrástica: Un adolescente *fue muerto a tiros* por los vecinos de un barrio sevillano. Finalmente el caso del *calco fraseológico* (copia de frases o locuciones) lo constituirían ejemplos como *¡olvídalo!*, del inglés *forget it!* o *¡Podemos!*, del inglés *Yes, we can!*

A la ambigüedad que comporta el concepto de préstamo (ya sea por su imprecisión terminológica, por la similitud con otros fenómenos lingüísticos del contacto entre lenguas, o por su consideración como hiperónimo de fenómenos como los neologismos o anglicismos, que veremos más adelante) se le suma ahora la dificultad de distinguir entre *préstamo como proceso lingüístico* y *préstamo como elemento lingüístico*, como se apuntó anteriormente. A este respecto, Gómez Capuz (2005: 14 y ss.) entiende el *préstamo como elemento* como la transferencia íntegra de un significado y significante de una lengua extranjera que se acoge en el idioma receptor. Y cuando surge el tema del nivel de integración del préstamo a la norma patrimonial y a la *conciencia lingüística* de los hablantes, es cuando el lingüista habla del proceso de préstamo y surge la distinción

entre *préstamos propiamente dichos* y *extranjerismos*. En concreto, el criterio para diferenciar *extranjerismo* y *préstamo* es la adaptación gráfica y fónica de la palabra prestada y este proceso se logra con el tiempo. Por tanto, *jardín* sería un *préstamo* del francés, mientras que *lunch* se consideraría *extranjerismo*. No obstante, el autor anota que el estudio del proceso de asimilación de las palabras extranjeras aunque es una ardua tarea, podría resolverse con la diferenciación de tres etapas: 1) La palabra extranjera en el momento de transmisión, 2) El proceso de integración del extranjerismo y 3) Utilización y desarrollo del préstamo. En la primera etapa, el modelo extranjero acaba de instalarse en nuestro vocabulario. No está integrado a las pautas de nuestra lengua ni goza de un amplio uso entre los hablantes, que se reduce al campo técnico del que provenga. Muy recurrente esto en el caso de la moda, en la que nuevas palabras van llegando conforme a la renovación de tendencias. Para ilustrarlo, en las revistas es frecuente la lexía compleja *slip dress*, un vestido lencero que está de moda esta temporada. Su uso requiere al mismo tiempo una breve explicación en el idioma receptor para asegurar la eficacia comunicativa. Para denominar al modelo extranjero en esta etapa de integración se proponen los conceptos de *peregrinismo*, *xenismo*, *palabra casual*, entre otros.

En la segunda etapa, se produce un momento decisivo: el paso de considerar o no al modelo extranjero como *extranjerismo* o como *préstamo*. Si supera el camino de la adaptación (a nivel fónico, gráfico, morfológico y semántico) a la norma del idioma y a este le sucede su uso y madurez en el lenguaje, el que era *extranjerismo* en la primera etapa, finaliza esta siendo un *préstamo* propiamente dicho (*bisté* del inglés *beefsteak*). En la última etapa, el préstamo no es sentido como una palabra extranjera, sino que los hablantes lo asumen como parte del léxico del lenguaje receptor e incluso se comienza a “jugar con él” a través de procesos neológicos internos por derivación, o composición, entre otros. Es el caso de *estresante* del inglés *stress* o de *baloncesto* del inglés *basketball*, respectivamente.

En suma, Capuz (1998: 99-102) defiende la utilización de *préstamo* para designar a este fenómeno lingüístico, pero recomienda señalar siempre el valor con el que se va a utilizar para evitar caer en las ambigüedades del concepto. De ahí que aconseje: que su uso genérico quede limitado al de *elemento transferido*; que cuando se refiera a un modelo asimilado e integrado en la lengua receptora se le llame *préstamo asimilado* en detrimento de *extranjerismo*, que se utilizará para modelos que no hayan experimentado tal integración; que cuando se utilice con el valor de proceso, se señale *proceso de préstamo* y que cuando nos refiramos en su conjunto a los procesos y elementos de resultantes del contacto entre lenguas europeas, utilicemos la expresión *hechos de préstamo*.

Una vez retratada una clasificación genérica desde diferentes perspectivas (sociológica, formalista y lingüística) del fenómeno préstamo, dirigiremos ahora el análisis teórico hacia el préstamo léxico. Como ya advertimos en el inicio, préstamo léxico es la acepción con la que se suele identificar al vasto e impreciso término.

Recordemos que según Gómez Capuz (2004: 41), el *préstamo léxico* consistía en la aportación de una nueva palabra (significante y significado) a la lengua receptora y que este se dividía en *préstamo integral* (que divide a su vez entre *préstamos* y *extranjerismos*) *calcos e híbridos* (el primero de ellos es el que nos interesa).

Desde el punto de vista de la integración, Seco (1977: 197-198) distingue entre voces foráneas que el lenguaje receptor ha adaptado a sus pautas a los que denomina *préstamos propiamente dichos* y los distingue de los *extranjerismos*. El autor define como *extranjerismos* a los términos que por su grafía o su pronunciación alertan al hablante de que se trata de una voz foránea. Aunque recuerda que no es tan clara tal distinción como puede parecer en un principio. Y pone el ejemplo de *club*, que aun estando totalmente asimilada en nuestro léxico, no ha experimentado una adaptación fonológica ni morfológica y sin embargo, está más cerca de considerarse *préstamo* que *extranjerismo*. De esta manera, afirma: “aún no está consumado el trasplante, queda la cicatriz”.

En esta línea, Casado Velarde (2015: 126-131), siguiendo a Seco, distingue entre *préstamo propiamente dicho*, en nuestro caso *préstamo léxico* y *peregrinismos o xenismos*. *Préstamo* es aquella voz tomada de otra lengua sin que medie la traducción. Este, a su vez, admite la distinción entre palabras que permanecen invariables (que, al igual que hacía Gómez Capuz, denomina *extranjerismo*) y las que experimentan un cambio gráfico y/o fónico. Al mismo tiempo, el autor divide los *extranjerismos* en *no justificables* (según las academias de la lengua), pues se recomienda utilizar su correspondiente término en español (*bestseller*, en lugar de *superventas*), y los *barbarismos*, es decir, aquellos términos extendidos entre los hablantes y que son apreciados como extranjeros, además de que no encuentran fácilmente una correspondencia léxica en español (*ranking*, *holding*). En cuanto a la otra categoría, los *peregrinismos* o *xenismos*, son *extranjerismos* eventuales que poseen un vínculo con culturas o sociedades extrañas al ámbito hispánico, como por ejemplo *ayatolá* o *hiyab*.

Romero Gualda (2002: 408-409), por su parte, define los *préstamos léxicos* como: “realidades nuevas, propias de una cultura, de un mundo distinto (...) que llegan a la lengua receptora con el nombre de la lengua originaria sufriendo en la mayoría de los casos la necesaria adaptación y que estas voces vienen a suplir un significado en la lengua de recepción”. La autora reconoce la dificultad terminológica que existe en torno a la denominación y a la tipología de las voces foráneas. No están unánimemente delimitados conceptos como: *extranjerismo*, *xenismo* o *peregrinismo*, *préstamos* y *calcos*. Romero Gualda (2002: 410-414) se propone en este sentido, definir cada uno de ellos para aclarar su significado más extendido entre los lingüistas. Para empezar, *extranjerismos* serían aquellas voces que provienen de una lengua foránea, que no experimentan cambios en su grafía y que los hablantes tienen conciencia de su carácter extranjero (*light*). Por otro lado, *xenismo* o *peregrinismo* (también *exotismo*) son términos que la mayoría de las veces se emplean para hacer referencia a una civilización o cultura ajenas a la española (*burka*). En cuanto a *préstamo*, la autora lo designa como

voz asimilada en una lengua con la finalidad de nombrar realidades conocidas o no y que experimentan un cambio en su forma (*fútbol*). Finalmente, comprende que los *calcos* son una forma de préstamo en la que se lleva a cabo una imitación de los esquemas o del significado de la voz extranjera (así, *jardín de infancia* es una copia del esquema de la voz alemana *kindergarten*; *asumir* toma el sentido de ‘aceptar’ por influjo del inglés, entre otros). Al mismo tiempo, los *calcos* podrían dividirse en *formaciones híbridas* e *internacionalismos*. Los primeros son una combinación de una voz castellana con una voz extranjera (*café express*) y los segundos serían voces que una lengua cede de manera multilateral a otras, como por ejemplo *glamour*, originariamente del inglés y que es cedida al francés y al español, entre otros idiomas.

Una vez detalladas algunas de las clasificaciones del fenómeno del préstamo, nos decantaremos por la idea de préstamo como *extranjerismo*, tal y como defiende en su tesis Gómez Capuz. Es decir, aquellas voces foráneas sin adaptación al español.

### 8.1.2 HACIA UNA DEFINICIÓN DE LOS ANGLICISMOS

A continuación nos centraremos en los préstamos de procedencia inglesa. En concreto, estudiaremos los anglicismos sin integración a la norma española (extranjerismos procedentes del inglés). Por otro lado, solo atenderemos al étimo último de la voz, obviando el étimo inmediato, pues no es nuestra aspiración hacer un recorrido de la trayectoria de las voces que vamos a analizar. Por ello, no se tendrá en cuenta la intermediación del francés en su labor de presentarnos palabras de origen inglés.

Para hablar de anglicismos tendremos que acudir a Chris Pratt (a pesar de que nos distanciamos de su postura porque dificultaría el desarrollo de la presente investigación), pues es uno de los lingüistas que más ha incidido en el estudio de lexías procedentes del inglés. Según Pratt (1980: 115) un anglicismo es “un elemento lingüístico, o grupo de los mismos, que se emplea en el castellano peninsular contemporáneo y que tiene como étimo inmediato un modelo inglés”. Surge ahora la necesidad de explicar qué entiende Pratt (1980: 36-49) por *étimo último* y *étimo inmediato*, referentes ambos términos a la procedencia del préstamo. El autor acuña estos conceptos en su obra con la intención de esclarecer la forma en la que penetra un préstamo en la lengua receptora: de forma directa o con intermediarios. De ahí que distinga entre *étimo último*, que hace referencia a la lengua originaria de la que procede el préstamo y *étimo inmediato*, que nos dice cuál es la lengua intermediaria del modelo que se ha prestado. En este punto, el autor reconoce el enorme influjo que ha tenido el francés como lengua mediadora entre el inglés y el español. Así, muchas voces originariamente inglesas se transmiten al español a través del francés, con lo que no se trataría propiamente de un anglicismo, sino de un galicismo, acorde a la definición del estudioso. En esta línea, el lingüista critica la falta de distinción entre *étimo último* e *inmediato* por parte de los etimólogos e incluso la omisión del *étimo inmediato*. En consecuencia, se podría difuminar la realidad del léxico español, al obviar, por ejemplo,

que una palabra con apariencia inglesa, no ha sido directamente importada del inglés, sino que ha dejado huella en el patrimonio léxico francés, para después cruzar nuestras fronteras y quedarse. Finalmente concluiremos diciendo que, según Pratt, la procedencia de la voz extranjera debe estar asociada al étimo inmediato. No obstante, para este trabajo consideraremos solamente aquellas voces que tengan el inglés como étimo último. Esta decisión está justificada por la naturaleza de esta investigación: no procede en nuestro estudio realizar un análisis exhaustivo del viaje que, en su caso, han efectuado las palabras inglesas a través de otras lenguas.

Gómez Capuz (1991) expone los problemas que plantea el estudio del anglicismo: ¿cómo se identifica y se le otorga *status* de anglicismo? ¿cuál es su vía de entrada? y ¿cómo clasificarlo? Aunque son todas ellas cuestiones importantes, el autor se va a limitar ahora a definir el fenómeno y a clasificarlo. Además, este reconoce que, aunque lo más normal son los préstamos léxicos (de expresión y contenido), también se pueden producir préstamos fonéticos, gráficos, semánticos o sintácticos.

Más adelante desglosa una tipología de anglicismos desde el punto de vista de la lengua receptora. Así, Capuz retoma conceptos señalados en clasificaciones anteriores (2004) para aplicarlos ahora específicamente al ámbito del anglicismo, pero que no vamos a desarrollar, pues resulta coincidente con la tipología arriba descrita.

Santana (2009: 621) maneja los conceptos aportados por Gómez Capuz y entiende los anglicismos como “palabras del español que hayan tomado la forma y el significado de la lengua inglesa (*sprint*) o solo la significación (*emergencia*)”. Además, considera para su estudio como anglicismos tanto aquellos que se importan de manera directa, como aquellos que lo hacen de manera indirecta a través del francés, dejando al margen la fecha de importación y su respectiva asimilación fonética y gráfica a la norma española (entrarían en su análisis por tanto, las lexías que acaban de entrar en nuestro idioma y están experimentando cambios gráficos y fonéticos y los términos que se incorporaron con anterioridad y están totalmente asimilados). La autora continúa su marco teórico con la siguiente clasificación de los anglicismos:

- 1) *Anglicismos importados*: provienen de un étimo inglés que sufre una integración (fuerte o débil) a la norma española a través de cambios en la pronunciación y la grafía (*leotardos*)<sup>1</sup>.
- 2) *Híbridos*: palabras en las que se alterna la importación de raíces inglesas con recursos de creación del español, como la derivación, que es el caso más usual (*hamburguesería*).
- 3) *Calcos*: es el resultado de traducir un modelo inglés al español (*minifalda*).
- 4) *Creaciones*: son lexías que se forman en español fruto de siglas que tienen su origen en raíces inglesas (*W.C.*).

---

<sup>1</sup> Este ejemplo es el mismo que propone la autora.

5) *Préstamos semánticos*: palabras patrimoniales adoptan nuevos semas que amplían el sentido de la lexía. A veces también sustituye el sentido original por el extranjero (*base*: ‘fundamento’+ ‘parte del terreno de juego de béisbol’)<sup>2</sup>.

Aunque ya sea suficiente la información que nos aportan las definiciones y tipologías anteriores, resulta interesante mostrar conceptos con los que otros autores designan las variadas manifestaciones del préstamo lingüístico de procedencia inglesa. Para Lorenzo (1987: 71), un anglicismo no es un mero fenómeno lingüístico, sino “una serie de manifestaciones culturales, centradas en la lengua inglesa, pero que abarcan gestos, actitudes y modas características de la llamada civilización anglosajona”. A partir de ahí, Lorenzo (1987: 74-79) expone la siguiente clasificación:

*Anglicismos crudos*: “Son aquellas palabras o expresiones que mantienen en español la grafía inglesa y un reflejo de pronunciación más o menos fonética” (*quark, holding*).

*Anglicismos en periodo de aclimatación*: voces del inglés que han ido adaptándose a la grafía y/o pronunciación españolas (*suéter*). No obstante, el autor avisa de que el periodo de aclimatación varía en función de las áreas de influjo cultural del ámbito hispanohablante. Además, algunas lexías incluidas aquí mantienen la grafía antigua (*meeting*) y otros, advierte, quizá hayan cruzado ya la siguiente categoría.

*Anglicismos totalmente asimilados*: Por su fisionomía, parecen tener procedencia inglesa. Están perfectamente integrados en nuestro patrimonio léxico, como si de una lexía española más se tratase (*tenis, túnel*). También cabe destacar que muchos de ellos llegan al español gracias a la intermediación del francés.

*Calcos*: Son copias de construcciones inglesas realizado con el léxico español. Ejemplos de este tipo son *perrito caliente (hot dog) o trabajar duro (to work hard)*.

*Calcos semánticos*: palabras españolas que por su similitud formal a un lexía inglesa añaden a la voz patrimonial un nuevo significado. (*romance* incorpora el significado de ‘amoríos’). Según el autor, estos están muy extendidos actualmente.

*Anglicismos de origen extraeuropeo*: el inglés funciona como correa de transmisión de voces que provienen de países o continentes más allá de las fronteras europeas, como Indonesia u Oceanía. Llegan al español directa o indirectamente (a través del francés como intermediario). Ejemplos de este tipo serían *gymkhana o kimono*.

*Anglicismos de origen clásico*: el inglés ha creado voces nuevas con ayuda del latín y el griego. En ocasiones, se conoce la fecha de creación y autoría; otras veces, estos neologismos son atribuidos al inglés porque se documentaron por primera vez en este idioma (*insulina, electrón*).

---

<sup>2</sup> Este ejemplo está tomado de Santana (2009).

*Siglas correspondientes a la sintaxis inglesa:* tienen cabida aquí voces que se toman del inglés al latín (*post meridiem: p.m*), formas “amalgamadas o truncadas del inglés” que no son tan reconocibles como inglesas en español (*motel*) y nombres de productos que nacen en Estados Unidos o Inglaterra (*kodak, nylon*).

*Anglicismos tomados de otros países europeos:* por ejemplo *iceberg*, que se incorpora del holandés *ijsberg* o del alemán *eisberg*.

*Anglicismos de medida:* unidades de medida que provienen de la lengua y la cultura anglosajona (*millas, pulgadas*).

*Anglicismos sintácticos:* hace referencia a construcciones propias del inglés que cada vez son más usuales en nuestro contexto. Por ejemplo, es muy acusado el uso del genitivo sajón en los comercios: *Jose’s bar* o en combinaciones sintácticas como *auto-stop*.

Por su parte, Romero Gualda (2002: 417-418) define a los anglicismos como voces procedentes del inglés que tienen uso en español y que muestran adaptación o no a las pautas normativas de nuestra lengua. Tomando en consideración la adaptación gráfica y fonética, la autora distingue entre:

a) *Anglicismos crudos:* son voces que se instalan y permanecen tal y como en su lugar de origen (*short*). Es decir, no se adaptan a las pautas ortográficas del español. Habría que considerar, señala la autora, si la pronunciación se lleva a cabo en función de la práctica articulatoria española o inglesa. En este punto, es necesario precisar que en este estudio no estamos en disposición de estudiar ni juzgar la pronunciación, pues nuestro corpus es de material escrito. De ahí que esta definición no nos sirva.

b) *Anglicismos adaptados:* gozan de un amplio uso entre los hablantes y en su forma se nota una adaptación a las pautas normativas del español. Es decir, están integrados y adaptados al español a partes iguales. Aquí se producen serios conflictos de carácter lexicográfico, pues estos términos no siempre están presentes en los diccionarios de corte más normativo como los de La Real Academia Española<sup>3</sup>, a pesar de que tengan un amplio uso entre los hablantes (piénsese en *running* o en “el famoso” *sorpasso*, de procedencia italiana). En otros casos su incorporación al léxico oficial de nuestra lengua se ha ido produciendo en distintas épocas, bien en ediciones previas (en 2012 se incorporan *chat, friki*) o bien en la última entrega del año 2014 (*dron, wifi, hacker*).

c) *Calcos:* lexías que se forman por compuestos como sustantivo + sustantivo en aposición (*ciudad dormitorio*). Dentro de esta categoría entran los conocidos como

---

<sup>3</sup> De ahora en adelante nos referiremos a este diccionario con la sigla *DRAE*.

*parónimos*, cuando estos adquieren un nuevo significado o sustituyen su sentido original por el extranjero.

### 8.1.3 BREVES APUNTES SOBRE LA NEOLOGÍA

Algunos de estos términos de los que hablamos son considerados neológicos. Así lo cree Casado Velarde (2015: 21), cuando afirma que la *neología léxica* es un *proceso* para la creación de nuevas palabras que experimentarán con el tiempo difusión y asimilación en el idioma. De ahí que todas las *lexías* que se utilizan en español se hayan considerado en sus inicios novedosas ante los hablantes, y por tanto, todas ellas han sido en un momento de su vida, considerados como neologismos. Igualmente, el autor incide en que al ser los préstamos lingüísticos (préstamo léxico y semántico) representaciones del cambio lingüístico, la consecuencia de ese cambio es su delimitación como neologismo. En otras palabras, cualquier préstamo lingüístico se consideraría inicialmente neologismo.

En sus reflexiones, Casado Velarde (2015: 21 y ss.) emplea la denominación de *léxico adquirido*, donde tendrían cabida los préstamos que venimos estudiando. En concreto, se trataría de *neologismos alógenos*, en cuanto son términos extranjeros prestados que llegan a nuestro territorio con un claro carácter neológico, pues provocan entre los hablantes sensación de extrañeza y requieren difusión y adaptación a las normas y uso de los hablantes. Los *neologismos léxicos por préstamo* son en palabras de Casado: “un neologismo alógeno en su forma y en su contenido”, tal es el caso de *bróker* o *pen drive*. De igual manera, el autor reconoce que los *neologismos formales* de temprana integración a la lengua son los más reconocibles como neologismos (*crack*). No ocurre lo mismo con los *préstamos semánticos* o *neologismos semánticos*, que *no sorprenden* y suelen pasar desapercibidos, pues consisten en la mera inclusión de una acepción extranjera a una *lexía* ya existente en nuestro idioma (*ejecutivo*: ‘directivo’).

Asimismo, el estudioso se pregunta qué criterio debería tomarse para considerar a una voz como neológica, a lo que da una posible respuesta: la búsqueda del término en los diccionarios. En concreto recomienda el uso de los ejemplares electrónicos, por su capacidad de actualización. Frente a estos está el *DRAE*, que se guarda –opina el autor– su tiempo en incluir palabras nuevas, y cuando lo hace, estas ya han perdido el aspecto novedoso<sup>4</sup>.

Finalmente, Casado Velarde entiende que la *innovación léxica* va de la mano de la *innovación técnica y social*. De modo que las continuas actualizaciones del léxico extranjero en nuestros diccionarios funciona a modo de *diagnóstico* de nuestra cultura y

---

<sup>4</sup> A pesar de que las decisiones lexicográficas de la Academia pueden ser sometidas a crítica, lo consideramos como un elemento de juicio para determinar el grado de oficialización de una voz (que, en efecto, en ocasiones puede llevar bastante tiempo en el uso). Por esta razón, en el análisis se tendrá en cuenta la información que aporten otros manuales en relación a las voces localizadas en el corpus.

de los avances de la sociedad española, influida (como tantos otros países) por la hegemonía del inglés.

Por su parte, Gómez Capuz (1998: 51) también advierte el carácter neológico de los préstamos cuando señala que “los estudiosos del cambio lingüístico, la neología y los contactos de lenguas” apoyan la incorporación del préstamo en la categoría de neologismo: “el préstamo es un tipo especial de neologismo, caracterizado por la imitación (más que por la creación) y por tener origen fuera del sistema de la lengua que lo acoge”, siendo, por ende, el neologismo hiperónimo de préstamo. Recuerda el autor, que incluso los préstamos son considerados como un modelo de neologismo en la recopilación de términos de las lenguas románicas. Por último, señala que algunos especialistas han subrayado la importancia de “los hechos y variedades del préstamo (préstamo integral y sustitución/ calco)” entre las herramientas neológicas de nuestro idioma.

Romero Gualda (2002: 409) expresa al respecto que en el préstamo no se crea un signo, puesto que el préstamo ya posee un significante y un significado. Por eso, lo curioso del préstamo es que incorpora al patrimonio léxico de una lengua voces ajenas que precisan de un proceso de adaptación que no se requiere “ni en el neologismo morfosintáctico ni semántico”. Así, concluye que: “la neología estaría, pues, en la adaptación y no en la creación”.

#### 8.1.4 CONCLUSIONES PARCIALES

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

Para nuestro estudio analizaremos las unidades léxicas procedentes del inglés (palabras con significante y significado foráneo), anglicismos, procedentes del ámbito temático de la moda, que no cuenten con adaptación plena a las pautas normativas del español. Es decir, estudiaremos voces anglicadas que no sufran un cambio morfológico de acuerdo con las directrices de la norma del español, obviando por otro lado la adaptación fónica, pues nuestro material es escrito.

Se trata, por tanto, de *extranjerismos*, siguiendo la terminología de (Gómez Capuz 2005) y de *anglicismos crudos* (Romero Gualda 2002) que se ha expuesto previamente. En última instancia podríamos hablar de *préstamos culturales* (Gómez Capuz 2004), en tanto que se da la transferencia de tendencias culturales entre dos lenguas europeas a través y sobre todo de los medios de comunicación que difunden la terminología específica del ámbito de la moda.

Por otro lado, se tendrán en cuenta todas las lexías extranjeras de origen inglés con independencia de su fecha de llegada al léxico español y al margen del uso y aceptación que tengan entre los hablantes. De tal manera, tendrán acogida en nuestro análisis tanto palabras ampliamente asimiladas como *look* o *shorts*, así como aquellas más desconocidas por los hablantes como *clutch* y *crop top*. De igual manera, se obviará la intermediación de lenguas en la transmisión de los préstamos, como ha ocurrido históricamente con el francés, que ha sido correa de transmisión de vocablos originariamente inglesas. Es decir, el criterio al que prestaremos atención será el étimo último y no el inmediato<sup>5</sup>.

Una vez descrito nuestro objeto de estudio, corresponde ahora delimitar la terminología que resulte más aclaratoria y se acoja a nuestro objetivo de análisis. Siguiendo a Gómez Capuz (2005), entendemos el préstamo como la importación de un elemento extranjero, generalmente léxico. Dentro de él, hablaremos de préstamo integral (2004) cuando se trate de la llegada de un significante y un significado extranjeros, que en función de la asimilación o adaptación que el conjunto tenga en la lengua receptora se dividiría en préstamos y extranjerismos. Pondremos el foco en estos últimos, considerados como aquellas voces que no notan adaptación ni gráfica ni fónica a la norma española.

## 8.2 PERSPECTIVA HISTÓRICA DE LA INFLUENCIA DEL INGLÉS EN EL ESPAÑOL

No pocas veces se han hecho analogías entre la lengua y el ser humano. Quizá porque ambos se asemejan a estructuras que requieren dinamismo o renovación para ser efectivos en su contexto. A este respecto, Seco (1997: 183) compara el léxico patrimonial con células, que a lo largo de la vida irán o no muriendo, para dejar paso a nuevas células o cambios lingüísticos que mantengan vivo el mecanismo. En este sentido, Sundh (2014: 1) expone que los idiomas, como extensión expresiva de las personas, mantienen la misma capacidad y aspiración de rejuvenecimiento. Como resultado, las lenguas son permeables entre sí, siendo la integración de palabras foráneas la más explícita representación de dicha influencia.

A lo largo de su historia, el español se ha nutrido de numerosas lenguas que han hecho evolucionar el léxico. Seco (1997: 185-188) explica que los elementos que han influido en dicho proceso han sido: *acontecimientos políticos* como las guerras; *la vida militar*, dada la interferencia entre hombres de distintos países tanto en los conflictos armados como en la resolución de estos; *el vínculo entre la administración y los funcionarios*; el aumento de los viajes, el desarrollo de la industria, la técnica y el comercio que determinaron el aumento del cauce léxico y *la universalización de la cultura*, transmitida por los medios de comunicación de masa, el cine y la publicidad.

---

<sup>5</sup> Como ya habíamos apuntado, para esta investigación no vamos a hacer un seguimiento etimológico de cada una de las voces en estudio, pues no está en nuestra mano realizar un análisis de esa naturaleza.

Si miramos hacia atrás, probablemente las lenguas que más moldearan el español fueran el latín, el francés o el árabe. De hecho, Gómez Capuz (2004: 15 y ss.) señala que el español siempre ha sido un idioma importador, aunque en épocas precedentes la recepción era fruto del cruce de civilizaciones y hoy en día es el resultado de la superioridad científica y técnica de sociedades como la angloamericana. Asimismo, sostiene que el inglés “en el conjunto de las grandes influencias foráneas que ha sufrido el español ha sido la más reciente (...) pero la más pujante y avasalladora” (p. 25). Tanto es así, que equipara el influjo del inglés con el que tuvo en su día el árabe.

Novotná (2007: 9-10) afirma que la influencia del inglés en el español se ha dado en diferentes etapas. La primera irrupción de este idioma se produjo con la colonización de América. En el siglo XIX también hubo una oleada importante consecuencia del imperialismo británico, en la que Inglaterra se hizo con el dominio de una gran cantidad de localizaciones estratégicas donde impuso su cultura y su lengua. No obstante, el momento decisivo fue después de la Segunda Guerra Mundial, cuando Estados Unidos resultó ganador y adoptó una posición adelantada y dominante a escala internacional. De esta manera, Europa cambió el modelo de referencia francés por el anglosajón hacia el siglo XX. En este momento la expansión del inglés se hizo por vías indirectas, es decir, a través de los medios de comunicación, economía, ciencias... y no a través de las personas.

Para ilustrar la influencia del inglés sobre el español en la actualidad se presentan varias teorías que, en opinión de Muñoz y Valdieso (2006: 286-288), no explican en absoluto el fenómeno. Para empezar, hay quien defiende que la importación de extranjerismos ingleses al español no es un proceso nuevo, sino que ya se ha producido a lo largo de la historia y ha enriquecido el patrimonio léxico de nuestra lengua. Otros sostienen que el inglés viene a cubrir el rol de “lingua franca” o lengua vehicular que ejerció en su día el latín. En este punto, los autores arguyen que a diferencia del inglés, el latín no era propio de una sociedad en concreto. Además, este representaba una base común de sociedades que comenzaban a emanciparse de él, al contrario que ocurre con el inglés, en el que las comunidades lingüísticas se encuentran en un proceso de paulatina dependencia. En conclusión, los autores sentencian que el influjo actual del inglés es un hecho único en la interferencia del español con otras lenguas. Se produce de manera desigual, unidireccional y casi a la fuerza –no solo en nuestra comunidad lingüística– sino a escala global, respondiendo a una conocida hegemonía económica, científica, política y a su prestigioso sistema de valores y modo de vida. Esta superioridad podría impedir, afirman, la interferencia con otras lenguas europeas. E incluso se habla de un caso de colonialismo lingüístico, en el que el español se sometería a las directrices y normas de un lenguaje superior. De todas maneras, Muñoz y Valdieso (2006: 295) confirman que este sometimiento parece ser consentido, dado el prestigio que parece aportar la inclusión de anglicismos en el discurso, donde nuestro propio idioma queda relegado, y a su vez, desprestigiado por sus propios hablantes.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Resulta curioso mencionar aquí la campaña que ha lanzado recientemente La Real Academia Española junto con la Academia de la Publicidad con el objeto de concienciar a los hablantes sobre el uso injustificado de los anglicismos, así como protestar por su

En esta misma línea, Pratt (1980: 87-88) comenta que en casi todos los ámbitos (sociales, políticos, económicos), por no decir todos, el inglés y lo inglés han colonizado nuestra manera de pensar y actuar. Con la importación de vocablos se cubren las necesidades denominativas de nuevos procesos, hechos y objetos procedentes de la cultura inglesa, y que, sin mayor problema, hemos ido adaptando y adoptando. En este punto Pratt (1980: 50) señala que si bien el inglés es hoy en día nuestro idioma de referencia, el francés ocupó este lugar siglos antes, hasta que el predominio del inglés se impuso. Pero lo interesante aquí es subrayar su papel de intermediario del inglés, que se palpa sobre todo en el influjo lingüístico que deja el francés en la voz inglesa originaria.

Hoy, la importación de anglicismos a nuestro idioma despierta las más variadas opiniones. Según Muñoz y Valdieso (2006: 289), en los polos están los *puristas extremos* y los *entreguistas extremos*. Los primeros ven en la importación una invasión lingüística que debe ser rápidamente erradicada, pues son alarmistas y pesimistas en cuanto a las repercusiones del fenómeno. En el otro extremo están *los entreguistas*, caracterizados por una disposición pasiva y sin crítica hacia la importación de palabras foráneas, que acogen con excesivo optimismo. Según los autores, el denominador común de estas dos visiones es que no ofrecen ninguna solución al problema. Seguidamente se critican las contradicciones en los posicionamientos de especialistas en el tema como Juan Ramón Lodares, Emilio Lorenzo, Bertha Gutiérrez Rodillas o Juan Gómez Capuz, que hablan en positivo de la acogida de anglicismos (creen en la estabilidad del español) para no ser etiquetados de puristas, pero al mismo tiempo se infiere en ellos una gran preocupación por la masiva entrada de unidades léxicas procedentes del inglés. Al final, todos ellos parecen moverse en las medias tintas.

Por poner ejemplos concretos, Gómez Capuz (2005: 7-8) se siente optimista ante la inclusión de préstamos procedentes del inglés. Incluso parece sentir cierta compasión con ellos cuando hace la siguiente analogía:

Los extranjerismos o préstamos son inmigrantes léxicos que arriban a las costas de nuestro idioma, que ven cernirse sobre ellos la amenaza de la expulsión, que se ven obligados a malvivir en los guetos del idioma, que deben sustituir sus rasgos físicos (grafía, pronunciación, morfemas de género y número, morfemas verbales) por los de la lengua receptora, que deben integrarse en la vida y las costumbres de su nueva patria y que, finalmente y en algunos casos, llegan a comportarse como un español más.

Aunque el autor apunta una diferencia: los inmigrantes suelen venir en su mayoría de países pobres en busca de unas condiciones dignas de vida, mientras que los préstamos suelen provenir de las lenguas más poderosas y su llegada se justifica por el predominio técnico, el esnobismo y el reconocimiento social de esa lengua. Sean o no discriminados por su condición, los anglicismos no suponen un gran peligro para la bonanza del español, asegura. Su optimismo le viene de la prueba de que el influjo de otras lenguas

---

abusiva utilización en la Publicidad. Con todo, se anima a los hablantes a alejarse del esnobismo y a usar de forma responsable los extranjerismos procedentes del inglés. El vídeo se encuentra disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=JBEomboXmTw>.

en el pasado no ha trastocado la pureza ni la forma de la lengua española, pues esta ha sabido digerir controladamente la riqueza del léxico foráneo.

Pero advierte que si existe peligrosidad, esta opera no en el nivel léxico, sino en los restantes niveles con la “imitación de grafías inglesas al transliterar nombres exóticos; préstamos semánticos, en especial los parónimos; calcos sintácticos y fraseológicos en los doblajes” (Gómez Capuz 1991: 61). De igual manera, el lingüista aconseja actuar con cautela: la capacidad difusora los *media* y la falta de criterio de los hablantes puede convertir este fenómeno en abusivo y descontrolado (2005: 8).

Con una actitud parecida se expresa Seco (1997: 200-201), quien expone que los extranjerismos son necesarios si deseamos convivir en un mundo donde la homogeneidad cultural nos lleva a una paulatina internacionalización de las lenguas. Además asume que es casi imposible cortarles el paso a los extranjerismos, aunque sí es tácito evitar la deformación del sistema de la lengua española. En todo caso, no hay de qué preocuparse cuando es la propia lengua la que a largo plazo retendrá o no las palabras que sean de utilidad para sus hablantes. Y concluye diciendo que lo ideal sería que los hablantes adoptaran una actitud crítica ante el uso de los anglicismos que les permitiera reconocer qué formas importadas son las más apropiadas conforme a la forma de nuestro idioma.

Por su parte, La Real Academia Española mantiene una actitud de permisibilidad frente al préstamo. Por la incorporación que hace de los extranjerismos se infiere que esta institución reconoce la utilidad que estas lexías tienen entre los hablantes. Sin embargo, no deja de demostrar su actitud purista cuando no registra los extranjerismos más recientes o cuando propone a los hablantes, según Romero Gualda (2002: 419), voces del inglés adaptadas a las normas del español. En la última edición del *DRAE* (2014) se continúa observando el conservadurismo del que habla esta autora. Lo observamos cuando a día de hoy propone la utilización de *sexi* en lugar de *sexy*, o cuando no registra anglicismos tan asimilados como *online*.

En este sentido, la última edición de la *Ortografía académica* (RAE 2010: 598) viene a confirmar la idea anteriormente expuesta. Para empezar, explica que una de las principales formas de ampliar el léxico de un idioma es a través de palabras foráneas procedentes de lenguas con las que el español tiene contacto. Es más, expone que “el fenómeno del préstamo es algo natural que no cabe censurar en modo alguno”.

Más tarde añade que la influencia de programas educativos de otros idiomas, junto con los medios de comunicación, ayudan a la incorporación de léxico extranjero y promueven la familiarización con las voces originales, lo que normalmente puede llevar al freno de la asimilación plena de las lexías foráneas en la propia lengua. Por eso, hoy existe abundancia de extranjerismos crudos como *best seller*, *catering* o *flahback*. Ante esta excesiva proliferación de préstamos crudos o semiadaptados, La RAE expresa que: “puede resultar un factor desestabilizador de nuestro sistema ortográfico, especialmente cuando se ponen en circulación grafías que se apartan del sistema de correspondencias entre grafemas y fonemas propios de nuestra lengua.”. De ahí que esta, junto con otros

diccionarios académicos “procuren orientar los procesos de adopción de extranjerismos para que su incorporación responda, en lo posible, a nuevas necesidades expresivas y se produzca dentro de los moldes propios de nuestra lengua. Esta orientación se ofrece a través de obras específicamente normativas como el *Diccionario panhispánico de dudas*”.

Todo ello responde a la inigualable labor protectora de la RAE, que vela por la estabilidad, coherencia y unidad de nuestra más valiosa herramienta comunicativa. Ya lo decía su lema: “limpia, fija y da esplendor”.

Para terminar, afirmaremos que el influjo del inglés también se siente y de manera especial en el mundo de la moda española y en su respectiva representación en las revistas especializadas. Melander (2012: 17), en su trabajo sobre la presencia de los préstamos en el ámbito de la moda, reconoce que no solo el inglés es el idioma influyente (también el italiano y el francés), pero sí es el absoluto protagonista. El origen de las lexías utilizadas no es irreverente, sino que las causas de su uso responden a la influencia que en este entorno han tenido y tienen los países correspondientes a estas lenguas.

Esta idea es reforzada por los resultados de un estudio Gómez Capuz (2004: 23), quien al ordenar las voces extranjeras en función de la cantidad de lexías nuevas que ha aportado a nuestra lengua son los anglicismos en el campo de “moda y vestidos” los predominantes. En este punto, resulta interesante conocer los resultados obtenidos en la norma culta de algunas áreas del mundo hispánico. El trabajo pionero de Lope Blanch (1977: 278) sobre los anglicismos en la norma lingüística culta de México reveló que los campos semánticos en los que se documentó una mayor afluencia de anglicismos fueron, en este orden: “Los deportes”, “La esfera tecnológica”, “El vestuario” y “La alimentación y la bebida”. Por su parte, los datos de Las Palmas de Gran Canaria (Marrero Pulido 1999: 247) arrojaron los siguientes resultados: el campo “Vestuario” es el segundo más abundante en la recolección de anglicismos. Un primer puesto lo ocuparía “La vida social. Diversiones” y un tercer y cuarto puesto “Transportes y viajes” y “Prensa, cine y televisión”, respectivamente. No obstante, en un trabajo posterior de Santana (2009: 636) se muestra que en el léxico del habla culta de Sevilla el campo “Vestuario” es el que obtuvo una menor recogida de voces anglicadas, teniendo las categorías “Medios de comunicación” y “Vida Social, diversiones” un mayor impacto en el influjo de lexías inglesas. Estos resultados son similares a los obtenidos en Santana (2013: 292), donde las áreas temáticas que reflejaron una mayor permeabilización del anglicismo en esta comunidad de habla fueron “La vida Social. Diversiones” y “Transportes y viajes”, mientras que el de la vestimenta ocupa uno de los puestos con menor presencia de anglicismos. Lo que sí se subraya en este trabajo es que el campo de vestuario arroja datos significativos sobre el índice de variación contextual en el que se emplearon las lexías de procedencia inglesa.

Como se puede apreciar, la influencia del inglés en el campo semántico relativo a las prendas de vestir presenta variaciones en distintas zonas del mundo hispánico. De aquí

se desprende, además, que aunque el vestuario no sea el campo que más anglicismos recoja, sí es uno de los apartados de nuestra lengua donde especialmente se siente la influencia del inglés.

Al margen de los trabajos indicados, Marrero Pulido (1999: 229) expone que aún hoy en día no se ha puesto un punto final a la evolución de la histórica influencia del inglés. Y desde la perspectiva de las revistas de moda, podríamos afirmar que el influjo del inglés “no ha hecho más que empezar”.

### 8.3 FACTORES DE LA INCLUSIÓN DE PRÉSTAMOS

Sin haber echado antes un vistazo a la documentación recopilada sobre el tema de los préstamos, ya podríamos afirmar que algunas de las causas que empujan a la utilización de los anglicismos en español son la economía lingüística en el discurso escrito; hacer que los textos suenen más cosmopolitas o designar realidades que no existen en nuestro contexto. Para confirmar nuestras sospechas, hemos acudido a los estudiosos del tema. Todos ellos vienen a avalar nuestras suposiciones y amplían las razones para integrar léxico extranjero en nuestra lengua.

A este respecto, Gómez Capuz (1996: 305-310) expone que aunque el extranjerismo es “poco frecuente en el registro coloquial (...) cuando aparece suele aportar una eficacia semántica o un potencial expresivo del que carece la mayoría de las voces patrimoniales”. Según el autor, la presencia de estas palabras extranjeras posee diversas motivaciones:

#### 1. *Función referencial o denotativa*

Nombrar novedades técnicas y científicas o realidades del mundo contemporáneo que no tenían una designación en español (*brunch*).

#### 2. *Función Expresiva*

2.1. *Motivación sociológica*: la inclusión de anglicismos otorga un aire más intelectual, glamuroso o elegante a nuestro discurso (hablando de una actriz: “Su *closet* está repleto de las últimas tendencias”).

2.2. *Motivación psicológica*: referente a elementos afectivos como el humor, el sarcasmo o el sentido despectivo (Las reuniones de la comunidad (de una urbanización) son como *mítines*, cada vez que te vas metiendo te gustan más).

#### 3. *Función textual y eficacia lingüística del extranjerismo*:

3.1. *Eficacia formal y lexicogenésica*: el extranjerismo tiene especial éxito en sus formas derivadas, incluso a veces más que la lexía base. De manera que el anglicismo de base convive con la voz patrimonial, y las derivaciones de este poseen gran presencia

en el discurso hablado (*gol* permanece junto a su equivalente *tanto*. Ahora bien, *goleador* y *golazo* son muy usados por los hablantes<sup>7</sup>).

### 3.2. Eficacia conceptual:

3.2.1. Para evitar la monotonía en el discurso hablado y escrito, se van intercalando vocablos patrimoniales y extranjerismos que designan lo mismo. Esto se aprecia continuamente en las revistas de moda analizadas, en las que se suelen alternar *trend* y *tendencia*.

3.2.2. Para potenciar la expresividad de un concepto, extranjerismo y voz patrimonial se nombran juntos (el *slip dress* es esencial esta primavera. No olvides combinar el vestido lencero con tacones).

3.2.3. Los anglicismos vienen a aportar precisión semántica (matices) en ámbitos especializados como el científico cuando la voz patrimonial no tiene un significado tan rico (en la moda, *vintage* aporta además del significado de ‘antiguo’, un matiz de feminidad).

3.2.4. Al contrario que el caso anterior, el anglicismo logra extenderse en el uso de los hablantes por ser un término genérico y amplio (*look* podría referirse al estilo, al aspecto o al conjunto de prendas que lleva una persona).

### 4. Función discursiva o pragmática:

4.1. *Anáfora temática o cohesión*: el anglicismo sirve como palabra clave que conduce el diálogo y sobre el que giran el resto de lexías (cuando en un titular aparece *look effortless* y todo el texto más abajo gira en torno a ese concepto).

4.2. *Valores argumentativos*: se utiliza la voz procedente del inglés para otorgar énfasis en zonas estratégicas del discurso como el final o el inicio ([...] la prenda que será tu *must!*).

En cuanto a las causas de la aceptación de anglicismos en nuestro idioma, Romero Gualda (2002: 416-417) simplifica que un préstamo se acoge “porque se cree irremplazable o porque realmente lo sea”. No obstante, se detiene en definir las razones, dividiéndolas en *extralingüísticas* y en *lingüísticas*.

#### *Motivaciones extralingüísticas:*

1. *Relación entre dos sociedades*: esta es la razón genérica y originaria por la que se añaden préstamos extranjeros en un idioma.

2. *Creación técnica*: se refiere a las innovaciones en campos especializados como la ciencia.

---

<sup>7</sup> Ejemplo tomado de Gómez capuz (1996: 307).

3. *Relaciones socio profesionales.*

4. *Búsqueda de lo evocativo.*

5. *Esnobismo:* la autora reconoce que la exagerada admiración por el inglés solo afecta a la inclusión de algunos anglicismos en nuestro vocabulario.

*Motivaciones lingüísticas:*

1. *Valor fonológico que comportan monosílabos (chat, bus, pub).*

2. *Contenido más rico:* el anglicismo aporta a veces un significado más completo que la voz patrimonial (el estilo *grunge* aporta más matices sobre la indumentaria que el equivalente en español: estilo dejado).

3. *Mayor comodidad frente a las perífrasis del español (es más cómodo decir heels que zapatos de tacón).*

Coincide Pratt (1980: 88) con los anteriores autores cuando afirma que una “sociedad tecnificada” conlleva la inclusión de nuevas palabras para designar “nuevos procesos, dispositivos, máquinas, objetos, etc.” En este sentido, este autor avisa sobre la necesidad de poseer un sistema lingüístico flexible capaz de integrar en el patrimonio léxico nuevos conceptos, y de potenciar la funcionalidad de las lexías extranjeras a través de herramientas como la derivación.

Estornell Pons (2012: 63-88) se detiene en los diferentes usos de anglicismos en revistas como *Glamour* o *Cosmpolitan*. Esta investigadora afirma que su presencia responde, bien a la necesidad referencial, o bien a una razón *estilística / expresiva*.

1. *Préstamos con valor predominantemente referencial*

1.2 *Préstamos que denominan nuevas realidades:* son palabras que surgieron recientemente para dar nombre a nuevos conceptos, de ahí que su presencia en las revistas cubra una necesidad denominativa (estilo *grunge*). Se pueden encontrar en esta categoría lexías de diversos ámbitos no meramente ligados con la moda (*followers, wearables*).

1.3 *Préstamos que denominan realidades preexistentes:* vienen a aportar un significado más amplio o connotaciones que no posee la lexía española. Así, la autora concluye que la palabra foránea “aporta economía lingüística y eficacia comunicativa, además del mencionado tono estilístico, lo que le añade valor pragmático” (p. 69). Por ejemplo, *celebrity* hace referencia a un personaje público conocido internacionalmente y que provenga sobre todo del mundo artístico o de la moda.

2. *Préstamos con valor predominantemente pragmático*: Estornell Pons entiende que los préstamos se utilizan primordialmente para buscar efectos en el texto como “la modernidad, internacionalidad, amenidad, originalidad, expresividad, énfasis, atenuación...y en ocasiones también se busca economía lingüística” (p. 79). Además apunta que estos anglicismos son innecesarios desde el punto de vista referencial, pues ya existe un equivalente válido en español (*seventies* y *top*, en lugar de setentero y camiseta).

Sundh (2014: 8-9), en su investigación sobre las razones que explican la integración de anglicismos en la revista *ELLE*, viene a refutar lo que ya se ha desglosado anteriormente cuando afirma que las voces extranjeras encontradas en esta publicación pueden distribuirse en:

1. Palabras inglesas sin variante española (*punk*).
2. Palabras que designan fenómenos u objetos nuevos (*blogger*).
3. Palabras técnicas relacionadas con el mundo de la moda (*front row*).
4. Palabras que son más cortas en inglés (*top* en lugar de camiseta).
5. Palabras con un significado más específico en inglés (*shopping* hace alusión a la compra de ropa).
6. Palabras que se expresan en inglés debido a su total asimilación en la lengua española y suelen estar aceptadas en la RAE (*look*).
7. Palabras estigmatizadas (tratan de algún tema relacionado con la sensualidad o son malsonantes. *Sexy* sería un ejemplo).

No obstante, al final de su análisis concluye que los factores más importantes en la incorporación de léxico inglés son la necesidad de cubrir denominativamente realidades con conceptos técnicos, tan abundantes en los ámbitos especializados, junto con el conocimiento y asimilación de la voz foránea entre los hablantes (18-19).

Finalmente, Muñoz y Valdieso (2006: 295) apuntan que la integración de léxico extranjero viene dada por la atrofia léxica que sufre el español, pues su capacidad de creación léxica parece estar oxidada, y por ende, es incapaz de cubrir las necesidades expresivas que requiere el dinamismo de nuestro mundo. De ahí que tienda a imitar y copiar sistemáticamente lexías inglesas.

Para tener un punto de vista real y cercano sobre los factores que motivan el empleo de este tipo de unidades léxicas en las publicaciones que aquí estamos analizando, realizamos una entrevista a Helena Rodríguez Medina, redactora jefa de redacción y cierre de la revista *Elle*<sup>8</sup>. Entre sus respuestas más destacadas, Rodríguez no duda en

---

<sup>8</sup> La entrevista se hizo a través de *e-mail* el 7 de mayo de 2016. El texto íntegro de la entrevista puede consultarse en el Anexo 2.

afirmar que el uso de anglicismos: “es una manera de llegar a un público cosmopolita y que está al tanto de las tendencias a nivel internacional. Con este tipo de términos, como *trendy*, *cool*, *casual*, *chic*... nos sumamos a una especie de globalización de la moda y su lenguaje”. Lo que no es óbice para que el mensaje sea efectivo: “lo importante para nosotros es que se entienda el mensaje (...) somos seguidores de una máxima: adaptarse al medio. Nuestro 'medio' es la moda, y la moda habla inglés y francés, sobre todo”.

Teniendo en cuenta todas las causas expuestas, abordaremos el análisis de los anglicismos recogidos, tras el que constataremos con voz propia en el apartado de “Conclusiones finales” los factores más acentuados en la integración de anglicismos en las revistas de moda seleccionadas para nuestro estudio.

#### 8.4 LAS REVISTAS DE MODA

A continuación describiremos las revistas de moda con el propósito de entender y contextualizar la realidad que envuelve al soporte del que se extraerán los anglicismos que serán objeto de análisis.

Para esta tarea, resulta fundamental el trabajo de Gallego (1990) que hace referencia a este tipo de publicaciones partiendo del concepto de *revista femenina*. Este concepto constituye una categoría superior a la revista de moda. Según la autora, la *revista femenina actual* es *hija* de aquellas publicaciones que comenzaron a pulular en el siglo XIX en España con la intención de “educar” e incluso adoctrinar a la mujer, en lo que supuestamente debería ser el modelo perfecto. De ese modo, en el franquismo las revistas femeninas reflejaban la actitud de sacrificio y cuidado a la familia que una mujer debía profesar.

Dejando a un lado los antecedentes, Gallego (1990: 49) define las revistas femeninas actuales como aquellas “pensadas y dirigidas fundamentalmente a las mujeres, centradas en el ámbito de lo privado y cuya temática y lenguaje utilizado se refiere y define lo que es ser mujer, hoy por hoy, en nuestra área cultural”. Y que además suelen tener como objetivo formar y orientar a las mujeres en diversas temáticas que suelen estar relacionadas con el sexo femenino (maquillaje, tendencias...), así como promover el consumo no solo con la publicidad sino también con el contenido informativo.

Por su parte, Menéndez Menéndez (2009: 293-294) hace una distinción entre *revistas femeninas* y *revistas dirigidas a una audiencia femenina*. Las primeras, tienen como público objetivo a las mujeres, mientras que las segundas, aun estando dirigidas al sexo femenino, no poseen una temática exclusivamente “femenina”, como por ejemplo las revistas feministas. Según la autora, la *prensa dirigida a mujeres* englobaría a la *prensa femenina*. De ahí que intente hallar una definición para el primer concepto:

*Revistas dirigidas a mujeres* son aquellas publicaciones seriadas especializadas, de periodicidad variable y superior a una semana; distribuidas bajo distintas fórmulas de difusión (de pago, gratuitas o mixtas); cuyo público objetivo es explícita o implícitamente de sexo femenino, ya sea adulto o juvenil (circunstancia verificable a través de sus editoriales, la temática, sus inserciones publicitarias y los estilos de comunicación); cuya audiencia está mayoritariamente integrada por mujeres (entre el 60 y el 70 por ciento como mínimo) y que, en función de sus categorías formales, pueden formar parte o no de las publicaciones de alta gama. En cuanto a los contenidos, son títulos que abordan, bajo diferentes tipologías y con objetivos distintos, los aspectos relacionados con la socialización diferencial femenina y el espacio reproductivo y, solo en algunos casos, la discriminación de género y/o la emancipación de las mujeres.

En lo que a tipologías se refiere, Gallego (1990: 50-59) clasifica estas publicaciones en *revista femenina de información general, revista especializada de divulgación y orientación y revista especializada de servicios*. Las revistas de moda formarían parte de la segunda categoría antes referida, pues abordan temáticas amplias que rodean a uno central: la moda y la belleza. Así se ratifica en la investigación de Estornell Pons (2012: 62-63) cuando se explica que revistas como *Cosmopolitan* y *Glamour* suelen tener un contenido sobre “diferentes opciones de compras, salud y cuidados personales, recomendaciones de pareja, ideas acerca de decoración y gastronomía (...)”, distribuidas a lo largo de las secciones, donde cumplen un papel preponderante las de moda y la belleza. Asimismo, a partir del estudio de estas revistas la autora afirma que tales ediciones guardan un “estilo general moderno, distendido y expresivo y en relación con él, una tendencia lingüística singular, la cual se focaliza en el léxico”. Y es que se observa en ellas un uso común y peculiar del léxico caracterizado por una presencia abundante de palabras extranjeras, sobre todo de procedencia inglesa, acompañado de innovaciones léxicas en la formación de palabras españolas, así como la reiteración de palabras híbridas (*poptimismo, fashionísima*). Todos estos casos inundan –y no es una exageración- cada página de papel satinado y en especial el uso de préstamos, objeto de nuestro estudio.

Una tipología más reciente es la que ofrece Menéndez Menéndez (2013: 202-204). La estudiosa hace un esfuerzo de sistematización de trabajos anteriores sobre el tema y clasifica las *revistas destinadas a mujeres* en cinco categorías:

1. *Revistas especializadas en estilo de vida*: los temas tratan sobre la socialización diferencial femenina respecto a las mujeres.
2. *Revistas especializadas de hogar*: que se diferencian a su vez en *Confeción, patrones y labores, Salud y bienestar, Gastronomía y Decoración*.
3. *Revistas prácticas o híbridas estilo de vida-hogar*: contiene contenido del primer y segundo tipo de revistas con el objetivo de aportar a la lectora una información para llevar a la práctica o para divulgar determinados conocimientos.

4. *Revistas de información gráfica, evasión o del corazón*: versan sobre la vida personal de personajes públicos.

5. *Revistas feministas*: abordan temas como la igualdad de la mujer y su independencia, entre otros.

Además, Menéndez Menéndez expone que esta tipología puede catalogarse según *periodicidad, calidad formal, edad del público objetivo y difusión*:

*Periodicidad: semanal, quincenal, mensual, trimestral u otros formatos.*

*Calidad formal: alta, media o baja gama.*

*Edad del público objetivo: juvenil o para mujeres adultas.*

*Difusión: de pago, gratuitas o combinadas.*

Así, podríamos catalogar a las revistas objeto de estudio (*Cosmopolitan, Elle, Glamour, Telva y Vogue*) como *revistas especializadas en estilo de vida*, con periodicidad mensual, de alta gama, destinadas a un público femenino adulto y de pago.

En otro orden de cosas, el surgimiento de las revistas especializadas en moda responde a la necesidad de los diseñadores de difundir las novedades y tendencias de su trabajo. A través de estas publicaciones, la moda se convierte en un fenómeno de interés masivo (Muñoz Negrete 2015: 18).

En el crecimiento de las publicaciones femeninas también se señala el aumento del consumo generado tras la Segunda Guerra Mundial, cuando se palpaba en las clases trabajadoras una coincidencia en sus comportamientos y gustos. En consecuencia, los contenidos de estas revistas cada vez estarán más unidos a la promoción de objetos de consumo (Stoll Dougal 1994: 27-28) que, de hecho, se extiende hasta nuestros días con incorporación de publicidad, ya no solo en espacios diseñados para ello, sino en el propio contenido informativo.

Igualmente, los años sesenta determinarán la identidad de las revistas de moda como hoy las conocemos. Los grandes grupos mediáticos extranjeros (*Hearst o Prouvost*) llegan a España y revolucionan la prensa femenina ofreciendo un nuevo modelo de mujer cosmopolita e independiente, en la que verse reflejada (Gallego 1999: 71).

A este modelo de mujer se la intenta fortalecer desde las propias revistas. Según Orsini (2012: 966-967), la prensa femenina actual tiende a utilizar estratégicamente el concepto de *empoderamiento* tanto en sus principios como en su contenido. Es decir, aluden de manera explícita o implícita al término cuando hablan sobre potenciar las capacidades de las mujeres, aconsejarles en su superación, otorgarles fuerza y confianza. Así se ejemplifica en el lema de *Cosmopolitan*: “*Fun, fearless, female*” (divertidas, sin miedos y femeninas). Sin embargo, la autora comprueba que el *empoderamiento* que definen las teorías de género (“ocupación por las mujeres de todas las esferas sociales y la toma de conciencia del poder que individual y colectivamente

tienen”) dista mucho del uso que de él se da en estas publicaciones. En primer lugar, porque la mayoría de páginas se centran en moda y belleza, de ahí que su objetivo principal sea el fomento del interés por preservar y mejorar la belleza de las mujeres, olvidando la incentivación de que estas ocupen más esferas de la sociedad, como la política. En segundo lugar, el tono intimista que tanto caracteriza su discurso, promueve una conciencia individual de la mujer, y no la anima a identificarse con un colectivo. Finalmente, estas publicaciones no reflejan una imagen representativa de las mujeres (no muestran los diversos estilos de vida ni lo que aportan a la sociedad). Por todo ello, sentencia la autora: “al difundir de manera silenciosa la idea de que las revistas empoderan y que, por consiguiente, sus lectoras son empoderadas, la prensa femenina está proyectando una identidad femenina basada en su poder de consumir, sobre todo productos de moda y belleza”.

Teniendo en cuenta todo el material expuesto, podríamos concluir afirmando que la revista de moda es un tipo de publicación periodística seriada y con una periodicidad variable, dirigida mayoritariamente a un público femenino, que está especializada en la difusión de tendencias (sobre todo textiles y de belleza, pero que también abordan temas relacionados con el ocio, la salud, el deporte y el hogar). Además ponen su foco en la muestra y promoción de productos y en la propuesta de un modelo de mujer a la que se intenta acercar mediante un tono íntimo y un léxico desenfadado y cosmopolita que se consigue a través del lenguaje de moda y de la moda: el inglés.

## 9. RECOPIACIÓN DE LOS ANGLICISMOS

A continuación se recogerán en tablas las voces registradas en las revistas que han sido objeto de análisis. El código para identificar las palabras seguirá el esquema siguiente: REVISTA/MES/SECCIÓN/ZONA/PÁGINA, tal y como avanzábamos en la metodología. De esta manera, se abreviarán las cabeceras de las revistas con las tres primeras iniciales: *Cosmopolitan*: COS; *Elle*: ELL; *Glamour*: GLA; *Telva*: TEL y *Vogue*: VOG. En cuanto a la señalización del mes y la sección, se continuará con la escritura de las tres primeras letras. Así, febrero y marzo se reflejará con FEB o MAR y por ejemplo, la sección “Estilo” se representará como EST. Finalmente, por “Zona” entenderemos el espacio en el que apareció la lexía (Véase Anexo 3) y que podremos distinguir entre:

-Titular: antetítulos, títulos y subtítulos. Alguna entradilla también se ha introducido en este espacio, incluso se han considerado en esta categoría los titulares de textos destacados. En el código se representará con TIT.

-Destacado: se entenderán como destacados aquellos párrafos pequeños o palabras sueltas para llamar la atención. Ya sea porque aparecen en mayúscula o negrita, porque tengan un colorido diferente (azul turquesa, por ejemplo), o porque tengan un fondo que destaque la letra. También se considerarán destacados pequeños símbolos como “Top

ELLE” para resaltar alguna tendencia o prenda. Estos destacados son muy abundantes en todas las revistas, porque son textos reducidos que acompañan las imágenes. Lo registraremos con las iniciales DES.

- Cintillo/nombre de sección: quedarán comprendidos aquí los nombres de secciones y subapartados en los que se divide la publicación. Estará representado en el código con las iniciales CIN.

- Texto: contenido de los párrafos más extensos o que no aparezcan tan atractivos visualmente. La mayoría de las veces no tendrán ni negrita ni mayúscula y suelen disponerse en columnas. En el esquema de identificación se abreviará con las iniciales TEX.

Por otro lado, conviene recordar que quedan descartados de este listado los anglicismos que aparecen en:

- Los anuncios publicitarios dentro de la sección que se va a estudiar.
- Las entrevistas que se encuentran en la sección escogida.
- Las leyendas en las que exclusivamente se nombra la marca de ropa o complemento con el precio.
- Las declaraciones de algún experto o personaje público.

Asimismo, es preciso mencionar que en las tablas se ha respetado la forma en que los anglicismos aparecieron en las revistas<sup>9</sup>, con el objetivo de estudiar si siguen las indicaciones ortográficas que proponen los principales diccionarios en español. Se ha obviado en este listado la representación gráfica con la que aparecieron originalmente. Esta última apreciación puede consultarse en el Anexo 4.

Tabla 1. Listado de anglicismos

Anglicismos	Contextos	Frecuencia absoluta	Código de identificación
Afterwork	(de) afterwork	2	COS/FEB/TEN/TIT/84
	(posterior) afterwork		COS/FEB/TEN/TEX/84
American vintage		1	ELL /FEB/EST/TIT/71
Animal prints		1	GLA/FEB/SHOP/DES/147
App		1	GLA/ MAR/TOP/DES/78
Army	(efecto) army	1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
Arty	(flechazo) arty <sup>10</sup>	5	TEL/FEB/ÚLT/DES/108

<sup>9</sup> No se ha mantenido la diferencia mayúscula / minúscula, pues carece de interés para nuestra investigación.

<sup>10</sup> Cuando una voz no venga acompañada de otro elemento, el campo de contexto quedará en blanco. Nos hemos guiado por la recogida inicial de anglicismos que se efectuó, en la que en ocasiones se obviaron los acompañamientos por no resultar interesantes para el análisis.

	(tendencia) arty		GLA/MAR/SHOP/DES/159
	(inclinación) arty		VOG/FEB/NOV/DES/35
	(referencias) arty		VOG/MAR/NOV/TIT/129
			GLA/MAR/SHOP/DES/156
Baby		1	COS/MAR/EST/TIT/31
Baby doll	(vestido) baby doll	2	GLA/MAR/SHOP/TEX/165
			GLA/MAR/SHOP/TEX/165
Backstage		2	GLA/ FEB/TOP/TEX/43
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176
Best-seller		1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/166
Bikinis		1	GLA/ FEB/SHOP/TEX/133
blazer		2	COS/FEB/EST/DES/30
			GLA/MAR/SHOP/DES/170
Bloggers		1	TEL/ MAR /ÚLT/DES/176
Bluemonday		1	VOG/MAR/NOV/TIT/106
Boarding pass		1	TEL/FEB/ÚLT/DES/117
Boarding schools		1	TEL/MAR /MOD/TEX/255
Body	body (de encaje blanco)	1	COS/MAR/TEN/TEX/108
Bodysuit		1	VOG/MAR/NOV/TEX/134
Boho	(vestidos) boho	2	ELL /MAR/EST/TEX/100
			ELL /FEB/EST/DES/55
Bomber		4	COS/MAR/EST/TEX/32
			TEL/ MAR /ÚLT/TIT/168
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
			TEL/ MAR /MOD/DES/256
Bomber squad		1	GLA/ MAR/SHOP/TIT/145
Boom		1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
Born to be queen		1	GLA/ FEB/SHOP/TIT/147
Boyfriend	(estilo de indumentaria)	2	COS/FEB/EST/TIT/33
			COS/FEB/EST/DES/33
Boyish	(estilo de indumentaria)	2	GLA/ MAR/TOP/DES/75
			COS/FEB/TEN/TIT/91
Bra		3	GLA/ FEB/TOP/DES/46
			GLA/ FEB/TOP/TIT/46
			GLA/ FEB/TOP/DES/46
Branding	(elementos de) branding	1	ELL /FEB/EST/TEX/66
British	(aires) british	2	ELL /FEB/EST/DES/71
	(espíritu) british		ELL /MAR/EST/TIT/104
Brunch	(de) brunch	2	COS/FEB/TEN/TIT/85
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168

Casting	(selecto) casting	2	ELL /FEB/EST/TEX/55
			GLA/ FEB/SHOP/DES/134
Casual	(nuevo) casual	6	GLA/MAR/SHOP/DES/163
	(corte) casual		GLA/ FEB/SHOP/TEX/133
	(accesorios) casual		VOG/MAR/NOV/TIT/104
			COS/FEB/EST/DES/30
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
			VOG/FEB/NOV/DES/60
Casual friday		1	TEL/FEB/ÚLT/DES/107
Casualfriday, saturday,sunday		1	COS/MAR/EST/TEX/49
Cat eye		1	COS/FEB/TEN/DES/69
Cds		1	COS/MAR/EST/ TEX/48
Celebrity/celebrities		7	GLA/ FEB/SHOP/TEX/127
			GLA/ FEB/SHOP/DES/130
			GLA/ FEB/SHOP/TEX/131
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
			TEL/ MAR /ÚLT/DES/178
			VOG/MAR/NOV/TEX/126
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
Chaos magic		1	GLA/ FEB/TOP/TIT/46
Chefs		1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
Choker		1	TEL/ MAR /ÚLT/TIT/168
City	(los bolsos) city	1	ELL /FEB/EST/DES/70
Classy	(inspiración) classy	1	VOG/MAR/NOV/DES/100
Clip		1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
Clubs		1	VOG/MAR/NOV/DES/102
Clutch		2	GLA/ FEB/TOP/DES/47
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176
College	(estilo) college	1	COS/FEB/TEN/TIT/103
Color block	(en)colorblock	2	COS/MAR/EST/TEX/36
			ELL /MAR/EST/DES/106
Comeback	(el eterno) comeback	1	GLA/ FEB/SHOP/TIT/114
Comfy	(vocación) comfy	1	VOG/MAR/NOV/DES/114
Concept store		1	ELL /MAR/EST/DES/106
Cool	(toque) cool	12	COS/FEB/TEN/TEX/85
	(muy) cool		COS/MAR/TEN/TEX/115
	(aventura) cool		ELL /FEB/EST/DES/55
	(instinto) cool		ELL /MAR/EST/TIT/98
	(entretenimiento) cool		ELL /MAR/EST/TIT/106
	(rabiosamente)cool		GLA/ FEB/TOP/TEX/49
	(sencillez) cool		GLA/ FEB/SHOP/TIT/129
	(armarios más) cool		GLA/ FEB/SHOP/TEX/131
	(barrio más) cool		VOG/FEB/NOV/TEX/56
			VOG/FEB/NOV/TEX/54

			COS/FEB/EST/DES/30
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/166
Country	(revisión) country	2	GLA/ FEB/TOP/TEX/51
	(el término) country		GLA/ FEB/TOP/DES/51
Country girl		1	GLA/ FEB/TOP/TIT/50
Cowboy	(botas) cowboy	4	GLA/MAR/SHOP/DES/162
	(botas) cowboy		GLA/ FEB/TOP/TEX/51
	(botas) cowboy		GLA/ FEB/TOP/DES/51
	cowboy (circense)		TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
Cowgirl	(estilo) cowgirl	2	COS/FEB/EST/TEX/35
			GLA/MAR/SHOP/TEX/151
Crop	(camisa) crop	2	GLA/ MAR/TOP/TIT/75
	crop (marinero)		COS/FEB/EST/DES/34
Crop/ped top		8	TEL/ MAR /ÚLT/TIT/168
			COS/FEB/EST/DES/30
			COS/MAR/EST/TIT/49
			COS/MAR/TEN/TIT/110
			GLA/ FEB/TOP/DES/46
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
			COS/FEB/TEN/TEX/82
			COS/MAR/TEN/DES/110
Cropped jacket		1	VOG/MAR/NOV/DES/124
Curvy		1	COS/FEB/EST/DES/33
Cut out		2	GLA/MAR/TOP/TIT/92
			GLA/ MAR/TOP/TEX/92
Cyberpunk		1	TEL/FEB/ÚLT/DES/106
Denim	(pantone) denim	15	COS/FEB/EST/TIT/29
	(tu estilo) denim		COS/FEB/EST/SEC/30
	(plan) denim		COS/FEB/EST/TEX/35
	(el) denim		COS/FEB/EST/TEX/35
	(azul) denim		COS/MAR/EST/TIT/47
	(culotte en) denim		GLA/ MAR/TOP/TIT/75
			VOG/MAR/NOV/DES/106
			COS/MAR/EST/TEX/47
			COS/MAR/EST/TEX/48
			GLA/ FEB/TOP/TIT/52
			GLA/ FEB/SHOP/DES/114
			GLA/ FEB/SHOP/DES/128
			GLA/ MAR/TOP/DES/92
			GLA/MAR/SHOP/DES/169
	GLA/ FEB/TOP/TEX/52		
Denim days		1	GLA/ FEB/SHOP/TIT/128
Diamond print		1	TEL/FEB/MOD/TIT/155
Diy(do it yourself)		3	GLA/ MAR/TOP/DES/90
			COS/FEB/EST/DES/31

			COS/MAR/EST/TEX/49
Dots		1	GLA/ MAR/SHOP/TIT/147
Dream		1	COS/MAR/EST/TIT/31
Dress code		1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/156
Ear cuff		1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
Easy wear		1	GLA/MAR/SHOP/DES/170
Ecofriendly	(alma) ecofriendly	2	ELL /FEB/EST/TEX/55
	(sandalias) ecofriendly		ELL /MAR/EST/TEX/98
Effortless	(estilo) effortless	7	GLA/ FEB/SHOP/TIT/130
	(lujo) effortless		GLA/ MAR/TOP/DES/75
	(lujo) effortless		GLA/ MAR/TOP/TIT/75
	(clave) effortless		GLA/ MAR/TOP/TEX/75
			GLA/ FEB/SHOP/DES/146
			GLA/MAR/SHOP/DES/164
			GLA/MAR/SHOP/TEX/164
Extralarge		1	ELL /FEB/EST/TEX/61
Fairy tales		1	GLA/ FEB/TOP/TIT/52
Fan		2	TEL/FEB/ÚLT/DES/110
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/155
Fashion	(expedición) fashion	6	ELL /FEB/EST/TEX/55
	(aventura) fashion		ELL/FEB/EST/TEX/61
	(pasos) fashion		ELL/FEB/EST/DES/71
	(panorama) fashion		ELL /MAR/EST/TEX/102
	(capricho) fashion		TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176
	(ultra) fashion	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176	
Fashion system		1	GLA/ MAR/TOP/TEX/88
Fashion week	fashion week (de londres)	2	ELL /MAR/EST/TEX/98
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176
Fast fashion		1	ELL /FEB/EST/TEX/55
Fifties		1	TEL/FEB/ÚLT/TIT/113
First class		1	TEL/FEB/ÚLT/TIT/117
Fit	(un nuevo) fit	1	GLA/ MAR/TOP/DES/75
Flat	flat (romana)	2	GLA/MAR/TOP/TEX/80
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/156
Platform	(mocasines) flatform	1	COS/FEB/EST/DES/30

Flipflops		1	GLA/MAR/SHOP/DES/171
Folk	(aires) folk		GLA/MAR/TOP/DES/89
			GLA/ MAR/TOP/TIT/89
			VOG/MAR/NOV/DES/116
Folky	(en su versión más) folky	1	GLA/ FEB/TOP/DES/51
Followers		1	GLA/ FEB/SHOP/DES/126
Free style		1	GLA/ FEB/TOP/TIT/46
Fresh classic		1	GLA/ FEB/SHOP/TIT/146
Front row		3	ELL /MAR/EST/TEX/102
			GLA/ FEB/SHOP/TEX/131
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176
Funk	(punto de) funk	1	GLA/ FEB/SHOP/DES/147
Funk spirit		1	GLA/ FEB/SHOP/TIT/147
Funny faces		1	GLA/ MAR/SHOP/TIT/145
Geek	geek (de lujo)	1	TEL/FEB/MOD/DES/164
Gender-free	(fragancia) gender free	1	GLA/ FEB/SHOP/TIT/146
Girls	(índigo) girls	1	GLA/ MAR/SHOP/TIT/158
Glam	(los reyes del) glam	2	GLA/ MAR/TOP/TEX/70
	(un) glam (sosegado)		TEL/FEB/ÚLT/DES/108
Glamour		1	ELL /FEB/EST/TEX/55
Glitter	(detalles) glitter	4	ELL /FEB/EST/DES/70
	(apliques joya o de) glitter		GLA/ FEB/SHOP/DES/121
			GLA/ MAR/TOP/TEX/70
			VOG/MAR/NOV/TEX/130
God bless america		1	TEL/FEB/MOD/DES/162
Gold & rock		1	COS/FEB/EST/DES/30
Granny (chic)		1	TEL/FEB/ÚLT/DES/109
Grunge	(la androginia) grunge	6	GLA/ MAR/TOP/DES/72
	(estilismos más) grunge		TEL/FEB/ÚLT/DES/108
	(el) grunge		TEL/ MAR /ÚLT/DES/164
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/166
			TEL/ MAR /ÚLT/TIT/168
			TEL/ MAR /MOD/DES/256
Happy bags		1	GLA/ MAR/TOP/TIT/86
Highlights	highlights (de la colección)	1	GLA/ FEB/TOP/TEX/42
Hit	(verdadero) hit	4	GLA/ FEB/SHOP/TEX/134
	(otros) hits		ELL /FEB/EST/TEX/62
	(un) hit		ELL /MAR/EST/TEX/93
			COS/MAR/EST/TEX/48

			ELL /MAR/EST/DES/104
Hobby		1	TEL/FEB/ÚLT/DES/111
Hoodie		2	GLA/ MAR/SHOP/TIT/158
			VOG/FEB/NOV/DES/60
Hot	(tendencias más) hot	1	GLA/ FEB/TOP/TEX/52
Hype	hype (estético)	1	VOG/MAR/NOV/TEX/126
Influencers		1	GLA/ MAR/TOP/DES/78
Insiders	insiders (tendencias)	11	VOG/FEB/NOV/CIN/54 VOG/MAR/NOV/CIN/120
	insiders (colaboración)		VOG/FEB/NOV/CIN/56
	insiders (una chica, un estilo)		VOG/FEB/NOV/CIN/58 VOG/MAR/NOV/CIN/128
	insiders (opinión)		VOG/FEB/NOV/CIN/60 VOG/MAR/NOV/CIN/134
	insiders (estilo)		VOG/MAR/NOV/CIN/124
	insiders (diseñadores)		VOG/MAR/NOV/CIN/126
	insiders (accesorios)		VOG/MAR/NOV/CIN/130
			VOG/MAR/NOV/SEC/119
Instastyle		1	COS/FEB/TEN/DES/69
It	(accesorio) it	3	ELL /MAR/EST/TEX/93
	(zapato) it (del 2016)		GLA/ FEB/TOP/TEX/42
	(prenda) it		GLA/MAR/SHOP/DES/160
It bag		3	GLA/ FEB/TOP/TEX/40
			GLA/ MAR/TOP/DES/92
			ELL /FEB/EST/TIT/71
It girl		5	TEL/ MAR /ÚLT/DES/178
			GLA/ FEB/SHOP/DES/130
			GLA/ FEB/SHOP/TIT/134
			GLA/MAR/SHOP/DES/156
			TEL/ MAR /ÚLT/DES/176
It girl sixties		1	ELL /MAR/EST/TEX/100
It shoe		1	VOG/MAR/NOV/DES/79
Jacket		1	TEL/FEB/ÚLT/DES/106
Jeans		2	GLA/MAR/SHOP/DES/158
			VOG/FEB/NOV/TEX/56
Jeans skinny		1	COS/FEB/EST/DES/30
Jeans+crop top		1	COS/MAR/TEN/TEX/102

Jumpsuit		1	GLA/MAR/SHOP/DES/167
Kidult	(efecto) kidult	1	COS/MAR/TEN/TIT/99
Kitty flats		1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/156
Lady	(en clave) lady	5	TEL/ MAR /MOD/DES/247
	lady (de valentino)		TEL/MAR /MOD/TEX/255
	(bolsos) lady		ELL /MAR/EST/DES/104
	(serás) lady (mogambo)		GLA/ MAR/TOP/TIT/80
	(vestidos) lady		GLA/ MAR/TOP/TEX/92
Lady in jeans		1	GLA/ FEB/SHOP/TIT/114
LDB (little black dress)		1	COS/MAR/EST/TEX/48
Leather watches		1	GLA/ FEB/TOP/TIT/42
Liberty	(estampado) liberty	1	GLA/MAR/SHOP/TEX/165
Lifestyle	(firma de) lifestyle	1	TEL/FEB/ÚLT/DES/110
Lip balm		1	GLA/ MAR/TOP/TEX/86
Loafers	loafers (de talons descubiertos)	1	VOG/FEB/NOV/DES/54
Labels	(logos and) labels	1	GLA/ FEB/TOP/TIT/52
Look	look (metal)	64	COS/MAR/EST/TEX/34
	look (dishabillé)		ELL /MAR/EST/TEX/100
	(nuevo) look		GLA/ FEB/SHOP/TIT/113
	look (casual)		GLA/ FEB/SHOP/DES/131
	look (safari)		GLA/ MAR/TOP/TEX/80
	look (estival)		GLA/MAR/SHOP/TEX/151
	look (sobrio)		GLA/MAR/SHOP/DES/158
	look(vanguardista)		GLA/MAR/SHOP/DES/159
	looks(de día)		GLA/MAR/SHOP/DES/161
	look (de oficina)		GLA/ MAR/SHOP/TIT/169
look (imperecedero)	GLA/MAR/SHOP/DES/170		

	look (victoriano)		GLA/MAR/SHOP/DES/170
	look (sofisticado)		TEL/FEB/ÚLT/DES/106
	look (completo)		TEL/FEB/ÚLT/DES/112
	looks (excéntricos)		VOG/FEB/NOV/TEX/56
	(su) look (favorito)		VOG/MAR/NOV/DES/129
			COS/FEB/EST/DES/29
			VOG/MAR/NOV/TEX/126
			VOG/MAR/NOV/DES/120
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/166
			GLA/MAR/SHOP/DES/159
			GLA/ MAR/ TOP/TEX/80
			GLA/ FEB/SHOP/DES/146
			GLA/ FEB/SHOP/TIT/119
			COS/MAR/EST/TEX/47
			GLA/MAR/SHOP/DES/170
			GLA/MAR/SHOP/TEX/151
			VOG/MAR/NOV/DES/128
			COS/FEB/EST/TEX/31
			VOG/MAR/NOV/DES/102
			VOG/MAR/NOV/DES/100
			VOG/MAR/NOV/DES/100
			VOG/MAR/NOV/DES/79
			VOG/FEB/NOV/DES/55
			VOG/FEB/NOV/DES/54
			VOG/FEB/NOV/DES/46
			TEL/ MAR /ÚLT/DES/178
			COS/FEB/EST/TIT/36

			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
			TEL/FEB/ÚLT/DES/105
			GLA/MAR/SHOP/DES/170
			GLA/MAR/SHOP/DES/163
			GLA/MAR/SHOP/DES/163
			GLA/MAR/SHOP/DES/162
			GLA/MAR/SHOP/DES/156
			GLA/ FEB/SHOP/DES/147
			COS/FEB/EST/TIT/36
			COS/FEB/EST/TEX/32
			COS/FEB/EST/DES/31
			COS/FEB/EST/ DES/32
			COS/FEB/EST/DES/32
			COS/FEB/EST/DES/32
			COS/FEB/EST/TIT/32
			COS/FEB/TEN/TEX/84
			COS/FEB/TEN/TEX/90
			COS/MAR/EST TEX/48
			COS/MAR/EST/TEX/49
			GLA/ FEB/TOP/DES/40
			GLA/ FEB/TOP/TEX/40
			GLA/ FEB/TOP/TEX/40
			GLA/ FEB/SHOP/TEX/121
			GLA/ FEB/SHOP/DES/129
Look army		1	VOG/FEB/NOV/DES/44
Look arty		1	GLA/ MAR/TOP/TIT/90
Love story		1	GLA/ FEB/TOP/TEX/40
Low	(precios) low	1	ELL /FEB/EST/DES/71
Low cost		1	ELL /FEB/EST/TEX/55
Luxury sportswear		1	VOG/FEB/NOV/DES/60
Made in florence		1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/155
Made in spain	(talentos) made in spain	7	ELL /FEB/EST/TIT/60
	(la firma) made in spain		ELL /MAR/EST/TEX/100
	(el) made in spain (que te inspira)		GLA/ FEB/SHOP/TIT/130
	(movimiento) made in spain		GLA/ FEB/SHOP/TEX/131
			ELL /MAR/EST/DES/106
			TEL/FEB/ÚLT/DES/111
			GLA/ FEB/SHOP/TEX/131

Magic		1	GLA/ MAR/TOP/TIT/92
Mainstream		1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/166
Match point		1	VOG/FEB/NOV/TIT/48
Military arty		1	VOG/FEB/NOV/TIT/44
Minimal	(mirada) minimal	7	ELL /FEB/EST/TIT/70
	(clave) minimal		GLA/ FEB/SHOP/DES/128
	(estilo) minimal		GLA/ FEB/SHOP/DES/131
	(esparteña) minimal		TEL/FEB/ÚLT/TIT/111
	(el) minimal		TEL/ MAR /ÚLT/DES/164
			TEL/FEB/ÚLT/DES/112
			VOG/FEB/NOV/DES/58
Minimal touch		1	ELL /FEB/EST/DES/70
Minipull		1	COS/FEB/EST/DES/33
Mix	(mix) perfecto	1	COS/FEB/TEN/TIT/93
Mix & match		2	ELL /FEB/EST/TEX/55
			GLA/ FEB/SHOP/DES/128
Mix denim		1	GLA/ FEB/SHOP/TIT/114
Model casting		1	GLA/ FEB/SHOP/TIT/133
Models off of duty		1	GLA/MAR/SHOP/DES/156
Mom's jeans		1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
Monogram	(su icónico) monogram	1	ELL /FEB/EST/TEX/66
Mood		1	TEL/FEB/ÚLT/DES/105
Mule		1	VOG/FEB/NOV/DES/54
Must	(serán tu) must	7	COS/MAR/TEN/TEX/112
	(un) must		ELL /MAR/EST/DES/106
	(los) must		GLA/ MAR/TOP/DES/75
	(un must)		VOG/MAR/NOV/DES/104

			ELL /MAR/EST/DES/104
			GLA/ FEB/SHOP/DES/131
			TEL/FEB/MOD/DES/159
Must elle		1	ELL/FEB/EST/CIN/55
Must have	(alma de) must have	3	ELL /FEB/EST/TEX/60
	(haz de ellas un) must have		COS/MAR/EST/TEX/44
			ELL /FEB/EST/TEX/66
Navy	(estilo) navy	1	ELL /MAR/EST/DES/106
Neckband		1	TEL/FEB/ÚLT/DES/109
Nerd	(de pasado) nerd	1	VOG/FEB/NOV/TEX/56
New spring		1	ELL/FEB/EST/TIT/51
News elle		1	ELL /MAR/EST/CIN/106
Normcore	(el) normcore	2	GLA/ FEB/TOP/DES/46
			GLA/MAR/SHOP/DES/170
Nude	(paleta) nude	2	GLA/ FEB/SHOP/DES/129
			COS/FEB/TEN/TEX/86
Online	(tienda) online	1	COS/FEB/EST/TEX/38
Op art		1	TEL/FEB/MOD/DES/156
Outfit		7	GLA/ FEB/TOP/TEX/42
			GLA/ FEB/SHOP/TEX/121
			GLA/ FEB/SHOP/DES/129
			GLA/ FEB/SHOP/DES/147
			GLA/MAR/SHOP/DES/170
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
			GLA/ FEB/SHOP/DES/128
Oversize/d	(formato) oversize	9	TEL/FEB/ÚLT/DES/109
	(pendientes) oversize		TEL/MAR /MOD/TEX/255
	(lazada) oversize		VOG/MAR/NOV/DES/112
	(tallas deliberadamente) oversize		VOG/MAR/NOV/TEX/126
	(jerséis) oversize		ELL /FEB/EST/TEX/55

	(jerséis) oversize		ELL /FEB/EST/DES/55
	(modelo) oversized		ELL/FEB/EST/TEX/60
	(chalecos) oversize		ELL /MAR/EST/TEX/100
			TEL/FEB/ÚLT/DES/111
Oyster card		1	GLA/ MAR/TOP/TEX/86
Packaging		1	GLA/ MAR/TOP/DES/90
Paisley		1	GLA/ MAR/TOP/DES/89
Patchwork	(tipo) patchwork	4	GLA/MAR/SHOP/DES/169
	(detalles en) patchwork		ELL /FEB/EST/TEX/55
	(conglomerado) patchwork		ELL /FEB/EST/TEX/66
	patchwork (de estampados)		ELL /MAR/EST/TEX/102
Performance		3	GLA/ FEB/TOP/TIT/40
			GLA/ MAR/TOP/TEX/70
			GLA/ FEB/TOP/TEX/40
Photocall		1	GLA/ FEB/SHOP/DES/134
Piercing		2	COS/MAR/EST/TEX/49
			TEL/ MAR /ÚLT/TIT/168
Pinky promise		1	GLA/ MAR/TOP/TIT/78
Pins		2	COS/MAR/TEN/DES/89
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
Pointed		1	GLA/ FEB/TOP/TEX/42
Pop	(referencias) pop	10	GLA/ FEB/TOP/TEX/51
			ELL /MAR/EST/DES/100
	(estilo) pop		ELL /MAR/EST/TIT/100
	(colección más) pop		ELL /MAR/EST/TEX/100
	(pinceladas) pop		GLA/ MAR/TOP/TEX/72
	(cultura) pop		GLA/ MAR/TOP/DES/72
	(ironía) pop		TEL/ MAR /ÚLT/DES/164
(barroco) pop			

	(imaginario) pop		VOG/MAR/NOV/TEX/134
			GLA/ MAR/TOP/TIT/90
			GLA/MAR/SHOP/DES/163
Pop art			GLA/ MAR/TOP/DES/90
Premium	(un viaje) premium	2	TEL/FEB/ÚLT/DES/117
	(auriculares) premium		ELL/FEB/EST/TIT/52
Preppy	preppy (marino)	1	COS/FEB/TEN/TIT/92
Print	prints (gráficos y de animals primitivos)	10	GLA/ FEB/TOP/TEX/42
	prints (textiles)		GLA/ FEB/SHOP/TEX/127
	prints (de camuflaje)		GLA/ MAR/TOP/TEX/80
			ELL /FEB/EST/TEX/66
			GLA/MAR/SHOP/DES/156
			GLA/MAR/SHOP/DES/159
			TEL/ MAR /ÚLT/TIT/178
			ELL /MAR/EST/TEX/100
			TEL/FEB/ÚLT/DES/116
			TEL/FEB/MOD/DES/162
Punk	(diadema) punk	2	COS/MAR/EST/TEX/46
	(estética) punk		GLA/ MAR/TOP/DES/90
Puzzle		2	TEL/ MAR /ÚLT/TIT/176
			TEL/ MAR /ÚLT/DES/176
Pyjama suit		1	GLA/MAR/SHOP/DES/163
Queens of fashion age		1	GLA/ MAR/SHOP/TIT/161
Ready to wear		1	GLA/MAR/SHOP/DES/166
Relax	(plan de) relax	2	COS/FEB/TEN/TEX/87
	relax (a tope)		COS/MAR/TEN/TIT/105
Remakes		1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/166
Retailers		1	VOG/FEB/NOV/DES/33
Revival		4	TEL/FEB/MOD/DES/155
			TEL/FEB/ÚLT/DES/108
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
			TEL/ MAR /MOD/DES/238

Risky	(apuesta) risky	1	TEL/FEB/MOD/DES/166
Rock	(a ritmo de) rock	3	TEL/ MAR /ÚLT/DES/178
	(música) rock		TEL/FEB/ÚLT/DES/113
			TEL/FEB/MOD/DES/171
Rock & roll	(con sabor) rock & roll	2	ELL /FEB/EST/TEX/62
	(toques) rock & roll		COS/MAR/EST/TEX/42
Running		1	VOG/FEB/NOV/DES/60
Selfies		1	TEL/FEB/ÚLT/DES/116
Set	set (lujoso)	1	ELL /FEB/EST/TEX/62
Seventies		1	TEL/ MAR /MOD/DES/247
Sexy	(toque) sexy	11	COS/FEB/TEN/TEX/86
	(sube tu) sexy		COS/FEB/TEN/TEX/101
	(safari) sexy		COS/MAR/EST/TIT/38
	(versión) sexy		COS/MAR/EST/TEX/38
	(subiendo el) sexy		COS/MAR/TEN/TIT/108
	(sube tu) sexy		COS/MAR/TEN/TEX/110
	(la mujer) sexy		GLA/ MAR/ TOP/TEX/80
	(súper) sexy		GLA/ MAR/ TOP/TEX/80
	sexy (de día)		TEL/FEB/MOD/DES/167
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168		
Shop	shop (flechazos)	3	GLA/ FEB/SHOP/CIN/124
			GLA/MAR/SHOP/CIN/146
			GLA/ FEB/SHOP/CIN/39
Shop glamour		2	GLA/ FEB/SHOP/SEC/113
			GLA/MAR/SHOP/SEC/145
Shop time machine		1	GLA/MAR/SHOP/CIN/170

Shopping	(tarde de) shopping	1	ELL /FEB/EST/TEX/55
Shorts	shorts (de infarto)	4	COS/MAR/EST/TEX/31
	shorts (mini)		COS/MAR/EST/TEX/38
			VOG/MAR/NOV/DES/91
			COS/MAR/TEN/DES/110
Show	show (neoyorquino)	2	ELL /MAR/EST/TEX/102
			GLA/ FEB/ TOP/TEX/40
Sixties	(inspiración) sixties	3	GLA/ FEB/SHOP/TEX/121
			GLA/MAR/SHOP/DES/151
			TEL/FEB/ÚLT/DES/108
Skinny	(pantalón) skinny	2	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
			COS/FEB/EST/ DES/30
Skyline	skyline (de nueva york)	1	VOG/FEB/NOV/DES/48
Slip dress	(vestido) slip dress	7	TEL/FEB/ÚLT/DES/105
			COS/MAR/EST/TIT/46
			GLA/ FEB/ TOP/TIT/49
			GLA/ FEB/ TOP/TEX/49
			GLA/MAR/SHOP/DES/163
			TEL/FEB/ÚLT/DES/105
			TEL/FEB/MOD/TIT/155
Small	(versión) small	1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176
Smiley	smiley (una carita sonriente)		GLA/ MAR/ TOP/DES/86
SMS		1	COS/MAR/EST/TEX/49
Sneakers	(las clásicas sneakers)	2	GLA/MAR/SHOP/DES/153
			GLA/ FEB/SHOP/DES/146
Snow zone		1	ELL /FEB/EST/TIT/71
Soft punk		1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
Space	space (couturier)	1	VOG/MAR/NOV/TIT/134
Sport	sport (de lujo)	1	TEL/FEB/MOD/TIT/165
Sportswear	(sobredosis de) sportswear	1	VOG/FEB/NOV/TIT/60
Sporty	(negro) sporty	3	COS/FEB/EST/DES/36

	(estilo) sporty		GLA/ FEB/TOP/DES/46
	(punto) sporty		GLA/ MAR/TOP/DES/89
Spot		1	COS/FEB/EST/DES/38
Spring-summer		1	GLA/MAR/SHOP/TEX/151
Stars warrior		1	GLA/ MAR/SHOP/TIT/161
Stone		1	ELL /FEB/EST/TIT/60
Store		1	ELL /FEB/EST/DES/71
Street	(calzado) street	1	ELL /FEB/EST/TEX/62
Street blogger		1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176
Street style		3	COS/FEB/EST/DES/32
			VOG/MAR/NOV/CIN/114
			GLA/MAR/SHOP/DES/169
Streetwear	(firma de) streetwear	5	ELL /FEB/EST/TEX/55
			GLA/ FEB/SHOP/DES/113
			TEL/FEB/MOD/DES/165
			VOG/FEB/NOV/DES/60
			VOG/FEB/NOV/DES/60
Stretch	vestido (stretch) de rayas	1	COS/FEB/EST/TEX/36
Stripes	stripes (rayas, rayure)		GLA/ MAR/SHOP/TIT/166
Summer	(inspiración) summer	4	ELL/FEB/EST/TEX/55
	(aires) summer		ELL /FEB/EST/TIT/71
	(inspiración) summer		ELL /MAR/EST/TIT/100
	(abrigos) summer		ELL /MAR/EST/TEX/100
Tank tops		1	TEL/FEB/MOD/DES/168
Team		1	TEL/ MAR /ÚLT/DES/155
Team heels		1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/156
Techie		1	GLA/ MAR/TOP/TIT/78
Techno princesses		1	VOG/MAR/NOV/DES/120
Teen	(aire) teen	1	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
Telvateam flats		3	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/156
			TEL/ MAR /ÚLT/DES/158
			TEL/MAR/ÚLT/DES/155
Telvateam heels		2	TEL/ MAR /ÚLT/DES/155
			TEL/ MAR /ÚLT/DES/158
Test		1	GLA/ FEB/SHOP/DES/126
The best		1	COS/FEB/EST/DES/34
Think party, wear Daily		1	VOG/FEB/NOV/TIT/59
Tip		1	TEL/FEB/MOD/DES/162

Top	son el (top) de las pasarelas	17	COS/MAR/EST/TEX/34
	tops (de red)		COS/MAR/EST/TEX/48
	(un joyero) top		ELL /MAR/EST/TIT/106
	(junto a la) top		ELL /MAR/EST/DES/106
	top (tendencias)		GLA/ FEB/TOP/CIN/40
	top (tendencias)		GLA/ MAR/TOP/CIN/70
	(la) top		TEL/FEB/ÚLT/DES/117
	top (de seda)		TEL/FEB/MOD/DES/158
			COS/MAR/EST/TEX/49
			ELL /FEB/EST/TEX/67
			ELL /MAR/EST/TEX/102
			GLA/ MAR/TOP/TEX/92
			GLA/MAR/SHOP/DES/149
			TEL/FEB/ÚLT/DES/110
			TEL/FEB/MOD/DES/165
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
			TEL/ MAR /ÚLT/DES/176
Top elle	2	ELL /MAR/EST/DES/104	
		ELL /MAR/EST/DES/106	
Top glamour	2	GLA/ FEB/TOP/SEC/39	
		GLA/ MAR/TOP/SEC/69	
Top model	3	GLA/ FEB/SHOP/TEX/134	
		TEL/ MAR /ÚLT/TEX/155	
		GLA/ FEB/SHOP/TEX/127	
Total look	total look (negro)	7	COS/FEB/EST/TEX/36
	(formato) total look		TEL/FEB/MOD/DES/156
			COS/FEB/EST/DES/31
			VOG/MAR/NOV/DES/129
			TEL/FEB/MOD/DES/166
			COS/MAR/TEN/TEX/101
			COS/FEB/EST/TEX/35
Total look denim	1	COS/MAR/EST/TEX/48	
Track pant	1	TEL/FEB/ÚLT/TIT/107	
Trendy	(movimiento) trendy	4	VOG/FEB/NOV/DES/55
	(es) trendy		COS/MAR/TEN/TEX/111
	(miradas) trendy		GLA/ FEB/SHOP/DES/146

			ELL /MAR/EST/DES/106
True denim		1	GLA/ FEB/SHOP/TIT/114
Twin set	(conjuntos) twin set	1	GLA/MAR/SHOP/DES/162
Twist	(básicos con un) twist	2	GLA/ FEB/SHOP/TIT/131
	(prendas clásicas con un) twist		ELL /FEB/EST/TEX/61
Tye dye	(estampado) tie dye	3	COS/MAR/EST/ TEX/48
			COS/MAR/EST/TIT/49
			VOG/MAR/NOV/TIT/120
Ugly		1	GLA/ FEB/TOP/TEX/42
Ugly shoes		1	GLA/MAR/SHOP/DES/159
Unisex	(prendas) unisex	6	VOG/MAR/NOV/DES/82
			GLA/ FEB/SHOP/DES/131
			TEL/FEB/ÚLT/DES/112
			TEL/FEB/ÚLT/DES/117
			TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
			TEL/ MAR /ÚLT/TIT/176
Varsity	(la clásica) varsity (bordada)	1	TEL/FEB/ÚLT/DES/106
Very important shoes		1	GLA/ FEB/TOP/TIT/42
Vintage	(formato) vintage	4	TEL/FEB/ÚLT/DES/109
	(fiebre) vintage		VOG/FEB/NOV/TEX/54
	(guiños) vintage		ELL /FEB/EST/TEX/62
			COS/MAR/EST/DES/48
Vip	(imagen) vip	1	ELL /FEB/EST/TIT/71
Walking sleepwear		1	VOG/FEB/NOV/TIT/33
Wearables		1	GLA/ MAR/TOP/TIT/78
Web		9	GLA/MAR/SHOP/TEX/165
			TEL/FEB/ÚLT/DES/110
			TEL/FEB/ÚLT/DES/111

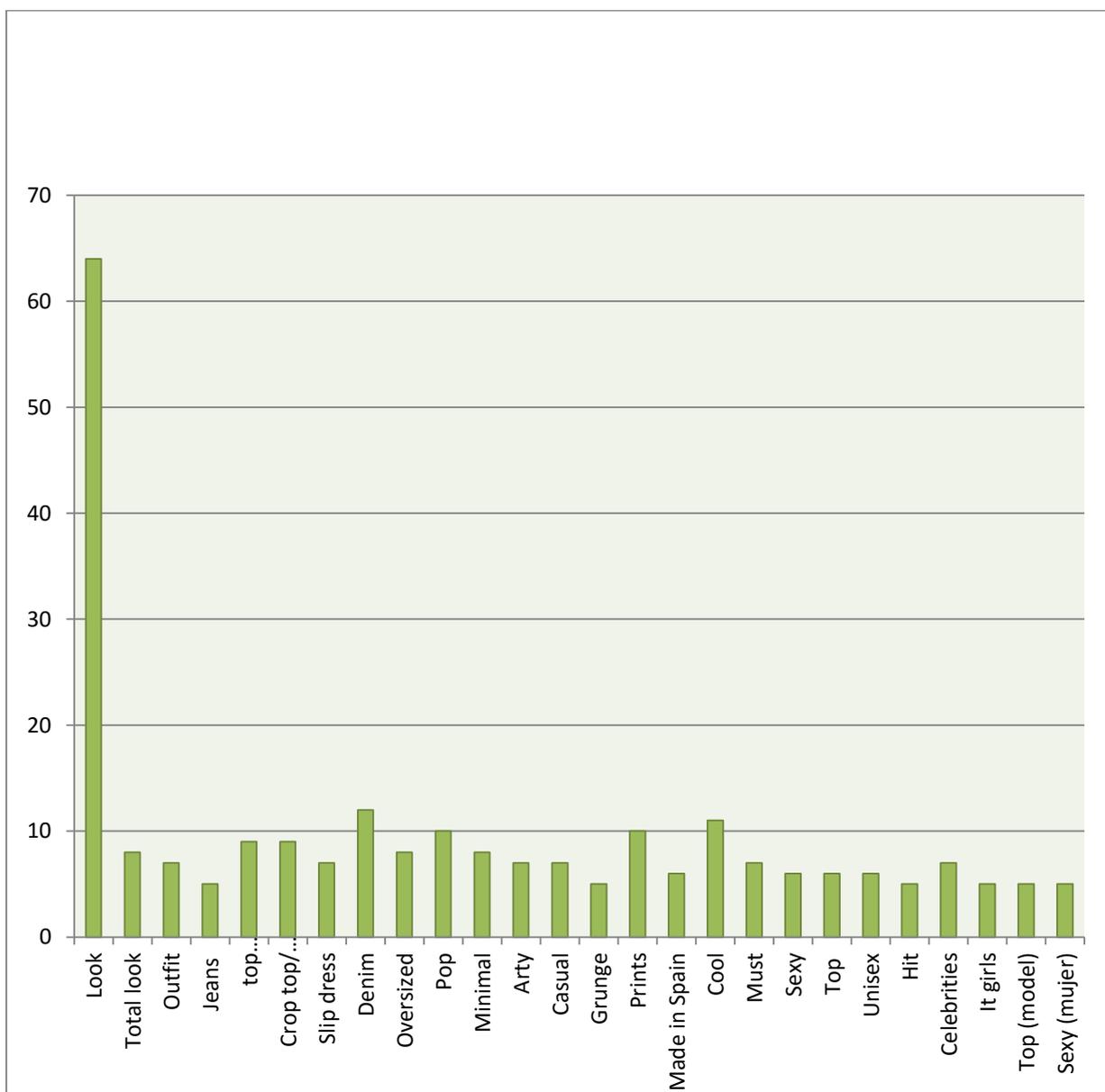
			TEL/FEB/ÚLT/DES/111
			TEL/FEB/ÚLT/DES/112
			TEL/FEB/ÚLT/DES/112
			TEL/FEB/ÚLT/DES/112
			TEL/FEB/ÚLT/DES/113
			TEL/FEB/ÚLT/DES/113
Western	(paso) western	2	ELL/FEB/EST/TIT/71
	(película) western		TEL/FEB/ÚLT/TIT/111
Western chic		1	GLA/ FEB/TOP/TIT/51
Western promises		1	GLA/ MAR/SHOP/TIT/162
White dress		1	GLA/MAR/SHOP/DES/160
Wish list		3	ELL /MAR/EST/TIT/92
			ELL /MAR/EST/TEX/96
			TEL/FEB/ÚLT/DES/107
Working girl		2	TEL/FEB/ÚLT/DES/113
			COS/FEB/TEN/TEX/84
Working glam		1	ELL /FEB/EST/TIT/70
X is for plexiglas		1	GLA/ MAR/SHOP/TIT/163
Zoom	zoom (estilo)	1	GLA/MAR/SHOP/DES/163

## 9.1 ANGLICISMOS MÁS RECURRENTES

A continuación representaremos en un gráfico los anglicismos que han tenido más apariciones en las revistas. Para ello, hemos escogido aquellas lexías que se repitiesen a partir de cinco veces. Destaca sobre todo el anglicismo *look*, utilizado con asiduidad en cada una de las revistas objeto de nuestro estudio. Además percibimos que se trata de un término clave en el mundo de la moda al tratarse de una palabra genérica que se refiere a la indumentaria o a la combinación y efecto de las prendas en su conjunto.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Se han obviado los anglicismos *insiders*, *web* y *flat*, pues entendemos que esos conceptos aparecieron de forma esporádica o exclusiva en una sola publicación, sin tener presencia en las demás revistas.

Gráfico 1. Anglicismos más frecuentes



## 10. ANÁLISIS TEMÁTICO DE LOS ANGLICISMOS REGISTRADOS. ANÁLISIS CUALITATIVO Y CUANTITATIVO.

Hay dos criterios que vamos a emplear en la descripción de los anglicismos que hemos localizado en nuestro corpus: área temática y adaptación lexicográfica. Comenzaremos primero por la distribución temática, por la que vamos clasificar los anglicismos en función del campo semántico al que pertenezcan.

En cuanto a la distribución de contenidos, vamos a dividir los préstamos del inglés en los siguientes campos semánticos:

## 1. El vestuario

Este campo, a su vez, se distribuye en las siguientes subáreas<sup>12</sup>:

### 1.1 Indumentaria/traje

### 1.2 Pantalón

### 1.3 Camisa, blusas y camisetas

### 1.4 Chaquetas, chalecos, suéteres y abrigos

### 1.5 Vestidos, faldas o monos

### 1.6 Traje deportivo o traje de baño

### 1.7 Ropa íntima

### 1.8 Calzado (zapatos, botas, sandalias, zapatos de tacón...)

### 1.9 Complementos (Gorros, sombreros, cinturones, bolsos, pañuelos...)

### 1.10 Joyas (pendientes, gargantillas, pulseras, relojes...)

### 1.11 Tejidos o materiales

### 1.12 Descripción física de la vestimenta o complementos

### 1.13 Estilo de la vestimenta o complementos

### 1.14 Texturas, colores y estampados

### 1.15 Confección de la vestimenta

### 1.16 Consideración de la prenda o complemento.

## 2. El sistema de la moda (incluido profesiones), compras y consumo

## 3. La vida social. Diversiones

## 4. Tipificación de la mujer

## 5. Fisionomía de la mujer

---

<sup>12</sup> Seguimos muy de cerca la catalogación de Ortiz y Carbonero (2005) que, a su vez, se ajusta a las pautas propuestas dentro del *Proyecto de la Norma Culta Hispánica* J. M. Lope Blanch.

## 6. Belleza

## 7. Comunicación

## 8. Otros

Dicha distribución temática la vamos a realizar primero atendiendo al reparto de voces según cada revista, para más tarde recopilar el grueso de datos en una tabla general. Todo ello nos permitirá tener una visión parcelada y global del empleo de anglicismos en nuestro corpus. La frecuencia de aparición de los anglicismos irá indicada con un número entre paréntesis en el caso de que se repita la voz. De igual manera, se añadirán anotaciones para aclarar el significado de algunas unidades léxicas, se contextualizarán para un mejor entendimiento e incluso se justificará en ocasiones la atribución de las lexías a una determinada área temática, cuando estas hayan resultado complicadas de catalogar.

Para la representación de los anglicismos en la siguiente tabla seguiremos el criterio habitual según el cual se mantiene la forma en la que la voz fue documentada en el texto consultado. Cuando una lexía apareció representada de formas distintas en las publicaciones se han mostrado ambas en una misma entrada separándolas por una barra (*crop top/cropped top*).

En lo referente a la estructura de las tablas, conviene explicar que hemos dispuesto una tercera columna llamada “número total de voces” en la que indicaremos la frecuencia total de lexías registradas en cada campo semántico. Así podremos obtener conclusiones de carácter cuantitativo global (qué publicaciones utilizaron más anglicismos) o parcial (qué subáreas son más receptivas de este tipo de vocablos). Igualmente, hemos incluido una cuarta columna para delimitar “el número de voces diferentes” según área temática, es decir, haremos un recuento de cada una de las lexías distintas encontradas en ese área, sin tener en cuenta las veces que se repitieron. Por ejemplo, para el campo “Indumentaria / traje”, el número total de vocablos sería veintidós, que es el conjunto de veces que se han empleado los anglicismos de este bloque. Por su parte, las lexías diferentes son solamente tres. Este dato nos permitirá hacer análisis cuantitativos acerca de los campos o subáreas temáticas más productivas en cuanto al uso de anglicismos. Consideramos importante hacer la distinción entre total de voces y variedad de lexías, porque al observar el resultado del análisis temático hemos comprobado que a veces, el que una publicación tenga un alto número total de anglicismos no quiere decir que esta utilice un gran rango de lexías del inglés, sino que es repetitiva en el uso de estas lexías que a veces son muy usuales y están plenamente integradas entre los hablantes. Es decir, que aunque en ocasiones coincidan las cantidades obtenidas en número de lexías y palabras diferentes, en muchos otros casos no tienen coincidencia. Al fin y al cabo, este ejercicio responde a nuestro deseo de ajustar de forma fidedigna nuestras conclusiones a la realidad de los datos. Así, en las conclusiones de cada uno de los apartados expondremos en este orden: número total de anglicismos y número total de voces

diferentes; campos temáticos con mayor y menor número de vocablos; categorías con mayor y menor variedad de lexías y finalmente, comentarios y curiosidades sobre datos llamativos de cada revista.

Siguiendo las pautas expuestas arriba, a continuación expondremos reflexiones de carácter cuantitativo y cualitativo sobre los resultados de la distribución en campos semánticos de las voces anglicadas localizadas en nuestro corpus. En un primer momento se mostrarán los datos de cada publicación de forma independiente, cada una de ellas acompañada de una representación gráfica que facilite la comprensión de la información. En último lugar, obtendremos las impresiones referentes a la presencia de estas lexías de forma conjunta en todas las revistas exploradas, con la respectiva ilustración de los resultados.

### 10.1 COSMOPOLITAN

Tabla 2. Distribución de anglicismos según área temática en *Cosmpolitan*

ÁREA TEMÁTICA	ANGLICISMOS	NÚMERO TOTAL DE VOCES	NÚMERO DE VOCES DIFERENTES
1. VESTUARIO			
1.1 Indumentaria/traje	<i>look</i> (16), <i>total look</i> (5), <i>mix</i>	22	3
1.2 Pantalón	<i>shorts</i> (3), <i>jeans</i> (2)	5	2
1.3 Camisa, blusas y camisetas	<i>crop top/ cropped top</i> (7), <i>top</i> (2), <i>crop</i> <sup>13</sup>	10	3
1.4 Chaquetas, chalecos, suéteres y abrigos	<i>blazer</i> , <i>minipull</i> , <i>bomber</i>	3	3
1.5 Vestidos, faldas o monos	<i>slip dress</i> , <i>lbd</i> ( <i>little black dress</i> )	2	2
1.6 Traje deportivo o traje de baño		0	0
1.7 Ropa íntima	<i>body</i>	1	1
1.8 Calzado (zapatos, botas, sandalias, zapatos de tacón...)		0	0
1.9 Complementos (Gorros, sombreros, cinturones, bolsos, pañuelos...)	<i>piercing</i> , <i>pins</i>	2	2
1.10 Joyas		0	0

<sup>13</sup> *Crop*, que es un adjetivo, se utiliza aquí con valor de sustantivo (*crop* marinero).

(pendientes, gargantillas, pulseras, relojes...)			
1.11 Tejidos o materiales	<i>denim</i> (6)	6	1
1.12 Descripción física de la vestimenta o complementos	<i>skinny</i> (3), <i>platform</i> , <i>stretch</i>	5	3
1.13 Estilo de la vestimenta o complementos	<i>boyfriend</i> (2), <i>casual</i> , <i>gold &amp; rock</i> , <i>street style</i> , <i>sporty</i> , <i>boyish</i> , <i>preppy</i> , <i>college</i> , <i>rock &amp; roll</i> , <i>punk</i> , <i>vintage</i> , <i>kidult</i>	13	12
1.14 Texturas, colores y estampados	<i>denim</i> <sup>14</sup> (2), <i>tie dye</i> (2), <i>nude</i> , <i>color block</i>	6	4
1.15 Confección de la vestimenta	<i>diy</i> <sup>15</sup> ( <i>do it yourself</i> ) (2)	2	1
1.16 Consideración de la prenda o complemento	<i>cool</i> (3), <i>sexy</i> (3), <i>the best</i> , <i>top</i> , <i>must have</i> , <i>hit</i> , <i>trendy</i> , <i>must</i>	12	8
2. EL SISTEMA DE LA MODA (INCLUIDO PROFESIONES), COMPRA Y CONSUMO	<i>spot</i> , <i>logo</i>	2	2
3. LA VIDA SOCIAL. DIVERSIONES	<i>afterwork</i> (2), <i>brunch</i> , <i>relax</i> (2), <i>cds</i> , ( <i>casual</i> ) <i>fridaysaturdaysunday</i> <sup>16</sup>	7	5
4. TIPIFICACIÓN DE LA MUJER (personalidad, características que la definen)	<i>sexy</i> <sup>17</sup> (3), <i>cowgirl</i> , <i>working girls</i> , <i>baby</i> <sup>18</sup>	6	4
5. FISIONOMÍA DE LA MUJER	<i>curvy</i>	1	1
6. BELLEZA	<i>cat eye</i>	1	1
7. COMUNICACIÓN	<i>online</i> <sup>19</sup> , <i>sms</i>	2	2
8. OTROS	<i>instastyle</i> <sup>20</sup> , <i>jamaica dream</i> <sup>21</sup>	2	2

<sup>14</sup> A veces aparece el tejido como color.

<sup>15</sup> Es sorprendente cómo en una ocasión ni si quiera se desglosa el significado de esta sigla. aunque se puede deducir por el contexto, de qué se trata.

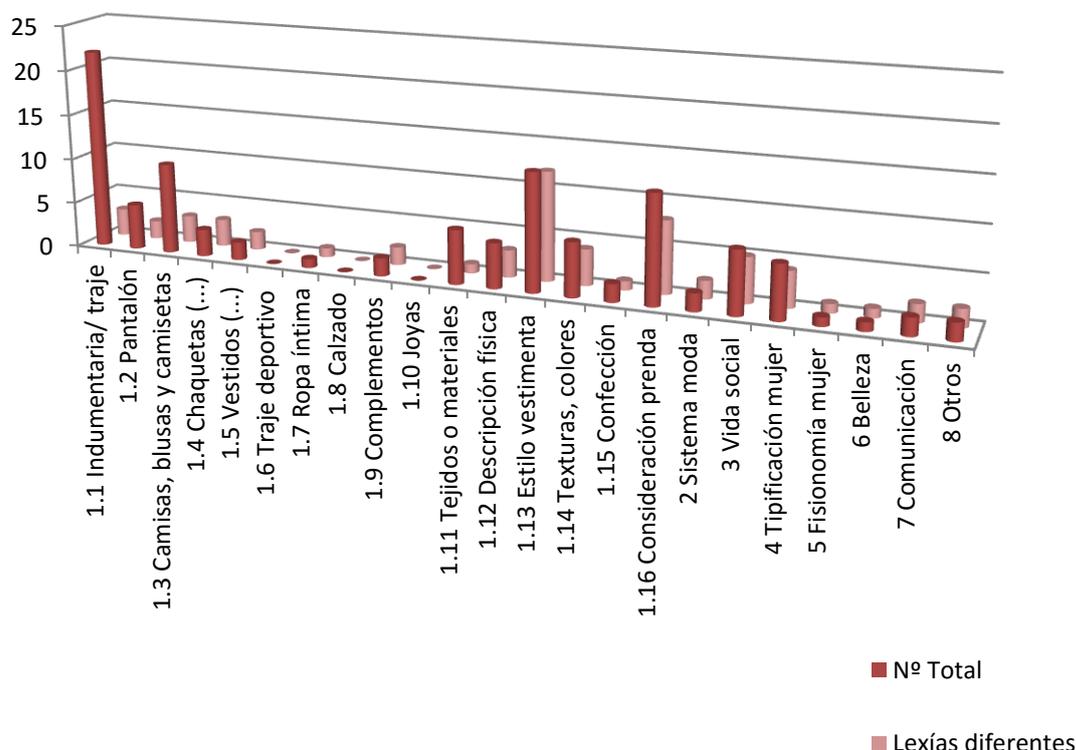
<sup>16</sup> Aunque se tratan de formaciones que no son usuales y por ello tendríamos que analizarlas separadamente, hemos tomado la decisión de solo incluirlas aquí por su carácter único. De ahí que *casual*, no lo hayamos colocado en el campo estilo.

<sup>17</sup> Encontramos *sexy* en “Sube tu sexy”. Lo hemos introducido en este campo porque es una característica que se infiere “innata” en una mujer.

<sup>18</sup> Palabra con la que se apela a la lectora (¿Qué hay de nuevo, *baby*?).

<sup>19</sup> Venía acompañado de tienda.

Gráfico 2. Distribución de anglicismos según área temática en *Cosmpolitan*



En esta revista hemos recogido 110 voces, y 62 lexías diferentes (*afterwork* (2)<sup>22</sup>, *baby*, *blazer*, *body*, *bomber*, *boyfriend* (2), *boyish*, *brunch*, *casual*, (*casual*) *fridaysaturdaysunday*, *cat eye*, *CD*, *college*, *color block*, *cool* (3), *cowgirl*, *crop*, *crop top/cropped top* (10), *curvy*, *denim* (6), *denim*<sup>23</sup>(2), *DIY* (*do it yourself*) (2), *platform*, *gold & rock*, *hit*, *instastyle*, *Jamaica dream*, *jeans* (2), *kidult*, *LBD*(*little black dress*), *logo*, *look* (16), *minipull*, *mix*, *must*, *must have*, *nude*, *online*, *piercing*, *pins*, *preppy*, *punk*, *relax* (2), *rock & roll*, *sexy* (3), *sexy* (3), *shorts*(3), *skinny* (3), *slip dress*, *SMS*, *sporty*, *spot*, *street style*, *stretch*, *the best*, *tie dye* (2), *top*(2), *top*, *total look* (5), *trendy*, *vintage*, *working girls*).

El campo en el que más volumen de anglicismos se ha recogido ha sido “Vestuario”. En concreto en las subcategorías “Indumentaria/traje” con 22 entradas (*look* (16), *mix*, *total look* (5)); “Estilo de la vestimenta o complementos” con 13 entradas (*boyfriend* (2), *boyish*, *casual*, *college*, *gold & rock*, *kidult*, *preppy*, *punk*, *rock & roll*, *sporty*, *street style*, *vintage*); “Consideración de la prenda o complemento” con 12 (*cool* (3), *hit*, *must*, *must have*, *sexy* (3), *the best*, *top*, *trendy*) y “Camisa, blusas y camisetas” con 10

<sup>20</sup> No hace referencia a un estilo de prenda, sino a una manera de presentar un apartado de forma visual en la sección.

<sup>21</sup> Corresponde a un titular sin mayor importancia.

<sup>22</sup> Los números entre paréntesis junto a los anglicismos hacen referencia a las repeticiones de esta voz. Esta indicación solo la haremos cuando hablemos del número de vocablos, y no de su variedad, donde únicamente se mostrarán las lexías independientemente de su frecuencia de uso.

<sup>23</sup> Hemos añadido dos veces *denim*, porque cada uno pertenece a distintos campos semánticos según los contextos en los que hemos encontrado la palabra. Lo mismo ocurre con *crop* y *sexy*.

(*crop top/ cropped top* (7), *crop, top* (2)). Un resultado que no sorprende, teniendo en cuenta que nuestro objeto de estudio fueron aquellas secciones exclusivas en moda textil.

Por el contrario, las categorías con menos acumulación de anglicismos son: “Fisionomía de la mujer” con 1 voz registrada (*curvy*); “Belleza” con 1 lexía recogida (*cat eye*); “El sistema de la moda (incluido profesiones), compra y consumo” con 2 voces (*logo, spot*); “Comunicación” con 2 voces (*online, SMS*) y “Otros” con 2 lexías también (*instastyle, jamaica dream*). Tampoco revelan demasiado estos datos, pues como ya apuntábamos arriba, la mayoría de páginas analizadas versaban sobre las tendencias en ropa.

En tres subcategorías de “Vestuario” no se ha recogido ni un anglicismo: “Traje deportivo o traje de baño”, “Calzado” y “Joyas (pendientes, gargantillas, pulseras, relojes...)”.

En cuanto al campo con más lexías diferentes, debemos señalar a “Estilo de la vestimenta o complementos”, donde se observan una gran variedad de anglicismos. De hecho, de 13 vocablos, 12 de ellas son lexías diferentes (*boyfriend, boyish, casual, college, gold & rock, kidult, preppy, punk, rock & roll, sporty, street style, vintage*).

Lo interesante aquí es que la publicación se anima a crear nuevos términos para designar la mezcla de varios efectos en la indumentaria: *kidult*, por ejemplo, es la suma de *kid* (niño) más *adult* (adulto). Una combinación única para referirse a una indumentaria “madura” y “seria” sin perder un toque de inocencia. Igualmente, “Consideración de la prenda o complemento” ofrece hasta 8 anglicismos para calificar la indumentaria (*cool, hit, sexy, must, must have, the best, top, trendy*). En cambio, los que menos lexías diferentes recogen son “Ropa íntima” (*body*), “Tejidos o materiales” (*denim*), “Confección de la vestimenta” (*DIY*), “Fisionomía de la mujer” (*curvy*) y “Belleza” (*cat eye*).

Merece la pena detenerse ahora en algunas de las subcategorías de “Vestuario”. En el primer subcampo es notable la repetición en 16 ocasiones de la lexía *look*. Que, como desarrollaremos más adelante, es el anglicismo “rey” de las publicaciones estudiadas, pues puede decirse que es el que goza de más repeticiones. En consecuencia, las palabras patrimoniales “aspecto”, “indumentaria” o “vestuario” quedan relegadas de manera sistemática a la sutileza y matiz de su equivalente extranjero.

En la subcategoría “Camisas, blusas y camisetas” notamos que para designar a la camisa corta (de largura) los profesionales han utilizado hasta tres diferentes palabras: *crop top, crop* y *cropped top*. Esto quiere decir que no solo se hace uso de un término procedente del inglés para designar una nueva tendencia, sino que se utilizan sinónimos u otras variantes del término para referirse a una misma realidad.

En “Confección de la vestimenta” debemos resaltar el uso de *DIY* (‘Hazlo tú mismo’). En una ocasión se utiliza acompañado del significado de la sigla: *DIY (Do it yourself)*,

sin más explicación que el desglose en inglés. Y lo que es más, en una segunda ocasión aparece sin indicaciones sobre el significado de la sigla.

Respecto a “La vida social. Diversiones”, la recopilación de anglicismos deja ver términos que responden a la cultura y al modo de vida angloamericanos. *Afterwork* o *brunch*, por ejemplo, son préstamos que designan costumbres que la sociedad española ha adoptado recientemente.

Sería relevante subrayar por último la presencia de anglicismos en el campo 4: “Tipificación de la mujer (personalidad, características que la definen)”. *Cosmopolitan* se refiere a la lectora como mujer trabajadora, *sexy* y joven. *Working girl*, *sexy* y *baby*, dan cuenta de ello. No es raro el uso de estos conceptos, pues la publicación intenta ser el reflejo de un modelo de mujer moderna, además pretende establecer con ella una conversación para lo que es indispensable ser cercana, por eso se utilizan voces apelativas como *baby*.

## 10.2. ELLE

Tabla 3. Distribución de anglicismos según área temática en *Elle*

ÁREA TEMÁTICA	ANGLICISMOS	NÚMERO TOTAL DE VOCES	NÚMERO DE VOCES DIFERENTES
1. VESTUARIO			
1.1 Indumentaria/traje	<i>mix &amp; match, looks</i>	2	2
1.2 Pantalón		0	0
1.3 Camisa, blusas y camisetas	<i>tops</i>	1	1
1.4 Chaquetas, chalecos, suéteres y abrigos		0	0
1.5 Vestidos, faldas o monos	(vestidos) <i>boho</i> (2)	2	1
1.6 Traje deportivo o traje		0	0

de baño			
1.7 Ropa íntima		0	0
1.8 Calzado (zapatos, botas, sandalias, zapatos de tacón...)		0	0
1.9 Complementos (Gorros, sombreros, cinturones, bolsos, pañuelos...)	<i>it-bags</i>	1	1
1.10 Joyas (pendientes, gargantillas, pulseras, relojes...)		0	0
1.11 Tejidos o materiales	<i>stone</i>	1	1
1.12 Descripción física de la vestimenta o complementos	<i>oversize/d (3), extralarge</i>	4	2
1.13 Estilo de la vestimenta o complementos	(inspiración o inclinación) <i>summer (4), pop (3), british (2), minimal (2), streetwear, street, rock &amp; roll, vintage, working glam, city<sup>24</sup>, snow zone, western, american vintage, lady, navy</i>	23	16
1.14 Texturas, colores y estampados	<i>patchwork (3), print (2), monogram, glitter, color block</i>	8	5
1.15 Confección de la vestimenta	<i>made in spain (2)</i>	2	1
1.16 Consideración de la	<i>topelle<sup>25</sup>(4), hit (3), ecofriendly (2), cool<sup>26</sup> (2),</i>	21	11

<sup>24</sup> (Bolsos) *city*.

<sup>25</sup> La revista lo utiliza para llamar la atención a la lectora sobre la pertinencia de comprar o alabar a una prenda.

<sup>26</sup> En una ocasión aparece (aventura) *cool*. se refiere a la combinación de prendas, que resultan atrevidas, pero “guays”.

prenda o complemento	<i>must have (2), fashion (2), must (2), twist<sup>27</sup>, it, top, trendy</i>		
2. EL SISTEMA DE LA MODA (INCLUIDO PROFESIONES), COMPRAS Y CONSUMO	<i>wish list (2), top<sup>28</sup> (2), low cost<sup>29</sup>, fast fashion, casting, shopping, glamour, made in spain<sup>30</sup>, branding, low<sup>31</sup>, vip<sup>32</sup>, fashion week, fashion<sup>33</sup>, front row, show, concept store</i>	18	16
3. LA VIDA SOCIAL. DIVERSIONES	<i>cool<sup>34</sup></i>	1	1
4. TIPIFICACIÓN DE LA MUJER	<i>it girl sixties</i>	1	1
5. FISIONOMÍA DE LA MUJER		0	0
6. BELLEZA		0	0
7. COMUNICACIÓN		0	0
8. OTROS	<i>new spring<sup>35</sup>, premium<sup>36</sup>, mustelle<sup>37</sup>, fashion<sup>38</sup>, set, newselle<sup>39</sup></i>	6	6

<sup>27</sup> (Prendas con un) *twist*.

<sup>28</sup> Se refiere a *top model*.

<sup>29</sup> (Mundo) del *low cost*.

<sup>30</sup> (Talentos) *made in Spain*; como hace referencia a los diseñadores lo hemos catalogado aquí.

<sup>31</sup> (Precios) *low*.

<sup>32</sup> (Imagen) *vip*.

<sup>33</sup> (Panorama) *fashion*.

<sup>34</sup> (Entretenimiento) *cool*.

<sup>35</sup> Forma parte de un titular. Lo llamativo es que se utilice la designación inglesa en detrimento de una patrimonial.

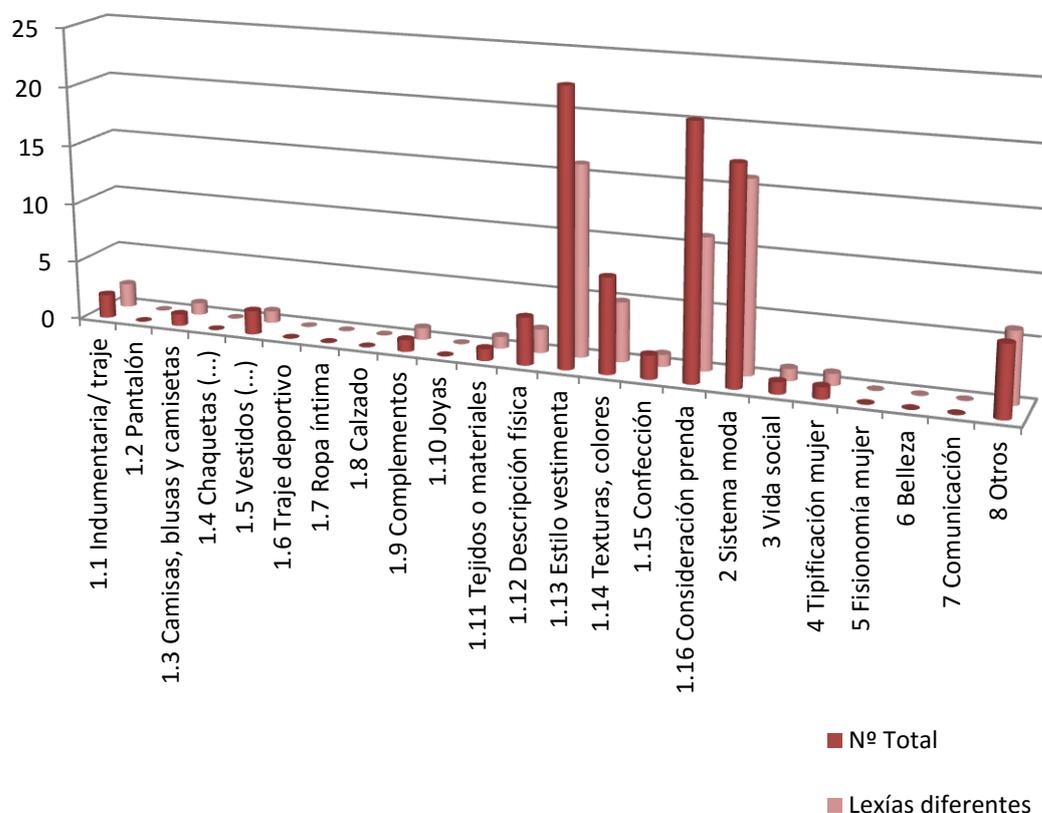
<sup>36</sup> (Viaje) *Premium*. Lo hemos introducido aquí porque la consideración de *Premium* la hace en relación a “viaje”, y no a un complemento o prenda.

<sup>37</sup> Lo metemos en este campo porque aunque en términos generales hace referencia a “algo necesario” que considera la revista, es simplemente el cintillo de uno de los apartados, no es una consideración sobre una prenda o complemento.

<sup>38</sup> Lo consideramos en este campo con la misma justificación de los últimos dos casos.

<sup>39</sup> Nombre de un cintillo dentro de la sección.

Gráfico 3. Distribución de anglicismos según área temática en *ELLE*



En esta publicación hemos recogido 95 voces, y 65 lexías diferentes (*American vintage*, (*vestidos*) *boho* (2), *branding*, *british* (2), *casting*, *city*, *color block*, *concept store*, *cool*, *cool* (2), *ecofriendly* (2), *extralarge*, *fashion* (2), *fashion*, *fashion*, *fashion week*, *fast fashion*, *front row*, *glamour*, *glitter*, *hit* (3), *it*, *it-bags*, *it girl sixties*, *lady*, *looks*, *low*, *low cost*, *made in spain* (2), *made in spain*, *minimal* (2), *mix & match*, *monogram*, *must* (2), *mustelle*, *must have* (2), *navy*, *new spring*, *newselle*, *oversize/d* (3), *patchwork* (3), *pop* (3), *premium*, *print* (2), *rock & roll*, *shopping*, *show*, *snow zone*, *stone*, *street*, *streetwear*, (*inspiración o inclinación*) *summer* (4), *set*, *top* (2), *top*, *topelle* (4), *tops*, *trendy*, *twist*, *vintage*, *vip*, *western*, *wish list* (2), *working glam*).

El campo temático en el que más anglicismos se han registrado ha sido “Vestuario”. Dentro de esta categoría, los que más cantidad de lexías recoge son: “Estilo de la vestimenta o complementos” con 23 voces (*american vintage*, *british* (2), *city*, *lady*, *minimal* (2), *navy*, *pop* (3), *rock & roll*, *snow zone*, *street*, *streetwear*, (*inspiración o inclinación*) *summer* (4), *vintage*, *western*, *working glam*) y “Consideración de la prenda o complemento” con 21 palabras (*cool* (2), *ecofriendly* (2), *fashion* (2), *hit* (3), *it*, *must* (2), *must have* (2), *top*, *topelle* (4), *trendy*, *twist*).

Se observa también otro campo fuera de “Vestuario” que posee un volumen amplio de anglicismos: “El sistema de la moda (incluido profesiones), compras y moda”, con 18 voces (*branding, casting, concept store, fashion, fashion week, fast fashion, front row, glamour, low, low cost, made in spain, shopping, show, top (2), vip, wish list (2)*).

En contraposición, se nota ausencia de anglicismos en numerosas subcategorías de “Vestuario” (“Pantalón”, “Chaquetas, chalecos, suéteres y abrigos”, “Traje deportivo o traje de baño”, “Ropa íntima”, “Calzado” y “Joyas”) y escasez de lexías en los subcampos de “Vestuario”: “Camisas, blusas y camisetas”, “Complementos” y “Tejidos o materiales”. ¿Qué nos pueden decir estos datos? Pues que este boletín prefiere utilizar los términos patrimoniales para nombrar la indumentaria. Pero en lo que se refiere a la descripción del vestuario, opta por los términos específicos que le proporciona el inglés.

Igualmente, en los espacios “Fisionomía de la mujer”, “Belleza” y “Comunicación” se observa ausencia de anglicismos, y escasez de lexías en las categorías “La vida social. Diversiones” y “Tipificación de la mujer”. En parte entendible, ya que el grueso de texto analizado hacía referencia a la indumentaria.

En cuanto a lexías diferentes, los campos con más variedad de anglicismos son: “Estilo de la vestimenta o complementos” con 16 palabras diferentes (*american vintage, british, city, lady, minimal, navy, pop, rock & roll, snow zone, street, streetwear*, (inspiración o inclinación) *summer, vintage, western, working glam*), y “El Sistema de la moda” con 16 también (*branding, casting, concept store, fashion, fashion week, fast fashion, front row, glamour, low, low cost, made in spain, shopping, show, top, vip, wish list*). El hecho de que el campo “Sistema de la moda” sea uno de los apartados que recoja un rango más amplio de anglicismos no es casual, ya que estas revistas no solo recogen las tendencias en moda, sino todo el aparataje que lleva detrás este mundo. Las voces aquí incluidas hacen referencia sobre todo a las pasarelas (*front row, fashion week, top models, show...*) y al consumo que promueve el mundo de la moda (*concept store, fast fashion, low cost, shopping wish list...*). Es decir, están retratados en los textos tanto los anglicismos que designan las tendencias en moda textil, como los que describen todo el contexto que rodea a la moda.

Si comparamos los resultados con *Cosmopolitan*, observamos que en *Elle* hay un menor número de préstamos del inglés, pero una mayor variedad de anglicismos. Por tanto, *Cosmopolitan* es más proclive a utilizar extranjerismos procedentes del inglés, pero suele repetir las palabras, mientras que *Elle* emplea un mayor rango de extranjerismos pero con menor reiteración.

El uso de las lexías de *Elle*, como ya mencionábamos, parece estar reservado a los estilos y adjetivación de prendas y complementos. Es decir, la revista justifica la inclusión de los anglicismos y no los utiliza de manera indiscriminada. De ahí que restrinja su uso a los casos en los que la palabra patrimonial es insuficiente (necesidad denominativa) o por economía lingüística. Así, resulta útil escribir *vintage*, en lugar de antiguo, pues *vintage* hace referencia a un estilo de otra época, que suele coincidir con un aspecto recatado y femenino a la vez. Por el contrario, “antiguo” solo habría

aportado el significado de ‘viejo’, e incluso habría transmitido una connotación despectiva. Con todo, los préstamos del inglés aportarían matices y designaciones a los que no llega el español. Por otro lado, *must* sería un ejemplo de economía lingüística, pues “cuesta menos” escribir esta lexía que su equivalente en español: “prenda/complemento que debes tener”.

### 10.3. GLAMOUR

Tabla 4. Distribución de anglicismos según área temática en *Glamour*

ÁREA TEMÁTICA	ANGLICISMOS	NÚMERO TOTAL DE VOCES	NÚMERO DE VOCES DIFERENTES
1. VESTUARIO			
1.1 Indumentaria/traje	<i>look (27), outfit (6), mix, mix and match, fit, twin set</i>	37	6
1.2 Pantalón	<i>jeans (2)</i>	2	1
1.3 Camisa, blusas y camisetas	<i>top (2), crop top</i>	3	2
1.4 Chaquetas, chalecos, suéteres y abrigos	<i>bomber squad, blazer</i>	2	2
1.5 Vestidos, faldas o monos	<i>slip dress (3), white dress, jumpsuit</i>	5	3
1.6 Traje deportivo o traje de baño	<i>bikini</i>	1	1
1.7 Ropa íntima	<i>bra (3), pijama suit</i>	4	2
1.8 Calzado (zapatos, botas, sandalias, zapatos de tacón...)	<i>(botas) cowboy (3), sneakers (2), shoes<sup>40</sup>, flat<sup>41</sup>, ugly shoes<sup>42</sup>, flipflops</i>	9	6

<sup>40</sup> (*Very important*) shoes. “*very important*” lo introduciremos en el campo de “Consideración de prendas y complementos”, pues no es una formación usual.

<sup>41</sup> *Flat* (romana).

<sup>42</sup> Son toda una denominación en la moda. Suele referirse a sandalias con tiras y de velcro.

1.9 Complementos (Gorros, sombreros, cinturones, bolsos, pañuelos...)	<i>it bag (2), clutch, happy bags</i>	4	3
1.10 Joyas (pendientes, gargantillas, pulseras, relojes...)	<i>leather watches</i>	1	1
1.11 Tejidos o materiales	<i>denim (9), plexiglas</i>	10	2
1.12 Descripción física de la vestimenta o complementos	<i>crop<sup>43</sup>, cut out, hoodie</i>	3	3
1.13 Estilo de la vestimenta o complementos	<i>pop (5), effortless (4), casual (3), arty (3), normcore (2), western (2), sixties<sup>44</sup>(2), minimal (2), (lujo) effortless (2), folk/y (3), funk (2), (vestido) baby doll (2), boyish, techie, punk, lady, chaos, fairy tales<sup>45</sup>, stars warrior<sup>46</sup>, queen, free style, sporty, streetwear, fresh classic, streetstyle</i>	46	26
1.14 Texturas, colores y estampados	<i>prints (5), glitter (2), pointed, nude, animal prints, paisley, dots, liberty, stripes, patchwork</i>	16	10
1.15 Confección de la vestimenta	<i>made in spain (3), diy</i>	4	2
1.16 Consideración de la prenda o complemento	<i>top<sup>47</sup>(4), shop<sup>48</sup>(4), cool (3), shop glamour<sup>49</sup>(2), must (2), magic (2), very</i>	31	19

<sup>43</sup> (Camisa) *crop*.

<sup>44</sup> Nos encontramos con asiduidad referencias al estilo de décadas con formaciones numéricas como 60's, 70's, en las que se incluye el genitivo sajón del inglés. Sin embargo, no lo hemos recogido porque no es una lexía en sí.

<sup>45</sup> Es el titular de un cuerpo de texto. Lo hemos catalogado aquí, porque se infiere que señala al estilo de la tendencia que aborda.

<sup>46</sup> Estilo de las heroínas de películas como *Star wars*.

<sup>47</sup> *Top* (tendencias). Nombre de un cintillo. También lo encontramos como *Top Glamour*, nombre de sección. Aunque no hagan referencia concreta a una prenda o complemento, se infiere que la revista designa a las tendencias que va a abordar en su contenido como *top*, o "de lo mejor".

<sup>48</sup> Aunque se trata del nombre de una sección, entendemos que la revista quiere mostrar productos que considera que son convenientes para las lectoras.

<sup>49</sup> El mismo caso que el anterior.

	<i>important, ugly, highlights, true, comeback<sup>50</sup>, twist<sup>51</sup>, unisex, hit, trendy, gender free, sexy, ready to wear, easywear</i>		
2. EL SISTEMA DE LA MODA (INCLUIDO PROFESIONES), COMPRAS Y CONSUMO	<i>performance<sup>52</sup>(3), celebrities (3), it girls (3), top model(2) show, backstage, labels, front rows, model casting, photocall, casting, glam, oyster card, fashion system, packaging, spring-summer<sup>53</sup>, models<sup>54</sup></i>	24	17
3. LA VIDA SOCIAL. DIVERSIONES		0	0
4. TIPIFICACIÓN DE LA MUJER	<i>lady (2), country girl, queen<sup>55</sup>, sexy, cowgirl, girls</i>	7	6
5. FISIONOMÍA DE LA MUJER		0	0
6. BELLEZA	<i>lip balm</i>	0	0
7. COMUNICACIÓN	<i>followers<sup>56</sup>, influencers<sup>57</sup>, apps, wearables</i>	4	4
8. OTROS	<i>love story, country, test, days<sup>58</sup>, pinky promises, smiley, pop art, funny faces, web, zoom<sup>59</sup></i>	10	10

<sup>50</sup> Con esto la revista considera que una prenda está de moda de nuevo.

<sup>51</sup> (Básicos con un) *twist*.

<sup>52</sup> Se trata de un pase de modelo.

<sup>53</sup> (Desfiles) *spring-summer*.

<sup>54</sup> *Models(off of duty)*.

<sup>55</sup> (*Born to be*) *queen*.

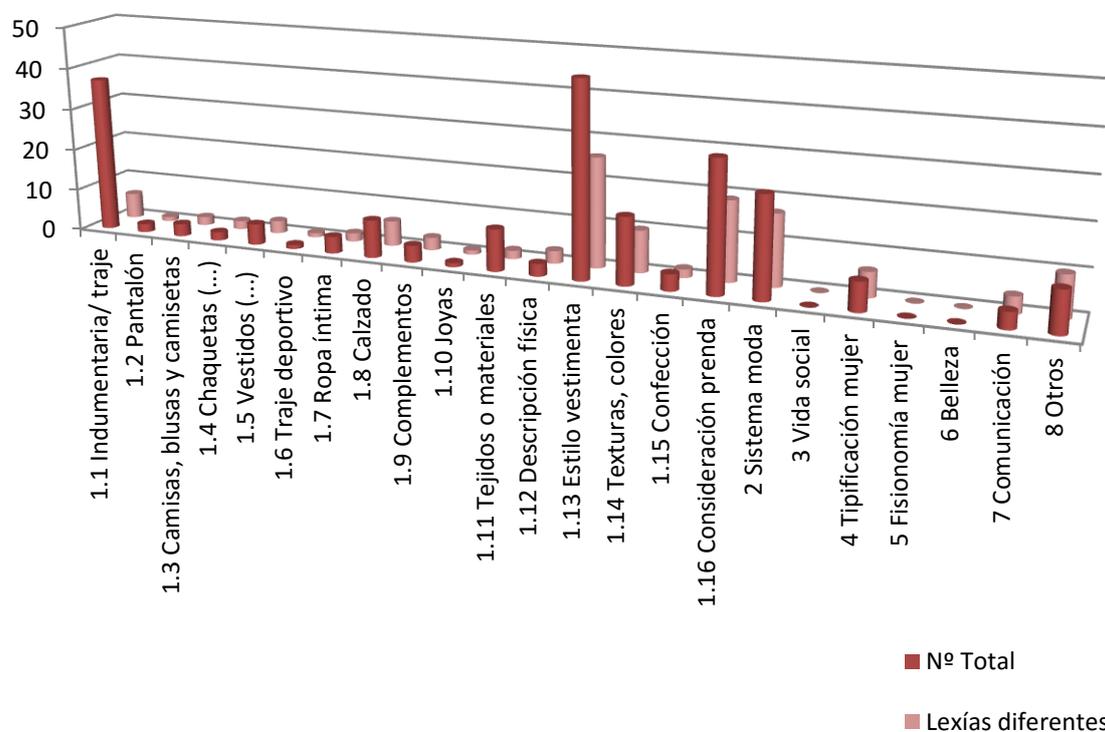
<sup>56</sup> Redes sociales como *twitter*.

<sup>57</sup> El mismo caso que el anterior.

<sup>58</sup> (*Denim*) *days*. Se ha distribuido aquí *days* siguiendo nuestros criterios metodológicos.

<sup>59</sup> *Zoom* (Estilo). Se trata del cintillo de una sección.

Gráfico 4. Distribución de anglicismos según área temática en *Glamour*



En esta publicación hemos recogido 223 voces, y 126 lexías diferentes (*animal prints, apps, arty (3), (vestido) baby doll (2), backstage, bikini, blazer, bomber squad, boyish, bra (3), casting, casual (3), celebrities (3), chaos, clutch, comeback, cool (3), country girl, country, (botas) cowboy (3), cowgirl, crop, crop top, cut out, days, denim (9),DIY, dots, easywear, effortless (4), effortless (lujo) (2), fairy tales, fashion system, fit, flat, flipflop, folk/y (3), followers, free style, fresh classic, front rows, funk (2), funny faces, gender free, girls, glam, glitter (2), happy bags, highlights, hit, hoodie, influencers, it bag (2), it girls (3), jeans (2), jumpsuit, labels, lady (2), lady, leather watches, liberty, lip balm, look (27), love story, made in spain (3),magic (2), minimal (2), mix and match,mix, model casting, models, must (2), normcore (2), nude, outfit (6), oyster card, packaging, paisley, performance (3), photocall, pijama suit, pinky promises, plexiglas, pointed, pop (5), pop art, prints (5), punk, queen, queen, ready to wear, sexy, sexy, shoes, shop (4), shop glamour (2), show, sixties (2), slip dress (3), smiley, sneakers (2), sporty, spring-summer, stars warrior, streetstyle, streetwear, stripes, patchwork, techie, test, top (2), top (4), top model (2), trendy, true, twin set, twist, ugly shoes, ugly, unisex, very important, wearables, web, western (2), white dress, zoom*). Lo que quiere decir que el volumen se debe más a la repetición de las palabras que a la presentación de diferentes anglicismos.

Sin lugar a dudas, la publicación en la que más anglicismos se han recogido es en *Glamour*. Estos se distribuyen en la mayoría de campos y subcampos. El apartado con más lexías vuelve a ser “Vestuario” y en concreto las categorías: “Estilo de la vestimenta o complementos” con 46 palabras (*arty* (3), (*vestido*) *baby doll* (2), *boyish*, *casual* (3), *chaos*, (*lujo*) *effortless* (2), *effortless* (4), *fairy tales*, *folk/y* (3), *free style*, *fresh classic*, *funk* (2), *lady*, *minimal* (2), *normcore* (2), *pop* (5), *punk*, *queen*, *sixties* (2), *sporty*, *stars warrior*, *streetstyle*, *streetwear*, *techie*, *western* (2)); “Indumentaria/ traje” con 37 voces (*look* (27), *outfit* (6), *mix*, *mix and match*, *fit*, *twin set*); “Consideración de la prenda o complemento” con 31 volumen de lexías (*comeback*, *cool* (3), *easywear*, *gender free*, *highlights*, *hit*, *magic* (2), *must* (2), *ready to wear*, *sexy*, *shop* (4), *shop glamour* (2), *top* (4), *trendy*, *true*, *twist*, *ugly*, *unisex*, *very important*) y “Texturas, colores y estampados” con 16 palabras (*animal prints*, *dots*, *glitter* (2), *liberty*, *nude*, *paisley*, *patchwork*, *pointed*, *prints* (5), *stripes*). Además se observa un uso amplio en el campo “Sistema de la moda, compras y consumo” con 24 lexías (*backstage*, *casting*, *celebrities* (3), *fashion system*, *front rows*, *glam*, *it girls* (3), *labels*, *model casting*, *models*, *oyster card*, *packaging*, *performance* (3), *photocall*, *show*, *spring-summer*, *top model* (2)). Esto quiere decir que la publicación otorga al inglés un papel especial en su discurso, pues está presente en la mayoría de áreas. Incluso nos atreveríamos a decir que en muchos casos prefiere el uso del extranjerismo a la palabra patrimonial, porque quizá proporcione a los textos más “*glamour*”, como bien reza su cabecera. Todo ello nos permitiría afirmar que esta publicación “es un poco esnob”.

Por otro lado, las categorías con un menor número de anglicismos son: “Pantalón” (*jeans* (2)), “Chaquetas, chalecos suéteres y abrigos” (*bomber squad*, *blazer*), “Traje deportivo o traje de baño” (*bikini*) y “Belleza” (*lip balm*). Quedan vacíos solo tres de ellas “Joyas (pendientes, gargantillas, pulseras, relojes...)”, “La vida social. Diversiones” y “Fisionomía de la mujer”.

En referencia a las lexías diferentes de los apartados, es “Estilo de la vestimenta o complementos”, uno de los que más palabras distintas reúne, 26 en concreto (*arty*, (*vestido*) *baby doll*, *boyish*, *casual*, *chaos*, (*lujo*) *effortless*, *effortless*, *fairy tales*, *folk/y*, *free style*, *fresh classic*, *funk*, *lady*, *minimal*, *normcore*, *pop*, *punk*, *queen*, *sixties*, *sporty*, *stars warrior*, *streetstyle*, *streetwear*, *techie*, *western*). Estos vienen muchas veces acompañados de palabras en español u otros anglicismos para otorgar más especialización si cabe al concepto. *Fresh Classic* o (*lujo*) *effortless* son claros ejemplos. Este dato es igualmente extenso en los apartados “Consideración de la prenda o complemento” con 19 (*comeback*, *cool*, *easywear*, *gender free*, *highlights*, *hit*, *magic*, *must*, *ready to wear*, *sexy*, *shop*, *shop glamour*, *top*, *trendy*, *true*, *twist*, *ugly*, *unisex*, *very important*) y en “Texturas, colores y estampados” con 10 (*animal prints*, *dots*, *glitter*, *liberty*, *nude*, *paisley*, *patchwork*, *prints*, *pointed*, *stripes*). De estas últimas recogidas se infiere que la línea editorial se decanta por el inglés en la calificación de tendencias. Finalmente, “El sistema de la moda (incluido profesiones), compras y consumo” recoge gran variedad de anglicismos, concretamente 17 (*backstage*, *casting*, *celebrities*, *fashion system*, *front rows*, *glam*, *it girls*, *labels*, *model casting*, *models*, *oyster card*, *packaging*,

*performance, photocall, show, spring-summer, top model*). Con todo, esta diversidad de voces quizá tenga relación con el hecho de que el inglés es el idioma de la moda y en consecuencia todos los nuevos estilos que llegan desde allí tienen ya un matiz concreto y en muchos casos inexistentes en nuestra lengua.

Los espacios con menor variedad de palabras del inglés son los subcampos “Pantalón” (*jeans*), “Traje deportivo o traje de baño” (*bikini*). En los campos “Joyas (pendientes, gargantillas, pulseras, relojes...)”, “Fisionomía de la mujer”, “La vida social. Diversiones” y “Belleza” no se recogieron anglicismos.

Al margen de los datos comentados hay que subrayar la subcategoría “Indumentaria/traje”, en la que observamos que no solo se alude a la vestimenta con la conocida voz *look*, sino que los profesionales utilizan otros sinónimos como *outfit* o *mix and match*, con una integración amplia en estas publicaciones.

En general, percibimos que el uso de préstamos del inglés en esta revista es en muchos casos injustificado e innecesario. Se aprecia claramente cuando se utilizan: *flipflops* (1.8), *hoodie* (1.12) o *leather watches* (1.9) en lugar de “chanclas”, “con capucha” o “reloj de piel”. Se puede inferir de esto que la inclusión de anglicismos se debe sobre todo aquí a la búsqueda de un discurso que suene “moderno, distinguido y elegante”. Aunque ello no quiera decir que los profesionales no utilicen préstamos del inglés por economía lingüística o por necesidad denominativa. Por ejemplo, *DIY* (en lugar de “hazlo tú mismo”) o *clutch* (no existe una palabra en español para denominar bolso de mano de tapa dura).

Asimismo, es preciso recalcar la abundante presencia de anglicismos que no están asimilados entre los hablantes. Su comprensión se limitaría a aquellas personas que tengan un conocimiento básico o medio de inglés. *Comeback* (1.16), *gender free* (1.16) *highlights* (1.16), *stripes* (1.14), *twist* (1.16), son algunos casos.

#### 10.4. TELVA

Tabla 5. Distribución de anglicismos según área temática en *Telva*

ÁREA TEMÁTICA	ANGLICISMOS	NÚMERO TOTAL DE VOCES	NÚMERO DE VOCES DIFERENTES
1. VESTUARIO			
1.1 Indumentaria/traje	<i>look</i> (7), <i>total look</i> (2), <i>dress code</i> , <i>outfit</i>	11	4

1.2 Pantalón	<i>track pant, mom's jeans</i>	2	2
1.3 Camisa, blusas y camisetas	<i>top (4), crops tops (2), tank tops</i>	7	3
1.4 Chaquetas, chalecos, suéteres y abrigos	<i>bomber (3), varsity, souvenir jacket</i>	5	3
1.5 Vestidos, faldas o monos	<i>slip dress (3)</i>	3	1
1.6 Traje deportivo o traje de baño		0	0
1.7 Ropa íntima		0	0
1.8 Calzado (zapatos, botas, sandalias, zapatos de tacón...)	<i>flats<sup>60</sup> (4), heels (3), kitty flats</i>	8	3
1.9 Complementos (Gorros, sombreros, cinturones, bolsos, pañuelos...)	<i>pins, piercings, clutch</i>	3	3
1.10 Joyas (pendientes, gargantillas, pulseras, relojes...)	<i>neckband, choker, ear cuff</i>	3	3
1.11 Tejidos o materiales		0	0
1.12 Descripción física de la vestimenta o complementos	<i>oversize/d (3), skinny, clip<sup>61</sup>, small</i>	6	4
1.13 Estilo de la vestimenta o complementos	<i>grunge (5), minimal (3), rock (2), cyberpunk, sixties, glam, arty, granny<sup>62</sup>, vintage, western, fifties, op art, geek<sup>63</sup>, sport<sup>64</sup>, streetwear, pop, casual, army, cowboy,</i>	30	23

<sup>60</sup> *Flats* y *heels* señalan a una competición que atañe a las lectoras, a las que se les reta a posicionarse en el equipo de zapatos planos o tacones. Las voces venían acompañadas de *team*, que hemos desgajado para su análisis: *(team)flats*, *(team)heels*. Hay un caso en el que nos encontramos a *flat* solo.

<sup>61</sup> (Pendientes en versión) *clip*.

<sup>62</sup> Va acompañado del galicismo *chic*.

<sup>63</sup> *Geek* (de lujo).

<sup>64</sup> *Sport* (de lujo).

	<i>teen, seventies, softpunk, lady</i>		
1.14 Texturas, colores y estampados	<i>prints (3), diamond print</i>	5	3
1.15 Confección de la vestimenta	<i>puzzle<sup>65</sup> (2), made in spain, made in florence</i>	4	3
1.16 Consideración de la prenda o complemento	<i>revival (4), unisex (4), fan (2), sexy (2), fashion<sup>66</sup> (2), must, risky, cool, boom, lifestyle<sup>67</sup>, premium</i>	20	11
2. EL SISTEMA DE LA MODA (INCLUIDO PROFESIONES), COMPRAS Y CONSUMO	<i>top<sup>68</sup> (3), celebrities (3), it girls (2), wish list, top model, mainstream, bloggers, backstage, front rows, fashion weeks</i>	15	10
3. LA VIDA SOCIAL. DIVERSIONES	<i>hobby, rock, selfies, best seller, brunch</i>	5	5
4. TIPIFICACIÓN DE LA MUJER	<i>mood<sup>69</sup>, working girl, sexy, lady</i>	4	4
5. FISIONOMÍA DE LA MUJER		0	0
6. BELLEZA		0	0
7. COMUNICACIÓN	<i>web (8)</i>	8	1
8. OTROS	<i>casual friday, first class<sup>70</sup>, boarding pass<sup>71</sup>, god bless america<sup>72</sup>, tip, team,</i>	9	9

<sup>65</sup> Alusión a la forma de confeccionar un bolso de *Loewe*.

<sup>66</sup> En una de las ocasiones viene junto a *ultra*.

<sup>67</sup> (Una firma de) *lifestyle*. Se arguye que esa firma no solo tiene personalidad, sino que define un modo de vida.

<sup>68</sup> Alusión a los modelos.

<sup>69</sup> La revista alude a la actitud, que se infiere de seguridad y sensualidad, que debe tener la mujer al llevar un conjunto de ropa.

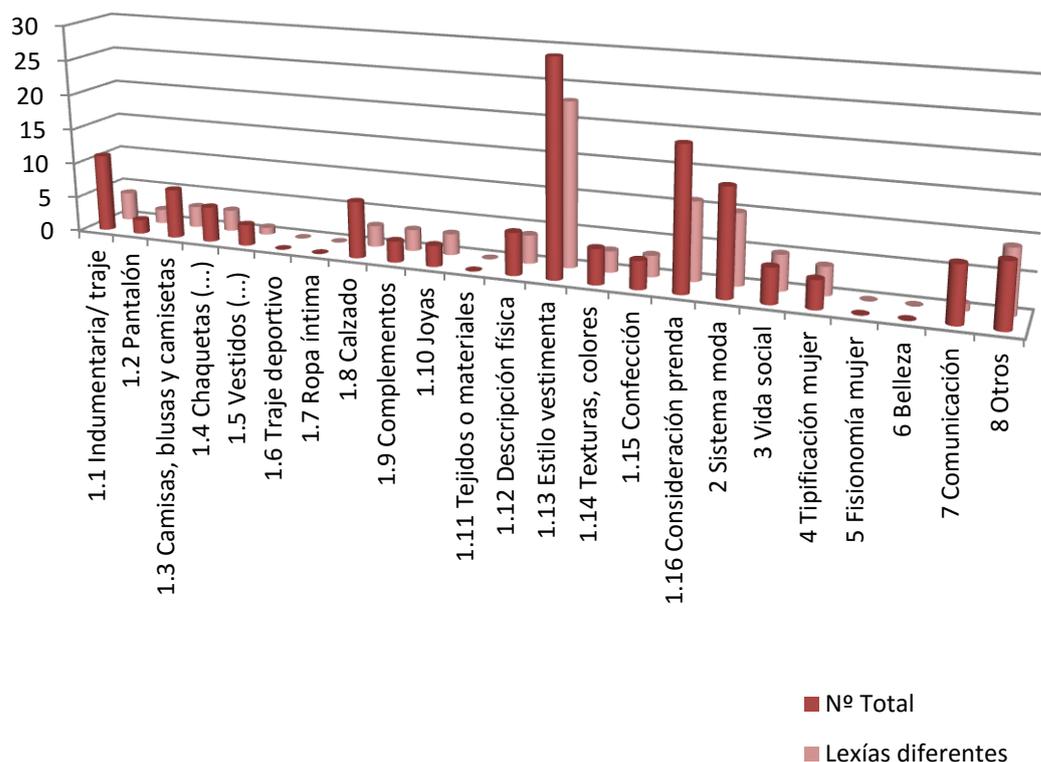
<sup>70</sup> Relacionado con una puesta en escena de la firma *Chanel*.

<sup>71</sup> Relacionado con una puesta en escena de la firma *Chanel*.

<sup>72</sup> Esta frase hecha se ha recogido aun no siendo muy común encontrarla, de hecho solo ha aparecido una vez en el cómputo de voces. La justificación para colocarla aquí es dejar constancia de que las revistas van más allá en el uso de lexías simples y complejas y llegan a mostrar auténticas frases. Que no solo demuestran la afinidad por el uso del inglés, sino el gusto por su cultura.

	<i>remakes, chefs, boarding schools</i>		
--	---	--	--

Gráfico 5. Distribución de anglicismos según área temática en *Telva*



En esta publicación hemos recogido 149 voces, y 96 lexías diferentes (*army, arty, backstage, best seller, bloggers, boarding pass, boarding schools, bomber (3), boom, brunch, casual friday, casual, celebrities (3), chefs, choker, clip, clutch, cool, cowboy, crops tops (2), cyberpunk, diamond print, dress code, ear cuff, fan (2), fashion (2), fashion weeks, fifties, first class, flats (4), front rows, geek, glam, god bless america, granny, grunge (5), heels (3), hobby, it girls (2), kitty flats, lady, lady, lifestyle, look (7), made in florence, made in spain, mainstream, minimal (3), mom's jeans, mood, must, neckband, op art, outfit, oversize/d (3), piercings, pins, pop, Premium, prints (3), puzzle (2), remakes, revival (4), risky, rock (2), rock, selfies, seventies, sexy (2), sexy, sixties, skinny, slip dress (3), small, softpunk, souvenir jacket, sport, streetwear, tank tops, team, teen, tip, top (3), top (4), top model, total look (2), track pant, unisex (4), varsity, vintage, web (8), western, wish list, working girl*). De esta manera, *Telva* se encuentra entre las publicaciones que más extranjerismos del inglés utiliza respecto a las otras publicaciones analizadas, ocupando un segundo puesto después de *Glamour*.

Aquí observamos que las palabras registradas siguen acumulándose en los campos semánticos “Indumentaria/Traje” con 11 voces anglicadas (*dress code, look (7), outfit, total look (2)*); “Estilo de la vestimenta o complementos” con 30 lexías (*army, arty, casual, cowboy, cyberpunk, fifties, geek, glam, granny, grunge (5), lady, minimal (3), op art, pop, rock (2), seventies, sixties, softpunk, sport, streetwear, teen, vintage, western*); “Consideración de la prenda o complemento” con 20 palabras (*boom, cool, fan (2), fashion (2), lifestyle, must, premium, revival (4), risky, sexy (2), unisex (4)*) y “El Sistema de la Moda (incluido profesiones) compra y consumo” con 15 (*backstages, bloggers, celebrities (3), fashion weeks, front rows, it girls (2), mainstream, top (3), top model, wish list*). De estos resultados se comprende que esta publicación continúa la tendencia de las otras: tener una preferencia por describir a la indumentaria con palabras procedentes del inglés.

Por el contrario, los apartados con ausencia de anglicismos son las subcategorías “Traje deportivo o traje de baño”, “Ropa íntima”, “Tejidos o materiales” y los campos “Fisionomía de la mujer” y “Belleza”. Tienen un escaso volumen de anglicismos los siguientes subapartados de “Vestuario”: “Pantalón” con 2 lexías (*mom’s jeans, track pant*); “Vestidos, faldas o monos” con 3 palabras (*slip dress (3)*); “Complementos (Gorros, sombreros, cinturones, bolsos, pañuelos...)” con 3 palabras (*clutch, piercings, pins*) y “Joyas (pendientes, gargantillas, pulseras, relojes...)” con 3 anglicismos (*neckband, choker, ear cuff*).

De los campos anteriores, los que más lexías diferentes presentan son: “Estilo de la vestimenta o complementos” con 23 lexías diferentes (*army, arty, casual, cowboy, cyberpunk, fifties, geek, glam, granny, grunge, lady, minimal, op art, pop, rock, seventies, sixties, softpunk, sport, streetwear, teen, vintage, western*); “Consideración de la prenda o complemento” con 11 voces distintas (*boom, cool, fan, fashion, lifestyle, must, premium, revival, risky, sexy, unisex*); “El sistema de la moda (incluido profesiones) compras y consumo” con 10 (*backstages, bloggers, celebrities, fashion weeks, front rows, it girls, mainstream, top, top model, wish list*) y “Otros” con 9 (*boarding pass, boarding schools, casual friday, chefs, first class, god bless america, remakes, tip, team*). Los campos que menor rango de anglicismos recogen son, por el contrario: “Vestidos, faldas o monos” (*slipdress*) y “Comunicación” (*web*).

Es conveniente resaltar el campo “Chaquetas, chalecos, suéteres y abrigos”, donde se rastrean tres variedades de chaquetas: *varsity, souvenir jacket* y *bomber*. Lo curioso es que todas estas prendas son la misma, pero la publicación entiende que tienen nombre propio pues su estilo, forma y diseño son únicos y los diferencian del resto. Existe un acuerdo en el mundo de la moda en el que se decide designar a la típica chaqueta universitaria americana como *varsity*. Más tarde son este tipo de publicaciones las que representan en sus páginas estos conceptos que se logran difundir y asentar a veces incluso en el uso de los hablantes.

Por otro lado, en el campo “Calzado (zapatos, botas, sandalias, zapatos de tacón)” se registran en 4 ocasiones *flats* y 3 veces *heels*. La reiteración de estas palabras no tiene

tal importancia, pues su repetición se debe a la organización de un concurso que propone a las lectoras posicionarse en el bando del calzado plano o de tacón. No obstante, sí habría que señalar que el boletín se decanta por el uso de la voz inglesa en detrimento de la patrimonial, casi excluyendo la presencia de estas últimas.

Como ya apuntábamos, el campo “Estilo de la vestimenta o complementos” continúa en este magazín la misma tendencia que en publicaciones anteriores. Llama la atención aquí la repetición en 5 ocasiones del término *grunge* (‘destartalado, dejado’). Esta reiteración se debe en muchos casos al gusto por un estilo en una temporada concreta. Lo mismo ocurre en “Vestidos, faldas o monos” con prendas de moda como el *slip dress* (‘vestido lencero’) que deja notarse en cada una de las publicaciones que venimos analizando y que en meses anteriores, probablemente no tuviera –o en menor medida– esa presencia.

De igual manera, la subcategoría “Consideración de la prenda o complemento” recoge un amplio rango de voces procedentes del inglés. Así, en *Telva* también hay un gusto por designar las tendencias con anglicismos. Además se observa una recopilación diversificada en “El sistema de la moda (incluido profesiones), compras y consumo”. Aquí se encuentran multitud de unidades léxicas que atañen a las pasarelas de moda (*backstage, top model, front row...*) y a los agentes que se mueven en torno al engranaje de la moda y que influyen en su funcionamiento: *bloggers, celebrities* y *it girls*.

En cuanto a “Tipificación de la mujer”, *Telva* coincide con el resto de publicaciones en mostrar un modelo de mujer trabajadora, femenina, joven y *sexy*, pues se dirige a ella con términos como *working girl, sexy* y *lady*.

Finalmente, sería interesante resaltar el campo “Otros” que, como ya apuntamos, posee 9 anglicismos diferentes. Aquí encontramos frases como *God bless America*. Esta formación responde no solo a la predilección de esta revista por el uso de anglicismos, sino por la cultura angloamericana, que también se aprecia en el uso de lexías como *boarding schools*.

## 10.5. VOGUE

Tabla 6. Distribución de anglicismos según área temática en *Vogue*

ÁREA TEMÁTICA	ANGLICISMOS	NÚMERO TOTAL DE VOCES	NÚMERO DE VOCES DIFERENTES
1. VESTUARIO			
1.1 Indumentaria/traje	<i>look</i> (13), <i>total look</i>	14	2

1.2 Pantalón	<i>jeans, shorts</i>	2	2
1.3 Camisa, blusas y camisetas	<i>bodysuit</i>	1	1
1.4 Chaquetas, chalecos, suéteres y abrigos	<i>cropped jacket</i> <sup>73</sup>	1	1
1.5 Vestidos, faldas o monos		0	0
1.6 Traje deportivo o traje de baño		0	0
1.7 Ropa íntima	<i>bodysuit</i>	1	1
1.8 Calzado (zapatos, botas, sandalias, zapatos de tacón...)	<i>loafers, it shoe</i>	2	2
1.9 Complementos (Gorros, sombreros, cinturones, bolsos, pañuelos...)		0	0
1.10 Joyas (pendientes, gargantillas, pulseras, relojes...)		0	0
1.11 Tejidos o materiales	<i>denim</i>	1	1
1.12 Descripción física de la vestimenta o complementos	<i>oversize/d (2), hoodie</i>	3	2
1.13 Estilo de la vestimenta o complementos	<i>arty (3), casual (2), walking sleepwear</i> <sup>74</sup> , <i>military, vintage, nerd, minimal, sportwear, luxury sportwear, streetwear, classy,</i>	20	17

<sup>73</sup> No se ha analizado dividiendo las lexías, pues la revista trata esta prenda como una nueva tendencia, de ahí que tenga nombre propio y un sentido único al utilizar esta combinación. Así lo venimos considerando en varios ejemplos anteriores.

<sup>74</sup> La revista considera así a la ropa cómoda “de ir por casa” para extender su uso en la calle.

	<i>streetstyle, folk, comfy, hype, pop, space</i> <sup>75</sup>		
1.14 Texturas, colores y estampados	<i>tye-dye, glitter</i>	2	2
1.15 Confección de la vestimenta		0	0
1.16 Consideración de la prenda o complemento	<i>cool (2), trendy, “think party, wear daily”<sup>76</sup>, unisex, must</i>	6	5
2. EL SISTEMA DE LA MODA (INCLUIDO PROFESIONES), COMPRAS Y CONSUMO	<i>insiders</i> <sup>77</sup> (11), <i>retailers, blumonday celebrities</i>	14	4
3. LA VIDA SOCIAL. DIVERSIONES	<i>running, clubs</i>	2	2
4. TIPIFICACIÓN DE LA MUJER		0	0
5. FISIONOMÍA DE LA MUJER		0	0
6. BELLEZA		0	0
7. COMUNICACIÓN		0	0
8. OTROS	<i>match point, skyline</i> <sup>78</sup> , <i>techno princesses</i> <sup>79</sup>	3	3

<sup>75</sup> *Space (couturier)*. Aquí se utiliza la formación para designar el estilo de un diseñador, y por ende, de su colección.

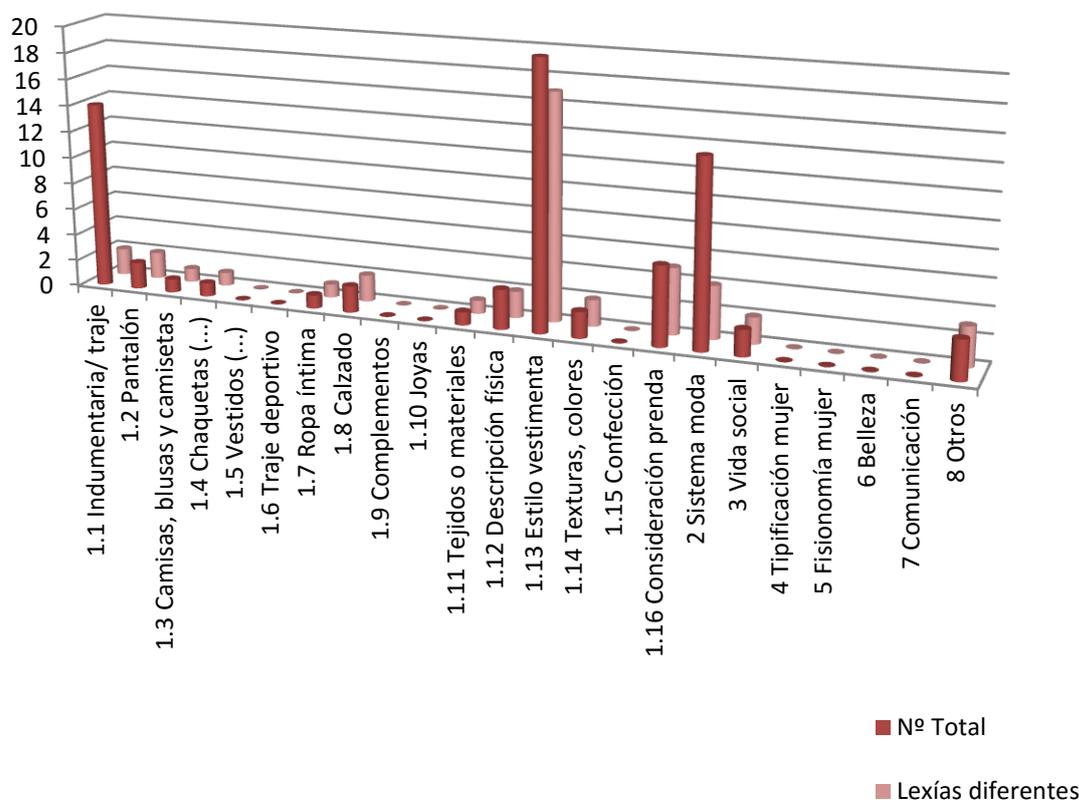
<sup>76</sup> Se refiere a la indumentaria de fiesta que se puede usar día a día. Se ha añadido porque queríamos dejar constancia de este tipo de ejemplos. Es muy llamativo observar cómo la revista añade en su discurso este tipo de frases y no se limita a incorporar lexías simples y complejas.

<sup>77</sup> *Insiders* (Tendencias/colaboración/ Una chica, un estilo/Opinión/ Estilo). Son los nombres del cintillo de una sección. Hacen referencia a la profundización en las tendencias del momento con diferentes matices.

<sup>78</sup> Una joya que tiene inspiración en los *skylines* o rascacielos de Nueva York.

<sup>79</sup> Se alude a las heroínas japonesas de los videojuegos en los que *Louis Vuitton* se ha inspirado para su nueva colección.

Gráfico 6. Distribución de anglicismos según área temática en *Vogue*



Esta publicación es la que menos voces del inglés presenta: 72 voces y 46 lexías diferentes (*arty* (3), *bluemonday*, *bodysuit*, *bodysuit*, *casual* (2), *celebrities*, *classy*, *clubs*, *comfy*, *cool* (2), *cropped jacket*, *denim*, *folk*, *glitter*, *hoodie*, *hype*, *insiders* (11), *it shoe*, *jeans*, *loafers*, *look* (13), *luxury sportwear*, *match point*, *military*, *minimal*, *must*, *nerd*, *oversize/d* (2), *pop*, *retailers*, *running*, *shorts*, *skyline*, *space*, *sportwear*, *streetstyle*, *streetwear*, *techno princesses* “*think party*, *wear daily*”, *total look*, *trendy*, *tye-dye*, *unisex*, *vintage*, *walking sleepwear*). La causa podría estar en su contenido, que al ser muy gráfico impide el análisis de un mayor contenido textual.

En cuanto a afluencia de anglicismos, es la subcategoría “Estilo de la vestimenta o complementos” con 20 anglicismos la que más acumula (*Arty* (3), *casual* (2), *classy*, *comfy*, *folk*, *hype*, *luxury sportwear*, *military*, *minimal*, *nerd*, *pop*, *space*, *sportwear*, *streetstyle*, *streetwear*, *vintage*, *walking sleepwear*). Después son “Indumentaria/traje” con 14 voces (*look* (13), *total look*) y “El sistema de la moda (incluido profesiones) compras y consumo” con 14 también (*insiders* (11), *retailers*, *bluemonday*, *celebrities*) las que le siguen en orden de acumulación.

Por otro lado, los campos con menor presencia de voces del inglés son las subcategorías “Camisa, blusas y camisetas” (*bodysuit*), “Chaquetas, chalecos, suéteres y abrigos” (*cropped jacket*), “Tejidos o materiales” (*denim*) y “Ropa íntima” (*bodysuit*). Además,

en 9 áreas no se ha registrado ni una lexía: “Vestidos, faldas o monos”, “Traje deportivo o traje de baño”, “Complementos (gorros, sombreros, cinturones, bolsos, pañuelos...)”, “Joyas (pendientes, gargantillas, pulseras, relojes...)”, “Confección de la vestimenta”, “Tipificación de la mujer”, “Fisionomía de la mujer”, “Belleza” y “Comunicación”. En principio, se puede intuir el significado de estos datos. No hay una gran aparición de anglicismos referentes a trajes de baño porque las ediciones que escogimos para el análisis fueron de febrero y marzo, donde aún no tienen cabida las tendencias veraniegas. Por otro lado, el que no exista un volumen de anglicismos sobre ropa deportiva se debe a que estas mismas publicaciones tienen de hecho secciones específicas sobre salud y deporte, que descartamos por salir de la temática de nuestro objeto de estudio. Si aparecen términos cercanos a la ropa deportiva (*track pant, tank tops...*) no se han considerado como tal. Es decir, se han tomado como prendas con estilo deportivo, informal y cómodo, pero no necesariamente como ropa destinada a practicar deporte. Algo similar ocurre con el campo de “Belleza”, con secciones especializadas en esta temática en las revistas, aunque a veces, la belleza (cosméticos, cuidado personal y peluquería) viene inmersa en las secciones de tendencia textil, como hemos podido comprobar con anglicismos como *cat eye* o *lip balm*.

El apartado que más variedad de anglicismos registra es “Estilo de la vestimenta o complementos” con 17 anglicismos distintos (*arty, casual, classy, comfy, folk, hype, luxury sportwear, military, minimal, nerd, pop, space, sportwear, streetstyle, streetwear, vintage, walking sleepwear*). En cambio, podríamos afirmar que el resto de espacios tienen una baja diversidad, lo que quiere decir que se incorporan anglicismos casi de manera exclusiva para definir estilos.

En el apartado “Estilo de la vestimenta o complementos” se observan conceptos muy especializados como *walking sleepwear* o *luxury sportwear* que aportan matices y sentidos únicos a la indumentaria. De esa manera, *luxury sportwear* hace referencia a ropa con estilo deportivo que a la vez es glamuroso y tiene toques sofisticados.

Para terminar, sería preciso indicar que *Vogue* va más allá en el uso de anglicismos y “se atreve” con formaciones o frases hechas como *think party, wear daily*. Los profesionales parecen dominar el lenguaje y frases como estas lo demuestran. En conclusión, se percibe una predisposición a la creación de formaciones sintácticas y conceptos en inglés que otorgan dinamismo y frescura al discurso, si bien este rasgo positivo solo puedan apreciarlo quienes tengan un básico conocimiento en el idioma vecino.

## 10.6. TODAS LAS PUBLICACIONES

Tabla 7. Distribución de anglicismos según área temática en todas las publicaciones

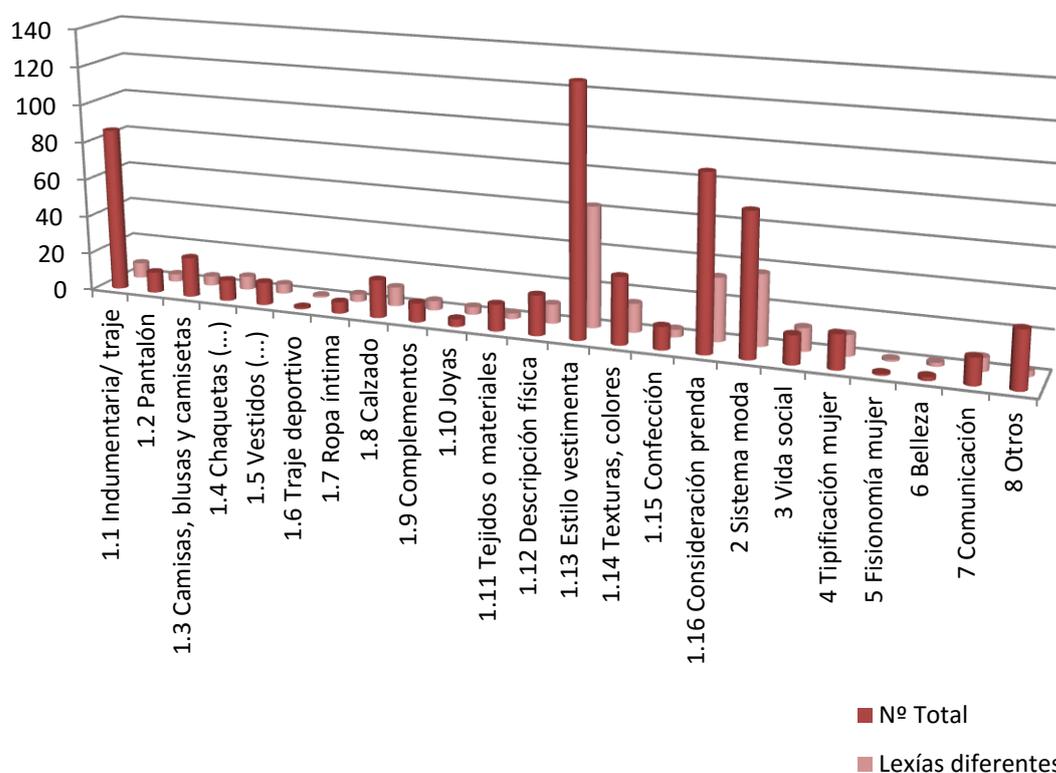
ÁREA TEMÁTICA	ANGLICISMOS	NÚMERO TOTAL DE VOCES	NÚMERO DE VOCES DIFERENTES
1. VESTUARIO			
1.1 Indumentaria/traje	<i>look (64), total look (8), outfit (7), mix &amp; match (2), mix (2), fit, twin set, dress code</i>	86	8
1.2 Pantalón	<i>shorts (4), jeans (5), track pant, mom's jeans</i>	11	4
1.3 Camisa, blusas y camisetas	<i>top (9), crop top/ cropped top (9), crop, ,tank tops, bodysuit</i>	21	5
1.4 Chaquetas, chalecos, suéteres y abrigos	<i>bomber (4), blazer (2), minipull, bomber squad, varsity, souvenir jacket, cropped jacket</i>	11	7
1.5 Vestidos, faldas o monos	<i>slip dress (7), (vestidos) boho (2), lbd (little black dress), white dress, jumpsuit</i>	12	5
1.6 Traje deportivo o traje de baño	<i>bikini</i>	1	1
1.7 Ropa íntima	<i>bra (3), body, bodysuit, pijama suit</i>	6	4
1.8 Calzado (zapatos, botas, sandalias, zapatos de tacón...)	<i>flat (5), heels (3), (botas) cowboy (3), sneakers (2), shoes, ugly shoes, flipflops, kitty flats, loafers, it shoe</i>	20	10
1.9 Complementos (Gorros, sombreros,	<i>it bag (3), piercing (2), pins (2), clutch (2), happy</i>	10	5

cinturones, bolsos, pañuelos...)	<i>bags</i>		
1.10 Joyas (pendientes, gargantillas, pulseras, relojes...)	<i>neckband, choker, ear cuff, leather watches</i>	4	4
1.11 Tejidos o materiales	<i>denim (12), stone, plexiglas</i>	14	3
1.12 Descripción física de la vestimenta o complementos	<i>oversize/d (8), skinny (4), hoodie (2), platform, stretch, extralarge, crop, cut out, clip, small</i>	21	10
1.13 Estilo de la vestimenta o complementos	<i>pop (10), minimal (8), arty (7), casual (7) grunge (5), (inspiración o inclinación) summer (4), effortless (4), western (4), vintage (4), streetwear (4), folk/y (4) sixties (3), lady (3), street style (3), boyfriend (2), british (2), normcore (2), (lujo) effortless (2), funk (2), (vestido) baby doll (2), sporty (2), rock (2), rock &amp; roll (2), punk (2), boyish (2), gold &amp; rock, preppy, college, kidult, street, working glam, city, snow zone, american vintage, navy, techie, chaos, fairy tales, stars warrior, queen, free style, fresh classic, cyberpunk, glam, granny, fifties, op art, geek, sport, army, cowboy, teen, seventies, softpunk, walking sleepwear, military, nerd, sportwear, luxury sportwear, classy, comfy, hype, space</i>	130	63

1.14 Texturas, colores y estampados	<i>prints (10), glitter (4) patchwork (4), tie dye (3), denim (2), nude (2), color block (2), monogram, pointed, animal prints, paisley, dots, liberty, stripes, diamond print</i>	35	15
1.15 Confección de la vestimenta	<i>made in spain (6), diy (do it yourself) (3), puzzle (2), made in florence</i>	12	4
1.16 Consideración de la prenda o complemento	<i>cool (11), must (7), sexy (6), top (6), unisex (6), hit (5), topelle (4), trendy (4), shop (4), revival (4), must have (3), it (3), ecofriendly (2), fashion (2), shop glamour (2), magic (2), twist (2), fan (2), fashion<sup>2</sup>(2), the best, very important, ugly, highlights , true, comeback , gender free , ready to wear, easywear, risky, boom, lifestyle, premium, “think party, wear daily”</i>	91	33
2. EL SISTEMA DE LA MODA (INCLUIDO PROFESIONES), COMPRAS Y CONSUMO	<i>insiders<sup>1</sup> (11), celebrities (7), it girls (5), top (5), performance (3), top model (3), wish list (3), front rows (3) backstage (2), logo (2), fashion weeks (2), casting (2), show (2), spot, labels, model casting, photocall, glam, oyster card, fashion system, packaging, spring-summer, models, mainstream, bloggers, retailers, bluemonday, low cost, fast fashion, shopping, glamour, made in spain, branding, low,</i>	74	37

	<i>vip, fashion, concept store</i>		
3. LA VIDA SOCIAL. DIVERSIONES	<i>afterwork (2), relax (2), brunch (2), cds, (casual) fridaysaturdaysunday, cool, hobby, rock, selfies, best seller, running, clubs</i>	15	12
4. TIPIFICACIÓN DE LA MUJER	<i>Sexy (5), lady (3), working girl (2), cowgirl, baby, it girl sixties, country girl, queen, cowgirl, girls, mood</i>	18	11
5. FISIONOMÍA DE LA MUJER	<i>curvy</i>	1	1
6. BELLEZA	<i>cat eye, lip balm</i>	2	2
7. COMUNICACIÓN	<i>web (8), online, sms, followers, influencers, apps, wearables</i>	14	7
8. OTROS	<i>instastyle, jamaica dream, new spring, premium, mustelle, fashion, set, newselle, love story, country, test, days, pinky promises, smiley, pop art, funny faces, web, zoom, casual friday, first class, boarding pass, god bless america, tip, team, remakes, chefs, boarding schools, match point, skyline, techno princesses</i>	30	30

Gráfico 7. Distribución de anglicismos según área temática en todas las publicaciones



En total, contamos con 639 voces entre todas las publicaciones, de las que 281 son lexías diferentes. Este dato es muy revelador porque como ya lo vaticinaban las conclusiones de cada revista el amplio volumen de anglicismos se debe sobre todo a la repetición de lexías a lo largo del contenido textual. Hay palabras que continuamente utilizan los profesionales como *look*, el anglicismo con más apariciones, 64 en concreto.

En cuanto a los campos que mayor número de extranjerismos del inglés presentan, son cuatro los más llamativos en este orden: “Estilo de la vestimenta o complementos” con 130 palabras (*american vintage, army, arty (7), (vestido) baby doll (2), boyfriend (2), boyish (2), british (2), casual (7), chaos, city, classy, college, comfy, cowboy, cyberpunk, (lujo),effortless (2) , effortless (4), fairy tales, fifties, folk/y (4), free style, fresh classic, funk (2), geek, glam, gold & rock, granny, grunge (5), hype, kidult, lady (3), luxury sportwear, military, minimal (8), navy, nerd, normcore (2), op art, pop (10), preppy, punk (2), queen, rock & roll (2), rock (2), seventies, sixties (3), snow zone, softpunk, space, sport, sportwear, sporty (2), stars warrior, street style (3), street, streetwear (4), (inspiración o inclinación) summer (4), techie, teen, vintage (4), walking sleepwear, western (4) ,working glam*); “Consideración de la prenda o

complemento” con 91 (*boom, comeback, cool (11), easywear, ecofriendly (2), fan (2), fashion (2), fashion (2), gender free, highlights, hit (5), it (3), lifestyle, magic (2), must (7), must have (3), premium, ready to wear, revival (4), risky, sexy (6), shop (4), shop glamour (2), the best, think party, wear daily, top (6), topelle (4), trendy (4), true, twist (2), ugly, unisex (6), very important*); “Indumentaria/traje” con 86 unidades léxicas (*dress code, fit, look (64), mix (2), mix & match (2), outfit (7), total look (8), twin set*) y “Sistema de la moda (incluido profesiones) compras y consumo” con 74 léxicas (*backstage (2), bloggers, bluemonday, branding, casting (2), celebrities (7), concept store, fashion system, fashion weeks (2), fashion, fast fashion, front rows (3), glam, glamour, insiders (11), it girls (5), labels, logo (2), low cost, low, made in spain, mainstream, model casting, models, oyster card, packaging, performance (3), photocall, retailers, shopping, show (2), spot, spring-summer, top (5), top model (3), vip, wish list (3)*).

El campo que más variedad de anglicismos posee es “Estilo de la vestimenta o complementos” con 63 palabras diferentes, ya señaladas anteriormente. Le siguen “Sistema de la moda (incluido profesiones) compras y consumo” con 37 voces diferentes; “Consideración de la prenda o complemento” con 33 y “Otros” con 31 léxicas distintas (*boarding pass, boarding schools, casual friday, chefs, country, days, fashion, first class, funny faces, god bless america, instastyle, jamaica dream, love story, match point, mustelle, new spring, newselle, pinky promises, pop art, premium, remakes, set, skyline, smiley, team, techno princesses, test, tip, web, zoom*). ¿Cómo interpretamos estos resultados? Para empezar, el estilo de la indumentaria tiene multitud de posibilidades, pues está inspirado en cualquier ámbito que rodea al ser humano: desde la música y el arte (*country, folky, funk, op art, pop art, rock...*) hasta la naturaleza (*snow zone*) o el mundo cinematográfico (*stars warriors*). Ningún ámbito se le escapa a la moda, que va renovando las tendencias fundamentadas cada temporada en elementos diferentes. Y otras veces recupera las influencias de un tiempo pasado. Igualmente, el sistema de la moda tiene una gran representación en estas publicaciones ya que las tendencias textiles vienen acompañadas del contexto en el que nacen y se desarrollan. Además, con estos datos podemos afirmar que en general, las publicaciones tienen una predisposición por calificar la indumentaria y su estilo con palabras procedentes del inglés. La razón podría estar en que suena más cosmopolita y exquisito describir las tendencias con anglicismos. Asimismo, teniendo en cuenta que es el inglés el idioma en el que habla la moda hoy en día, podría ser más cómodo para estas revistas acoger estos vocablos tal y como llegan, en lugar de buscar los equivalentes en nuestra lengua. Finalmente, el campo “Otros” sobresale, pues es una especie de cajón de sastre donde se recogen todo tipo de conceptos. Entre ellos, conviene resaltar aquellos que son cercanos a la cultura y a las costumbres angloamericanas (*boarding pass, pinky promises*) o al área técnica (*zoom*), entre otros. Esto responde, como ya avecinamos en la “Perspectiva histórica”, a la influencia hegemónica de los países de habla inglesa. El gusto por su cultura se palpa también en el campo de “Vida social. Diversiones”, donde nos encontramos 12 términos diferentes (*afterwork (2), best seller, brunch (2), casual fridaysaturdaysunday, CDs, cool, clubs hobby, relax (2), rock, running, selfies*) que

dejan ver no solo el mimetismo de la lengua inglesa, sino la imitación –cada vez más acusada- de su modo de vida.

En cuanto al campo de “Fisionomía de la mujer”, los resultados nos han provocado cierta extrañeza, pues esperábamos un amplio volumen en este apartado. Probablemente, las revistas no deseen encasillar ni definir a las mujeres –y lectoras- según su condición física, por lo que rara vez se ha hecho mención a su figura. De hecho, solo una vez se utiliza *curvy*. Sin embargo, este planteamiento podría resultar contradictorio, ya que estas al mismo tiempo suelen presentar un canon de belleza de la mujer que se repite sistemáticamente: mujer alta y delgada.

Finalmente, el campo de “Joyas (pendientes, gargantillas, pulseras, relojes...)” tiene también un volumen de anglicismos escaso, si lo comparamos con las otras categorías. Aunque en general las revistas le den importancia a los complementos, el vestuario en sí lo supera en relevancia.

Es preciso resaltar ahora algunos campos que han llamado nuestra atención. Por ejemplo, en “Indumentaria/ traje” nos encontramos 86 voces y 8 lexías diferentes. Como ya hemos mencionado, esto se debe a la repetición de vocablos como *look* o *total look*, con 64 y 8 repeticiones, respectivamente. Es llamativo observar cómo los profesionales utilizan estas lexías extranjeras para hacer referencia al aspecto o a la indumentaria y cómo marginan términos españoles como “aspecto”, “imagen” o “combinación”, que rara vez han tenido representación en nuestro objeto de estudio. Por el contrario se juega con términos como *mix and match*, *mix*, *fit*, *outfit*... todos ellos referentes a la combinación de prendas y la imagen final, fruto de esa mezcla.

Por otro lado, conviene señalar que a veces no existe un acuerdo en la representación de algunas palabras. Especialmente lo hemos notado en lexías del campo “Camisa, blusas y camisetas” en las que hemos registrado a veces *crop top*, y otras *cropped top*. También ocurre en “Descripción física de la vestimenta o complementos” con *oversize* y *oversized*.

Además, este análisis temático nos ha desvelado que hay términos que tienen más presencia en este momento porque están de moda. Lo hemos notado en multitud de áreas temáticas: en “Camisa, blusas y camisetas” es recurrente la voz *crop top* (‘camiseta corta’) ya que es una de las prendas que más se ha llevado estas últimas temporadas. En “Chaquetas, chalecos, suéteres y abrigos” tenemos que destacar el *slip dress* con 7 apariciones. El vestido lencero está presente en cada una de las revistas como reflejo de su éxito. No hay una publicación de las estudiadas que no dedique un apartado a esta nueva tendencia. En “Tejidos o materiales”, el *denim* (‘tejido vaquero’) es el tejido de moda pues se repite con asiduidad también (12 apariciones). En cuanto a “Descripción física de la vestimenta o complementos”, el formato *oversize* (‘grande, ancho’) con 8 repeticiones nos enseña que la tendencia es llevar las prendas en dicho formato. La categoría “Estilo de la vestimenta o complementos” nos muestra que la indumentaria con inspiración *pop*, *minimal*, *arty*, *casual* y *grunge*, entre otros, están en boga. “Texturas, colores y estampados” por su parte, nos sugiere que las prendas mejor

que sean con *prints* ('estampados'), *glitter* ('purpurina'), *patchwork* ('tejido creado con diferentes telas') y *tie dye* ('estampado de colores resultante de teñir la ropa con nudos'). Incluso "Confeción de la vestimenta" nos invita a pensar que las revistas españolas de moda promueven el textil hecho en nuestro país, cuando encontramos en 6 ocasiones *made in Spain*.

Por otra parte, debemos indicar que hay multitud de conceptos que no tienen un equivalente patrimonial fácil de encontrar, pues son términos recién creados con las tendencias que surgen, o poseen matices únicos. Este puede ser uno de los factores más importantes a la hora de incluir léxico extranjero (y en especial, de procedencia inglesa) en las publicaciones de moda. ¿Cómo llamar en español al *normcore*, al *kidult* o las *it girls*? El resultado sería algo así como: "imagen que dé un efecto de haber abierto el armario y haberte puesto lo primero que has visto"; "imagen que combina prendas serias con toques inocentes e infantiles" y "chica influyente que marca tendencia", respectivamente. Es obvio que en estos casos se opte por la variante del extranjero, donde ha tenido lugar el nacimiento de estas formas neológicas a las que no se les puede negar cierta creatividad.

Otras veces se prefiere el extranjerismo porque es más breve que la palabra patrimonial como por ejemplo *must o easywear*, cuyos equivalentes serían: "prenda o complemento que debes tener" y "prenda o complemento fácil y cómodo de llevar".

Para finalizar esta conclusión conjunta, sería necesario comentar el campo de "Tipificación de la mujer". Podemos afirmar a ciencia cierta que todas las revistas analizadas muestran un modelo de mujer concreto: trabajadora, poderosa, cosmopolita, femenina y sensual. Este es el tipo de mujer a la que apelan las publicaciones, teniendo su reflejo en el uso de un amplio rango de extranjerismos (*lady, mood, queen, sexy working girl...*) que están presentes a lo largo de las páginas.

## 11. ADAPTACIÓN LEXICOGRAFICA

### 11.1 INTRODUCCIÓN

Procederemos ahora al estudio lexicográfico de los anglicismos registrados. Para ello consultaremos las lexías en tres diccionarios diferentes: *Diccionario de la Lengua Española* de la Real Academia, *DRAE* (2014), *Diccionario de uso del español*, *DUE* (2008) y *Diccionario del español actual*, *DEA* (2011).

Vamos a utilizar la última edición del *DRAE* porque es el diccionario normativo de referencia en la lengua española. En este sentido, se trata de un filtro lexicográfico fundamental para la inclusión y la adaptación de las voces de procedencia extranjera a nuestra lengua. Por otro lado, se ha elegido el *DUE* porque se considera un clásico que presenta una perspectiva de uso más inclusiva. Por su parte, el empleo del *DEA* se

justifica porque es el diccionario de uso de publicación más reciente, aspecto que puede ser un factor favorecedor de la presencia en sus páginas de palabras actuales. Habría que mencionar también el *Diccionario de voces de uso actual, DVUA*, como obra relevante, pues podría aportar datos interesantes a nuestro estudio. No obstante, dado que debemos poner unos límites razonables a este análisis, la consulta de este repertorio lexicográfico se emplaza hasta una posible ampliación de esta investigación en el futuro.

A continuación desarrollaremos los planteamientos que cada uno de los diccionarios escogidos hace en referencia a la inclusión y representación de las voces extranjeras:

### *DRAE*

Según el *DRAE*, los extranjerismos crudos no adaptados (aquellas lexías que se usan con pronunciación y grafía originales y muestran características gráficas-fonológicas extrañas a la ortografía del español) deben escribirse con algún tipo de resalte gráfico para señalar al lector su origen extranjero, preferiblemente en letra cursiva (*backstage*), o entre comillas (“backstage”). A diferencia de los extranjerismos adaptados a las pautas normativas del español, que se escribirán en letra redonda, sin ningún tipo de destaque y seguirán las reglas de acentuación gráfica del español (*ballet*>balé).

En lo que se refiere a locuciones o dichos extranjeros, estos deben escribirse igualmente en cursiva —o, en su defecto, entre comillas— para indicar su carácter foráneo (hoy hay *happy hour* en la hamburguesería).

Igualmente, cuando se documenten en el uso, un mismo préstamo tanto en su versión original (extranjerismo crudo), como en su forma adaptada, el diccionario registrará ambas, definiendo la voz cruda por remisión a la lexía adaptada. Ejemplo: <<vedete (Del fr. *vedette*). F. 1 Artista principal en un espectáculo de variedades. [...]>>; <<vedette. (Voz fr.). f.vedete>>.

Asimismo, se percibe una tendencia purista en este diccionario cuando propone el uso del equivalente español en detrimento del de un extranjerismo. Ejemplo: <<spam. (Voz ingl.).m.Inform. Correo basura>>. Así se preferiría la palabra patrimonial “correo basura” en lugar de *spam*.

### *DUE*

En la introducción de la segunda edición impresa del diccionario<sup>80</sup> se reconoce haberse realizado una vasta labor de reactualización, respecto a la primera edición. En consecuencia, se recoge una gran variedad de entradas nuevas que reflejan el uso actual de los hablantes de español (tanto en España como en Hispanoamérica). Así, el incremento de lexías rondaría el diez por ciento si se compara con la antigua versión.

<sup>80</sup> La consulta de las voces se ha efectuado en la versión digital del *DUE* de 2008. Pero los planteamientos sobre los extranjerismos los hemos extraído del *DUE* impreso de 1998, pues no tuvimos acceso a dichos planteamientos en la versión electrónica.

No existe en la presentación del diccionario un apartado que verse sobre extranjerismos, pero sí una que reza “Neologismos”, donde quizá tendrían cabida para el diccionario las voces procedentes de otras lenguas. En ese apartado se dice expresamente:

“En cuanto a neologismos de lenguaje general, teniendo en cuenta que la Academia acaba por dar entrada en el léxico oficial a todos los que, sometidos a la prueba de una espera más o menos larga, a veces excesivamente larga, se acreditan de adiciones estables al habla, ha parecido que no debían excluirse de un diccionario <<de uso>> los que ya llevan en esa espera un tiempo prudencial [...]” (p.19).

En lo referente a los extranjerismos no adaptados y su etimología, el diccionario hace la siguiente apreciación: “se hará de ellos una indicación breve de la lengua originaria sin dar cuenta del étimo, que coincide totalmente con el lema” (p. 25).

### *DEA*

A primera vista se deduce que este diccionario es muy inclusivo. De hecho, en su introducción explica que no tiene carácter normativo, sino que nace con la intención de reflejar los usos no que se deberían usar en español, sino los que son utilizados entre los hablantes: “Registra el léxico vivo de nuestra lengua en España, en el tiempo presente, excluyendo las voces caídas en desuso” (p.13). De ahí que tengan presencia en esta obra una buena representación de anglicismos no adaptados a las pautas del español.

En cuanto a la documentación del léxico recopilado, el diccionario dice tener un léxico “establecido de nueva planta”, pues no se guía por reportorios clásicos y tradicionales, sino que se ha servido de textos actuales de diferentes ámbitos del español, de los que se han extraído las unidades léxicas del uso real del español medio de nuestros tiempos. Por eso, el repertorio abarca las más variadas representaciones léxicas.

Asimismo, reconoce que varias áreas de interés han sido observadas con especial atención, entre las que se encuentra la moda: “la informática, las telecomunicaciones, el derecho, la economía, la política, las ciencias (especialmente la medicina), las profesiones femeninas, los deportes, la moda, la cocina, el lenguaje juvenil...” (p.16).

Finalmente, el diccionario señala explícitamente la inclusión de palabras foráneas, sean o no de reciente aparición en nuestro patrimonio: “Aparte de las de dominio general, tienen aquí normal cabida palabras regionales, voces extranjeras, incluso de adopción reciente (...)” (p.17).

## 11.2 RESULTADOS DEL ESTUDIO DE LA ADAPTACIÓN LEXICOGRÁFICA

Tabla 8. Adaptación lexicográfica<sup>81</sup>

ANGLICISMOS	DRAE (2014)	DEA (2011)	DUE (2008)
<i>Afterwork</i>	No	No	No
<i>American</i>	No	No	No
<i>Animal Print</i>	No	No	No
<i>App</i>	No	No	No
<i>Army</i>	No	No	No
<i>Arty</i>	No	No	No
<i>Baby</i>	<p>“Prenda exterior a modo de blusón que se pone a los niños sobre la ropa para evitar que esta se manche o deteriore.”</p> <p>No coinciden ni la definición con el uso, ni las formas, pues en el diccionario se recoge <i>babi</i>.</p>	<p>“Chica”. El sentido que se le da en la revista coincide con esta acepción que le da el diccionario.</p>	<p>“Batita o guardapolvo de niño.”</p> <p>No coinciden ni la definición con el uso, ni las formas, pues en el diccionario se recoge <i>babi</i>.</p>
<i>Baby Doll</i>	No	<p>“Vestido corto de talle alto y vuelo, propio de jovencita”. Esto coincide con el sentido que da la revista.</p>	No
<i>Backstage</i>	<p>“Espacio situado detrás de un escenario o de una pasarela donde se preparan quienes</p>	<p>“Zona situada detrás de un concierto de música moderna o de una pasera de moda”. Se utilizan con el</p>	No

<sup>81</sup> En cada uno de los espacios dejaremos constancia del registro del anglicismo en la obra. Si no aparece el término en el diccionario se escribirá “No” en el hueco. Cuando el anglicismo aparezca, anotaremos la definición que aporta el diccionario. Además explicaremos si existe coincidencia entre la definición ofrecida y el uso que se da en las revistas estudiadas. Además se detallará si la voz se ha escrito igual en el diccionario y en la revista. Si no hay coincidencia, señalaremos cómo fue transcrita en el diccionario, señalando las diferencias. Si, por el contrario, hay similitud en las formas obviaremos el comentario, pues se sobreentiende.

	<p>intervienen en un espectáculo o un desfile de moda”. El sentido con el que se utiliza en la revista es el mismo.</p>	<p>mismo sentido.</p>	
<i>Bag</i>	<p>No</p>	<p>No</p>	<p>No</p>
<i>Best</i>	<p>No</p>	<p>No</p>	<p>No</p>
<i>Best- Seller</i>	<p>“Libro o disco de gran éxito comercial”. Coincide la definición con el uso.</p> <p>En el diccionario aparece sin guión.</p>	<p>“Libro que figura en la cabeza de las ventas”. Coinciden las definiciones.</p>	<p>“Superventas”. Coinciden las definiciones, aunque el diccionario no menciona que se refiera a un libro.</p> <p>En el diccionario aparece sin guión.</p>
<i>Bikini</i>	<p>“Prenda femenina de baño compuesta de un sujetador y una braga”. Coincide con el uso.</p> <p>El diccionario registra biquini y no <i>bikini</i>, pero reconoce al inicio de la entrada que puede aparecer como <i>bikini</i> también.</p> <p>Coinciden las formas, aunque solo se define la forma adaptada. La cruda se define por remisión a la adaptada.</p>	<p>“Traje de baño femenino muy reducido, de dos piezas”. Coincide el uso que le da el diccionario y el profesional.</p> <p>Coinciden las formas. El diccionario registra <i>bikini</i> y no biquini, pero reconoce al inicio de la entrada que puede aparecer como biquini también.</p>	<p>“Traje femenino de baño formado por braga y sujetador”. Coincide.</p> <p>El diccionario recoge tanto bikini como biquini. Reconoce que bikini es una variante ortográfica de biquini. Solo se puede acceder a la definición del concepto accediendo a la entrada de “biquini”.</p>
<i>Blazer</i>	<p>“Chaqueta deportiva, originariamente utilizada en los uniformes de colegios y equipos”.</p>	<p>“Chaqueta sport para hombre o mujer usualmente de franela y con botone” o “chaqueta</p>	<p>“Chaqueta sport de doble botonadura” y “Chaqueta usada generalmente por los miembros de un club o</p>

	<p>Coinciden. Pero en estas publicaciones <i>blazer</i> es una chaqueta americana con solapas y usualmente lleva botones.</p>	<p>o americana”. Coinciden. En la revista se utiliza con sentido más genérico, por lo que se ajusta más a la acepción segunda del diccionario.</p>	<p>equipo deportivo, que suele estar adornada con un escudo”. Coinciden. El uso que se hace de este concepto en las revistas es más genérico pero podría decirse que coincide la definición con el uso.</p>
<i>Blogger</i>	<p>Bloguero: “Persona que crea o gestiona un blog”.</p> <p>Coincide la definición con el uso.</p> <p>La forma no coincide: Encontramos la forma adaptada al español y no el extranjerismo crudo.</p>	<p>Bloguero: “Persona que escribe un blog”.</p> <p>Coincide la definición con el uso.</p> <p>La forma no coincide: Encontramos la forma adaptada al español y no el extranjerismo crudo.</p>	<p>No<sup>82</sup></p>
<i>Bluemonday</i>	No	No	No
<i>Boarding Pass</i>	No	No	No
<i>Boarding School</i>	No	No	No
<i>Body</i>	<p>“Prenda interior femenina, elástica y ajustada, de una sola pieza, que cubre el tronco”. Coinciden.</p> <p>En la revista no solo se hace alusión a la prenda lencera, también a la prenda exterior femenina y ajustada, cuyo significado se obvia en este diccionario.</p> <p>Se recoge como body, pero te define</p>	<p>“Prenda de lencería femenina que cubre el torso y se abrocha en la entrepierna, uniéndose en una sola pieza el sujetador y braga” y “Prenda exterior femenina ajustada que cubre el torso hasta la cintura”. Aparece con el mismo sentido con el que aparece en las revistas: como prenda lencera y como prenda exterior femenina. Coinciden.</p>	<p>“Prenda femenina muy ajustada al cuerpo que cubre desde los hombros hasta las ingles”.</p> <p>En la revista se utiliza como prenda exterior femenina a modo de camiseta y como prenda lencera. Coincide la definición con un solo uso que le da la revista: con el de camiseta que se abrocha en la ingle, obviando la precisión de ser una prenda lencera.</p>

<sup>82</sup> Pero sí aparece *blog*.

	la voz en remisión a la lexía adaptada “bodi”.		
<i>Bodysuit</i>	No	No	No
<i>Boho</i>	No	No	No
<i>Bomber</i>	No	“Cazadora de cuero al modo de las utilizadas por los pilotos militares”. Coinciden. Pero difiere con el uso en las revistas en que en estas, se hace referencia a la <i>bomber</i> sea o no de cuero. No se asimila que esta tenga que ser de ese material.	“Cazadora ajustada a los puños y a la cintura, como la utilizada por los pilotos de aviones militares”.  Coinciden definición y uso.
<i>Bomber Squad</i>	No	No	No
<i>Boom</i>	“Éxito o auge repentino de algo, especialmente de un libro”. Coinciden definición y uso.	“Auge súbito de algo o alguien” Coinciden definición y uso.	“éxito o desarrollo de algo”. Coinciden definición y uso.
<i>Boyfriend</i>	No	“Novio”. En la revista se juega con esta voz para generar un estilo: “Pantalones estilo boyfriend”, por ejemplo.	No
<i>Boyish</i>	No	No	No
<i>Bra</i>	No	No	No
<i>Branding</i>	No	No	No
<i>British</i>	No	No	No
<i>Brunch</i>	No	“Comida que se toma avanzada la	No

		mañana y que combina un desayuno tardío y una comida temprana”. Significados coincidentes.	
<i>Casting</i>	“Selección de actores o de modelos publicitarios para una determinada actuación.” Coinciden, pero en la revista se refiere a modelos.	“Selección del elenco de una película”. No coinciden porque en el diccionario no se concreta que la selección pueda darse en otros ámbitos como puede ser para modelos de pasarela, como se utiliza en la revista. En cuanto a la forma, no coincide, en tanto que aparece con tilde en el diccionario: cásting .	“Conjunto de pruebas que se realizan para seleccionar actores o modelos”. Coincide definición y uso.
<i>Casual</i>	No <sup>83</sup>	“Informal”. Coinciden.	No <sup>84</sup>
<i>Cat Eye</i>	No	No	No
<i>Cd</i>	“Disco compacto”. Coincide con el uso.	“Compact Disc”. Coinciden los significados.	
<i>Celebrity</i> <sup>85</sup>	No	No	No
<i>Chaos</i>	No	No	No
<i>Choker</i>	No	No	No
<i>City</i>	No	No	No
<i>Classic</i>	No	No	No

<sup>83</sup> Lo que aparece es la palabra patrimonial casual, que difiere en significado con la lexía foránea.

<sup>84</sup> Se registró la voz patrimonial, cuyo significado nada tiene que ver con la extranjera.

<sup>85</sup> En todos los diccionarios hemos encontrado “celebridad”, pero no lo tenemos en cuenta, pues no se trata de un extranjerismo adaptado ni traducido. Lo mismo ocurre con “Chaos” y “Caos”.

<i>Classy</i>	No	No	No
<i>Clip</i>	<p>“Sistema de pinza para fijar mediante presión broches, horquillas, etc. Pendientes de clip”. En la revista se utiliza “pendientes de clip”. Coinciden.</p>	<p>En el diccionario no hay ninguna referencia a que clip pueda aludir a un tipo de pendiente. En la revista se utiliza “pendientes de clip”.</p>	<p>“Mecanismo de cierre por presión de ciertos pendientes.” Coinciden.</p>
<i>Club</i>	<p>“Lugar de esparcimiento donde se bebe y se baila y en el que suelen ofrecerse espectáculos musicales, habitualmente de noche”. Coinciden definición y uso.</p>	<p>“Círculo recreativo o cultural de carácter privado”, “Sociedad deportiva”, “Establecimiento, gralm, nocturno, con bebidas, músicas y a veces también baile, algún espectáculo y chicas de alterne”. Coinciden definición y uso.</p>	<p>“1 m. Asociación deportiva, política o de recreo: ‘Club de natación’. 5 Local donde se reúnen sus miembros. 5 Puede usarse en sentido figurado: ‘Es un país que acaba de entrar en el club de los más industrializados del mundo’.</p> <p>2 En un teatro o cine, conjunto de localidades correspondientes a las filas delanteras del piso inmediatamente superior al patio de butacas.</p> <p>3 *Local público de diversión donde se bebe o baila, y en el que suele ofrecerse algún espectáculo, generalmente por la noche: Club nocturno” Coinciden definición y uso.</p>
<i>Clutch</i>	No	No	No
<i>College</i>	No	<p>“Institución docente que forma parte de la universidad”. Coinciden. Pero en la revista se utiliza esa acepción pero para</p>	<p>“Colegio o facultad adscritos a una *universidad inglesa o norteamericana.” Coinciden. En la revista se utiliza</p>

		referirse al estilo <i>college</i> de una prenda o indumentaria.	esa acepción pero para referirse al estilo <i>college</i> de una prenda o indumentaria.
<i>Color Block</i>	No	No	No
<i>Comeback</i>	No	No	No
<i>Comfy</i>	No	No	No
<i>Concept Store</i>	No	No	No
<i>Cool</i>	No	“Que está de moda” o “Estupendo o muy bueno”. Coinciden.	“Bueno, estupendo” o “que está a la última”. Coincide con su uso en las revistas.
<i>Country</i> <sup>86</sup>	<p>“1. Estilo musical popular surgido en el sur y oeste de los Estados Unidos de América, basado en las canciones tradicionales del mundo rural e interpretado típicamente con instrumentos como la guitarra, el violín y el banyo.</p> <p>2. adj. Pertenciente o relativo al country. Una cantante country”.</p> <p>Coinciden definición y uso. En la revista lo utiliza para designar el estilo de la ropa o complementos del género musical definido.</p>	<p>“De gusto rural, estilizado según el modo americano”</p> <p>Coincide, en la revista se utiliza para designar el estilo de la ropa o complementos”.</p>	<p>“Se aplica a un tipo de música popular de los Estados Unidos con influencias del folk y de la música vaquera, a sus intérpretes y a sus cosas.”</p> <p>Coinciden definición y uso, pues la ropa se inspira en este género.</p>
<i>Country Girl</i>	No	No	No

<sup>86</sup> Como veremos en otras ocasiones, hay multitud de términos relativos al arte y a la música que se utilizan en las revistas para designar un estilo en la indumentaria. En estos casos se indicará que coinciden definición y uso cuando explícitamente o de una mínima manera se haga alusión en la definición del diccionario a que dicho término puede ser relativo a otros elementos. Ejemplo: *country*: “Pertenciente o relativo al country”.

(Botas) <i>Cowboy</i>	No	<p>“Vaquero del oeste americano”</p> <p>Coinciden plenamente definición y uso, aunque como en otros casos, en la revista se utiliza con el matiz de “estilo o imitación de esa figura histórica.</p> <p>En cuanto a la forma, el diccionario reconoce que también lo podemos encontrar separado por guión (<i>cow-boy</i>).</p>	<p>“Vaquero de las grandes praderas del oeste de los Estados Unidos.”</p> <p>Coinciden definición y uso, pues la revista utiliza el término para referirse al estilo de complementos (botas) de esta figura.</p>
<i>Cowgirl</i>	No	No	No
<i>Crop</i>	No	No	No
<i>Cropped Jacket</i>	No	No	No
<i>Crop/Ped Top</i> <sup>87</sup>	No	No	No
<i>Curvy</i>	No	No	No
<i>Cut Out</i>	No	No	No
<i>Cyberpunk</i>	No	<p>“Género de ciencia ficción surgido en los años ochenta y ambientado en una sociedad dominada por la tecnología informática”.</p> <p>Coinciden, pues en la revista se utiliza el término para describir un estilo de indumentaria que</p>	<p>“Ciberpunk: Se aplica a un movimiento contracultural surgido en los años ochenta del siglo xx, que combina el punk con elementos de ciencia ficción relacionados con las tecnologías informáticas.” Y “adj. Del ciberpunk”.</p> <p>Coinciden definición y</p>

<sup>87</sup> Se analizará la lexía compleja (*crop top*) y por lexías separadas. Pues *crop top* se ha convertido en un concepto ampliamente utilizado en las publicaciones, como se ha mostrado en la distribución temática.

		<p>está inspirado en este género.</p> <p>Muy interesante: recoge el extranjerismo crudo, pero no lo define, indicando en la entrada la forma adaptada: “ciberpunk”, en la que sí se puede obtener una definición.</p>	<p>uso.</p> <p>Interesante: se registra el extranjerismo crudo, pero no se define, y te remite a la forma adaptada para definirlo.</p>
<i>Denim</i>	No	<p>“Tejido de algodón usado especialmente para ropa vaquera” El diccionario lo define como tejido, con lo que coincide con el uso de la revista. Sin embargo, en algunas ocasiones observamos que se utilizar <i>denim</i> para referirse a su color (color <i>denim</i>)</p>	<p>“Tejido de algodón con el que se fabrica la ropa vaquera.” Coinciden definición y uso. Aunque en la revista también como color <i>denim</i>.</p>
<i>Diamond</i>	No	No	No
<i>Diy</i>	No	No	No
<i>Dots</i>	No	No	No
<i>Dream</i>	No	No <sup>88</sup>	No
<i>Dress</i>	No	No	No
<i>Dress Code</i>	No	No	No
<i>Ear Cuff</i>	No	No	No
<i>Easywear</i>	No	No	No

<sup>88</sup> Sí observamos que se recoge *dream team*.

<i>Ecofriendly</i>	No	No	No
<i>Effortless</i>	No	No	No
<i>Extralarge</i>	No	No	No
<i>Face</i>	No	No	No
<i>Fairy Tales</i>	No	No	No
<i>Fan</i>	<p>“1. Admirador o seguidor de alguien” 2. Entusiasta de algo.” Coinciden con el uso, al ser la definición más genérica y no limitar la admiración a un cantante o grupo musical.</p>	<p>“Admirador entusiasta de un cantante o grupo popular o de un actor”. No coinciden definición y uso, pues en la revista se utiliza para expresar el gusto o deseo por una prenda o complemento.</p>	<p>“Admirador incondicional de una persona que destaca en una actividad; particularmente, de un cantante o grupo musical”. No coinciden plenamente, pues en la publicación se utiliza para expresar el gusto o deseo por una prenda o complemento.</p>
<i>Fashion</i>	No	<p>“Moda” y “Que está a la última moda”. Coinciden.</p>	<p>“A la moda”. El diccionario obvia la acepción de “moda en sí, el mundo de la moda”. Coincide. Pero le faltaría al diccionario añadir una acepción más para que el desglose del concepto fuese más completo.</p>
<i>Fast Fashion</i>	No	No	No
<i>Fashion Week</i>	No	No <sup>89</sup>	No
<i>Fifties</i>	No	No	No
<i>First Class</i>	No	No	No

<sup>89</sup> Pero se observa que se recogen anglicismos cercanos como *fashion victim*.

<i>Fit</i>	No	No	No <sup>90</sup>
<i>Flat/S</i>	No	No	No
<i>Platform</i>	No	No	No
<i>Flipflops</i>	No	<p>“Circuito que puede adoptar dos estados estables y diferenciados, que se asocian a un código binario para almacenar información”. No tienen ningún tipo de coincidencia, ya que en la publicación se utiliza como sandalia de playa.</p> <p>Aparece en el diccionario separado por guion y en singular.</p>	No
<i>Folk/Y</i>	<p>“1. adj. Dicho de la música moderna: Que está inspirada en temas o motivos de la música folclórica. 2. adj. Perteneciente o relativo a la música folk. 3. m. Música folk” Coinciden porque en el diccionario se refiere al género de música <i>folk</i> o relativa al folclore y en la revista hace alusión a un estilo de indumentaria inspirada en el aspecto de los cantantes de <i>folk</i> (sombrosos,</p>	<p><i>Folk</i>: “Música Folk”, “Música moderna inspirada en temas o motivos de la música folclórica” Coinciden. En el diccionario se refiere únicamente al género de música, mientras que en la publicación hace alusión a un estilo de indumentaria inspirada en el aspecto de los cantantes de folk (sombrosos, estampados...). Esto ocurre en la mayoría de los casos.</p>	<p>“Se aplica a un tipo de música moderna inspirada en la música popular, y a sus intérpretes”.</p> <p>Coinciden porque en el diccionario se refiere al género de música <i>folk</i> o relativa al folclore. Y en la revista se hace alusión a un estilo de indumentaria inspirada en el aspecto de los cantantes de <i>folk</i> (sombrosos, estampados...). La indumentaria <i>folk</i> está inspirada en el contexto y movimiento musical indicado.</p>

<sup>90</sup> Pero sí recoge *fitness*, un derivado.

	estampados...)		
<i>Follower</i>	No	No	No
<i>Free</i>	No	No <sup>91</sup>	No
<i>Fresh</i>	No	No	No
<i>Friday</i>	No	No	No
<i>Front Row</i>	No	No	No
<i>Fun/Nny</i>	No	No	No
<i>Funk</i>	No	<p>“Variedad de jazz moderno propio de los negros norteamericanos, de ritmo muy sincopado y con gran influencia en el rock y en la música disco”.</p> <p>Coinciden, pues al igual que en casos anteriores, el diccionario se centra en el género musical, y en la revista se hace referencia al estilo propio del mundo del <i>funk</i> (cómo visten los artistas de funk), es decir, indumentaria inspirada en este género. De ahí que se le otorgue en las publicación un sentido propio para delimitar un estilo de la vestimenta.</p>	<p>“Se aplica a cierto tipo de *música surgida en Estados Unidos, de ritmo muy marcado, apropiada para el baile en discotecas.”</p> <p>Coinciden. En la revista se utiliza el término como un estilo de indumentaria. Aunque probablemente el estilo esté inspirado en este movimiento, como en otras ocasiones hemos visto.</p> <p>El diccionario reconoce la existencia también de <i>funky</i>. En las publicaciones aparece sin resalte y siempre funk, no <i>funky</i>.</p>
<i>Geek</i>	No	No	No
<i>Gender Free</i>	No	No	No

<sup>91</sup> Hemos observado que sí aparecen voces como *freelancer* o *free jazz*.

<i>Girl</i>	No	<p>“Muchacha que forma parte de un conjunto coreográfico en una revista o en un espectáculo musical”. No coincide la definición del diccionario con el uso que le dan las revistas. Estas suelen combinar <i>girl</i> con otros anglicismos (<i>working girl</i>, <i>cowgirl</i>) con el objetivo de tipificar a un modelo de mujer y describir su personalidad.</p>	<p>“Chica de conjunto” No coincide con su uso en las revistas, donde aparecen para tipificar a la mujer (<i>working girl</i>) o para dirigirse directamente a la lectora.</p>
<i>Glamour</i>	<p>El diccionario lo define como: “Encanto sensual que fascina.” Coinciden la definición con el uso.</p> <p>Es interesante resaltar que aunque se registra esta voz, para definirla se hace remisión a la forma adaptada: “glamur”.</p>	<p>“Con elegancia, que tiene encanto”. Coinciden definición y uso.</p> <p>En el diccionario se recoge tanto <i>glamour</i> como <i>glamur</i>, en diferentes entradas. Aunque ambos son sinónimos.</p>	<p>“Encanto, atractivo”. Coinciden definición y uso.</p>
<i>Glitter</i>	No	No	No
<i>Gold</i>	No	No	No
<i>Granny</i>	No	No	No
<i>Grunge</i>	No	<p>“Moda de vestir de una manera desaliñada y voluntariamente descuidada”. Coinciden. En este caso, el diccionario además de registrar</p>	<p>“Se aplica a un tipo de rock surgido en los años ochenta del siglo xx en la ciudad estadounidense de Seattle, de sonido parecido al del heavy metal.” Y “Del</p>

		la voz como género musical, lo cataloga también como estilo de indumentaria.	<p>movimiento juvenil creado en torno a esta música, cuyos miembros llevan el pelo largo y la ropa desaliñada.”</p> <p>Coinciden porque lo define como movimiento musical y reconoce el estilo de la indumentaria desaliñada que va con él.</p>
<i>Happy</i>	No	No <sup>92</sup>	No <sup>93</sup>
<i>Heels</i>	No	No	No
<i>Highlight</i>	No	No	No
<i>Hit</i>	No	“Gran éxito”. Coincide.	“Disco de gran éxito”. No coincide, pues el diccionario limita el término a la música y no a una moda o tendencia textil.
<i>Hobby</i>	“Actividad que, como afición o pasatiempo favorito, se practica habitualmente en los ratos de ocio.” Coincide la definición del diccionario con el uso que se da en la revista en la que aparece la voz.	“Actividad que se realiza como mero entretenimiento”. Coinciden definición y uso.	“Pasatiempo o afición a que dedica una persona sus ratos de ocio. Afición”  Coincide el significado del diccionario con el uso que se da en la revista en la que aparece la voz.
<i>Hoodie</i>	No	No	No
<i>Hype</i>	No	No	No
<i>Important</i>	No	No	No

<sup>92</sup> Pero se observa que sí se ha registrado *happy end*: ‘final feliz’.

<sup>93</sup> Pero se registra *happy hour*.

<i>Influencer</i>	No	No	No
<i>Insider</i>	No	<p>“Uso fraudulento de la información privilegiada” La definición no coincide con el uso que le da la publicación. En la revista se usa para expresar que la lectora puede adentrarse en una información novedosa en un ámbito de la moda, sin un “uso fraudulento”.</p> <p>En el diccionario encontramos la entrada como “<i>Insider trading</i>”. Después se hace la siguiente aclaración: “A veces simplemente insider”.</p>	No
<i>It</i>	No	No	No
<i>It Girl</i>	No	No	No
<i>Jeans</i>	“Pantalón vaquero”. Coincide el uso.	“Pantalón vaquero”. Coinciden definición y uso.	“Pantalón vaquero”. Coincide con el uso.
<i>Jumpsuit</i>	No	No	No
<i>Kidult</i>	No	No	No
<i>Kitty Flats</i>	No	No	No
<i>Label</i> <sup>94</sup>	No	No	No

<sup>94</sup> *Logos & labels*. Se descartó *logo*, por ser una palabra que viene del griego y, por tanto, no es un anglicismo.

<i>Lady</i>	<p>“Dama de la primera nobleza británica. O también:</p> <p>“ Se usa, antepuesto al nombre, como tratamiento de una mujer británica de clase alta”</p> <p>No coincide la definición del diccionario con el uso con el que la voz es utilizada. En las publicaciones se utiliza para referirse a un modelo de mujer femenina, o bien a prendas y complementos que destacan por ser recatados o que tienen un toque femenino.</p>	<p>“Esposa de un lord”</p> <p>La definición no se identifica con su uso en la revista. En las publicaciones se utiliza para apelar a la lectora o para describir un estilo o prenda femenino.</p>	<p>“Tratamiento dado en Inglaterra a las señoras de la nobleza.”</p> <p>No coincide la definición del diccionario con el uso con el que la voz es utilizada. En las publicaciones se utiliza para referirse a un modelo de mujer femenina, o bien a prendas y complementos que destacan por ser recatados o que tienen un toque femenino.</p>
<i>LBD (Little Black Dress)</i>	No	No	No
<i>Leather</i>	No	No	No
<i>Liberty</i>	No	<p>“Modernismo, caracterizado por las líneas curvas y sinuosas y por la ornamentación de motivos vegetales”</p> <p>“A veces se usa para designar el gusto de la época del estilo <i>liberty</i>”.</p> <p>Coinciden la definición y su uso, pues en la revista se hace alusión a “estampado <i>liberty</i>”, que puede tener alguna relación con la definición que da el diccionario, pues</p>	No

		es un estilo inspirado en dicha corriente modernista caracterizada por el uso de ornamentación vegetal (flores).	
<i>Lifestyle</i>	No	No	No
<i>Lip Balm</i>	No	No	No
<i>Loafers</i>	No	No	No
<i>Look</i>	“Imagen o aspecto de las personas o de las cosas, especialmente si responde a un propósito de distinción”. Coincide con el uso que le dan las revistas.	“Aspecto de una persona en lo relativo a su atuendo y arreglo”. Concuerda definición y uso en las publicaciones.	“Imagen o aspecto” Coincide con el uso que le dan las revistas.
<i>Love</i>	No	No	No
<i>Low</i>	No	No	No
<i>Low Cost</i>	No	“De bajo coste”. Coinciden definición y uso.	No
<i>Luxury</i>	No	No	No
<i>Magic</i>	No	No	No
<i>Mainstream</i>	No	“Convencional o más general” Coincide, pues cuando se utiliza en las revistas se expresa: “la prenda x ya forma parte del <i>mainstream</i> ”, es decir, de lo convencional, de la tendencia principal.	No

<i>Match Point</i>	No	<p>“Tanto que decide la final de un partido”. No coinciden definición y uso.</p> <p>El diccionario lo recoge sin guión, pero reconoce que lo podemos encontrar también con él.</p>	No <sup>95</sup>
<i>Military</i>	No	No	No
<i>Minimal</i>	No	<p>“Arte abstracto que reduce al mínimo sus medios de expresión” y “Del arte minimal” Coinciden. Como en muchos otros casos, la revista se inspira en términos del arte para describir la realidad de la moda.</p> <p>La forma coincide, pero es interesante indicar que el diccionario reconoce al inicio que también nos los podemos encontrar como minimal.</p>	<p>“Arte de [o del] minimalismo (corriente artística)” Coinciden definición y uso. En la revista se refiere a un estilo de indumentaria.</p>
<i>Minipull</i>	No	“Jersey ajustado que llega solo a la cintura”. Coinciden.	No
<i>Mix</i>	No	No	<p>“Composición, sobre todo de música bakalao, que contiene fragmentos de otras canciones”.</p> <p>No coincide, pues en las publicaciones hace referencia a la combinación de prendas</p>

<sup>95</sup> Pero recoge *match*: ‘competición deportiva’.

			y complementos.
<i>Mix And Match</i>	No	No	No
<i>Model</i>	No	No	No
<i>Mom's Jeans</i>	No	No	No
<i>Monogram</i>	No	<p>Monograma: “Enlace de letras que representa abreviadamente un nombre”. Coinciden definición y uso.</p> <p>Aparece monograma y no el extranjerismo crudo. Se traduce el extranjerismo y por tanto, no coinciden las formas.</p>	<p>Monograma: “Enlace en un solo dibujo de dos o más letras, generalmente las iniciales del nombre y el apellido de una persona, que se emplean en marcas, sellos, etc”. Coinciden definición y uso.</p> <p>Aparece monograma y no el extranjerismo crudo. Se traduce el extranjerismo y por tanto, no coinciden las formas.</p>
<i>Mood</i>	No	No	No
<i>Must</i>	No	“Cosa imprescindible o absolutamente necesaria para estar al día” .Coinciden.	No
<i>Must Have</i>	No	No	No
<i>Navy</i>	No	No	No
<i>Neckband</i>	No	No	No
<i>Nerd</i>	No	No	No
<i>New</i>	No	No <sup>96</sup>	No

<sup>96</sup> Se ha observado que existen entradas como *new look*.

<i>News</i>	No	No	No
<i>Normcore</i>	No	No	No
<i>Nude</i>	No	No	No
<i>Online</i>	No <sup>97</sup>	<p>“En conexión con una red, especialmente con internet”</p> <p>Coincide la definición con el uso.</p> <p>En cuanto a forma, aparece separado: <i>On line</i>. Aunque el diccionario reconoce que también es posible encontrar <i>online</i> (como aparece en la revista) o bien on-line.</p>	<p>“A través de Internet”. Coincide.</p> <p>En cuanto a forma, aparecen separados: “<i>On line</i>”.</p>
<i>Op Art</i>	No <sup>98</sup>	<p>“Tendencia artística fundada en el efecto óptico”.</p> <p>Coinciden, pues en la revista, el concepto se refiere a un estilo de indumentaria inspirada en este movimiento.</p>	<p>“Estilo de arte abstracto surgido en los años sesenta del siglo xx en Estados Unidos que busca la creación de efectos ópticos, por ejemplo la ilusión de movimiento”</p> <p>Coinciden, aunque el uso está fundamentado en la definición.</p>
<i>Outfit</i>	No	No	No
<i>Oversize/D</i>	No	No	No
<i>Packaging</i>	No	<p>“Técnica del diseño de los envases de los productos”.</p> <p>Coincide el uso con</p>	<p>“Empaquetado de un producto comercial”.</p> <p>Coinciden.</p>

<sup>97</sup> Llama la atención que palabras como esta, que están muy integradas en el habla coloquial, no estén registradas en este diccionario.

<sup>98</sup> Pero observamos que sí se registra por ejemplo *pop art*.

		la definición.	
<i>Paisley</i>	No	No	No
<i>Patchwork</i>	No	“Tejido hecho con retazos de otro”. Coinciden definición y uso.	“Tela que se hace uniendo trozos o retales de distintos colores y formas.” Coincide definición y uso.
<i>Performance</i>	“Actividad artística que tiene como principio básico la improvisación y el contacto directo con el espectador”. No coinciden.	“Representación teatral”, “resultado posible” o “resultado en una actuación en público”. No coinciden. En las revistas se hace referencia a la puesta en escena en pasarelas de moda que resultan interactivas y dinámicas.	“Representación, puesta en escena”. Coincide la definición con el uso que le da la revista.
<i>Photocall</i>	No	No	No
<i>Piercing</i>	No	“Adorno colocado mediante piercing”. Coincide el uso.	“Técnica de perforar distintas partes del cuerpo para llevar *pendientes. Pendiente que se coloca mediante esta técnica”. Coincide el uso con la segunda acepción del diccionario.
<i>Pin</i>	“Insignia o adorno pequeño que se lleva prendido en la ropa”.  Coincide la definición con el uso que se le da en las revistas.	“Alfiler decorativo en forma de pequeña figura de metal” Coinciden definición y uso.	“Insignia con forma de chincheta que se coloca como adorno en las prendas de vestir.” Coinciden.
<i>Pinky Promise</i>	No	No	No
<i>Plexiglas</i>	“Material transparente y flexible con el que se hacen prendas de	“Material plástico transparente y flexible”. Coinciden.	“Material plástico que, fabricado en forma de película, sustituye a los tejidos en innumerables

	<p>vestir, manteles, etc.” Coincide con su uso en la revista en la que aparece.</p> <p>En cuanto a su forma, aparece con tilde en el diccionario (plexiglás), pues ha sufrido una adaptación al español. En la publicación lo encontramos de forma cruda.</p>	<p>En cuanto a la forma, en el diccionario aparece con tilde (plexiglás).</p>	<p>objetos de indumentaria y de uso doméstico e industrial.”. Coinciden definición y uso.</p> <p>En cuanto a la forma, en el diccionario aparece con tilde: plexiglás.</p>
<i>Pointed</i>	No	No	No
<i>Pop</i>	<p>“1. Estilo musical de origen angloamericano nacido al final de los años cincuenta del siglo XX, caracterizado por la creación de canciones de ritmo marcado acompañadas de instrumentos eléctricos y batería, y que busca lograr una gran difusión comercial.</p> <p>2. arte pop.</p> <p>3. Perteneciente o relativo al pop. Música, ritmo pop.”</p> <p>Coinciden.</p>	<p>“Música moderna de origen angloamericano, de carácter popular y ritmo muy marcado, apreciada especialmente por los jóvenes” y “De la música pop”, “Propio del ambiente que rodea la música pop” y “Pop art”</p> <p>Coinciden. El diccionario referencia al arte y la música <i>pop</i>. El uso que se le da está inspirado en la música y el arte para definir estilo de prendas y complementos.</p>	<p>“1 adj. y n. m. En general, se aplica a la música ligera surgida en los años cincuenta del siglo xx en los países anglosajones con influencias de la música negra y de la música folclórica británica.</p> <p>2.De [la] música pop</p> <p>3. Se aplica a un movimiento artístico contemporáneo, de origen norteamericano, que utiliza para sus creaciones objetos o elementos cotidianos de la sociedad de consumo, y a sus cultivadores y a sus cosas: ‘Arte pop’.</p> <p>4. Pop art.”</p> <p>Coinciden. El diccionario referencia al arte y la música <i>pop</i>. El uso que se le da está inspirado en la música y el arte para definir estilo</p>

			de prendas y complementos.
<i>Pop Art</i>	<p>“Corriente artística de origen angloamericano nacida en los años cincuenta del siglo XX y que se inspira en los motivos y productos más característicos de la sociedad de consumo.”</p> <p>Coinciden. Pero como ocurre en otras ocasiones, el uso que se da en la revista no es puramente coincidente –aunque así se haya expuesto–, pues en estas publicaciones se hace referencia a estilos de prendas y complementos inspiradas en los contextos que mueven el arte y la música. Así, no se habla del <i>Pop art</i> sino de “la camiseta con toques pop art”, por ejemplo.</p> <p>En cuanto a la forma, se registra la voz en inglés, pero para definir el concepto se remite a la entrada “arte pop”.</p>	<p>“Corriente artística surgida en Estados Unidos, en los años 60, que utiliza motivos típicos de la sociedad del consumo, como anuncios, cómics, señales de tráfico o envases”. Coinciden. En las publicaciones este concepto se utiliza para describir una prenda o complemento inspirado en este movimiento.</p>	<p>“Arte pop (movimiento artístico contemporáneo)”. Para definirlo, tenemos que ir a la entrada de <i>Pop</i>. Coinciden definición y el uso, en tanto que la revista utiliza el concepto con el matiz de estilo de la indumentaria.</p>
<i>Premium</i>	No	No	No
<i>Preppy</i>	No	No	No
<i>Print</i>	No	No	No

<i>Punk</i>	<p>“Movimiento musical aparecido en Inglaterra a fines de la década de 1970, que surge con carácter de protesta juvenil y cuyos seguidores adoptan atuendos y comportamientos no convencionales” El uso coincide con la definición en tanto que reconoce que estilo musical promueve también un estilo de vestimenta, hecho que desean designar las revistas.</p>	<p>“Movimiento contracultural juvenil, manifestado pralm. en el campo de la música popular como una modalidad de rock y caracterizado por el feísmo, la estridencia y la exaltación de la violencia” y “Del punk”. Coincide, en tanto que el concepto se utiliza para definir la estética <i>punk</i>, la indumentaria clásica que este movimiento promueve.</p>	<p>“De un movimiento contracultural de jóvenes urbanos que se caracterizan generalmente por llevar ropas estrafalarias y el pelo levantado en forma de cresta. 5 adj. y n. m. Se aplica a un estilo de rock, surgido a finales de los setenta, cuyos músicos siguen la estética de este movimiento”.  Coincide, en tanto que el concepto se utiliza para definir la estética <i>punk</i>, la indumentaria clásica que este movimiento promueve.</p>
<i>Puzzle</i>	<p>Puzle: “Rompecabezas”. Coincide, pero en la revista se utiliza para explicar la forma en la que está hecho un bolso de Loewe, pieza a pieza, es como si se tratara de un juego.  No coinciden las formas, ya que el diccionario recoge la forma adaptada: puzle.</p>	<p>Puzle: “Rompecabezas”. Coincide, pero en la revista se utiliza para explicar la forma en la que está hecho un bolso de Loewe, pieza a pieza, es como si se tratara de un juego.  No coinciden las formas, pues en el diccionario aparece en la forma adaptada: puzle.</p>	<p>“Rompecabezas de piezas planas recortadas”. Coincide, pero en las publicaciones se utiliza para explicar la forma en la que está hecho un bolso de Loewe, pieza a pieza, es como si se tratara de un juego.  La forma se mantiene, a diferencia de los otros dos diccionarios, donde se prefiere la forma adaptada.</p>
<i>Queen</i>	No	No	No
<i>Ready To Wear</i>	No	No	No
<i>Relax</i>	<p>“Relajamiento físico o psíquico producido por ejercicios adecuados o por</p>	<p>“Relajación física o psíquica” Coinciden.</p>	<p>“Relajación corporal y psíquica.” Coinciden definición y uso.</p>

	comodidad, bienestar o cualquier otra causa” Coincide con el uso que se le da en las revistas.		
<i>Remake</i>	“Adaptación o nueva versión de una obra, especialmente de una película” Coinciden.	“Versión nueva de una película antigua”. Coincide el uso.	“Cine. Nueva versión de una película antigua.” Coinciden definición y uso.
<i>Retailer</i>	No	No	No
<i>Revival</i>	No	“Retorno de la moda o popularidad” Concuerda exactamente la definición con el uso.	“Resurgimiento de estilos o modos de vida del pasado; “Obra, espectáculo o cualquier hecho en los que se manifiesta este resurgimiento.” Coincide exactamente la definición con el uso que se le da en las revistas.
<i>Risky</i>	No	No	No
<i>Rock</i>	“1. rocanrol (l género musical). 2. Cada uno de los diversos estilos musicales derivados del rocanrol. U. t. c. adj. Los Beatles son el grupo rock más famoso de la historia. 3. m. Baile de pareja que se ejecuta a ritmo de rock.” Coincide con el uso de las revistas. El diccionario se limita a definir el género musical. Cuando se utiliza esta voz en las revistas es para describir un estilo, que obviamente está	“Rock and roll”. Coincide el uso en las revistas: se utiliza para referirse al género musical y al estilo inspirado en este género.	“1 m. Rock and roll. 2 Estilo musical derivado del rock and roll: ‘Rock duro. Rock sinfónico’. 5 adj. De [o del] rock: ‘Música rock’.” Coincide el uso en la revista: se utiliza para referirse al género musical y al estilo inspirado en este género.

	<p>inspirado en el mundo del rock and roll.”</p> <p>El diccionario propone el uso de la lexía adaptada: “rocanrol” en su primera definición.</p>		
<i>Rock And Roll</i>	<p>“1. rocanrol (l género musical).”</p> <p>Se registra, pero te remite a “rocanrol” (versión adaptada) para definirlo. Difiere la forma.</p>	<p>“Baile y música nacidos en los años 50, de ritmo muy marcado y melodía sencilla con elementos del blues”</p> <p>Coinciden definición y uso.</p> <p>En el diccionario aparece: <i>Rock-and-roll</i>, aunque reconoce que también se puede escribir sin guiones, como aparece en la revista.</p>	<p>“Género musical surgido en Estados Unidos hacia los años cincuenta del siglo xx, de ritmo muy marcado y melodía sencilla y pegadiza”</p> <p>Coincide, pero como siempre, en la revista se utiliza el término para describir un estilo de indumentaria.</p>
<i>Running</i>	No	No	No
<i>Saturday</i>	No	No	No
<i>Selfies</i>	No	No	No
<i>Set</i>	<p>“Conjunto de elementos que comparten una propiedad o tienen un fin común.”</p> <p>Coincide con el uso, pues en la revista se alude a un <i>luxury set</i>, un conjunto de productos de lujo.</p>	<p>“Conjunto de objetos de la misma clase”.</p> <p>Coincide la definición con su uso.</p>	<p>“Conjunto de artículos que se venden juntos y se usan combinadamente o para la misma función: ‘Un set de limpieza. Un set de destornilladores de diferentes tamaños’”.</p> <p>Coinciden definición y uso.</p>

<i>Seventies</i>	No	No	No
<i>Sexy</i>	<p>“Atractivo físico y sexual “. Coincide la definición con el uso que se le da, referentes a prendas o a la propia mujer.</p> <p>Se registra <i>sexy</i>, pero el término te lleva a la voz adaptada “sexí” para definirlo.</p>	<p>“Que provoca sexualmente” y “Atractivo sexual”. Coinciden. En la revista se utiliza sobre todo para describir la indumentaria o a la propia mujer a la que apela.</p> <p>Interesante: lo recoge como <i>sexi</i> y como <i>sexy</i>. Dos entradas diferentes.</p>	<p>“1 adj. inf. Que tiene o produce atractivo sexual: ‘Un chico [o un vestido] muy sexy’. 1 Sexi. 2 m. inf. Atractivo sexual. 1 Sexi.”</p> <p>Coinciden definición y uso.</p>
<i>Shoes</i>	No	No	No
<i>Shop</i>	No	No	No
<i>Shopping</i>	No	<p>“Acción de ir de tiendas”. Coinciden, pero en la revista se concreta ir de tiendas de ropa.</p>	<p>“Acción de ir de tiendas.”</p> <p>Coinciden definición y uso.</p>
<i>Shorts</i>	<p>“Pantalón muy corto”. Coincide la definición con el uso.</p>	<p>“Pantalón corto de adulto” Coincide con el uso.</p>	<p>“Pantalones cortos usados por hombres o mujeres; se ha generalizado la palabra al ser aplicada a los de mujer”.</p> <p>Coinciden definición y uso.</p>
<i>Show</i>	<p>“Espectáculo”. Coincide la definición con el uso.</p>	<p>“Espectáculo de variedades”. Coinciden.</p>	<p>“Espectáculo de variedades.”</p> <p>Coinciden definición y uso.</p>
<i>Sixties</i>	No	No	No

<i>Skinny</i>	No	No <sup>99</sup>	No
<i>Skyline</i>	No	No	No
<i>Sleepwear</i>	No	No	No
<i>Slip Dress</i>	No <sup>100</sup>	No <sup>101</sup>	No <sup>102</sup>
<i>Small</i>	No	No	No
<i>Smiley</i>	No	No	No
<i>Sms</i>	“Mensaje enviado por SMS”. Coincide con el uso.	“Sistema que permite enviar y recibir mensajes de texto a través de teléfono móvil”. Coinciden.	“Mensaje corto.” Coinciden definición y uso.
<i>Sneakers</i>	No	No	No
<i>Snow</i>	No	No <sup>103</sup>	No
<i>Softpunk</i>	No	No <sup>104</sup>	No
<i>Space</i>	No	No	No
<i>Sport/y</i>	<i>Sport</i> : “Dicho de una prenda: que es informal y cómoda” o “traje de deporte”. Coincide la definición con el uso en las revistas.	“1.Estilo de vestir. 2.Estilo informal”. Coinciden. En la revista se utiliza con la intención de definir un estilo deportivo.	“Se usa en la expresión de sport, o en su abreviación sport: ‘chaqueta de sport, medias sport’, para designar prendas, no precisamente para hacer deporte, sino semejantes a ellas o cómodas e informales, y usadas como prendas no «de vestir»: ‘Chaqueta de sport’. Las prendas específicamente destinadas a hacer

<sup>99</sup> Aunque observamos que sí aparece su raíz: *skin*.

<sup>100</sup> Pero observamos que *slip* sí viene recogido. Ahora bien, con el significado de ‘calzoncillo ajustado’.

<sup>101</sup> Aunque recoge *slip* y lo define como calzoncillo, traje de baño masculino o prenda interior femenina.

<sup>102</sup> Observamos que recoge el anglicismo *slip*.

<sup>103</sup> Pero aparecen las variantes *snowpark*, *snowboard*.

<sup>104</sup> Aunque observamos que *soft* sí se recoge.

			deporte o a algún deporte se designan acomodaticamente con el nombre de ese deporte o con las expresiones de deporte o deportivas.”  Coinciden definición y uso.
<i>Sportwear</i>	No	“Ropa de <i>sport</i> ”. Coinciden definición y uso.	No
<i>Spot</i>	“Anuncio”. Coincide el uso.	“Película publicitaria que dura muy pocos segundos”. Coinciden.	“Anuncio de televisión”; “Propaganda.” Coinciden.
<i>Spring</i>	No	No	No
<i>Stars</i>	No	“Estrella cinematográfica” Coincide. En la revista se dice “ <i>Star warriors</i> ” en alusión al estilismo de las estrellas guerreras de las películas.	“Estrella (artista, etc.)” Coinciden.
<i>Stone</i>	No	No	No
<i>Story</i>	No	No	No
<i>Street</i>	No	No	No
<i>Street Style</i>	No	No	No
<i>Streetwear</i>	No	No	No
<i>Stretch</i>	No	“Tejido elástico”. Coinciden.	No
<i>Stripes</i>	No	No	No

<i>Style</i>	No	No. <sup>105</sup>	No
<i>Suit</i> <sup>106</sup>	No	No	No
<i>Summer</i>	No	No	No
<i>Sunday</i>	No	No	No
<i>System</i>	No	No	No
<i>Tank Top</i>	No	No	No
<i>Team</i>	No	No	No
<i>Techie</i>	No	No	No
<i>Techno Princess</i>	No	No <sup>107</sup>	No
<i>Teen</i>	No	No <sup>108</sup>	No <sup>109</sup>
<i>Test</i>	“Prueba destinada a evaluar conocimientos o aptitudes, en la cual hay que elegir la respuesta correcta entre varias opciones previamente fijadas” Coinciden.	“Examen o prueba” Coinciden.	“Examen o prueba para comprobar, valorar o juzgar algo”  Coinciden.
<i>Tie Dye</i>		No	No
<i>Tip</i>		No	No
<i>Top</i>	“Prenda de vestir femenina, generalmente ajustada, que cubre el pecho y llega como mucho hasta la cintura” Coinciden.En la	“Prenda de vestir femenina que cubre la parte superior del cuerpo” “Referente a top model”, y “que ocupa la posición más alta”. Todas estas	“1 m. Prenda de vestir femenina ajustada al cuerpo que cubre el pecho y suele llegar como máximo hasta la cintura. 2 n. inf. Top-model.”

<sup>105</sup> Pero sí aparece *styling*, en referencia a la línea de diseño de un producto.

<sup>106</sup> (*Pijama*) *suit*. La primera lexía se obvió para este análisis, ya que está adaptada a las pautas del español.

<sup>107</sup> Pero se recoge *techno*, que remite a *tecnó*.

<sup>108</sup> Pero se ha registrado un derivado: *teenager*.

<sup>109</sup> Pero se recoge un derivado: *teenager*.

	<p>revista, además de este significado, se utiliza también con el significado de “algo en su punto álgido o que está de moda” o bien, se hace referencia a los modelos.</p>	<p>definiciones coinciden con los diferentes usos.</p>	<p>Todas estas definiciones coinciden con los diferentes usos.</p>
<i>Top Model</i>	<p>“Modelo de alta costura, especialmente el muy cotizado.” Coincide el uso.</p> <p>Aunque la forma está registrada, el diccionario propone el uso de “supermodelo”, ya que la definición del término solo el posible cuando accedemos al link de “supermodelo”. Expresa que también en la entrada que en cuanto a la forma, nos podemos encontrar el extranjerismo con un guión de por medio.</p>	<p>“Modelo profesional de moda muy cotizado” Coinciden.</p> <p>En el diccionario se recoge igual, pero admite que lo podemos encontrar separado de guión.</p>	<p>“Persona muy cotizada como modelo”. Coinciden definición y uso.</p> <p>En el diccionario se separa con guiones: <i>Top-model.</i></p>
<i>Total Look</i>	No	No	No
<i>Track Pant</i>	No	No	No
<i>Trendy</i>	No	<p>“Persona adicta a la moda” u “objeto de última moda” Coincide con el uso.</p>	No
<i>True</i>	No	No	No
<i>Twin Set</i>	No	<p>“Conjunto de jersey y chaqueta” Coinciden definición y uso.</p>	<p>“Conjunto femenino de suéter y chaqueta de punto.” Coinciden definición y uso.</p>

			En el diccionario aparece el concepto sin separación: <i>twinsset</i> .
<i>Twist</i>	“Baile suelto y muy movido, de moda en los años sesenta del siglo XX”. No coincide la definición con el significado con el que se utiliza en la revista “cambio, vuelco” (Ejemplo: Prendas clásicas con un <i>twist</i> )	“Baile suelto de ritmo muy rápido”. No tiene coincidencia, pues en la revista se utiliza para definir un cambio en algo que se considera convencional.	“Baile individual, de moda en España en los años sesenta del siglo xx, con unos movimientos de tobillo y cadera de un lado a otro muy característicos.”  No tiene coincidencia, pues en la revista se utiliza para definir un cambio en algo que se considera convencional.
<i>Ugly Shoes</i>	No	No	No
<i>Unisex</i>	“Que es adecuado o está destinado tanto para los hombres como para las mujeres.” Coincide con el uso.	“Adecuado tanto para hombres como para mujeres”. Coinciden.	“Apropiado tanto para hombre como para mujer. Se aplica a la ropa usada indiferentemente por ambos sexos o a las tiendas de moda, peluquerías, etc., con clientela tanto masculina como femenina.”  Coinciden definición y uso.
<i>Varsity</i>	No	No	No
<i>Vintage</i>	No	“Tendencia al uso y recuperación de los modelos originales antiguos” (En el diccionario se hace alusión a que es un término estrechamente ligado a la moda). Coinciden definición	No

		y uso.	
<i>Vip</i>	“Persona que recibe un trato especial en ciertos lugares públicos por ser famosa o socialmente relevante”. No coincide con el uso que la revista le da: (imagen) vip, hace referencia a un estilo glamuroso en el que las prendas tienen un coste alto.	“Personaje muy importante” No coinciden. En la revista en la que aparece se refiere a “una imagen vip”, refiriéndose probablemente a la elegancia o el alto coste de la indumentaria.	“Persona importante o famosa. adj. Se aplica al lugar reservado a los vips”  No coinciden. En la revista en la que aparece se refiere a “una imagen vip”, refiriéndose probablemente a la elegancia o el alto coste de la indumentaria.
<i>Warrior</i>	No	No	No
<i>Watch</i>	No	No	No
<i>Wearable</i>	No	No	No
<i>Web</i>	No	“Página web”. Coincide la definición con el uso.	“Página web”. Coinciden definición y uso.
<i>Western</i>	“Género de películas del Lejano Oeste.” Coinciden, pues en la revista se hace alusión una vez al género de película y en el resto de los casos se está dirigiendo al estilo de la indumentaria, inspirada como el obvio en “el lejano oeste” y en la indumentaria inspirada en los personajes de estas películas.  La forma no coincide porque aparece con tilde en el diccionario: wéstern. Aquí la forma está	“Película del oeste”. Coinciden. En la revista se hace alusión una vez al género de película, pero el resto está dirigiéndose al estilo de la indumentaria, inspirada como el obvio en “el lejano oeste”.	“Película del Oeste. Cine. Género constituido por este tipo de películas.”Coinciden. En la revista se hace alusión una vez al género de película, pero el resto está dirigiéndose al estilo de la indumentaria, inspirada como el obvio en “el lejano oeste”.

	adaptada a la acentuación española.		
<i>White</i>	No	No	No
<i>Wish List</i>	No	No	No
<i>Working Girl</i>	No	No	No
<i>Working Glam</i>	No	No	No
<i>Zone</i>	No	No	No
<i>Zoom</i>	No	“Efecto de acercamiento” u “objetivo de la cámara”. Coincide la primera acepción con el uso que le da la revista.	“Objetivo de distancia focal variable que permite tomas de aproximación o alejamiento.”  Coincide con el uso en las revistas, pues está inspirado el uso en esta definición. En la revista el concepto se utiliza para señalar a la lectora el “acercamiento” hacia una tendencia determinada que se va a abordar.

### 11.3 CONCLUSIONES ADAPTACIÓN LEXICOGRÁFICA

#### 11.3.1 DRAE

De un total de 251 anglicismos consultados en este diccionario, 45 (17,93%) están registrados en el *DRAE* (*baby, backstage, best-seller, bikini, blazer, blogger, body, boom, casting, CD, clip, club, country, fan, folk/y, glamour, hobby, jeans, lady, look, performance, pin, plexiglas, pop, pop art, punk, puzzle, relax, remake, rock, rock and roll, set, sexy, shorts, show, SMS, sport/y, spot, test, top, top model, twist, unisex, vip, western*). Por consiguiente, 206 (82,07%) no están acogidos en esta obra académica (*afterwork, american, animal print, app, army, arty, babydoll, bag, best, bluemonday, boarding pass, boarding school, bodysuit, boho, bomber, bomber squad, boyfriend, boyish, bra branding, british, brunch, casual, cat eye, celebrity, chaos, choker, city, classic, classy clutch, college, colorblock, comeback, comfy, conceptstore, cool, countrygirl, (Botas) cowboy, cowgirl, crop, cropped jacket, crop/ped top, curvy, cut*

*out, cyberpunk, denim diamond, DIY, dots, dream, dress, dress code, earcuff, easywear, ecofriendly, effortless extralarge, face, fairy tales, fashion, fast fashion, fashion week, fifties, firstclass, fit flat/s, platform, flipflops, follower, free, fresh, Friday, frontrow, fun/nny, funk, geek, gender free, girl, glitter, gold, granny, grunge, happy, heels, highlight, hit, hoodie, hype, important, influencer,insider, it, it girl, jumpsuit, kidult, kittyflats, label, LBD(Little black dress), leather, liberty, lifestyle, lip balm, loafers, love, low, lowcost, luxury, magic, mainstream, match point, military, minimal, minipull, mix, mix and match, model, mom's jeans, monogram, mood, must, must have, navy, neckband, nerd new, news, normcore, nude, online, op art, outfit, oversize/d, packaging, paisley, patchwork, photocall, piercing, pinky promise, pointed, premium, preppy, print, queen, ready to wear, retailer, revival, risky, running, saturday, selfies, seventies, shoes, shop, shopping, sixties, skinny, skyline, sleepwear, slipdress, small, smiley, sneakers, snow softpunk, space, sportwear, spring, stars, Stone, story, street, streetstyle, streetwear, stretch, stripes, style, suit, summer, Sunday, system, tank top, team, techie techno princess, teen, tie dye, tip, total look, track pant, trendy, true, twinset, ugly shoes, varsity, vintage, warrior, watch, wearable, web, white, wish list, working girl Working glam, zone y zoom).* Este dato nos confirma una de nuestras suposiciones: este diccionario tiene una actitud rezagada frente a la inclusión de anglicismos, sospechamos que no solo los procedentes del ámbito de la moda, sino de cualquier ámbito. De hecho, observamos que hay anglicismos que están muy integrados en el uso de los hablantes pero no tienen aquí representación. Es el caso de las lexías *cool, denim, dress code, influencer, low cost, online, piercing, running, selfie, shopping, web o zoom*.

Por otro lado, de los 45 anglicismos recogidos, 13 entradas (28,89%) reconocen la versión adaptada al español del extranjerismo o proponen un equivalente (babi, biquini, bloguero, bodi, glamur, plexiglás, arte pop, puzle, rocanrol, rocanrol, sexi, supermodelo, wéstern). No obstante, tenemos que mencionar que el diccionario registra en la mayoría de los casos la voz original (*bikini, body, glamour, pop art, rock, rock and roll, sexy, top model*) pero anima al uso de la versión española cuando para definir la palabra hace remisión a la forma adaptada a la normativa castellana, o a su equivalente. Todo ello responde a una clara intención de proteger la estabilidad del español frente al uso injustificado de anglicismos, así como de defender la versatilidad y autonomía de nuestro idioma, que subsana posibles lagunas denominativas con la recomendación del uso de lexías integradas a la norma o con variantes españolas.

En cuanto a la coincidencia de las definiciones de las voces registradas en el diccionario, con el uso que hacen de ellas las publicaciones, hay que decir que 40 (88,89%), de un total de 45, concurren (*backstage, best-seller, bikini, blazer, blogger, body, boom, casting, CD, clip, club, country, fan, folk/y, glamour, hobby, jeans, look, pin, plexiglas, pop, pop art, punk, puzzle, relax, remake, rock, rock and roll, set, sexy, shorts, show, SMS, Sport/y, spot, test, top, top model, unisex y western*). Por el contrario, solo 5 (11,11%) no lo hacen (*baby, lady, performance, twist, vip*). En este punto es necesario indicar que en muchos casos el uso que hace la revista de los anglicismos (sobre todo aquellos que provienen de la música o el arte) está inspirado o

fundamentado en la definición que da el diccionario. Por ejemplo, *country, pop o rock and roll* son definidos por el diccionario como género musical. Al mismo tiempo, las publicaciones utilizan estos términos para describir una indumentaria que se basa en la estética de estos géneros musicales (sus cantantes, la gente que los sigue, los movimientos sociales que se mueven alrededor...). Además, estos datos nos permiten afirmar que el *DRAE* está actualizado y que la revista hace un uso adecuado de los anglicismos, pues concuerda con las definiciones propuestas por la Real Academia Española.

### 11.3.2 DEA

Del total de 251 léxias consultadas, 85 (33,86%) tienen acogida en este diccionario (*baby, babydoll, backstage, best-seller, bikini, blazer, blogger, body, bomber, boom, boyfriend, brunch, casting, casual, CD, clip, club, college, cool, country, (botas) cowboy, cyberpunk, denim, fan, fashion, flipflops, folk/y, funk, girl, glamour, grunge, hit, hobby, insider, jeans, lady, liberty, look, low cost, mainstream, match point, minimal, minipull, monogram, must, online, op art, packaging, patchwork, performance, piercing, pin, plexiglas, pop, pop art, punk, puzzle, relax, remake, revival, rock, rock and roll, set, sexy, shopping, shorts, show, SMS, sport/y sportwear, spot, stars, stretch, test, top, top model, trendy, twin set, twist, unisex, vintage, vip, web, western, zoom*).

Por el contrario, quedan 166 (66,14%) de ellas descartadas (*afterwork, american, animal print, app, army, arty, bag, best, bluemonday, boarding pass, boarding school, bodysuit, boho, bomber squad, boyish, bra, branding, british, cateye, celebrity, chaos, choker, city, classic, classy, clutch color block, comeback, comfy, concept store, countrygirl, cowgirl, crop, cropped jacket, crop/ped top, curvy, cut out, diamond, DIY, dots, dream, dress, dress code, earcuff, easywear, ecofriendly, effortless, extralarge, face, fairy tales, fast fashion, fashion week, fifties, first class, fit, flat/s, platform, follower, free, fresh, friday, frontrow, fun/ny, geek, gender free, glitter, gold, granny, happy, heels, highlight, hoodie, hype, important, influencer, it, it girl, jumpsuit, kidult, kittyflats, label, LBD, leather, lifestyle, lip balm, loafers, love, low, luxury, magic, military, mix, mix and match, model, mom's jeans, mood, must have, navy, neckband, nerd, new, news, normcore, nude, outfit, oversize/d, paisley, photocall, pinky promise, pointed, premium, preppy, print, queen, ready to wear, retailer, risky, running, Saturday, selfies, seventies, shoes, shop, sixties, skinny, skyline, sleepwear, slipdress, small, smiley, sneakers, snow, softpunk, space, spring, stone, story, Street, streetstyle, streetwear, stripes, style, suit, summer, Sunday, system tank top, team, techie, techno princess, teen, tie-dye, tip, total look, track pant, true, ugly shoes, varsity, warrior, watch, wearable, white, wish list, working girl, working glam y zone*).

Estos datos nos permiten afirmar que el *DEA* es más inclusivo que el *DRAE*, ya que recoge casi el doble de palabras extranjeras. Recordemos que en la introducción del

*DEA* se decía que tenían cabida palabras extranjeras incluso de reciente recepción, circunstancia que nos ayuda a comprender el engrosamiento en la recogida de anglicismos.

En lo referente a la adaptación de las lexías, solo 10 de las 85 (11,76%) recogidas presentan alguna variación en la forma o bien reconocen el uso de la lexía adaptada al margen del anglicismo crudo (biquini, bloguero, cásting, ciberpunk, glamur, mínimo, monograma, plexiglás, puzle, sexi). ¿Qué implica este dato? Pues que la mayoría de palabras se incluyen tal y como han llegado, quizá porque tienen un uso incipiente. Además, como ya sabemos, el *DEA* no es un diccionario normativo, sino de usos del español, por lo que no se implica tanto (como sí hace el *DRAE*) en recomendar la utilización de una lexía u otra, sino que se limita a registrar “lo que usan y cómo lo usan” los hablantes del español.

Respecto a la coincidencia de la definición del diccionario y su aplicación en las publicaciones, son 75 de 85 anglicismos (88,23%) los que concuerdan (*baby, babydoll, backstage, best-seller, bikini, blazer, blogger, body, bomber, boom, boyfriend, brunch, casual, CD, clip, club, college, cool, country, (botas) cowboy, ciberpunk, denim, fashion, folk/y, funk, glamour, grunge, hit, hobby, jeans, liberty, look, low cost, mainstream, minimal, minipull, monogram, must, online, op art, packaging, patchwork, piercing, pin, plexiglas, pop, pop art, punk, puzzle, relax, remake, revival, rock, rock and roll, set, sexy, shopping, shorts, show, SMS, sport/y sportwear, spot, stars, stretch, test, top, top model, trendy, twin set, unisex, vintage, web, western, zoom*). Y solo 10 de 85 (11,76%) los que difieren en esta correspondencia (*casting, fan, flipflops, girl, insider, lady, match point, performance, twist, vip*). Por eso, podemos decir que el diccionario describe los fenómenos ajustándose a los tiempos y que las revistas por su parte, utilizan de forma adecuada los extranjerismos del inglés según las propuestas de este diccionario de referencia.

No hay que olvidar que esta obra presta especial atención a contextos especializados. De hecho, la obra está basada en la recopilación de textos actuales de tan diferentes ámbitos como la medicina, el deporte, la cocina o la moda. Por tanto, resulta normal que el número de entradas extranjeras supere al *DRAE*, y en especial, aquellas relacionadas con el mundo de la moda.

### 11.3.3 *DUE*

La recogida de anglicismos en este diccionario estaría en el medio del *DRAE* y el *DEA*, con 67 anglicismos registrados (26,69%) de un total de 251 que se han consultado (*baby, best-seller, bikini, blazer, body, bomber, boom, casting, clip, club, college, cool, country, (botas) cowboy, ciberpunk, denim, fan, fashion, folk/y, funk, girl, glamour, grunge, hit, hobby, jeans, lady, look, minimal, mix, monogram, online, op art, packaging, patchwork, performance, piercing, pin, plexiglas, pop, pop art, punk, puzzle, relax, remake, revival, rock, rock and roll, set, sexy, shopping, shorts, show, SMS,*

*sport/y, spot, stars, test, top, top model, twin set, twist, unisex, vip, web, western y zoom*). Por consiguiente, quedan excluidos de esta obra 184 lexías (73,30%) (*afterwork, american, animal print, app, army, arty, babydoll, backstage, bag, best, blogger, bluemonday, boarding pass, boarding school, bodysuit, boho, bomber squad, boyfriend, boyish, bra, branding, british, brunch, casual, cat eye, CD, celebrity, chaos, choker, city, classic, classy, clutch, color block, comeback, comfy, concept store, country girl, cowgirl, crop, cropped jacket, crop/ped top, curvy, cut out, diamond, DIY, dots, dream, dress, dress code, ear cuff, easywear, ecofriendly, effortless, extralarge, face, fairy tales, fast fashion, fashion week, fifties, first class, fit, flat/s, flatform, flipflops follower, free, fresh, friday, front row, fun/ny, geek, gender free, glitter, gold, granny, happy, heels, highlight, hoodie, hype, important, influencer, insider, it, it girl, jumpsuit kidult, kitty flats, label, LBD, leather, liberty, lifestyle, lip balm, loafers, love, low, low cost, luxury, magic, mainstream, match point, military, minipull, mix and match model, mom's jeans, mood, must, must have, navy, neckband, nerd, new, news, normcore nude, outfit, oversize/d, paisley, photocall, pinky promise, pointed, premium, preppy, print, queen, ready to wear, retailer, risky, running, saturday, selfies, seventies, shoes, shop, sixties, skinny, skyline, sleepwear, slip dress, small, smiley, sneakers, snow, softpunk, space, sportwear, spring, stone, story, street, streetstyle, streetwear, stretch stripes, style, suit, summer, sunday, system, tank top, team, techie, techno princess, teen tie dye, tip, total look, track pant, trendy, true, ugly shoes, varsity, vintage, warrior, watch wearable, white, wish list, working girl, working glam y zone*).

En la segunda edición del diccionario se reconoce que se ha hecho una labor de reactualización del cómputo de voces incluidas, entre las que se encuentran posiblemente muchos de los anglicismos revisados.

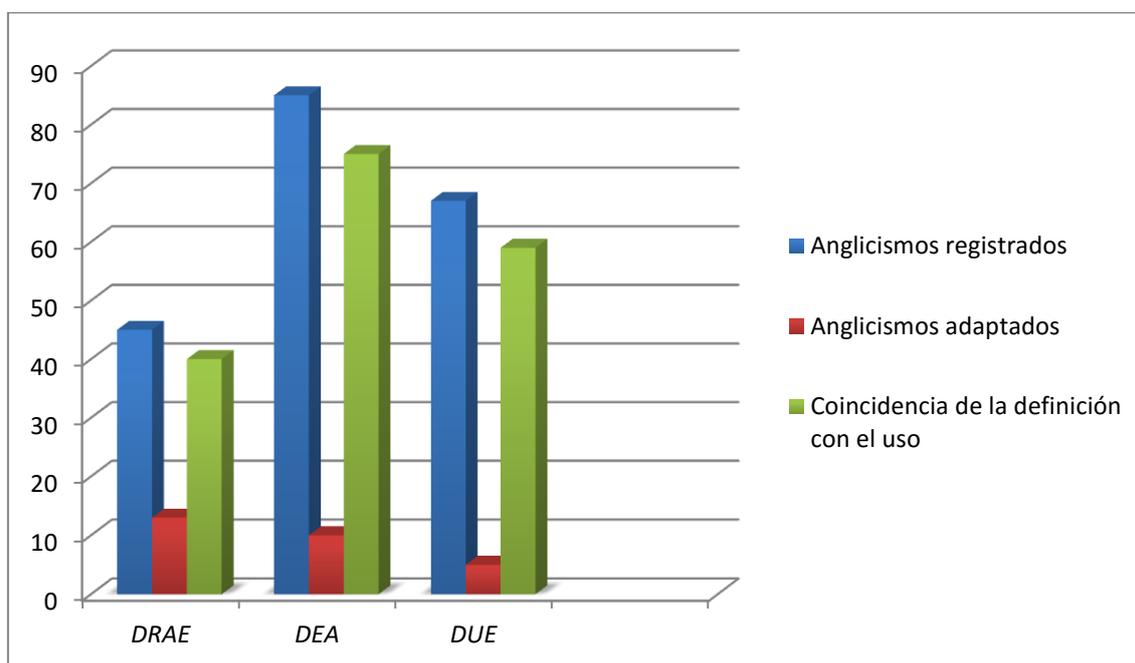
Por otro lado, de los 67 extranjerismos, 5 (7,46%) son presentados conforme a la norma del español, o bien se reconoce o se propone su uso en detrimento de la voz original (babi, biquini, cyberpunk, monograma, plexiglás). El resto de ellos permanecen con su “fisionomía” original. Como se ha indicado ya, quizá sea porque no ha pasado tiempo suficiente como para que estas lexías experimenten un cambio en su forma para acomodarlas al español y así facilitar su uso entre los hablantes. Igualmente, este es un diccionario que recoge –como dice expresamente su título- el uso actual del español, por eso no se detiene en gran medida en la recomendación de palabras adaptadas o en la proposición del uso de equivalentes españoles de los anglicismos.

Del mismo modo, se ha observado que 59 anglicismos de 67 (88,05%) tienen coincidencia en la definición que aporta el diccionario y la utilización que las publicaciones hacen de los extranjerismos conforme a dichas definiciones (*best-seller, bikini, blazer, body, bomber, boom, casting, clip, club, college, cool, country, (botas)cowboy, cyberpunk, denim, fashion, folk/y, funk, glamour, grunge, hobby, jeans, look, minimal, monogram, online, op art, packaging, patchwork, performance, piercing, pin, plexiglas, pop, pop art, punk, puzzle, relax, remake, revival, rock, rock and roll, set, sexy, shopping, shorts, show, SMS, sport/y, spot, stars, test, top, top model, twin set, unisex, web, western, zoom*). De ahí que en apenas 8 casos (11,94%), difieran la

definición y su aplicación en las publicaciones (*baby, fan, girl, hit, lady, mix, twist, vip*). De este resultado se infiere, como en el resto de diccionarios, que en general las revistas hacen un uso adecuado de las lexías procedentes del inglés. Y por su parte, el *DUE* propone definiciones actualizadas y adecuadas al empleo de anglicismos referentes a la moda.

#### 11.3.4 LOS TRES DICCIONARIOS CONSULTADOS

Gráfico 8. Anglicismos en *DRAE*, *DEA* y *DUE*



En líneas generales, podemos confirmar que respecto al cómputo de palabras consultadas, no hay un número importante de lexías del ámbito de la moda recogidas por los diccionarios, pues ninguno de ellos supera ni siquiera la mitad del total de anglicismos documentados. El *DEA* sobresale entre ellos, dada su actitud más inclusiva que el resto. En contraposición, el repertorio lexicográfico más reticente a la integración de préstamos del inglés ha sido el *DRAE*, tal y como esperábamos. Entendemos que el reducido registro de anglicismos en estas obras tiene su explicación en que el lenguaje utilizado en las revistas de moda es muy específico y creativo. El mundo de la moda, al igual que el de las ciencias, tiene un léxico propio que va más allá del vocabulario básico del vestuario. Multitud de estilos y de nuevas tendencias suman cada temporada términos novedosos al glosario de la moda. De ahí que no exista un espacio de tiempo prudente para que los diccionarios recojan tales anglicismos que invaden las publicaciones españolas de moda. Tampoco resultaría rentable hacerlo, pues como ya hemos apuntado, hablamos de un mundo especializado, y por ello, sus formas de

expresión no forman parte del uso habitual de los hablantes. Se trataría de un uso especializado y, por tanto, jergal. Además, los profesionales de las revistas utilizan los recursos lingüísticos con especial versatilidad, creando términos y combinaciones únicas que difícilmente tendrían cabida en los diccionarios (*poptimismo, boho chic, gold & rock...*). Solo el uso reiterado de dichas voces y combinaciones podrían dar pie a su inclusión.

En lo que a adaptación de las formas se refiere, el *DRAE* es el que más palabras acomodadas al español recoge o propone, seguidos del *DEA* y del *DUE*. Igualmente, se trata de una cifra reducida en todos los casos porque probablemente sean los anglicismos no adaptados los que acaban de incorporarse a nuestra lengua. De esta manera, no ha habido tiempo de que se asimilen la mayoría de estas lexías, ni de que los diccionarios hayan tenido opción de proponer una variante adaptada para facilitarles el uso de extranjerismos a los hablantes. En cambio, hemos notado que aquellas que sí se presentan integradas a la norma del español, estaban más extendidas en el uso de los hablantes, o han convivido durante más tiempo con el español (arte pop, babi, biquini, bloguero, bodi, cásting, ciberpunk, glamur, minimal, monograma, plexiglás, puzle, rocanrol, sexi supermodelo, wéstern).

Finalmente, este análisis nos ha permitido comprobar que existe una gran correspondencia entre el valor que tienen los anglicismos en las publicaciones especializadas y las definiciones lexicográficas. Aunque es preciso indicar que las revistas en multitud de ocasiones utilizan los anglicismos inspirados en la definición de un concepto. Esto ocurre sobre todo con los estilos de las tendencias, que son calificadas con términos procedentes de la música o del arte (estilo *punk*, camiseta con detalles *pop*). Por el contrario, se han registrado pocos casos en los que no concordaran definición y uso. Lo hemos entendido así cuando la definición era limitada. Por poner algunos ejemplos, *fan* en el *DEA* es definido como “Admirador entusiasta de un cantante o grupo popular o de un actor”. Sin embargo, en la publicación se utiliza como ‘tener un deseo o gusto por una prenda o complemento’, demasiado genérica. *Performance* en el *DEA* es definido como “Representación teatral”, “Resultado posible” o “Resultado de una actuación en público”, mientras que en la revista se utiliza como ‘puesta en escena de un pase de modelo’. Hay ocasiones en las que la definición y uso distan mucho, como por ejemplo ocurre con *flipflops* en el *DEA*. Este es definido como “Círculo que puede adoptar dos estados estables y diferenciados, que se asocian a un código binario para almacenar información” mientras que en la publicación lo encontramos con el significado de ‘chanclas’.

## 12. CONCLUSIONES FINALES

El español ha sido históricamente importador de voces foráneas. A lo largo del tiempo numerosas lenguas han interferido en nuestro sistema lingüístico determinando su evolución. En la actualidad, el inglés es el idioma que más está influyendo en el español en general, y en su léxico en particular. Y lo hace de una manera unidireccional y forzosa, dada la hegemonía social, económica y cultural de los países anglosajones.

No es necesario consultar manuales o acudir a la opinión de los expertos para ratificar que el inglés es el idioma de moda en el mundo. Además de ser una de las lenguas con mayor número de hablantes en todo el planeta, se ha convertido en el medio común de ámbitos especializados. De hecho, en este estudio hemos podido comprobar que las publicaciones españolas de moda revelan un gran volumen de anglicismos.

A nuestro juicio, los factores más importantes para integrar léxico inglés en las publicaciones de moda son:

- 1) La economía lingüística, pues es necesario un lenguaje rentable y expresiones breves en el contenido de estas revistas especialmente gráficas.
- 2) Búsqueda de un efecto elegante, cosmopolita e intelectual en el discurso, que entronque con el mismo modelo de mujer al que apelan: urbana, moderna y con un gusto por lo internacional.
- 3) Designar realidades novedosas que no existen en nuestro contexto y que llegan cada temporada con las tendencias textiles que aún no han encontrado un equivalente en nuestro sistema lingüístico ni una variante adaptada a la norma del español.
- 4) Otorgar matices únicos a los conceptos, cuando son insuficientes los términos patrimoniales desde el punto de vista semántico.
- 5) Evitar la monotonía del discurso escrito a través de la combinación de términos extranjeros y españoles para calificar o señalar a una misma realidad.
- 6) Enfatizar zonas estratégicas como titulares y destacados y así captar la atención de la lectora, que probablemente sentirá más curiosidad por un término extranjero novedoso, que por una palabra española que ya conoce.
- 7) Puro esnobismo. En muchos casos, la inclusión de extranjerismos no está justificada. Simplemente la exagerada alabanza al idioma foráneo, provocada por la influencia de los medios de comunicación, hace que los profesionales se decanten a favor del uso de lexías extranjeras y marginen conceptos de su propia lengua.

Todas estas razones provocan una gran afluencia de palabras de procedencia inglesa. En lo referente a la distribución temática hemos podido comprobar que hay una clara tendencia por calificar a la indumentaria y a su estilo con anglicismos, quedando en muchos casos relegado el español para definir la realidad de la moda. Además existe una inclinación a usar términos en inglés cuando se trata de una nueva tendencia. De todas formas, en general, el volumen de extranjerismos se debe más a la repetición de

unidades léxicas que a la variedad de palabras empleadas. Lo que no quiere decir que no hayamos reunido un glosario amplio de palabras propio de los ámbitos especializados. En resumidas cuentas, es innegable la preferencia de los profesionales de las publicaciones por utilizar tecnicismos del vestuario en inglés.

En cuanto al análisis lexicográfico, el número de lexías recogidas por los diccionarios en el ámbito de la moda es escaso, pues hablamos de un vocabulario muy especializado y que en la mayoría de los casos es intermitente: viene y se va con la misma rapidez con la que se renuevan las tendencias. Cuando se registran las voces, solo en un bajo porcentaje se proponen en los repertorios lexicográficos equivalentes o variantes adaptadas al español porque los anglicismos son de reciente llegada y no cuentan con asimilación en el uso de los hablantes. En cambio, las entradas que sí se presentan integradas a la norma española son de un uso más cotidiano en la población, ya que han convivido durante más tiempo con el español. Al margen de la adaptación de las lexías, podemos constatar que las publicaciones utilizan las lexías extranjeras conforme a las definiciones de los diccionarios.

Cabe ahora meditar sobre la conveniencia de integrar léxico inglés en los textos escritos en español, y en especial en este tipo de publicaciones. Sigamos con las metáforas para ilustrarlo: ¿Es conveniente la sal en nuestro cuerpo? Al igual que este elemento es necesario en la dieta para el buen funcionamiento y efectividad del organismo, nuestra lengua precisa de elementos nuevos que engrasen sus engranajes y que lo hagan efectivo en los tiempos que corren. Así, debemos nutrirnos de sal o de extranjerismos, pero con conciencia, encontrando un equilibrio entre lo endógeno y lo exógeno. La responsabilidad recae no solo en los académicos de la lengua y sus obras, sino especialmente en los profesionales que se ocupan de publicaciones como las que hemos estudiado y en los hablantes con la posterior aplicación de los anglicismos. Estos últimos deberían tener un criterio coherente a la hora de utilizar voces foráneas y limitar su uso en casos en los que estén justificados, no dejando que el esnobismo motive su empleo. Sin la justificación necesaria, el léxico inglés puede convertirse en la grasa que perjudique la estabilidad de nuestra lengua y en un impedimento para la eficacia comunicativa. El abuso de extranjerismos tendrá que eliminarse con un simple ejercicio rutinario: eligiendo y dando preferencia, a menos que no sea posible, al español, nuestra más preciada herramienta comunicativa.

### 13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Casado Velarde, M. *La innovación léxica en el español actual*. Madrid: Síntesis.
- Chacón Calvar, R. (1991). Lenguas en contacto e interferencias léxicas. El caso del gallego. *Revista de Lenguas y Literaturas Catalana, Gallega y Vasca*, Vol 1, 49-61.
- VV.AA. Collins (2016). *Collins Dictionary*. Consultado en <http://www.collinsdictionary.com/>
- Estornell Pons, M. (2012). *Préstamos del inglés en revistas femeninas: entre la necesidad denominativa y la estrategia pragmática*. Trabajo de investigación, Universidad Católica de Valencia.
- Gallego Ayala, J. (1990). *Mujeres de papel. De ¡Hola! a Vogue: la prensa femenina en la actualidad*. Barcelona: Icaria.
- Gómez Capuz, J. (1991). Para una clasificación tipológica de los anglicismos en español actual. En *Lingüística aplicada y tecnología I. Actas del I Simposio*. (63-70). Valencia: Universidad de Valencia.
- Gómez Capuz, J. (1996). Observaciones sobre la función de los extranjerismos en el español coloquial: valores estilísticos, semánticos y pragmáticos. En *Pragmática y gramática del español* (305-310). Valencia: Pórtico libros.
- Gómez Capuz, J. (1998). *El préstamo lingüístico. Conceptos, problemas y métodos*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Gómez Capuz, J. (2004). *Préstamos del español: lengua y sociedad*. Madrid: Arco/Libros.
- Gómez Capuz, J. (2005). *La inmigración léxica*. Madrid: Arco/ Libros.
- Lope Blanch, J.M. (1977): Anglicismos en México. En *Estudio sobre el español hablado en las principales ciudades de América* (270-279). México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- 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.
- Marrero Pulido, V. (1999). *La estructura del léxico en la norma lingüística culta de Las Palmas de Gran Canaria*. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Melander, I. (2012). *Préstamos en el ámbito de la moda española. Una investigación del empleo de palabras extranjeras en la revista de moda Vogue España*. Trabajo fin de grado, Universidad de Uppsala.
- Menéndez, Menéndez, M<sup>a</sup>.I. (2009). Aproximación teórica al concepto de prensa femenina. *Comunicación y Sociedad*, 22 (2), 277-297.
- Menéndez, Menéndez, M<sup>a</sup>.I. (2013). Tipología de la prensa femenina. Una propuesta de clasificación. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19 (1), 191-206.
- Moliner, M. (2008). *Diccionario de uso del español*. Madrid: Gredos.

- Muñoz Martín, J. y Valdieso Blanco, M. (2006). La importación lingüística en una relación asimétrica. Español e inglés, dos socios desiguales. *Panace@*, 5 (24), 63-84.
- Muñoz Negrete, P. (2015). *Moda y Comunicación: Análisis revistas especializadas*. Trabajo fin de grado, Universidad de Sevilla.
- Novotná, M. (2007). *El anglicismo en la lengua española*. Trabajo fin de grado, Universidad Masarykova.
- OJD. Interactiva. Últimos datos: Buscador de publicaciones, (2 de junio 2016, 18:17). Recuperado de <http://www.introl.es/buscador/>.
- Orsini, M. (2012). El concepto de empoderamiento en los estudios de género y en la prensa femenina. En R. Gómez Torralbo (Presidencia), *I Congreso Internacional de Comunicación y género*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Ortiz y Carbonero (2005). *El léxico del habla culta en Sevilla*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Pratt, C. (1980). *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Madrid: Gredos.
- Real Academia Española (2010). *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Espasa Calpe.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa Libros.
- Real Academia Española (2016, mayo, 19). Lengua madre solo hay una. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=JBEomboXmTw>.
- Romero Gualda, M<sup>a</sup>.V. (2002). El préstamo léxico. Los anglicismos. En *Lengua Española y Comunicación* (405-421). Barcelona: Espasa.
- Santana, J. (2009). Contribución al estudio de los anglicismos en el léxico del habla culta de Sevilla: Análisis cuantitativo de cinco campos semánticos. En *Estudios de lengua española: descripción, variación y uso* (619-641). Frankfurt/Madrid: Iberoamericana Vervuert.
- Santana, J. (2013): Anglicismos y variación en el léxico del habla culta del Sevilla. En *Estudios descriptivos y aplicados sobre el andaluz. Sociolingüística andaluza*, 16, 275-294.
- Seco, M. (1997): El léxico de hoy. En *Comunicación y lenguaje*. (183-201). Madrid: Karpos.
- Seco, M., Andrés, O. & Ramos, G. (2011). *Diccionario del español actual*. Madrid: Aguilar.
- Stoll Dougal, P.C. (1994). *El discurso de la prensa femenina*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Sundh, G. (2014). *Moda con un twist. Un estudio de los factores más importantes en el proceso de incorporar léxico inglés en la revista ELLE España*. Trabajo fin de grado, Universidad de Uppsala.

Materiales para conformar el cuerpo de datos:

- *Cosmopolitan* España, febrero 2016
- *Cosmopolitan* España, marzo 2016
- *Elle* España, febrero 2016
- *Elle* España, marzo 2016
- *Glamour* España, febrero 2016
- *Glamour* España, marzo 2016
- *Telva* febrero 2016
- *Telva* marzo 2016
- *Vogue* España, febrero 2016
- *Vogue* España, marzo 2016

Anexo 4. Listado original de la recogida de anglicismos

<b>Anglicismo</b>	<b>Código de identificación</b>
<i>Look</i>	COS/FEB/EST/DES/29
(Pantone) <i>Denim</i> <sup>1</sup>	COS/FEB/EST/TIT/29
(Tu Estilo) <i>Denim</i>	COS/FEB/EST/SEC/30
<i>Skynny</i>	COS/FEB/EST/TIT/30
<i>Skinny</i>	COS/FEB/EST/ DES/30
<i>Crop Top</i>	COS/FEB/EST/DES/30
Casual	COS/FEB/EST/DES/30
<i>Cool</i>	COS/FEB/EST/DES/30
Blazer	COS/FEB/EST/DES/30
<i>Jeans Skinny</i>	COS/FEB/EST/DES/30
(Mocasines) <i>Flatform</i>	COS/FEB/EST/DES/30
Gold & Rock	COS/FEB/EST/DES/30
<i>Look</i>	COS/FEB/EST/TEX/31
<i>Look</i>	COS/FEB/EST/DES/31
<i>D.I.Y</i>	COS/FEB/EST/DES/31
<i>Total Look</i>	COS/FEB/EST/DES/31
<i>Look</i>	COS/FEB/EST/ DES/32
<i>Look</i>	COS/FEB/EST/DES/32
<i>Look</i>	COS/FEB/EST/DES/32
<i>Look</i>	COS/FEB/EST/TIT/32
<i>Look</i>	COS/FEB/EST/TEX/32
<i>Street Style</i>	COS/FEB/EST/DES/32
Boyfriend	COS/FEB/EST/TIT/33
<i>Boyfriend</i>	COS/FEB/EST/DES/33
<i>Curvy</i>	COS/FEB/EST/DES/33
<i>Minipull</i>	COS/FEB/EST/DES/33
<i>Crop</i> (Marinero)	COS/FEB/EST/DES/34
“The Best”	COS/FEB/EST/DES/34
(Plan) <i>Denim</i>	COS/FEB/EST/TEX/35
(Estilo) <i>Cowgirl</i>	COS/FEB/EST/TEX/35
<i>Total Look</i>	COS/FEB/EST/TEX/35
(El) <i>Denim</i>	COS/FEB/EST/TEX/35
<i>Look</i>	COS/FEB/EST/TIT/36
<i>Look</i>	COS/FEB/EST/TIT/36
(Negro) <i>Sporty</i>	COS/FEB/EST/DES/36
<i>Total Look</i> (Negro)	COS/FEB/EST/TEX/36
(Vestido) <i>Stretch</i> (De Rayas)	COS/FEB/EST/TEX/36
(Tienda) <i>Online</i>	COS/FEB/EST/TEX/38
<i>Spot</i>	COS/FEB/EST/DES/38
<i>Instastyle</i>	COS/FEB/TEN/DES/69
<i>Cat Eye</i>	COS/FEB/TEN/DES/69
<i>Cropped Top</i>	COS/FEB/TEN/TEX/82
(De) <i>Afterwork</i>	COS/FEB/TEN/TIT/84
(Posterior) <i>Afterwork</i>	COS/FEB/TEN/TEX/84

<sup>1</sup> Es un titular que aparece sin ningún tipo de resalte tipográfico.

<i>Working Girls</i>	COS/FEB/TEN/TEX/84
<i>Look</i>	COS/FEB/TEN/TEX/84
(De) Brunch	COS/FEB/TEN/TIT/85
(Toque) <i>Cool</i>	COS/FEB/TEN/TEX/85
(Toque) <i>Sexy</i>	COS/FEB/TEN/TEX/86
<i>Nude</i>	COS/FEB/TEN/TEX/86
(Plan De) Relax	COS/FEB/TEN/TEX/87
<i>Look</i>	COS/FEB/TEN/TEX/90
(En Clave) Boyish	COS/FEB/TEN/TIT/91
Preppy (Marino)	COS/FEB/TEN/TIT/92
Mix (Perfecto)	COS/FEB/TEN/TIT/93
(Sube Tu) <i>Sexy</i>	COS/FEB/TEN/TEX/101
(Estilo) College	COS/FEB/TEN/TIT/103
Baby	COS/MAR/EST/TIT/31
(Jamaica) Dream	COS/MAR/EST/TIT/31
<i>Shorts</i> (De Infarto)	COS/MAR/EST/TEX/31
Bomber	COS/MAR/EST/TEX/32
<i>Looks</i> (Metal)	COS/MAR/EST/TEX/34
(Son El) `Top´ (De Las Pasarelas)	COS/MAR/EST/TEX/34
(En) <i>Color Block</i> (De Uno En Uno) <sup>2</sup>	COS/MAR/EST/TEX/36
(Safari) <i>Sexy</i>	COS/MAR/EST/TIT/38
(Versión) <i>Sexy</i>	COS/MAR/EST/TEX/38
<i>Shorts</i> (Mini)	COS/MAR/EST/TEX/38
(Toques) <i>Rock &amp; Roll</i>	COS/MAR/EST/TEX/42
(Haz De Ellas Un) <i>Must Have</i>	COS/MAR/EST/TEX/44
Slip Dress	COS/MAR/EST/TIT/46
(Diadema) Punk	COS/MAR/EST/TEX/46
(Azul) Denim	COS/MAR/EST/TIT/47
<i>Looks</i>	COS/MAR/EST/TEX/47
<i>Denim</i>	COS/MAR/EST/TEX/47
<i>Vintage</i>	COS/MAR/EST/DES/48
<i>Hit</i>	COS/MAR/EST/TEX/48
<i>Denim</i>	COS/MAR/EST/TEX/48
<i>Look</i>	COS/MAR/EST TEX/48
Cds	COS/MAR/EST/ TEX/48
(Estampado) <i>Tie Dye</i>	COS/MAR/EST/ TEX/48
<i>Tops</i> (De Red)	COS/MAR/EST/ TEX/48
<i>Lbd</i> ( <i>Little Black Dress</i> )	COS/MAR/EST/TEX/48
<i>Total Look Denim</i>	COS/MAR/EST/TEX/48
# <i>Casualfriday, Saturday, Sunday</i>	COS/MAR/EST/TEX/49
<i>Tye Dye</i>	COS/MAR/EST/TIT/49
<i>Diy</i> ( <i>Do It Yourself</i> )	COS/MAR/EST/TEX/49
<i>Tops</i>	COS/MAR/EST/TEX/49
Sms	COS/MAR/EST/TEX/49
<i>Crop Top</i>	COS/MAR/EST/TIT/49
<i>Piercing</i>	COS/MAR/EST/TEX/49
<i>Look</i>	COS/MAR/EST/TEX/49

<sup>2</sup> Aquí dan una aclaración en español del tecnicismo entre paréntesis.

<i>Pins</i>	COS/MAR/TEN/DES/89
(Efecto) <i>Kidult</i>	COS/MAR/TEN/TIT/99
<i>Total Look</i>	COS/MAR/TEN/TEX/101
(Combinación) <i>Jeans+ Crop Top</i>	COS/MAR/TEN/TEX/102
Relax (A Tope)	COS/MAR/TEN/TIT/105
(Subiendo El ) <i>Sexy</i>	COS/MAR/TEN/TIT/108
<i>Body</i> (De Encaje Blanco)	COS/MAR/TEN/TEX/108
<i>Shorts</i>	COS/MAR/TEN/DES/110
<i>Crops Tops</i>	COS/MAR/TEN/DES/110
Crop Top	COS/MAR/TEN/TIT/110
(Sube Tu ) <i>Sexy</i>	COS/MAR/TEN/TEX/110
(Es) <i>Trendy</i>	COS/MAR/TEN/TEX/111
(Serán Tu) <i>Must</i>	COS/MAR/TEN/TEX/112
(Muy) <i>Cool</i>	COS/MAR/TEN/TEX/115
New Spring	ELL/FEB/EST/TIT/51
(Un Viaje) <i>Premium</i>	ELL/FEB/EST/TIT/52
Must Elle	ELL/FEB/EST/CIN/55
(El Mundo Del) <i>Low Cost</i>	ELL /FEB/EST/TEX/55
<i>Fast Fashion</i>	ELL /FEB/EST/TEX/55
(Selecto) <i>Castig</i>	ELL /FEB/EST/TEX/55
(Tarde De) <i>Shopping</i>	ELL /FEB/EST/TEX/55
<i>Glamour</i>	ELL /FEB/EST/TEX/55
(Detalles En) <i>Patchwork</i>	ELL /FEB/EST/TEX/55
(Alma) <i>Ecofriendly</i>	ELL /FEB/EST/TEX/55
(Firma De) <i>Streetwear</i>	ELL /FEB/EST/TEX/55
(Inspiración) <i>Summer</i>	ELL /FEB/EST/TEX/55
(Jerséis) <i>Oversize</i>	ELL /FEB/EST/TEX/55
(Expedición) <i>Fashion</i>	ELL /FEB/EST/TEX/55
(Jugar Al) <i>Mix &amp; Match</i>	ELL /FEB/EST/TEX/55
(Vestidos)Boho	ELL /FEB/EST/DES/55
(Jerséis) ‘Oversize’	ELL /FEB/EST/DES/55
(Aventura) ‘Cool’	ELL /FEB/EST/DES/55
(Talentos) Made In Spain	ELL /FEB/EST/TIT/60
Stone <sup>3</sup>	ELL /FEB/EST/TIT/60
(Alma De) ‘Must Have’	ELL /FEB/EST/TEX/60
(Modelo) ‘Oversized’	ELL /FEB/EST/TEX/60
Top Elle	ELL /FEB/EST/DES/61
(Chaquetas De Sastre) ‘Extralarge’	ELL /FEB/EST/TEX/61
(Prendas Clásicas Con Un) ‘Twist’	ELL /FEB/EST/TEX/61
(Aventura) ‘Fashion’	ELL /FEB/EST/TEX/61
Set (Lujoso)	ELL /FEB/EST/TEX/62
(Calzado) ‘Street’	ELL /FEB/EST/TEX/62
(Con Sabor) Rock & Roll	ELL /FEB/EST/TEX/62
(Guiños) ‘Vintage’	ELL /FEB/EST/TEX/62
(Otros) ‘Hits’	ELL /FEB/EST/TEX/62
<i>Must Have</i>	ELL /FEB/EST/TEX/66

<sup>3</sup> Algo interesante aquí es que al principio del párrafo bajo el titular pone “de piedra”, para aclarar el título “Stone”.

(Elementos De) <i>Branding</i>	ELL /FEB/EST/TEX/66
(Su Icónico) <i>Monogram</i>	ELL /FEB/EST/TEX/66
(Conglomerado) <i>Patchwork</i>	ELL /FEB/EST/TEX/66
<i>Print</i>	ELL /FEB/EST/TEX/66
Tops	ELL /FEB/EST/TEX/67
(Mirada) Minimal	ELL /FEB/EST/TIT/70
‘Minimal Touch’	ELL /FEB/EST/DES/70
Working Glam	ELL /FEB/EST/TIT/70
(Los Bolsos) ‘City’	ELL /FEB/EST/DES/70
(Detalles) ‘Glitter’	ELL /FEB/EST/DES/70
Snow Zone	ELL /FEB/EST/TIT/71
(Aires) Summer	ELL /FEB/EST/TIT/71
(Paso) Western	ELL /FEB/EST/TIT/71
(Pasos) ‘Fashion’	ELL /FEB/EST/DES/71
It-Bags	ELL /FEB/EST/TIT/71
American Vintage	ELL /FEB/EST/TIT/71
(Aires) ‘British’	ELL /FEB/EST/DES/71
‘Store’	ELL /FEB/EST/DES/71
(Precios) ‘Low’	ELL /FEB/EST/DES/71
(Imagen) Vip	ELL /FEB/EST/TIT/71
‘Wish List’	ELL /MAR/EST/TIT/92
(Un)Hit	ELL /MAR/EST/TEX/93
(Accesorio) <i>It</i>	ELL /MAR/EST/TEX/93
<i>Wish List</i>	ELL /MAR/EST/TEX/96
(Instinto) Cool	ELL /MAR/EST/TIT/98
(Sandalias) <i>Ecofriendly</i>	ELL /MAR/EST/TEX/98
Fashion Week(De Londres)	ELL /MAR/EST/TEX/98
(Estilo) ‘Pop’	ELL /MAR/EST/DES/100
(Inspiración) ‘Summer’	ELL /MAR/EST/TIT/100
(Colección Más) Pop	ELL /MAR/EST/TIT/100
(Pinceladas) Pop	ELL /MAR/EST/TEX/100
<i>Prints</i>	ELL /MAR/EST/TEX/100
(La Firma) <i>Made In Spain</i>	ELL /MAR/EST/TEX/100
<i>It Girl Sixties</i>	ELL /MAR/EST/TEX/100
(Chalecos) <i>Oversize</i>	ELL /MAR/EST/TEX/100
(Abrigos) <i>Summer</i>	ELL /MAR/EST/TEX/100
(Vestidos) <i>Boho</i>	ELL /MAR/EST/TEX/100
<i>Looks (Deshabillé)</i>	ELL /MAR/EST/TEX/100
Top Elle	ELL /MAR/EST/CIN/102
<i>Top</i>	ELL /MAR/EST/TEX/102
(Panorama) <i>Fashion</i>	ELL /MAR/EST/TEX/102
<i>Front Row</i>	ELL /MAR/EST/TEX/102
<i>Show</i> (Neoyorquino)	ELL /MAR/EST/TEX/102
<i>Patchwork</i> (De Estampados)	ELL /MAR/EST/TEX/102
Top Elle	ELL /MAR/EST/DES/104
‘Hits’	ELL /MAR/EST/DES/104
<i>Must</i>	ELL /MAR/EST/DES/104
(Espíritu) British	ELL /MAR/EST/TIT/104

(Bolsos) 'Lady'	ELL /MAR/EST/DES/104
(Un Joyero) Top	ELL /MAR/EST/TIT/106
(Entretenimiento) Cool	ELL /MAR/EST/TIT/106
'Color Block'	ELL /MAR/EST/DES/106
'Trendy'	ELL /MAR/EST/DES/106
(Estilo) 'Navy'	ELL /MAR/EST/DES/106
Top Elle (Simbolito)	ELL /MAR/EST/DES/106
News Elle (Cintillo En La 104 Y 106)	ELL /MAR/EST/CIN/106
(Junto A La) 'Top'	ELL /MAR/EST/DES/106
'Made In Spain'	ELL /MAR/EST/DES/106
(Un) 'Must'	ELL /MAR/EST/DES/106
'Concept Store'	ELL /MAR/EST/DES/106
<i>Top Glamour</i>	GLA/ FEB/ TOP/ SEC/39
<i>Top Tendencias</i>	GLA/ FEB/ TOP/ CIN/40
Look	GLA/ FEB/ TOP/ DES/40
Performance	GLA/ FEB/ TOP/ TIT/40
Performances	GLA/ FEB/ TOP/ TEX/40
Show	GLA/ FEB/ TOP/ TEX/40
Look	GLA/ FEB/ TOP/ TEX/40
It Bag	GLA/ FEB/ TOP/ TEX/40
<i>Love Story</i>	GLA/ FEB/ TOP/ TEX/40
Look	GLA/ FEB/ TOP/ TEX/40
Leather Watches	GLA/ FEB/ TOP/ TIT/42
<i>Outfit</i>	GLA/ FEB/ TOP/ TEX/42
Very Important Shoes	GLA/ FEB/ TOP/ TIT/42
<i>Pointed</i>	GLA/ FEB/ TOP/ TEX/42
<i>Ugly</i>	GLA/ FEB/ TOP/ TEX/42
(Zapato) <i>It</i> (Del 2016)	GLA/ FEB/ TOP/ TEX/42
Prints (Gráficos Y De Animals Primitivos)	GLA/ FEB/ TOP/ TEX/42
<i>Highlights</i> De La Colección	GLA/ FEB/ TOP/ TEX/42
Backstage	GLA/ FEB/ TOP/ TEX/43
Chaos Magic	GLA/ FEB/ TOP/ TIT/46
(Tras El) <i>Normcore</i>	GLA/ FEB/ TOP/ DES/46
Bra	GLA/ FEB/ TOP/ TIT/46
Crop Top	GLA/ FEB/ TOP/ DES/46
<i>Bra</i>	GLA/ FEB/ TOP/ DES/46
Free Style	GLA/ FEB/ TOP/ TIT/46
(Estilo) <i>Sporty</i>	GLA/ FEB/ TOP/ DES/46
(Nuevo) <i>Bra</i>	GLA/ FEB/ TOP/ DES/46
Clutch	GLA/ FEB/ TOP/ DES/47
Slip Dress	GLA/ FEB/ TOP/ TIT/49
Slip Dress	GLA/ FEB/ TOP/ TEX/49
(Rabiosamente) Cool	GLA/ FEB/ TOP/ TEX/49
(La Nueva) Country Girl	GLA/ FEB/ TOP/ TIT/50
Western Chic	GLA/ FEB/ TOP/ TIT/51
(Revisión) Country	GLA/ FEB/ TOP/ DES/51

(Botas) Cowboy	GLA/ FEB/TOP/DES/51
(El Término) <i>Country</i>	GLA/ FEB/TOP/TEX/51
(Botas De) Cowboy	GLA/ FEB/TOP/TEX/51
(En Su Version Más) <i>Folky</i>	GLA/ FEB/TOP/DES/51
(Referencias) Pop	GLA/ FEB/TOP/TEX/51
Fairy Tales	GLA/ FEB/TOP/TIT/52
Denim	GLA/ FEB/TOP/TIT/52
(Tendencias Más) <i>Hot</i>	GLA/ FEB/TOP/TEX/52
El Denim	GLA/ FEB/TOP/TEX/52
Labels	GLA/ FEB/TOP/TIT/52
<i>Shop Glamour</i>	GLA/ FEB/SHOP/SEC/113
(Nuevo) Look	GLA/ FEB/SHOP/TIT/113
Streetwear	GLA/ FEB/SHOP/DES/113
Shop	GLA/ FEB/SHOP/CIN/39
<i>Lady In Jeans</i>	GLA/ FEB/SHOP/TIT/114
Denim	GLA/ FEB/SHOP/DES/114
<i>True Denim</i>	GLA/ FEB/SHOP/TIT/114
(El Eterno)‘Comeback’	GLA/ FEB/SHOP/TIT/114
Mix (De) Denim	GLA/ FEB/SHOP/TIT/114
Looks	GLA/ FEB/SHOP/TIT/119
<i>Outfit</i>	GLA/ FEB/SHOP/TEX/121
Look	GLA/ FEB/SHOP/TEX/121
(Inspiración) <i>Sixties</i>	GLA/ FEB/SHOP/TEX/121
(Aplicques Joya O De) <i>Glitter</i>	GLA/ FEB/SHOP/DES/121
Shop ( <i>Flechazos</i> )	GLA/ FEB/SHOP/CIN/124
Test	GLA/ FEB/SHOP/DES/126
Followers	GLA/ FEB/SHOP/DES/126
Top Models	GLA/ FEB/SHOP/TEX/127
Celebrities	GLA/ FEB/SHOP/TEX/127
Prints(Textiles)	GLA/ FEB/SHOP/TEX/127
<i>Outfits</i>	GLA/ FEB/SHOP/DES/128
Denim Days	GLA/ FEB/SHOP/TIT/128
Denim	GLA/ FEB/SHOP/DES/128
(Clave) Minimal	GLA/ FEB/SHOP/DES/128
<i>Mix &amp; Match</i>	GLA/ FEB/SHOP/DES/128
<i>Outfit</i>	GLA/ FEB/SHOP/DES/129
(Paleta) Nude	GLA/ FEB/SHOP/DES/129
Look	GLA/ FEB/SHOP/DES/129
(Sencillez) Cool	GLA/ FEB/SHOP/TIT/129
(El) Made In Spain (Que Te Inspira)	GLA/ FEB/SHOP/TIT/130
It Girls	GLA/ FEB/SHOP/DES/130
Celebrities	GLA/ FEB/SHOP/DES/130
(Estilo) Effortless	GLA/ FEB/SHOP/TIT/130
<i>Made In Spain</i>	GLA/ FEB/SHOP/TEX/131
Celebrities	GLA/ FEB/SHOP/TEX/131
<i>Front Rows</i>	GLA/ FEB/SHOP/TEX/131
(Básicos Con Un) Twist	GLA/ FEB/SHOP/TIT/131
(Estilo) Minimal	GLA/ FEB/SHOP/DES/131

Look Casual	GLA/ FEB/SHOP/DES/131
(Movimiento) <i>Made In Spain</i>	GLA/ FEB/SHOP/TEX/131
(Armarios Más) Cool	GLA/ FEB/SHOP/TEX/131
Unisex	GLA/ FEB/SHOP/DES/131
Must	GLA/ FEB/SHOP/DES/131
(Corte) Casual	GLA/ FEB/SHOP/TEX/133
Bikinis	GLA/ FEB/SHOP/TEX/133
Model Casting	GLA/ FEB/SHOP/TIT/133
It Girls	GLA/ FEB/SHOP/TIT/134
Photocall	GLA/ FEB/SHOP/DES/134
Casting	GLA/ FEB/SHOP/DES/134
Top Model	GLA/ FEB/SHOP/TEX/134
(Verdadero) <i>Hit</i>	GLA/ FEB/SHOP/TEX/134
(Miradas) Trendy	GLA/ FEB/SHOP/DES/146
(Una Fragancia) Gender-Free	GLA/ FEB/SHOP/TIT/146
<i>Fresh Classic</i>	GLA/ FEB/SHOP/TIT/146
Looks	GLA/ FEB/SHOP/DES/146
<i>Effortless</i>	GLA/ FEB/SHOP/DES/146
<i>Sneakers</i>	GLA/ FEB/SHOP/DES/146
<i>Born To Be Queen</i>	GLA/ FEB/SHOP/TIT/147
<i>Outfit</i>	GLA/ FEB/SHOP/DES/147
Look	GLA/ FEB/SHOP/DES/147
Animal Prints	GLA/ FEB/SHOP/DES/147
Funk Spirit	GLA/ FEB/SHOP/TIT/147
(Punto De) Funk	GLA/ FEB/SHOP/DES/147
Top <i>Glamour</i>	GLA/ MAR/TOP/SEC/69
Top (Tendencias)	GLA/ MAR/TOP/CIN/70
(Reyes Del) Glam	GLA/ MAR/TOP/TEX/70
<i>Performance</i>	GLA/ MAR/TOP/TEX/70
Glitter	GLA/ MAR/TOP/TEX/70
(Cultura) Pop	GLA/ MAR/TOP/TEX/72
(La Androginia) Grunge	GLA/ MAR/TOP/DES/72
(Ironía) Pop	GLA/ MAR/TOP/DES/72
(Lujo) <i>Effortless</i>	GLA/ MAR/TOP/TEX/75
(Lujo) 'Effortless'	GLA/ MAR/TOP/TIT/75
(Aire) <i>Boyish</i>	GLA/ MAR/TOP/DES/75
(Clave) <i>Effortless</i>	GLA/ MAR/TOP/DES/75
(Los) Must	GLA/ MAR/TOP/DES/75
(Camisa) Crop	GLA/ MAR/TOP/TIT/75
(Culotte) En Denim	GLA/ MAR/TOP/TIT/75
(Un Nuevo) <i>Fit</i>	GLA/ MAR/TOP/DES/75
Pinky Promise	GLA/ MAR/TOP/TIT/78
<i>Influencers</i>	GLA/ MAR/TOP/DES/78
Techie	GLA/ MAR/TOP/TIT/78
App	GLA/ MAR/TOP/DES/78
Wearables	GLA/ MAR/TOP/TIT/78
(Serás) Lady (Mogambo)	GLA/ MAR/TOP/TIT/80
Look (Safari)	GLA/ MAR/TOP/TEX/80

(La Mujer) Sexy	GLA/ MAR/ TOP/ TEX/ 80
Looks	GLA/ MAR/ TOP/ TEX/ 80
Prints(De Camuflaje)	GLA/ MAR/ TOP/ TEX/ 80
(Súper)Sexy	GLA/ MAR/ TOP/ TEX/ 80
<i>Flat</i> (Romana)	GLA/ MAR/ TOP/ TEX/ 80
<i>Happy Bags</i>	GLA/ MAR/ TOP/ TIT/ 86
<i>Smiley</i> (Una Carita Sonriente...)	GLA/ MAR/ TOP/ DES/ 86
<i>Lip Balm</i>	GLA/ MAR/ TOP/ TEX/ 86
<i>Oyster Card</i>	GLA/ MAR/ TOP/ TEX/ 86
<i>Fashion System</i>	GLA/ MAR/ TOP/ TEX/ 88
(Punto) <i>Sporty</i>	GLA/ MAR/ TOP/ DES/ 89
Folk	GLA/ MAR/ TOP/ TIT/ 89
(Aires) Folk	GLA/ MAR/ TOP/ DES/ 89
Paisley	GLA/ MAR/ TOP/ DES/ 89
Look Arty	GLA/ MAR/ TOP/ TIT/ 90
Pop	GLA/ MAR/ TOP/ TIT/ 90
Packaging	GLA/ MAR/ TOP/ DES/ 90
<i>Pop Art</i>	GLA/ MAR/ TOP/ DES/ 90
(Estética) Punk	GLA/ MAR/ TOP/ DES/ 90
(Al Más Puro Estilo)Diy	GLA/ MAR/ TOP/ DES/ 90
Cut Out	GLA/ MAR/ TOP/ TIT/ 92
Tops	GLA/ MAR/ TOP/ TEX/ 92
Cut Out	GLA/ MAR/ TOP/ TEX/ 92
(Vestidos) Lady	GLA/ MAR/ TOP/ TEX/ 92
Denim	GLA/ MAR/ TOP/ DES/ 92
(Con M De...) ¡Magic!	GLA/ MAR/ TOP/ TIT/ 92
<i>It Bag</i>	GLA/ MAR/ TOP/ DES/ 92
Shop Glamour	GLA/ MAR/ SHOP/ SEC/ 145
Shop	GLA/ MAR/ SHOP/ CIN/ 146
Dots <sup>4</sup>	GLA/ MAR/ SHOP/ TIT/ 147
Top	GLA/ MAR/ SHOP/ DES/ 149
<i>Sixties</i>	GLA/ MAR/ SHOP/ DES/ 151
Looks	GLA/ MAR/ SHOP/ TEX/ 151
<i>Cowgirl</i>	GLA/ MAR/ SHOP/ TEX/ 151
(Desfiles) <i>Spring-Summer</i>	GLA/ MAR/ SHOP/ TEX/ 151
Look (Estival)	GLA/ MAR/ SHOP/ TEX/ 151
(Las Clásicas) <i>Sneakers</i>	GLA/ MAR/ SHOP/ DES/ 153
Funny Faces	GLA/ MAR/ SHOP/ TIT/ 145
Print	GLA/ MAR/ SHOP/ DES/ 156
Bomber Squad	GLA/ MAR/ SHOP/ TIT/ 145
<i>Models Off Of Duty</i>	GLA/ MAR/ SHOP/ DES/ 156
It Girls	GLA/ MAR/ SHOP/ DES/ 156
Look	GLA/ MAR/ SHOP/ DES/ 156
<i>Arty</i>	GLA/ MAR/ SHOP/ DES/ 156
Look(Sobrio)	GLA/ MAR/ SHOP/ DES/ 158
Hoodie	GLA/ MAR/ SHOP/ TIT/ 158
(Índigo) Girls	GLA/ MAR/ SHOP/ TIT/ 158

<sup>4</sup> Hay Una Aclaración del significado de la voz más abajo: "Mil y un lunares"

Jeans	GLA/ MAR/SHOP/DES/158
Looks	GLA/ MAR/SHOP/DES/159
<i>Ugly Shoes</i>	GLA/ MAR/SHOP/DES/159
Look (Vanguardista)	GLA/ MAR/SHOP/DES/159
Print	GLA/ MAR/SHOP/DES/159
(Tendencia) <i>Arty</i>	GLA/ MAR/SHOP/DES/159
(Prenda) It	GLA/ MAR/SHOP/DES/160
<i>White Dress</i>	GLA/ MAR/SHOP/DES/160
Stars Warrior	GLA/ MAR/SHOP/TIT/161
Looks (De Día)	GLA/ MAR/SHOP/DES/161
Queens Of Fashion Age	GLA/ MAR/SHOP/TIT/161
(Conjuntos) <i>Twin Set</i>	GLA/ MAR/SHOP/DES/162
Western Promises	GLA/ MAR/SHOP/TIT/162
Look	GLA/ MAR/SHOP/DES/162
(Botas ) <i>Cowboy</i>	GLA/ MAR/SHOP/DES/162
X Is For Plexiglas	GLA/ MAR/SHOP/TIT/163
Look	GLA/ MAR/SHOP/DES/163
Look	GLA/ MAR/SHOP/DES/163
Pop	GLA/ MAR/SHOP/DES/163
Pyjama Suit	GLA/ MAR/SHOP/DES/163
Slip Dress	GLA/ MAR/SHOP/DES/163
<i>Effortless</i>	GLA/ MAR/SHOP/DES/164
<i>Effortless</i>	GLA/ MAR/SHOP/TEX/164
(Vestido) Baby Doll	GLA/ MAR/SHOP/TEX/165
Baby Doll	GLA/ MAR/SHOP/TEX/165
(Estampado) Liberty	GLA/ MAR/SHOP/TEX/165
(Página) Web	GLA/ MAR/SHOP/TEX/165
Stripes <sup>5</sup>	GLA/ MAR/SHOP/TIT/166
(Zoom)Estilo	GLA/ MAR/SHOP/DES/163
Ready To Wear	GLA/ MAR/SHOP/DES/166
<i>Jumpsuit</i>	GLA/ MAR/SHOP/DES/167
Look (De Oficina)	GLA/ MAR/SHOP/TIT/169
Denim	GLA/ MAR/SHOP/DES/169
(Tipo) Patchwork	GLA/ MAR/SHOP/DES/169
Streetstyle	GLA/ MAR/SHOP/DES/169
(Accesorios) <i>Casual</i>	GLA/ MAR/SHOP/DES/163
Shop Time Machine	GLA/ MAR/SHOP/CIN/170
<i>Easy Wear</i>	GLA/ MAR/SHOP/DES/170
Blazer	GLA/ MAR/SHOP/DES/170
Normcore	GLA/ MAR/SHOP/DES/170
Look	GLA/ MAR/SHOP/DES/170
<i>Outfit</i>	GLA/ MAR/SHOP/DES/170
Look (Imperecedero)	GLA/ MAR/SHOP/DES/170
Look (Victoriano)	GLA/ MAR/SHOP/DES/170
Flipflops	GLA/ MAR/SHOP/DES/171
(Vestido) <i>Slip Dress</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/105

<sup>5</sup> Aparece acompañado de "Rayas, Rayure".

<i>Look</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/105
<i>Mood</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/105
<i>Slip Dress</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/105
(Estética) <i>Cyberpunk</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/106
(La Clásica) <i>Varsity</i> (Bordada)	TEL/FEB/ÚLT/DES/106
( <i>Souvenir</i> ) <i>Jacket</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/106
<i>Look</i> (Sofisticado)	TEL/FEB/ÚLT/DES/106
<i>Track Pant</i>	TEL/FEB/ÚLT/TIT/107
<i>Casual Friday</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/107
<i>Wish List</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/107
<i>Revival</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/108
<i>Sixties</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/108
(Estilismos Más) <i>Grunge</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/108
(Un) <i>Glam</i> (Sosegado)	TEL/FEB/ÚLT/DES/108
(Flechazo) <i>Arty</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/108
<i>Neckband</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/109
<i>Granny Chic</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/109
(Formato) <i>Vintage</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/109
(Formato) <i>Oversize</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/109
(Firma De) <i>Lifestyle</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/110
<i>Top</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/110
<i>Fan</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/110
<i>Web</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/110
<i>Hobby</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/111
<i>Oversize</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/111
<i>Web</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/111
(Película) <i>Western</i>	TEL/FEB/ÚLT/TIT/111
<i>Made In Spain</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/111
<i>Web</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/111
(Española) <i>Minimal</i>	TEL/FEB/ÚLT/TIT/111
<i>Minimal</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/112
<i>Web</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/112
<i>Unisex</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/112
<i>Web</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/112
<i>Look</i> (Completo)	TEL/FEB/ÚLT/DES/112
<i>Web</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/112
<i>Fifties</i>	TEL/FEB/ÚLT/TIT/113
<i>Working Girl</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/113
<i>Web</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/113
(Música) <i>Rock</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/113
<i>Web</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/113
<i>Prints</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/116
<i>Selfies</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/116
(Auriculares) <i>Premium</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/117
<i>Unisex</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/117
<i>First Class</i>	TEL/FEB/ÚLT/TIT/117
<i>Boarding Pass</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/117
(La) <i>Top</i>	TEL/FEB/ÚLT/DES/117

<i>Slip Dress</i>	TEL/FEB/MOD/TIT/155
(Un) <i>Revival</i>	TEL/FEB/MOD/DES/155
<i>Diamond Print</i>	TEL/FEB/MOD/TIT/155
(Formato) <i>Total Look</i>	TEL/FEB/MOD/DES/156
<i>Op Art</i>	TEL/FEB/MOD/DES/156
Top (De Seda)	TEL/FEB/MOD/DES/158
<i>Must</i>	TEL/FEB/MOD/DES/159
<i>God Bless America!</i>	TEL/FEB/MOD/DES/162
<i>Tip</i>	TEL/FEB/MOD/DES/162
Prints	TEL/FEB/MOD/DES/162
<i>Geek</i> (De Lujo)	TEL/FEB/MOD/DES/164
<i>Sport</i> (De Lujo)	TEL/FEB/MOD/TIT/165
Tops	TEL/FEB/MOD/DES/165
<i>Streetwear</i>	TEL/FEB/MOD/DES/165
(Apuesta) <i>Risky</i>	TEL/FEB/MOD/DES/166
<i>Total Looks</i>	TEL/FEB/MOD/DES/166
Sexy(De Día)	TEL/FEB/MOD/DES/167
<i>Tank Tops</i>	TEL/FEB/MOD/DES/168
Rock	TEL/FEB/MOD/DES/171
(Telvateam)Flats <sup>6</sup>	TEL/MAR/ÚLT/DES/155
(Telvateam) Heels	TEL/ MAR /ÚLT/DES/155
Team <sup>7</sup>	TEL/ MAR /ÚLT/DES/155
Fans	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/155
<i>Made In Florence</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/155
<i>Top Model</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/155
<i>Kitty Flats</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/156
<i>Dress Code</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/156
(Team) Heels	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/156
Flats <sup>8</sup>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/156
(Telvateam) Flats	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/156
(Telvateam) Flats	TEL/ MAR /ÚLT/DES/158
(Telvateam) Heels	TEL/ MAR /ÚLT/DES/158
(El) <i>Grunge</i>	TEL/ MAR /ÚLT/DES/164
(El) <i>Minimal</i>	TEL/ MAR /ÚLT/DES/164
(Barroco) Pop	TEL/ MAR /ÚLT/DES/164
<i>Looks</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/166
<i>Cool</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/166
<i>Grunge</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/166
<i>Mainstream</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/166
<i>Best-Seller</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/166

<sup>6</sup> Se analizará por separado *Team* y *Flats*. También en los ejemplos similares a continuación.

<sup>7</sup> Nota: Aquí Aparece Sola Esta Voz

<sup>8</sup> Aquí aparece sola esta lexía.

<i>Remakes</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/166
<i>Chefs</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Revival</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Boom</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Crop Tops</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Mom's Jeans</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Choker</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TIT/168
<i>Celebrities</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Grunge</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TIT/168
<i>Casual</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Unisex</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Look</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Outfit</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Sexy</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>(Pantalón) Skinny</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>'Crop Top'</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TIT/168
<i>Top</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Celebrity</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Look</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>(Efecto) Army</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Cowboy(-Circense)</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Brunch</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Bomber</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TIT/168
<i>Bomber</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>(Aire) Teen</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Pins</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Piercing</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TIT/168
<i>Ear Cuff</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Clip</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Soft Punk</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>Sexy</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/168
<i>It Girls</i>	TEL/ MAR /ÚLT/DES/176
<i>Bloggers</i>	TEL/ MAR /ÚLT/DES/176
<i>Tops</i>	TEL/ MAR /ÚLT/DES/176
<i>Street Blogger</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176
<i>(Versión) Small</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176
<i>(Capricho) Fashion</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176
<i>Unisex</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TIT/176
<i>Clutch</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176
<i>Backstages</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176
<i>Front Rows</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176
<i>Fashion Weeks</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176
<i>(Ultra) Fashion</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TEX/176
<i>Puzzle</i>	TEL/ MAR /ÚLT/TIT/176
<i>Puzzle</i>	TEL/ MAR /ÚLT/DES/176
<i>Look</i>	TEL/ MAR /ÚLT/DES/178
<i>Top</i>	TEL/ MAR /ÚLT/DES/178
<i>Celebrities</i>	TEL/ MAR /ÚLT/DES/178

(A Ritmo De) <i>Rock</i>	TEL/ MAR /ÚLT/DES/178
'Prints'	TEL/ MAR /ÚLT/TIT/178
<i>It Girl</i>	TEL/ MAR /ÚLT/DES/178
<i>Revival</i>	TEL/ MAR /MOD/DES/238
<i>Seventies</i>	TEL/ MAR /MOD/DES/247
(Clave) <i>Lady</i>	TEL/ MAR /MOD/DES/247
<i>Boarding Schools</i>	TEL/ MAR /MOD/TEX/255
Lady (De Valentino)	TEL/ MAR /MOD/TEX/255
(Pendientes) <i>Oversize</i>	TEL/ MAR /MOD/TEX/255
<i>Grunge</i>	TEL/ MAR /MOD/DES/256
<i>Bomber</i>	TEL/ MAR /MOD/DES/256
<i>Retailers</i>	VOG/FEB/NOV/DES/33
'Walking Sleepwear'	VOG/FEB/NOV/TIT/33
(Inclinación) 'Arty'	VOG/FEB/NOV/DES/35
<i>Military</i> (Arty)	VOG/FEB/NOV/TIT/44
( <i>Military</i> ) Arty	VOG/FEB/NOV/TIT/44
Look 'Army' <sup>9</sup>	VOG/FEB/NOV/DES/44
Look	VOG/FEB/NOV/DES/46
Match Point	VOG/FEB/NOV/TIT/48
'Skyline' (De Nueva York)	VOG/FEB/NOV/DES/48
Insiders (Tendencias)	VOG/FEB/NOV/CIN/54
Look	VOG/FEB/NOV/DES/54
(Fiebre) <i>Vintage</i>	VOG/FEB/NOV/TEX/54
<i>Cool</i>	VOG/FEB/NOV/TEX/54
<i>Loafers</i> (De Talones Descubiertos)	VOG/FEB/NOV/DES/54
<i>Mule</i>	VOG/FEB/NOV/DES/54
Look	VOG/FEB/NOV/DES/55
(Movimiento) <i>Trendy</i>	VOG/FEB/NOV/DES/55
Insiders (Colaboración)	VOG/FEB/NOV/CIN/56
(Barrio Más) <i>Cool</i>	VOG/FEB/NOV/TEX/56
Looks (Excéntricos)	VOG/FEB/NOV/TEX/56
(De Pasado) <i>Nerd</i>	VOG/FEB/NOV/TEX/56
<i>Jeans</i>	VOG/FEB/NOV/TEX/56
Insiders (Una Chica, Un Estilo)	VOG/FEB/NOV/CIN/58
<i>Minimal</i>	VOG/FEB/NOV/DES/58
'Think Party, Wear Daily'	VOG/FEB/NOV/TIT/59
Insiders (Opinión)	VOG/FEB/NOV/CIN/60
(La Sobredosis De) 'Sportswear'	VOG/FEB/NOV/TIT/60
<i>Streetwear</i>	VOG/FEB/NOV/DES/60
<i>Casual</i>	VOG/FEB/NOV/DES/60
<i>Hoodies</i>	VOG/FEB/NOV/DES/60
<i>Running</i>	VOG/FEB/NOV/DES/60
<i>Luxury Sportswear</i>	VOG/FEB/NOV/DES/60

<sup>9</sup> En la distribución temática vamos a separar esta combinación para un análisis individualizado.

<i>Streetwear</i>	VOG/FEB/NOV/DES/60
It Shoe	VOG/MAR/NOV/DES/79
<i>Look</i>	VOG/MAR/NOV/DES/79
(Prendas) Unisex	VOG/MAR/NOV/DES/82
‘Shorts’	VOG/MAR/NOV/DES/91
Look	VOG/MAR/NOV/DES/100
(Inspiración) ‘Classy’	VOG/MAR/NOV/DES/100
Look	VOG/MAR/NOV/DES/100
Look	VOG/MAR/NOV/DES/102
Clubs	VOG/MAR/NOV/DES/102
(Nuevo) Casual	VOG/MAR/NOV/TIT/104
(Un) ‘Must’	VOG/MAR/NOV/DES/104
Bluemonday	VOG/MAR/NOV/TIT/106
‘Denim’ <sup>10</sup>	VOG/MAR/NOV/DES/106
(Lazada) ‘Oversize’	VOG/MAR/NOV/DES/112
Street Style	VOG/MAR/NOV/CIN/114
(Vocación) ‘Comfy’	VOG/MAR/NOV/DES/114
Folk	VOG/MAR/NOV/DES/116
Insiders	VOG/MAR/NOV/SEC/119
Insiders (Tendencias)	VOG/MAR/NOV/CIN/120
<i>Techno Princesses</i>	VOG/MAR/NOV/DES/120
Looks	VOG/MAR/NOV/DES/120
Tye-Dye	VOG/MAR/NOV/TIT/120
Insiders (Estilo)	VOG/MAR/NOV/CIN/124
<i>Cropped Jacket</i>	VOG/MAR/NOV/DES/124
Insiders (Diseñadores)	VOG/MAR/NOV/CIN/126
<i>Celebrities</i>	VOG/MAR/NOV/TEX/126
Looks	VOG/MAR/NOV/TEX/126
<i>Hype</i> (Estético)	VOG/MAR/NOV/TEX/126
(Tallas Deliberadamente) <i>Oversize</i>	VOG/MAR/NOV/TEX/126
Insiders (Una Chica Un Estilo)	VOG/MAR/NOV/CIN/128
Look	VOG/MAR/NOV/DES/128
<i>Total Looks</i>	VOG/MAR/NOV/DES/129
(Su) Look (Favorito)	VOG/MAR/NOV/DES/129
(Referencias) ‘Arty’	VOG/MAR/NOV/TIT/129
Insiders (Accesorios)	VOG/MAR/NOV/CIN/130
<i>Glitter</i>	VOG/MAR/NOV/TEX/130
(Imaginario) Pop	VOG/MAR/NOV/TEX/134
<i>Bodysuit</i>	VOG/MAR/NOV/TEX/134
Space (Couturier)	VOG/MAR/NOV/TIT/134
Insiders (Opinión)	VOG/MAR/NOV/CIN/134

<sup>10</sup> Más abajo en el mismo destacado se observa la aclaración en español: “tejido vaquero”.

Anexo 2. Entrevista con Helena Rodríguez Medina, jefa de sección y cierre de *ELLE* España. Realizada vía *e-mail* el 7/06/2016.

### Uso de anglicismos en la revista *ELLE*

- 1) **¿Cuáles son las razones por las que se hace uso de términos procedentes del inglés en la redacción de la revista?**

Es una manera de llegar a un público cosmopolita y que está al tanto de las tendencias a nivel internacional. Con este tipo de términos, como *trendy*, *cool*, *casual*, *chic*... nos sumamos a una especie de globalización de la moda y su lenguaje.

- 2) **Se ha analizado que los anglicismos son utilizados en *ELLE* tanto en cuerpos de texto, como en destacados y titulares. Pero tienen una especial visibilidad en los titulares y enunciados destacados. ¿Hay una intencionalidad en ello? ¿Cuál?**

No hay ninguna intencionalidad, es una cuestión de estilo. Al igual que la moda que aparece en la revista, los personajes a los que entrevistamos, los sitios que recomendamos... son españoles y extranjeros, nuestro lenguaje va más allá de nuestras fronteras. Usamos, y admitimos, términos (anglicismos, galicismos y demás) que son reconocibles por la mayoría de las lectoras (y más allá de nuestro target) y que, valga la redundancia, son *cool*. Somos una revista de tendencias, y el lenguaje moderno e internacional también lo es.

- 3) **He observado que en *ELLE* se resaltan los términos de procedencia extranjera con cursiva, o bien entre comillas ¿Tienen criterios fijos en la redacción para representar ortográficamente los anglicismos? ¿Siguen la norma de la Real Academia Española? ¿Tienen un libro de estilo que determine su representación ortográfica y uso?**

Los anglicismos van generalmente en cursiva para hacer más fácil su lectura en un contexto y reparar en su singularidad. En algunos casos nos permitimos licencia por temas de diseño, si estos van en titulares o con alguna tipografía especial, y omitimos la cursiva. En general, seguimos nuestro propio libro de estilo, que se adapta a las recomendaciones de la RAE y la *Fundéu*, pero con pequeñas licencias populares.

- 4) **En muchas ocasiones, se utilizan palabras en inglés en detrimento de voces españolas, siendo a veces su uso injustificado ¿A qué tipo de público se están dirigiendo? ¿No cree que pueden interponerse barreras a otros potenciales lectores?**

El uso de una palabra u otra es injustificado según quien lo valore. Si con injustificado te refieres a que existe una palabra en castellano para decir lo mismo, podemos concluir que 'a lo mejor', pero lo importante para nosotros es que se entienda el mensaje. Si entramos en ese terreno podemos considerar injustificado muchas cosas en la comunicación en general, pero somos seguidores de una máxima: adaptarse al medio. Nuestro 'medio' es la moda, y la moda habla inglés y francés, sobre todo.

5) **¿Es el inglés el lenguaje de la moda? ¿Por qué?**

El inglés es el lenguaje de todo, de la moda también. En nuestra revista y en las restantes revistas de este sector en España encontrarás anglicismos y galicismos que se justifican en el momento en el que entendemos que la moda no tiene fronteras.

Anexo 1. Tirada y difusión de las revistas analizadas

Publicación	Periodo	Promedio Tirada	Promedio Difusión
 <b>GLAMOUR</b>	Enero-2015/Diciembre-2015	278.078	128.824
GLAMOUR - FORMATO GRANDE		100.152	60.350
GLAMOUR - FORMATO PEQUEÑO		177.926	68.473
 <b>GLAMOUR</b>	Julio-2014/Junio-2015	297.146	152.705
 <b>GLAMOUR</b>	Enero-2014/Diciembre-2014	308.219	146.003

Publicación	Periodo	Promedio Tirada	Promedio Difusión
 <b>COSMOPOLITAN</b>	Enero-2015/Diciembre-2015	164.233	86.495
COSMOPOLITAN - FORMATO GRANDE		60.817	24.745
COSMOPOLITAN - FORMATO PEQUEÑO		103.417	61.749
 <b>COSMOPOLITAN</b>	Julio-2014/Junio-2015	168.043	83.537
 <b>COSMOPOLITAN</b>	Enero-2014/Diciembre-2014	180.902	88.802

Publicación	Periodo	Promedio Tirada	Promedio Difusión
 <b>TELVA</b>	Enero-2015/Diciembre-2015	231.111	141.925
TELVA - FORMATO GRANDE		132.795	83.970
TELVA - FORMATO PEQUEÑO		98.316	57.957
 <b>TELVA</b>	Julio-2014/Junio-2015	241.289	146.402
 <b>TELVA</b>	Enero-2014/Diciembre-2014	235.543	142.013

Publicación	Periodo	Promedio Tirada	Promedio Difusión
VOGUE	Enero-2015/Diciembre-2015	155.471	76.468
VOGUE	Julio-2014/Junio-2015	161.246	78.341
VOGUE	Enero-2014/Diciembre-2014	166.147	85.005

Publicación	Periodo	Promedio Tirada	Promedio Difusión
 ELLE	Enero-2015/Diciembre-2015	181.151	116.298
ELLE - FORMATO GRANDE		128.799	86.572
ELLE - FORMATO PEQUEÑO		52.351	29.726
 ELLE	Julio-2014/Junio-2015	191.313	125.705
 ELLE	Enero-2014/Diciembre-2014	203.683	134.802