

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Кафедра іспанської та французької філології

Кваліфікаційна робота магістра на тему:  
«ЗАПОЗИЧЕННЯ У СУЧАСНИХ ІСПАНСЬКИХ ГАЗЕТНО- ПУБЛІЦИСТИЧНИХ  
ТЕКСТАХ»

Допущено до захисту

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ року

Студента групи Ммліз01-19  
факультету романської філології і  
перекладу  
освітньо-професійної програми \_  
Сучасні філологічні студії (іспанська мова і  
друга іноземна мова): лінгвістика і  
перекладознавство  
за спеціальністю 035 Філологія

Сулейманової Асі Мансур гизи

(ПІБ студента)

Завідувач кафедри

іспанської та французької  
філології

Науковий керівник:

проф. Кагановська О.М.

(науковий ступінь, вчене звання, ПІБ)

\_\_\_\_\_ Савчук Р.І.  
(підпис) (ПІБ)

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

**MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA DE UCRANIA**

**UNIVERSIDAD NACIONAL LINGÜÍSTICA DE KYIV**

**Departamento de filología hispánica y francesa**

**TRABAJO DE MÁSTER EN FILOLOGÍA**

**sobre el tema: « LOS PRÉSTAMOS EN LA LENGUA ESPAÑOLA EN EL DISCURSO  
PERIODÍSTICO CONTEMPORÁNEO »**

*Autorizado a la defensa*

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_

Del estudiante de grupo Mmliz01-19

de la facultad de filología romana y  
traducción

área de formación profesional

035 Filología (Lengua y Literatura (español))

**Suleimanova Asia**

*Jefe de departamento de*

*Filología hispánica y francesa*

Dirigente científico:

Kaganovska O.M.

*(grado, título universitario, nombre, apellido)*

\_\_\_\_\_ Savchuk R.I.  
*(firma)* *(nombre, apellido)*

Escala nacional \_\_\_\_\_

Calificación final \_\_\_\_\_

Evaluación ECTS \_\_\_\_\_

## АНОТАЦІЯ

На сучасному етапі розвитку мовознавчої науки увагу багатьох лінгвістів-дослідників продовжує привертати проблематика запозичених слів (зокрема у публіцистичному стилі). Не зважаючи на появу значної кількості як наукових праць, так і нових словників запозичених слів, розвиток запозичення йде настільки інтенсивно, що постійно підтримує інтерес науковців до цієї теми. Механізм запозичення іншомовних слів в різних мовах відбувається по-різному. Це зумовлюється розширенням міждержавних, культурологічних і як результат – міжмовних контактів зі світом. Іспанська мова, на відміну від української, є досить поширеною, і це позначається на кількості і характеру запозичень, особливо в публіцистиці, якій притаманні насамперед запозичення-неологізми.

В даній дипломній роботі проаналізовано закономірності та особливості журналістського підкласу (особливо його лексичного рівня) та явища запозичень. Також представлено класифікацію журналістських жанрів та класифікації запозичень. Досліджено групи мовних змін. Проаналізовано причини появи запозичень, простежених в журналістському дискурсі.

**Ключові слова:** стиль, журналістський стиль, репортаж, неологізм, лінгвістичний кредит, неологізм.

## PLAN

INTRODUCCIÓN.....	6
PARTE 1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL ESTILO PERIODÍSTICO Y SU LENGUAJE EN LA LENGUA ESPAÑOLA CONTEMPORÁNEA.....	9
1.1 Determinación del « estilo » y « estilo periodístico » .....	9
1.2 Géneros de estilos periodístico .....	12
1.3 Características del lenguaje periodístico.....	13
1.4 El léxico prestado, especialmente los neologismos en la prensa escrita española .....	15
1.5. Actualización de los préstamos anglófonos en el contexto del español moderno.....	21
Conclusiones de 1ª parte .....	26
PARTE 2 LAS OBSERVACIONES GENERALES DE LOS PRÉSTAMOS EN LA LENGUA ESPAÑOLA CONTEMPORÁNEA.....	27
2.1 El préstamo lingüístico.....	27
2.2 Tipos de préstamos .....	27
2.3 Adaptación lingüística del préstamo léxico .....	29
2.4 Origen de los préstamos.....	31
2.5 Enriquecimiento del léxico español por medio de las lenguas europeas modernas.....	32
2.5.1 Germanismos.....	33
2.5.2 Helenismos .....	35
2.5.3 Arabismos .....	35
2.5.4 Italianismos .....	37
2.5.5 Anglicismos .....	38
2.5.6 Rusismos .....	40
2.5.7 Latinismos .....	40
2.6 Influencia del léxico internacional al desarrollo de los préstamos .....	41
Conclusiones de 2ª parte .....	45

PARTE 3 FORMAS DE UTILIZAR LOS ANGLICISMOS EN LA LENGUA ESPAÑOL CONTEMPORÁNEO Y SU INFLUENCIA EN LA CULTURA NACIONAL.....	46
3.1 La influencia a los anglicismos en la lengua española contemporánea.....	46
3.2 El papel de los principales medios de comunicación en el uso de los préstamos.....	70
3.3 Internacionalismos y las últimas tecnologías de la información (sobre estilo periodístico en formatos digitales).....	74
Conclusiones de 3ª parte.....	80
CONCLUSIONES GENERALES .....	81
BIBLIOGRAFÍA .....	84

## INTRODUCCIÓN

El tema del trabajo es «*Los préstamos en la lengua española en el discurso periodístico contemporáneo*». El problema de investigación de los préstamos en el discurso periodístico español es multilateral. Depende tanto de las tendencias de globalización mundial y evolución en la sociedad española como de los procesos dentro del idioma mismo.

El subestilo periodístico es un fenómeno lingüístico de gran complejidad. Últimamente está aumentando el interés por los estudios del lenguaje de la prensa. El lenguaje de los periódicos es la variedad más extendida y popular en el estilo publicista. El mencionado aumento de interés se explica no sólo por una gran diversidad de sus formas estilísticas, sino también por consideraciones derivadas de la docencia y, más concretamente, con el fin de estudiar las particularidades de los procesos evolutivos que van surgiendo en el lenguaje periodístico del español moderno.

Diferentes fenómenos o eventos se reflejan en las páginas de los periódicos y revistas, en televisión, en los portales de noticias de Internet, en las cintas. Teniendo en cuenta este hecho, es natural que los medios de comunicación influyen mucho en el desarrollo del lenguaje periodístico.

Una capa significativa de los vocablos en el discurso periodístico la constituyen los préstamos. Por tal motivo se explica la **actualidad** del presente trabajo.

El **objetivo** del estudio son los préstamos en el estilo periodístico contemporáneo. Debido a la popularidad creciente de la lengua inglesa, la mayoría de las nuevas palabras provienen de este idioma en particular. El análisis teórico y práctico de este trabajo consiste en la denominación y la examinación de los préstamos en el discurso periodístico.

De acuerdo con el objetivo las **tareas de la investigación** consisten en:

- analizar regularidades y peculiaridades del subestilo periodístico (especialmente su nivel léxico) y el fenómeno de préstamo;
- presentar las clasificaciones de los géneros periodísticos y las de las clases de préstamos;
- determinar de forma más ampliada los grupos de cambios lingüísticos;

— mediante el análisis hacer la tentativa de entender las razones de aparición de los préstamos, calcos en el discurso periodístico.

El **objeto** de la investigación son los préstamos en el subestilo periodístico de la lengua española.

El **sujeto** de la investigación es el discurso periodístico contemporáneo.

El **valor práctico** del trabajo está determinado por la capacidad de utilizar sus resultados en los cursos teóricos, en particular de la estilística y la lexicología. Algunos de los resultados pueden ser útiles para el desarrollo de material didáctico sobre la lexicología y la estilística de español moderno.

Los **métodos de la investigación** aplicados con el fin de cumplir el objetivo y tareas mentadas son análisis deductivo e inductivo; análisis semántico; elementos del análisis transformacional y comparativo.

El **material** de base para la investigación consta de artículos periodísticos, ensayos, notas, reportajes, comentarios, periódicos más populares de España (sacados de los sitios web de El País, El Mundo, ABC) y Diccionario de la lengua española de Real Academia Española.

La **novedad científica** del trabajo consiste en procurar hacer una investigación compleja de géneros periodísticos teniendo en cuenta la penetración del léxico prestado en la lengua española contemporánea.

El **valor teórico** del trabajo consiste en el acceso al problema de los préstamos, que presenta la necesidad de observar, en primer lugar, la intercomunicación de los factores sociales y lingüísticos que influyen sobre los procesos de la prestación; en segundo, la unidad del aspecto diacrónico y sincrónico en la investigación de las palabras extranjeras.

La **estructura del trabajo** consta de la introducción, dos capítulos, las conclusiones generales, el resumen en el idioma ucraniano y la bibliografía.

En la introducción se fundamenta la actualidad del tema, se determina el objeto, el sujeto, el objetivo, las tareas y los métodos de la investigación, se define el valor teórico y práctico, se explica la novedad científica.

**Palabras clave:** estilo, estilo periodístico, reportaje, neologismo, préstamo lingüístico, neologismo.

## **PARTE 1**

### **CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL ESTILO PERIODÍSTICO Y SU LENGUAJE EN LA LENGUA ESPAÑOLA CONTEMPORÁNEA**



### **1.1 Determinación del «estilo» y «estilo periodístico»**

El estilo es la forma en que el autor plasma lo que escribe usando rasgos propios y particulares. El estilo es una propiedad del uso del lenguaje muy difícil de aclarar. Podemos definirlo como un señalador de las propiedades sociales de los hablantes y de la situación sociocultural del hecho del habla. El género, la edad, la clase o los antecedentes determinan las variedades del uso de la lengua. Los hablantes deben utilizar un estilo más formal en las situaciones más serias, entre la gente desconocida, que en la conversación diaria con los miembros de la familia, con amigos o pareja. Eso significa que el texto escrito está relacionado con un estilo más formal a diferencia del estilo hablado que se une con un estilo informal y más ligero. También hay que mencionar que existen nociones de estilo diferentes. El «estilo personal » es un grupo de elementos estilísticos del uso del lenguaje (discurso) de una persona individual a través de situaciones distintas. El «estilo ad hoc», también llamado « momentáneo », indica el discurso de una persona en una situación singular. El «estilo grupal» significa un estilo independiente de la situación de la generalidad de los miembros de un grupo social. El « estilo funcional » es un conjunto de cualidades de la lengua de los hablantes en una situación social mientras que se dedican a un papel funcional determinado (médico, maestro, ministro, etc.). El «estilo contextual» lo designamos como un grupo de características de uso de la lengua relacionadas con un tipo de contexto social particular. Otro estilo, conocido como el «estilo de los media », es el lenguaje característico de los medios de comunicación. El « estilo discursivo » es el grupo de elementos estilísticos específicos que se unen con un género de discurso específico (un hecho, una ley, un acontecimiento diario, etc.). Finalmente hace falta mencionar el « estilo socioléctico », que es una variedad del lenguaje de un grupo o unión sociocultural. Todos estos estilos se pueden combinar e influir. Además de los mencionados estilos distinguimos otros tipos importantes:

estilo especializado, estilo educativo, estilo de ensayo, estilo administrativo, estilo periodístico o publicístico, etc [23, p. 259].

Este trabajo está dedicado al estudio del « estilo periodístico». Es considerado como uno de los más jóvenes de todos los estilos. Su origen podemos encontrarlo en el estilo especializado y en el estilo retórico, es decir, tiene el carácter de estos estilos y está relacionado con ellos estrechamente. El estilo periodístico se ha desarrollado en determinadas condiciones político-sociales, acompañadas por la evolución de la sociedad y del progreso técnico. Hoy en día sirve este estilo para informar más concreta y exactamente al público amplio sobre los temas y eventos actuales. Sus rasgos más destacados son la exactitud, la penetrabilidad, la claridad, el arte de persuadir y la variedad de expresiones. Las cualidades más características del estilo periodístico son la actualidad, (la cualidad más importante), la brevedad y la variabilidad. Es un estilo de carácter impersonal, es decir, la importancia del texto se refiere a los hechos, no al autor que suele ser desconocido.

De cara al estilo, lo lógico es una distanciamiento hacia el lector. La noticia no sólo se escribe, sino que también es un discurso público. El discurso periodístico es impersonal ya que no lo origina y expresa un solo individuo sino organizaciones institucionalizadas. Esto quiere decir que no solamente está ausente el «usted» sino también el «yo» individual. Los textos periodísticos no expresan las ideas privadas. El «yo» está presente como un mediador de los hechos. Los nombres que aparecen en las firmas de los relatos periodísticos no tienen como objetivo ser un signo personal sino una identificación secundaria de una voz institucional.

El estilo periodístico también está controlado por varios temas del discurso informativo. Estos temas se refieren a la vida social, política nacional, política internacional, violencia, desastres, deportes, ciencias, arte, etc. También es importante recalcar que no es comparable el estilo de un reportaje sobre un concierto pop, que es menos formal, al de un reportaje sobre una reunión política internacional.

El estilo periodístico está ligado a los estilos de la comunicación formal. Con ello queremos decir que los vulgarismos, los coloquialismos, el estilo de la lengua

hablada son inadecuados para el estilo escrito y que tales expresiones sólo pueden aparecer en el texto entre comillas o como citas de los autores de la noticia. Los escritores suelen usar el lenguaje directo, menos retórico, pero más veraz u objetivo. El estilo formal está asociado con oraciones largas y complejas, y contiene elementos de los lenguajes especiales.

Según Emil Dovifat citado por José Luis Martínez Albertos [28, p.203] se advierte que «el estilo es la suma de los medios de expresión regulados de modo unitario y adecuado por las facultades personales». Lo cual quiere decir que frente al modo de expresión particular de los distintos géneros periodísticos, que se distinguen por la técnica redaccional y estrategia discursiva aplicada, además de su estructura particular; el periodista también expone su estilo, su firma personal y auténtica a través de una construcción lingüística libremente seleccionada.

Fernando Lázaro Carreter [27, p. 9 – 10] sigue en las citas de Martínez Albertos y puntualiza que «el estilo es el conjunto de rasgos de ideación y de expresión propios de una época, un género o una persona. Cuando hablamos de estilo periodístico (o lírico o novelístico, etc.) queremos aludir a caracteres de ideación y expresión de un género, frente a los demás géneros».

Los siguientes planteamientos muestran más detalladamente a qué se refiere el estilo según la expresión lingüística: «Según Buffon, el estilo es el hombre – dentro de su aparente simplicidad –, y abarca a todos los estilos, a todas las corrientes literarias, pero cada hombre de letras, aún dentro de su grupo de expresión más general, siempre aportará su «yo interior» específico, sus propiedades humanas, únicas e individuales, el orden y el movimiento individual que se pone en los pensamientos. Orden, en cuanto al arreglo, a la coordinación, a la organización de todas las piezas de ese tablero de ajedrez que es una oración, una página, un capítulo. Movimiento en cuanto a la colocación de las palabras, la combinación de las estructuras de la oración, las expresiones, los giros, el tono, todo lo cual produce la intensidad, el efecto, la energía, el relieve.»

Por lo tanto, esa simple frase de Buffon: «el estilo es el hombre, encierra la complejidad de lo breve y la riqueza de la profundidad [19, p. 73]. El estilo es

pues, la colocación de cada elemento gramatical y el revestimiento del pensamiento escrito».

Los objetivos de un buen estilo periodístico son:

- Lograr la comprensión del lector .
- Usar el lenguaje que el lector entiende sin mínimo esfuerzo por su parte.
- Hacer el mensaje efectivo.
- Captar la atención del lector.
- Despertar el interés del lector desde el comienzo del texto; pues de qué vale

un texto perfectamente escrito, claro y comprensible si no logra atraer al lector para que lo lea. El lector abandonaría cualquier texto si no logra atraparlo con su expresión.

## **1.2 Generos del estilos periodístico**

Entendemos por un estilo periodístico la suma de los medios de expresión regulados de modo unitario y adecuado por las facultades personales. El estilo sería el conjunto de los rasgos de expresión que son propias de una época, persona, o de un género.

Los estilos periodísticos son: informativo, opinativo, interpretativo y ameno, visual:

1) Estilo informativo, tiene como objetivo informar a los lectores, transmitirles información con animo de ser fiel al reflejo de que ocurre. Aquí encontramos las noticias, informaciones, reportajes, crónicas.

2) Estilo de sollicitación de opinión, pretende orientar el juicio del lector respecto a unos hechos con un grado de intencionalidad proyectado de forma subjetiva en el mensaje. Nos referimos a la editorial, las colaboraciones y las columnas de opinión. El objetivo en los artículos de opinión es persuadir.

3) Estilo ameno o folletinesco, lo que se pretende conseguir no son fines estrictamente periodísticos sino más cercanos a otros ámbitos sociales o culturales.

La creación literaria, la divulgación científica, el entretenimiento. Serían aquellos textos literarios pero no específicamente periodísticos.

4) Estilo visual. La fotografía informativa se ha convertido hoy en un recurso informativo más dentro del periódico. Puede completarse con el pie de foto.

Cumple varias funciones:

- captar la atención del receptor;
- dar los contenidos de forma instantánea y global;
- provocar emociones;
- aportar dinamismo visual al periódico [35, p. 17].

### **1.3 Características del lenguaje periodístico**

Al escribir un texto periodístico el profesional busca una comunicación inmediata con un sector de lectores heterogéneo, con capacidades diferentes y distintos niveles culturales. De ahí que se encuentre la necesidad de utilizar un lenguaje peculiar al que podemos atribuir tres características:

#### 1) La claridad

Un texto claro es aquel conformado por expresiones cuya comprensión esté al alcance de una persona de cultura media. Significa así mismo la utilización de un vocabulario o léxico neutro, esto es, poco minucioso y lo menos técnico posible. Tal y como afirma Martín Vivaldi, un texto es claro «cuando el pensamiento del que escribe penetra sin esfuerzo en la mente del lector» [23, p. 258].

El lenguaje periodístico se caracteriza por que busca lograr un alto nivel de claridad expositiva. La claridad es la condición primera de la prosa periodística. En el periódico se escribe para que pueda entendernos todo el mundo: el culto y el menos culto, el especialista en la materia y el profano, el muy inteligente y el menos inteligente. Esto requiere en el reportero claridad en las ideas y transparencia en lo que expone [32, p. 13].

Para el profesor Nuñez Ladevéze, un estilo es claro cuando «tiende a responder a las funciones periodísticas de la comunicación: rapidez de la lectura, mínimo esfuerzo posible de interpretación, máxima concentración informativa» [33, p. 194].

La claridad es una condición importante en el lenguaje periodístico si obligamos al receptor a interrumpir la presión normal de su lectura para volver de nuevo sobre el párrafo recientemente leído. Todo lo que obliga al lector a detenerse para reflexionar sobre el sentido de la oración dificulta la comprensión y la rapidez de la lectura, y por lo tanto, debe ser eliminado.

## 2) La concisión

Se trata de la brevedad que debe presentar el texto, esto es, utilizar únicamente las palabras precisas para manifestar lo que queremos. «La falta de concisión – según Albalat es el defecto general de los que empiezan a escribir. La concisión es cuestión de trabajo. Es preciso limpiar el estilo, cribarlo, pasarlo por el tamiz, quitarle la paja clarificarlo, petrificarlo y endurecerlo hasta que desaparezcan las virutas, hasta que la fundición carezca de rebabas y se hayan tirado todas las escorias... En una palabra, que no se pueda decir más concisamente, lo que hayamos dicho. Es indispensable evitar lo redundante o agregar ideas secundarias sin mayor relevancia para expresar que no añaden nada a la idea matriz, sino que más bien la debilitan» [30, p. 251].

Manejar un estilo sencillo, claro y breve no significa que se debe renunciar a la imaginación y al colorido, ni resignarnos a un lenguaje lacónico. Utilizar un estilo conciso hay que interpretarlo como el uso de un estilo denso, entendiendo por estilo denso «aquél en cada línea, cada palabra o cada frase están preñadas de sentido» [23, p. 259].

Emil Dovifat define la concisión como la «exposición reposada y objetiva, pero vigorosa de los hechos. Para ello hay que dejar que éstos hablen por sí solos. Nunca puede llegar a tal eficacia la abundancia de palabras, por grande que sea, en el lenguaje informativo. No es el número sino la elección cuidadosa y certera de los vocablos y su empleo en reproducir adecuadamente la visión y experiencia del suceso, lo que comunica realismo y da vida al texto de las noticias» [14, p. 285].

## 3) La naturalidad

La naturalidad es otra condición imprescindible del buen lenguaje periodístico, utilizar un estilo natural significa «huir de lo enrevesado, de lo

artificial, de lo complicado, de lo barroco. Escribir naturalmente es procurar adaptar el estilo al fondo. Es decir, procurar que las frases sean las propias, las que el tema exige. Un escritor es natural, cuando se sirve de su propio vocabulario, de su habitual modo expresivo» [23, p. 260 – 261].

#### **1.4 El léxico prestado, especialmente los neologismos en la prensa escrita española.**

La lengua es un vehículo de comunicación social, y cada etapa histórica acomoda el lenguaje al medio en el que se desenvuelve. Cada comunidad selecciona una parte de la realidad, le da nombre y la introduce de este modo en su sistema lingüístico; a medida que las necesidades cambian, se modifica la lengua.

El lenguaje, comenta Abad [11, p. 13], permanece en esencial identidad, aunque asimismo en una continua modificación; desde luego existe según una variabilidad siempre nueva.

Los sucesos históricos, una evolución en las instituciones, los avances tecnológicos y de la ciencia, etc., arrastran consigo alguna novedad en el lenguaje, sobre todo en el vocabulario.

La renovación del léxico de la lengua tiene en la actualidad un dinamismo superior al de otras épocas. El progreso continuo en el campo de la ciencia y de la técnica es uno de los determinantes de ese cambio constante y veloz. El otro determinante es la influencia que tienen en la actualidad los medios de comunicación.

La prensa escrita es un observatorio extraordinario para ver día a día cómo surgen palabras nuevas o cómo se resucitan voces que parecían en desuso. Al ser testimonio de una sociedad global, el discurso periodístico es una fuente inagotable de neologismos y de voces inicialmente neónimicas que son muestra de las tendencias léxicas de nuestra lengua [3, p. 191 – 192].

Los diarios, sus suplementos y revistas publican diferentes variedades textuales destinadas a un público diverso. Encontramos en sus páginas, creaciones o usos lingüísticos del mundo de la política, de la economía, de la moda, del sector automovilístico, de los viajes, de la salud, de los deportes, de los toros, jardinería,

animales domésticos, gastronomía, y un largo etcétera. Creaciones o usos lingüísticos que van desde la jerga juvenil hasta el uso de términos científicos vertidos en la lengua general y a los que el lector se enfrenta cuando lee la prensa. Los periódicos son por sí mismos creadores de usos lingüísticos porque están obligados a registrar palabras desde el momento en que nacen. Pero, además, los periodistas son difusores de usos lingüísticos y tienen, pues, la responsabilidad de usar el idioma correctamente. Lázaro Carreter [27, p. 18] señaló, en muchas ocasiones, que los modelos lingüísticos de nuestra sociedad no son ya los grandes escritores a los que la escuela proponía como modelos del lenguaje hablado y escrito, sino los que la prensa, la radio y la televisión mitifican o convierten en objetos de consumo en masa.

Y aunque son muchos los que critican los malos usos del lenguaje por los periodistas: reiteraciones de términos, cambios de género, puntuación incorrecta, uso abusivo de extranjerismos, siglas, etc., también es verdad que, en muchas ocasiones, estos profesionales tratan de ganar la atención de los lectores con palabras nuevas y llenas de expresividad. Su objetivo es sorprender, y su ingenio aporta una fuerza expresiva que sacude la monotonía y vende periódicos.

«El idioma, como código expresivo del hablante, es una constante recreación de base popular. Y son los periodistas los que, por estar en continuo y constante contacto con la vida, están más cerca de ese lenguaje hablado que es, a fin de cuentas, el verdadero lenguaje; no el de la letra muerta de gramáticos y académicos» [30, p. 251].

Aguirre Martínez [12, p. 24] distingue, en su estudio sobre neologismos en la prensa, dos tipos de motivaciones para su creación: semánticas y pragmáticas. Según Aguirre, hay situaciones en las que la necesidad semántica lleva a buscar un nuevo término. Son casos en los que tenemos un significado que carece de significante. Esto sucede cuando el objeto, concepto, acción o situación es de nueva creación y se hace necesario buscar un término que sirva para referirnos a ellos. Sin embargo, en la mayoría de los casos, la palabra que se crea no es necesaria. Lo que busca el periodista es añadir un determinado matiz de



significado. Cuando la motivación es estrictamente pragmática, se crea, pues, una palabra que añade un determinado matiz de significado a una palabra ya existente. Este matiz puede ser peyorativo, atenuante, cómico, etc.

Lo que es incuestionable es que la prensa, ya sea como creadora o como mera transmisora de innovaciones léxicas es una de las fuentes más importantes para la realización de estudios sobre neología. Hay que recordar que la Real Academia Española (RAE), reacia durante mucho tiempo a los neologismos, acabó por incorporarlos a su diccionario y que, para el Banco de Datos (CREA), la prensa del mundo hispánico ocupa un lugar relevante entre su documentación, de tal forma que los textos periodísticos igualan en número –si no los superan– a los documentos literarios. Y lo mismo se puede decir de otros bancos de datos o de otras obras lexicográficas de prestigio como, por ejemplo, el Diccionario del español actual [12, p. 24].

Si el léxico es el «espejo» de la sociedad, la sociedad española es una sociedad cambiante. Este cambio continuado se refleja en las innovaciones léxicas difundidas por la prensa escrita que, en sus diferentes secciones, además de hacerse eco de las novedades en las más diversas áreas, se constituye en una ‘voz de voces’ al publicar las creaciones lingüísticas de los periodistas, escritores y demás personas que escriben en los diarios aunque en muchas ocasiones estas voces, por diferentes motivos, no hayan aún sido sancionadas e incorporadas a los diccionarios.

Analizando la prensa española, nuevo léxico económico parece estar dominado por el inglés, y palabras como subprime, tax lease o venture capital aparecen, casi a diario, en los medios de comunicación españoles. Además, España está ligada en lo económico a Europa (eurobono, euroimposición), y la crisis generalizada que se cebó en Grecia, que amenazó con la dracmatización de su economía, también afecta seriamente a otros países europeos. Los bancos, aquí, parecen ser los principales culpables (banco digno, banco malo, banco puente), y también la especulación (bonos basura).

En la política, también se percibe la estrecha unión a Europa (eurociudad, eurosistema, eurovoto). Los principales problemas en política parecen ser: la corrupción (apellidismo, esposismo, tajadismo); los problemas derivados de la política deudal del gobierno, que según muchos llevará al austericidio; la especial situación de algunas Autonomías (nacionalismo); el terrorismo (filoetarra, impunipaz). Los políticos dejan, a menudo, su huella en el léxico (Fragalicia, zapaterato, rajoyano), y lo mismo ocurre con el gobierno de turno (neoderecha, derechil). Los políticos más audaces, no satisfechos con gobernar en la Tierra, hacen ya sus planes para gobernar el universo (exopolítica).

La salud siempre ha sido un tema de candente actualidad. Hoy se suele identificar la salud con el bienestar, y se da mucha importancia a lo natural, lo ecológico, lo exótico. La salud se ha convertido, en parte, en una mercancía que lleva a la felicidad, a la belleza, al placer (antiaging, biosaludable, nutricosmética). Se descubren nuevos fármacos, sustancias, compuestos (carnitina, benzodiazepina, parabenos); se aplican nuevos tratamientos (ninfoplastia), y un sinfín de terapias (abrazoterapia, chocolaterapia, orinoterapia, vinoterapia). Hay avances que parecen sacados de una película de ciencia ficción (criogenización), y sigue el debate sobre la eutanasia (móvil-eutanasia, tele-eutanasia).

Siempre se han asociado los deportes a la salud y al bienestar. En los últimos años han surgido nuevos deportes y técnicas de entrenamiento que cuajarán o no dependiendo del número de deportistas que decidan practicarlos y de su práctica continuada en nuestro país: yogailates, balsaje, skicross, body-flow, indoorwalking.

A pesar de esta coyuntura desfavorable, aún hay lugar para el optimismo. La educación, uno de los pilares de la sociedad, presenta también avances: crowdlearnig, homeschooling, sobrecualificación. Además, se observa una creciente preocupación social por la ecología (ecoideológico, econegocio, ecoinnovación, agroecológico, huella ecológica); «lo verde»: calor verde, consumidor verde, y ‘lo bio’: biocapacidad, bioclimático, biotrituradora, biodiésel; las «energías limpias» y el ahorro energético: maremotor, jacket, modo sleep,

undimotriz; y un significativo interés por las artes y la música, aunque la crisis también haya llegado hasta aquí (micromecenazgo).

El acelerado desarrollo de la tecnología y de los conocimientos del hombre acerca del medio en que vive ha motivado la aparición de ciencias y técnicas novedosas: acuacultura; astrobiología; glicobiología; glotocronología; tanatopraxia. La «astrobiología», por ejemplo, es una «rama de la biología que estudia la vida extraterrestre»; la «glotocronología» es un ‘método para determinar el grado de relación entre dos o más lenguas emparentadas y la cronología de su separación respecto de una fuente común’.

Se registran avances en casi todas las ramas del saber: en astronomía: exoplaneta ( planeta que está fuera del sistema solar ); energía oscura; picosatélite; púlsar; en robótica: biorobot; en automoción: full hybrid; mild hybrid; en mercadotecnia: embalaje inteligente; en las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación: bluetooth; feature phone; prompter; retroiluminación; smartphone; smart TV; videoconferencing; en vulcanología: piroclástico; piroclasto; etc.

La informática ha revolucionado la sociedad moderna, y ‘ciber’ se asocia ya a casi todo: ciberacosador, ciberbromas, cibercart, cibercirugía, cibercomercio, ciberdelincuente, ciberdependencia, ciberdisidente, ciberocio, ciberperegrino, cibervoluntario, ciberlector. Y lo mismo ocurre con lo electrónico, pero con ‘e-‘ (del inglés electronic) antepuesta a la palabra, ya sea ésta patria o foránea: e-administración, e-book, e-branding, e-cliente, e-mailing, emarketing, e-reader, e-receta, e-revista, e-worker y también con geo-: geolocalización, geolocalizar, geoposicionamiento, geovisor.

Se crean incluso algunos verbos muy especiales: atachar; googlear; geolocalizar; pixelar; pixelizar; reinicializar; resetear; tuitear; retuitear; whatsapppear; viberear.

Las redes sociales (féisbuc (facebook); orbyt; twitter) sorprenden no sólo por el número de usuarios, sino también por la utilización de un léxico propio e inestable. Se observa, por un lado, que en los casos de tuit; tuitear; tuiteo; tuitero;

tuitódromo; retuit; retuitear; se españolizó el término. Por otro lado, en palabras como: tweet; tweet-redada; tweetstar; twitero; retweet; se conservó la base original tweet [51].

La revolución informática propicia la aparición de nuevos aparatos: geolocalizador; netbook; iPad; iPhone; pen drive; ultrabook; asimismo, gran variedad de aplicaciones, sistemas, programas: geovisor; gnuwatch; macroplataforma; power point; skype; whatsapp; widget; y tendencias que pueden representar cambios significativos en el mundo que nos rodea: cloud computing; cloud working; community management; digital business; m-commerce; telegestión; socialcommerce; social learning; social reading; trending topic; unboxing.

El cine y la televisión siguen ocupando un lugar destacado en la preferencia de la gente: blockbuster; docu-reality; infortainment; narcoserie; sillónbol; talent show; thriller noir.

En España, el gran flujo turístico y las sucesivas olas de inmigrantes, con sus culturas culinarias, han facilitado que el abanico de posibilidades gastronómicas se haya ampliado considerablemente. Además de la rica gastronomía española (androlla; butelo; gilda; piparra; richada), productos y platos extranjeros, a veces exóticos, se encuentran fácilmente en supermercados, tiendas especializadas, restaurantes, etc., de todo el país: de Italia (lingüini); de Inglaterra (cupcake); de Estados Unidos (cheeseburger); de Francia (vichyssoise). También, se diversifican los lugares relacionados con el buen comer y el buen beber: gastrobar; gastrococtelería; gastroteca; minicoctelería; petisquería; tapería; wine bar. Y al lado de la «comida rápida» surge, en estos tiempos de prisa, un nuevo concepto: slow food (ing. «comida lenta»), con derecho a sobremesa.

La industria de la moda española se ha expandido a otros países, y el ciudadano de a pie sigue, muy de cerca, sus tendencias (fashion week, street style, color block) [51]. Aunque el diseño español marca estilo (ombligüero), la influencia francesa (brasier, sautoir), y la inglesa (peep-toes, girdlies) se aprecia en

los fashionistas locales. Además, llegan a España ropas y complementos de lugares exóticos como, por ejemplo, del mundo árabe (niqab, hijab).

### **1.5 Actualización de los préstamos anglófonos en el contexto del español moderno**

El siglo XXI como la época de la diversificación (o *variedad*) lingüística y las personas plurilingües abre los nuevos horizontes de las investigaciones en el campo de la lingüística.

En este sentido, el problema del contacto entre lenguas se resulta, hoy en día, actual y discutible tanto en la lingüística nacional, como en la extranjera.

Por primera vez en la historia el planeta ha recibido la lengua de la comunicación global: en todos los países modernos del mundo se habla inglés ya sea lengua materna, segunda lengua o lengua extranjera. La zona del uso constante del idioma inglés tiende a extenderse. Este lenguaje llegó como un idioma extranjero, donde anteriormente existían otros idiomas internacionales, tales como francés, ruso o español, y en el lugar donde anteriormente estaba en el exterior, esta lengua se convirtió en, o se convierte en la segunda lengua.

La realidad de los préstamos del origen inglés se refleja en las páginas de la prensa española (en España, y en la América Latina), también en la televisión y la radio. El funcionamiento de los anglicismos en la lengua española confirma la realidad de su presencia en los tradicionales y en los ámbitos nuevos del discurso. Hay que mencionar, que los medios de comunicación masiva son el fenómeno social, cultural, político y económico. Ferraz Martínez aboga que «la prensa moderna es un instituto social, y la estrategia comercial, la industria cultural, y el elemento de propaganda, pero en la dimensión pragmática es el punto de interacción entre el remitente y el destinatario, en que manipulan ciertas llaves sociales, culturales, lingüísticas y comerciales» [18, p. 12].

Para conquistar el mercado mundial en cualquier esfera es necesario dominar tal lengua (lenguas), que se convertiría en el transmisor internacional lingüístico, que define un estilo de la vida y la ideología en particular (por ejemplo, cuando se

publicitan los perfumes, a menudo se utiliza el francés; para el tabaco y los refrescos se usa el inglés, cuando se anuncian las marcas de los coches utilizan el idioma alemán, etc.). El inglés se convirtió en la base de muchos medios expresivos, obteniendo un lenguaje actual de la prensa española.

El carácter específico del funcionamiento de los anglicismos en el contexto de la lengua española se manifiesta en la deformación de la semántica y la forma de las palabras del origen anglófono, también en la comparabilidad con los análogos españoles.

En la esfera de la industria de transporte hispanohablante figuran muchas marcas y las expresiones del origen inglés. Por lo tanto, se convierte de uso común una frase «alquiler de coches», que es un calco de la expresión «to rent a car», también tales expresiones populares son: shopping-car, super car, Belle car, Super Sport, Hobby Motor, land rover, todo terreno (jeep), airbag, parking y etc.

Asimismo, la moda española se ve afectada por anglicismos. Son ampliamente difundidas las palabras que están compuesto de los anglicismos originales, adaptados, y el calcamiento semántico o léxico: *2009 Decoraciones Star, Atlantic Music, Boutique Nelli's, Levi's Store, Teknisound, Confección Danylo's, Young Store, El Corte Inglés*.

La diferenciación semántica en la esfera del funcionamiento de los anglicismos es también de mucho interés. Por ejemplo, tales anglicismos como *jersey* y *suéter* son los anglicismos según M. Alvar Ezquerro y A. Del Hoyo [33], el término *jersey* el español lo adaptó mucho más antes, es la prenda de punto que cubre la parte superior del cuerpo, mientras que *suéter* domina en América Latina que apareció relativamente hace poco tiempo, es el especie de jersey de punto de lana.

Los anglicismos coexisten con éxito en el español con sus dobles originales. Por ejemplo, el anglicismo *poster* su equivalente español *cartel*. Sin embargo, como está precisado, hay (existe) una especificación semántica de las palabras dadas: *carteles* un anuncio con fines informativos o publicitarios, mientras

que *pósteres* cartel con una imagen que se coloca como decoración en las paredes [15, p. 496].

La multitud de juegos modernos deportivos son del origen anglófono. *La actividad deportiva* como la esfera de la cooperación internacional está llena de la terminología anglófono, en el caudal léxico de la lengua española se encuentra la cantidad enorme de los anglicismos relacionados con el tema Deporte: *baseball/pelota básica/beisbol, softball, volleyball/ voleibol/balonvolea, basketball/balóncesto, football/fútbol, rugby, golf, hockey, tenis, ping-pong, boxing/boxeo, penalty, etc.*

Con el paso de tiempo, los términos se adaptan en el habla cotidiana y en los medios de comunicación masiva. Muchos de ellos han sido aceptados por el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española.

Los anglicismos más usados en el área de deportes son *fútbol, golychutar*, que, a su vez, sirvieron de base para la aparición en español de tales derivados, como *futbito, futbolista, fútbol-sala, goleador, golazo, chutazo* [20, p.156 – 157].

Las normas y la forma de la *Actividad Vital Social de la Sociedad* se caracterizan también por la adaptación de los términos del origen inglés: *mitin, líder, VIP, estrella (star), hippies, skins (skin heads)* y etc.

Por ejemplo, la forma anglófono «meeting» se transforma en *mitin* con los equivalentes, que existen en el español «*junta, concilio, reunión, asamblea, congreso*». Merece la pena notar que al principio el término de *mitin*, significaba «la asociación científica o económica, la reunión», en poco tiempo este significado se ha limitado al fenómeno puramente político – «reunión donde el público escucha los discursos de algún personaje de relevancia política y social» [38, p. 117 – 123].

Último tercio del siglo XX en la lengua española ha sido furtermente popularizado un lexema *líder*, la vaguedad semántica y la tipicidad de esta noción contribuyen a la difusión y la preferencia de este término entre la multitud de análogos españoles– «caudillo, jefe, cacique, cabecilla, conductor, guía», y etc. Sucesivamente (Más tarde) el lexema *líder* líder ha servido de base para la

aparición, está relacionada etimológicamente con la palabra en el español – *liderazgo* (leadership), e incluso empezó a hacer el papel funcionalmente de la definición, por ejemplo: *empresa líder, equipo líder*.

En los EEUU ha surgido el sintagma popular *very important person*, que subraya las relaciones jerárquicas, que más tarde se ha divulgado por todo el mundo como la forma de la abreviación famosa *VIP*, además funcionando y en el español más a menudo como la definición, por ejemplo: *zona VIP*.

En la esfera de la *Educación* en cuanto a la promoción del aprendizaje de lenguas extranjeras, especialmente el inglés, el sustantivo *schoolse* convierte casi « nativo », y la terminología no adaptada inglesa (anglófona), por ejemplo: *Audio School, Trinity School, Nelson English School, English Language Center*, y etc.

El lexema *examen, test* son los anglicismos típicos y difundidos, así como *examen* representa el término generalizado que designa el examen de una manera general, sino *test* en la mayoría de los casos significa prueba destinada a evaluar conocimientos o aptitudes, en la cual hay que elegir la respuesta correcta entre varias opciones previamente fijadas.

Diferentes géneros musicales y estilos, que popularizaban principalmente en los países anglófonos (Los Estados Unidos, Reino Unido ) contribuían a la aparición de una gran variedad de préstamos del origen inglés: pop, jazz, rap, rock, rock urbano, rock fuerte, rock and roll, acid house, punk, y etc.

En el campo del *Cinematógrafo* y la *Televisión* los anglicismos se usan a menudo para la nominación de los nuevos fenómenos, se encuentran preferibles debido a la fuerza de la exactitud semántica y la brevedad: *filme, thriller, casting, oscar, videoclub, zapping/zapeo, reality, spot, show, strip-tease, sketch*, y etc.

Por ejemplo, el anglicismo *casting* semánticamente es de gran capacidad y brevedad, y tiene una semántica más amplia en comparación con el equivalente español «reparto», es un conjunto de pruebas, entrevistas, etc., que se realizan para la selección de actores o modelos [39].

El nombre propio *Oscar* se ha convertido en colectivo, como demuestra el diccionario Collins es «nombre dado a la figura de bronce recubierta de oro, de



carácter simbólico, con que la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas de Hollywood (E.U.A.), premia anualmente la mejor película, dirección, interpretación, etc. El nombre oficial es Academy Award» [47]. En el mismo significado el anglicismo *oscar* se usa en las páginas de la prensa española.

El anglicismo *reality* (la forma breve de reality-show) fue fijado en los medios de comunicación masiva de España, y no puede soportarla competencia con los equivalentes españoles del tipo «programa de sucesos», ya que refleja un fenómeno más complejo que es «un programa televisivo que muestra como espectáculo los aspectos más escandalosos, marginales, morbosos y crudos de la realidad» [45].

El ámbito de la *Economía* y el *comercio* es la rama internacional de la actividad vital humana, ilustra los ejemplos convincentes del funcionamiento de los anglicismos, por ejemplo: marketing/mercadotecnia, copy-right, boom, representante, stand, tarjeta de crédito, y etc.

Diccionario de voces de uso actual permite el uso del anglicismo original *marketing*, sin embargo, se adquiere al equivalente español *mercadotecnia*, determinado como «el conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda» [39].

El anglicismo *boom* es un término económico, que gana entre los análogos españoles *auge súbito*, *prosperidad repentina*, gracias a la brevedad y la expresividad del contenido [46], como afirma la Academia del Español es «la etapa máxima en el desarrollo del ciclo económico, puede aplicarse en los tipos diferentes de la actividad» [50].

Últimamente se ha establecido la tendencia del uso del anglicismo *representante* en vez de tradicional *manager* [20, p.157], suscita el interés «el renacimiento» del anglicismo *representante*, fijado todavía a mediados de del siglo XX [36, p. 159].

## CONCLUSIONES DE LA 1ª PARTE

Partiendo de nuestras investigaciones del estilo periodístico hemos llegado a tales conclusiones:

1. El estilo empleado por los medios de comunicación, corresponde usualmente al nivel del habla, aunque en ocasiones, también corresponde a la calidad del medio o por el género que se emplea.

2. Los géneros periodísticos son formas de expresión escrita que difieren según las necesidades u objetivos de quien lo hace. Las variedades del género del estilo periodístico que deja entender que el léxico prestado no va a ser uniforme. El estilo periodístico se considera como uno de los más jóvenes de todos los estilos y es influido por las condiciones políticas, sociales y por el progreso técnico.

3. Los neologismos y sus funciones forman parte del estilo periodístico. El estilo periodístico se considera como uno de los más recientes de todos los estilos influenciado por las condiciones políticas, sociales, culturales, etc.

4. Los rasgos principales de estilo periodístico son claridad, naturalidad, concisión, expresividad que se busca con frecuencia en las formas espectaculares de préstamos y neologismos con el fin de llamar la atención del lector.

5. Los neologismos y préstamos en el ámbito político, en la esfera de salud, deporte, tecnologías e informática, cinematógrafo y turismo, industria de moda en su mayoría proceden de inglés, siendo éste la lengua internacional.

## **PARTE 2**

## LAS OBSERVACIONES GENERALES DE LOS PRÉSTAMOS EN LA LENGUA ESPAÑOLA CONTEMPORÁNEA

### 2.1 El préstamo lingüístico

Hablar de préstamo o transferencia léxica entre las lenguas es hacer referencia a uno de los ámbitos de investigación que se han desarrollado ampliamente en el campo de la Sociolingüística, en especial el concerniente al fenómeno de lenguas en contacto y bilingüismo. El préstamo es el fenómeno sociolingüístico más importante que se manifiesta en todas las situaciones donde hablantes de dos lenguas distintas conviven o tienen un cierto grado de convivencia cotidiana. En todos esos casos de contacto de lenguas, es decir, toda vez que exista un individuo capaz de utilizar total o parcialmente dos lenguas distintas podrá llegar a observarse el fenómeno del préstamo lingüístico [6, c. 59].

### 2.2 Tipos de préstamos

Hay dos tipos de préstamos: el léxico y el gramatical. Sin embargo, el préstamo léxico es, por mucho, el más frecuente de todos, y se produce cuando el elemento prestado es una palabra, normalmente un adjetivo; por otro lado, el préstamo gramatical se origina cuando un número importante de hablantes bilingües usan partículas, morfemas, ordenamiento y construcciones propias de otra lengua [49].

#### 1) el préstamo léxico

Las comunidades idiomáticas toman formas léxicas de otras lenguas para describir realidades que en su cultura aparecen por primera vez, pero que en la otra son frecuentes y poseen ya un término forjado, términos prestados o «*préstamos léxicos*».

En otros tiempos, la lengua española acogía fácilmente palabras extranjeras, que naturalizaba transformándolas de acuerdo a su propia estructura. Hoy existe una especie de resistencia a la sustitución por los términos autóctonos, aunque la «naturalización» de los vocablos sería verdaderamente enriquecedora para el castellano. Igualmente el término «préstamo» está relacionado con el término

«extranjerismo»: un préstamo es un extranjerismo incorporado al sistema lingüístico de una lengua determinada. [26 p. 119]. Extranjerismo es la palabra, expresión, o manera de hablar propia de los hablantes de una lengua extranjera, que es introducida y usada en otra lengua [50].

Extranjerismos son las palabras de otras lenguas que se pronuncian con algunas adaptaciones fonéticas.

El préstamo léxico se puede dividir en la siguientes clasificaciones:

Extranjerismos no adaptados son las palabras cuya pronunciación no se ha adaptado a la lengua receptora. Algunos ejemplos de extranjerismos no adaptados en español son: hardware, eau de toilette, pizza, holding.

Extranjerismos adaptados – son aquellas palabras originarias de otras lenguas que se han adaptado a las reglas de la lengua receptora [21, p. 40]. Algunos ejemplos en castellano son: chalé < chalet, gol < goal, aparcar < park, yogur < yoghurt.

Extranjerismos especializados – son las palabras que tienen referencia a una realidad ajena y por eso no tienen equivalentes.

Los extranjerismos se originaron porque no existe lengua alguna que tenga un vocabulario tan extenso y completo que pueda cubrir todas las necesidades expresivas de sus hablantes.

Los extranjerismos satisfacen la necesidad para nuevos vocablos y ayudan a hacer la lengua más expresiva y rica.

## 2) el préstamo gramatical

Muchos de los rasgos comunes de las áreas lingüísticas — como la forma de construir oraciones — son producto del préstamo gramatical: tomar o basarse en el ordenamiento y construcción de frases de otra lengua para la construcción gramatical de la propia. Este tipo de préstamo suele producirse en comunidades lingüísticas con un alto grado de bilingüismo o con una estrecha conquista cultural [22, p. 13]. Los hablantes usan solamente las partes no léxicas de las palabras prestadas cuando hablan.

### 2.3 Adaptación lingüística del préstamo léxico

Las adaptaciones de los préstamos se refieren a las transformaciones que se aplican a las palabras cuando se piden prestadas a una lengua extranjera. Cuando las palabras de la lengua prestadora son mal formadas en la lengua prestataria se hace necesario que se transformen en palabras bien formadas. La discusión sobre el tema gira generalmente en torno a la pregunta de si su integración ocurre en la fonética, en la gramática, en la semántica.

#### 1) Adaptación fonética:

Enfoque fonético propone la exclusividad de la semejanza perceptiva entre los segmentos nativos y prestados para determinar la integración de las palabras. Los aspectos de la estructura fonológica extranjera, incluyendo segmentos, suprasegmentos y sílabas fonotácticas, se trastornan sistemáticamente durante la percepción del habla. Es decir, los sonidos de las estructuras extranjeras se asimilan a unos que sean bien formados por monolingües y bilingües en la lengua materna. Hay veces que el préstamo mantiene la forma fonética original, por ejemplo: *buró – bureau, carné*.

En *carné* vemos que se mantiene la ortografía original. En otros casos vemos que se mantiene la ortografía pero la fonación se adapta a la equivalencia correspondiente de la lengua receptora. Hay entonces adecuación fonética de acuerdo al nivel sociocultural, por ejemplo: *klú, klub – club*.

#### 2) Adaptación gramatical.

Se asimila el sistema de la lengua prestataria el plano morfológico y sintáctico, por ejemplo: *rouge* « comprar un rouge, usar rouge ». También esta la incorporación de un préstamo con las marcas gramaticales correspondientes de a lengua de origen. Han ingresado muchas palabras con sus marcas plural y singular por ejemplo: club – clubes. Estos plurales alternan con los plurales del español: club, clubs, clubes.

#### 3) Adaptación semántica :

Se tiende a considerar que las palabras de una lengua nativa y las de otra lengua comparten un significado único y que los elementos lingüísticos difieren

sólo en su configuración fonética o gramatical. Si no difieren, a veces en todo el campo semántico, lo hacen al menos en alguna parte de él. Para dilucidar este problema hay que saber que a referentes diferentes habrá también signos diferentes. Un referente puede representar una misma idea funcional pero puede variar la representación que tengamos de él. Por ejemplo *iglú* (equivale a casa, pero culturalmente no es así) no tenía o que cubría parcialmente la zona de significación de los términos adoptados. Por eso se han naturalizado palabras, por ejemplo: *beige* (no hay otra palabra para ese color).

#### 4) Naturalización del préstamo:

Se ha confundido a veces «calco» con «préstamo naturalizado». El «calco» sería la naturalización del ing. *igloo* en el fr. *iglou*, esp. *iglú* (choza de hielo de los esquimales). El «préstamo naturalizado» es una asimilación fónica y morfológica que conserva en lo fundamental el significante de la lengua original. Y el «calco» es una construcción imitativa que reproduce el significado de la palabra o expresión extranjera con significantes de la lengua en la que traducimos. Veámos lo con estos ejemplos:

*Fútbol* es un «préstamo naturalizado» que trata de adaptar a la fonología española los elementos fónicos del significante ing. *football*. *Balompíe* sería un calco, que reproduciría con significantes preexistentes en esp. (*balón* y *pie*) el significado de la misma palabra inglesa.

El fr. *restaurant* se ha usado en esp. con tres formas: «restaurant», que es un puro extranjerismo; *restorán*, que es un préstamo naturalizado; y *restaurante*, que es un calco [48].

Cuando un préstamo entra de lleno en una lengua, adquiere carta de nacionalidad y queda sujeto a la suerte de cualquier otra palabra castiza. Al principio sufre de ciertas fluctuaciones de adaptación para acomodarse hasta finalmente llegar a competir con las palabras de la lengua prestataria. Por eso es difícil saber después cuales palabras son propias y cuales no. Por ejemplo *guagua* – *quechua*, *pololo* – *mapuch*.

#### 5) Casos especiales:

Hay palabras cuyo uso se ha generalizado tanto que pueden denominarse apartidas, por ejemplo: *taxi, hippie, jet*. También marcas: *gillette, coca-cola*.

## 2.4 Origen de los préstamos

Según la lengua de origen, respecto al español, existen dos etapas, una anterior a la expansión y otra posterior:

### 1) Germánico antiguo. Artículo principal: Germanismo

Los pueblos germanos (visigodos, suevos, alanos) introdujeron, a partir del siglo V, términos referidos principalmente al campo bélico, por ejemplo: adrede, agasajar, aspa, ataviar, brotar, escarnecer, esquila, estaca, , gana, ganar, guardar, guerra, guiar, parra, rico, ropa, rueca, sala, tapa; y antropónimos (nombres propios de persona) germánicos: Alberto, Álvaro, Fernando, Rodrigo, Rosendo, Argimiro, Elvira, Gonzalo, Alfonso, etc., y algunos topónimos (nombres de lugar): Mondariz, Guitiriz, Gondomar, Castrogeriz, Villafáfila, etc.

2) Árabe. Artículos principales: Arabismo e Influencia del árabe en el español.

En el año 711 los árabes iniciaron la conquista de la Península. Su avance fue vertiginoso. En sólo siete años ocuparon toda la Península. Su influencia fue enorme. El castellano posee hoy unas cuatro mil palabras de origen árabe (un 17% de léxico) pertenecientes a numerosos campos semánticos: alfombras, albornoces, almohadas, alcaldes y alguaciles, berenjenas, zanahorias, sandías, alcachofas, alubias, tazas y jarras, arroz, azafrán, azúcar, aceite, alhajas, abalorios y ajorcas, tabiques y azoteas. Además, se conservan numerosos topónimos: Alcalá, Algeciras, Madrid, Rábade, Guadalajara, Guadiana, Guadalquivir, Guadalupe Medina. Algún antropónimo, como Fátima. Expresiones como Ojalá.

3) América. Artículos principales: Americanismo (lingüística), Americanismo y Palabras de origen náhuatl.

Hasta la conquista de América, nadie fumaba tabaco, ni se podían comer patatas, tomates, maíz, cacao, cacahuètes, ni tampoco se podía tomar café, ni chocolate. América aportó muchas plantas y frutos desconocidos por los europeos. El caudal léxico es enorme. Las lenguas americanas que aportan léxico son

numerosas. Desde México hasta la Patagonia, aztecas, mayas, aimaras, araucanos, incas, etc.

De lejos la mayoría de ellos proceden del náhuatl y el quechua, aunque también abundan términos más inciertos procedentes de las lenguas caribes, las lenguas arawak y eltupinambá.

#### 4) Inglés. Artículo principal: Anglicismo

En el siglo XIX, con el Romanticismo, empiezan a llegarnos los primeros anglicismos. M. J. de Larra y J. De Espronceda introdujeron términos como revólver. Pero es tras la II Guerra Mundial cuando se produce la gran irrupción de anglicismos.

El mundo anglosajón domina hoy. El inglés es la lengua de la ciencia y la tecnología. El estándar internacional, tanto americano como británico. Ha aportado un buen caudal de préstamos al castellano, sobre todo el siglo XX: *bistec, cheque, club, ponche, pijama, guisqui, champú, túnel, vagón, yate*.

De hecho la casi totalidad de las lenguas generadas en Europa son indoeuropeas, desarrolladas por pueblos que en época prehistórica, anterior a todo documento escrito, fueron asentándose en todos los territorios indoeuropeos y haciendo nacer lenguas a partir de un remoto tronco lingüístico común que llamamos indoeuropeo.

Pera consumir podemos decir que según la lengua de origen, respecto al español, existen dos etapas, una anterior a la expansión y otra posterior. La influencia árabe fue la más importante tras la latina. Encontramos palabras de origen árabe en todos los campos (alcalde, almohada). Los árabes también actuaron como intermediarios traduciendo textos, lo que ha dado lugar a palabras como algoritmo o logaritmo [51].

## **2.5 Enriquecimiento del léxico español por medio de las lenguas europeas modernas**

El léxico de cualquier idioma se lo puede analizar utilizando varios criterios. Desde el punto de vista del criterio diacrónico el léxico español se integra de los



elementos de varios idiomas. A partir del siglo 16 las lenguas europeas modernas enriquecieron el léxico español con sus aportes, que se llaman italianismos (del italiano), galicismos (del francés), anglicismos (del inglés), germanismos (del alemán), rusismos o soviétismos (del ruso u otras idiomas de los pueblos de la URSS) y otros [17, p. 278].

Tres lenguas – el latín, el griego y el árabe – han tenido significación sobresaliente, introduciendo sus aportes en el léxico español. Los elementos del latín constituyen el 73 por ciento, a los aportes del griego se les debe el 17 por ciento, el 5 por ciento se le atribuye a los elementos del árabe, el resto, es decir el otro 5 por ciento, corresponde a otros idiomas [17, p.279].

El español nace como latín vulgar, pasa a través del latín y se afianza como un idioma neoromance con el nombre del español o castellano. En verdad, el intercambio lingüístico y en general la integración de países y culturas es, amén de inevitable, necesario para facilitar la comunicación entre las comunidades que hablan idiomas distintos.

### 2.5.1 Germanismos

De la lengua de los godos, suevos y vándalos se origina un centenar de voces usadas en el castellano. Son nombres propios, términos de guerra y algunas pocas voces de objetos comunes. Se forman con raíces godas nombres propios como: **Adela, Adolfo, Alberto, Bernardo, fierloldo, Carlos, Ernesto, Federico, Femando, Guzmán, Luis.**

A diferencia del elemento gótico, el español ofrece un caudal considerable de germanismos francos, lombardos, borgoñeses, alemanes, etc., incorporados unos en el latín imperial y otros introducidos en español por otras lenguas romances, en particular, por el francés e italiano [4, p. 194]. Son voces militares: **guerra, yelmo, flota, flecha, daga, espuela, esgrima, heraldo, tregua.** Algunas representan seres o actos naturales, como: **ganso, fango, crujir.** Otras son de distintos aspectos de la vida, como: **estufa, toalla.** Otras expresan cualidades, como: **rico, blanco, listo, fresco.**

Las palabras germánicas empezaron a penetrar en el ucraniano desde el siglo XII. Este proceso se reforzó en el siglo XVI. La mayoría de las voces alemanas apareció en los siglos XVII — XVIII con motivo de las relaciones económicas y culturales [4, p. 195]. La lengua alemana dejó más huellas en el ucraniano que en el ruso, debido al desarrollo histórico de estos países.

Los germanismos son préstamos del origen germano, se han introducido :

a) a través del latín vulgar ;

b) durante la invasión visigoda: guarda

Términos militares : guerra, estribo, brida, botín, tropa;

Términos jurídicos: feudo, abolengo, realengo.

Por ejemplo: ‘morganático’ adj. ← morganaticus (lat.) ← morgangeba, regalo de la mañana ← morgán, mañana + geba, don, dádiva (fran.): matrimonio de una persona de sangre azul con un plebeyo.

Aquí están presentado los germanismos de :

1) procedencia antigua: blanco (germ. blank), espuela (del ant. espuera, y este del gót. \*spauira; cf. nórd. spori y a. al. ant. sporo), guante (franco. want), guerra (del germ. \*werra, pelea, discordia; al. ant. werra, neerl. medio warre), rico (gót. reiks), ruela (germ. rokko), yelmo (del germ. \*hëlm; cf. a. al. ant. e ingl. ant. hëlm), bregar (got. bríkan), escanciar (gót skankjan), espía (gót. spaíha), brindis (del al. bring dir's, yo te lo ofrezco), bigote (al. bei got, por Dios), guarecer, etc.

Los germanismos utilizan en la lengua española y en la prensa :

2) procedencia moderna : blocao, cobalto, cuarzo, feldespató, níquel, LSD, kindergarten, kaiser, berlina, cobalto, pistola, válvula, Diessel, kitsch, Hans, Gunter.etc.

También las palabras alemanas que se utilizan en español: Bundesliga, Edelweiss, Gestapo, Führer, Kindergarten, Leitmotiv (en alemán = Leitmotiv), Luftwaffe, Putsch, Reichstag, Zeppelin.

Locuciones : God dad alle sammen - Buen día tengan todos. Gruene Woche - Semana Verde. Hofmarskal - Jefe de la casa real. Nimmerwiedersehen - Adiós para siempre. Willkommen - ¡Cuánto bueno por aquí! [13].

### 2.5.2 Helenismos

Helenismos o grecismos [4, p. 189]. El español moderno cuenta con varias voces griegas que se consideran restos de la época helénica. Son: asomar, golfo, tío, tragar, cara. Estas palabras fueron tomadas directamente del griego. Hay un grupo innumerable recibido a través del latín. Son: agonía, átomo, biblioteca, crítica, filosofía, geografía, gramática, teoría [4, p. 191]. Otro grupo de helenismos es de formación moderna y reciente, como barómetro, ortopedia, telégrafo, utopía. Algunas palabras penetraron en español a través del francés (como paje) o del árabe (como altamuz).

Los helenismos o grecismos son préstamos tomados del idioma helénico, por eso se llaman también helenismos. Los helenismos datan de diferentes épocas: unos de la prerromana, antes de la caída del Imperio Romano, se introducen a través del latín [4, p. 192]. Otros helenismos provienen del griego moderno.

Los helenismos son: ‘éfeta’ m ← éphetes: juez de la antigua Atenas; ‘parafernales’ adj pl ← paraphernalis (lat.) ← parápherna, con la dote ← pará, junto a + pherné, dote: de la parafernalia, bienesparafernales.

### 2.5.3 Arabismos

Los árabes eran portadores de una cultura elevada, de idioma rico y flexible y su infiltración lingüística es grande [4, p. 196]. Muchos arabismos empiezan con al- o a- , porque se habían adoptado junto con el artículo árabe.

Los arabismos son:

Términos de instituciones jurídicas y sociales: alcalde, alguacil, zalmedina, almojarife, albacea, alcaide, aduana, valí.

‘alafia’ f ← al’áfya, la integridad corporal (ár. hispánico) ← ’afiyah, salud ← ’áfa, perdonar: perdón, benevolencia, gracia, misericordia, pedir alafia es pedir perdón en sentido coloquial;

‘albacea’ m ← sáhb alwasíyya (ár. hispánico): abogado testamentario;

‘alfaqque’ m ← alfakkák (ár. hispánico) ← fakkak: comisionado nombrado por una autoridad competente, que antiguamente desempeñaba el oficio de redimir cautivos o libertar esclavos y prisioneros de guerra;

‘fatua’ f ← fatwa: decreto o resolución que emite el muftí sobre una cuestión jurídica;

‘muft’í m ← muftí (ár. hispánico) ← mufti, jurisconsulto ← ‘afta, explicar la ley (ár.) ← apti, detallar (aram.) ← patu uznam, explicar (acad.): juez musulmán;

Los arabismos abarcan casi todos los campos de la actividad humana y según Rafael Lapesa [5, p. 560] son, después del latino, el caudal léxico más importante del español y en el discurso periodístico, al menos hasta el siglo XVI.

Así, encontramos arabismos referidos al conocimiento y la ciencia como: algoritmo, guarismo, cifra, redoma, alcohol, elixir, jarabe, cénit; nombres de constelaciones como Aldebarán; referidos a instituciones y costumbres: albacea, alcabala; actividades comerciales: arancel, tarifa, aduana, almacén, almoneda, almazara, ataujía, zoco, ceca; a urbanismo y vivienda: arrabal, aldea, alquería, almunia, alcoba, azotea, zaguán, alfeizar, albañil, alarife, tabique, azulejo, alcantarilla, albañal, alfombra, almohada. En el campo de la vida doméstica, el vestido o el ocio encontramos: laúd, ajedrez, azar, tarea, alfarero, taza, jarra, ajorcas, alfiler, aljuba, albornoz, babucha, zaragüelles, albóndigas, almíbar, arrope.

Los hay también referentes a las labores agrícolas, en las que los árabes fueron verdaderamente innovadores en los sistemas de cultivo y regadío: acequia, aljibe, azud, noria, arcaduz; y a plantas, flores y frutos: alcachofa, algarroba, algodón, alfalfa, alubia, azafrán, azúcar, berenjena, almiar, aceite, azucena, azahar, adelfa, alhelí, arrayán alerce, acebuche, jara, retama.

Las continuas luchas con los cristianos también proporcionaron una gran cantidad de arabismos referentes a la guerra: aceifas, algara, adalid, atalaya, alcazar, zaga, alfange, adarga, aljuba, adarve, tambor, añafil, alférez, acicate, acémilas, jaeces, albarda, barbacana.

Algunos arabismos se remontan a orígenes diferentes del propio árabe: así del sánscrito nos llegó: ajedrez y alcanfor: del persa: jazmín, azul, naranja, escarlata: y del griego llegaron voces como arroz, alambique, acelga, alquimia. En eso los árabes no hicieron sino continuar la labor de transmisores culturales como en tantos otros campos.

Otros ejemplos de arabismos en castellano moderno: aceituna, adalid, azúcar, arropa, asesino (homicida), zanahoria (alimento), adive (chacal), albahaca, albur, alcancía, gazpacho, guitarra, naranja, ojalá.

#### **2.5.4 Italianismos**

La mayoría de las adaptaciones de italiano a español fueron directas. Sin embargo, algunas palabras, que tuvieron la letra /e / en final de palabra en italiano, perdieron esta letra. Por ejemplo, italiano felice, interese se convirtieron a español feliz, interés, etc [13, p. 96].

La mayoría de las palabras italianas en la lengua española hacen referencia a las artes. Las palabras pueden estar clasificadas en estas partes: literatura y filosofía, teatro, arte, arquitectura y música. Algunos préstamos que se relacionan con las artes son:

- italianismos de literatura y filosofía: esdrújula, novela, humanista, soneto;
- italianismos teatrales: bufón, comediante, payaso;
- italianismos del arte: acuarela, arabesco, cartón, diseño, fresco, lápiz, grotesco;
- italianismos de arquitectura: apoyar, balcón, casino, cúpula, fachada;
- italianismos de música: barítono, soprano, tenor, piano, viola, aria, cantata, compositor, ópera.

Las artes no son la única esfera de los italianismos en la lengua española. Los españoles tomaron los préstamos para definir varios términos nuevos. Otros ejemplos de préstamos italianos son [13, p. 103]:

- italianismos de carácter militar: alerta, asalto, batallón, canjear, coronel, embestir, emboscada;
- italianismos marítimos: brújula, dársena, escollo, fragata, góndola;
- italianismos de comercio e industria: balance, bancarrota, banco, crédito, factura, letra de cambio, mercante;
- italianismos de características humanas: aguantar, bizarro, capricho, superchería;

Otros italianismos de uso diario son: ferroviario, valija, camposanto, trucos, toalla, corbata, etc [13, p. 104 – 106].

### **2.5.5 Anglicismos**

Los anglicismos son préstamos lingüísticos desde el idioma inglés hacia otro idioma. Muchas veces son un producto de traducciones deficientes de material impreso o hablado en inglés y otras veces ocurre lo contrario: se crean por la inexistencia de una palabra apropiada que traduzca un término o vocablo en específico [16, p. 193].

Son muy comunes en: el lenguaje empleado por los adolescentes, debido a la influencia que los medios de comunicación regionales y foráneos tienen sobre su manera de hablar y expresarse.

Términos políticos y sociales: lider, detective, gángster, mitin, comité, boycott, laborismo, trust, cheque, esterlina, dolar, control.

Término militar : «looping» se pronuncia lupin (ejercicios de acrobacia aerea consistente en dar una vuelta de campana).

Prácticamente, todas las secciones de los medios incorporan anglicismos: en la llamada prensa femenina encontramos términos como shorts, jeans, gloss, lifting, celebrity, mall, blue jeans, happy hour y shopping; en la información deportiva los anglicismos tienen más presencia.

Ejemplos de anglicismos que ubican en las revistas españolas actuales. Muchos de ellos no están aceptadas por el Diccionario de la Real Academia Española, pero se usan frecuentemente en el discurso periodístico: hour – hora; autostop – parada automática. El DRAE sólo lo acepta como « hacer dedo », definiéndolo como manera de viajar por carretera solicitando transporte gratuito a los automóviles que transitan; bad boy – chico malo; best seller – libro más vendido. El DRAE lo admite acentuado «best-séller», definiéndolo como obra literaria de gran éxito y de mucha venta; bodymilk – leche o crema corporal. Body, cuerpo y milk, leche; broker – corredor, bolsista, agente de negocios; browser – navegador; CD o Compact Disk – disco compacto; cocktail – combinado. El DRAE admite coctel o cóctel; come back – regreso; directed by – dirigido por; e-

mail o electronic mail – correo electrónico; fan – aficionada, admirador/ora, entusiasta. No aceptado por el DRAE; film o filme – película cinematográfica. Aceptado por el DRAE; gentleman – caballero; hacker – del inglés hack (corte, hachazo, tajo) es un pirata informático; holding – grupo empresarial; look – aspecto, apariencia. No aceptado por el DRAE; lover – amante; marketing – mercadotecnia. Aparece en el DRAE como voz inglesa; merchandising – comercialización. No admitido por el DRAE; night-club – club nocturno. Del inglés nightclub que significa cabaré, sala de fiestas. Si se construye el plural de acuerdo con el inglés sería nightclubs, y si se hiciera de acuerdo con el español sería night-clubes, pero nunca nights-clubs (que es como lo construyen [muchas](#) periodistas) ; pub – bar. No admitido por el DRAE; RIP – Rest In Peace Que En Paz Descanse EPD, DEP); shock - conmoción, trauma, impresión fuerte, sobresalto, susto. No aceptado por el DRAE; souvenir – recuerdo; stress – estrés, fatiga; test – examen, prueba objetiva. Aceptado por el DRAE; top model – modelo de alta costura; word – palabra.

Existe también el fenómeno del «espanglish» (es difícil para los españoles decir – «spanglish») que puede entenderse como un deseo de evitar los lógicos. El término Spanglish no está incluido en el Diccionario de la Real Academia Española. Y sin embargo, hay escritores que sólo escriben en puro spanglish.

Unos ejemplos del espanglish, por ejemplo en la conversación corta:

Anita: «Hola, good morning, cómo estás?»

Mark: «Fine, y tú»

Anita: «Todo bien. Pero tuve problemas parqueando my car this morning.»

Mark: «Sí, I know. Siempre hay problemas parqueando in el área at this time».

Algunos ejemplos usados en español moderna, por ejemplo: *babysit* – *cuidar niños* «Maria tiene que babysit a su hermanita en la noche»; *break* – *descanso*

«Estoy muy cansado de trabajar, hay que tomar un break, no?»; *zip code* – *codigo* «Postalasegurate de poner el zip code en la carta» [51].

### **2.5.6 Rusismos** (préstamos del ruso, sovietismos)

Las palabras de origen ruso se llaman rusismos. Los primeros rusismos datan desde el siglo XVI [9, p. 164].

En lingüística, filología, traductología, imagología, terminología y, en general, en ciencias sociales y humanísticas, se llama «rusismo» a las palabras, combinaciones de palabras, préstamos o adopciones de significado y términos que han salido de Rusia y de la lengua rusa y que han pasado a otros idiomas en calidad de «préstamo» o «adopción», como son, por ejemplo: kvas, versta, archín, pud, rublo, kopek, caftán, samovar, troika (Reunión de altos mandatarios. No aceptado por el DRAE), balalaika, decembrista, narodnik, nihilista e inteligentsya, Kalashnikov, copec, cosaco, cosmódromo, cosmonauta, ojrana, pogróm, etc, balalaika, decembrista, narodnik, nihilista e inteligentsya, Kalashnikov, copec, cosaco, cosmódromo, cosmonauta , ojrana, pogróm, etc [51].

En lingüística, filología, traductología, imagología, terminología y, en general, en ciencias sociales y humanísticas se llama «sovietismo» a las palabras, combinaciones de palabras, préstamos o adopciones de significado y términos que han salido de la Unión Soviética, y que han pasado a otros idiomas en calidad de «préstamo» o «adopción». De esa manera, fueron destacadas muchas palabras y combinaciones nuevas: diktatúra proletariáta – dictadura del proletariado, sotsial-diemokrát – social demócrata, bolshievík – bolchevique, etc.

### **2.5.7 Latinismos**

El latín llegó durante la invasión de los romanos (en el 218 a.C.), que convirtieron la Península Ibérica en una provincia romana: Hispania. El Imperio romano no sólo envió soldados y organizó su provincia en base a su sistema de gobierno sino que también fundó academias por otro lado, pertenecer al imperio romano era algo muy prestigioso: su lengua (el latín) también era prestigiosa, mucho más que las lenguas prerromanas, así es que todos fueron aprendiéndola paulatinamente.

Hay que señalar que el abuso de expresiones o palabras latinas literales pueden resultar demasiado pretencioso y dar una imagen opuesta a la que



pretendemos. Algunas se han aceptado tal y como proceden del latín y otras se han adaptado al español, aunque se siguen usando en su formato original. Muchas palabras son perfectamente integradas como: «agenda», «extramuros» o «ultimátum» [16, p. 187]. El significado que aparece es el actual, no el original ni literal de la expresión. Los latinismos más usados son: padre (de pater), madre (de mater), cabeza (de capitem), cuerpo (de corpus), caridad (de caritas), flor (de flor), mar (de mare), bueno (de bonus), obra (de opera), ley (de lex), agua (de acua), tuyo (de tuus), tierra (de terra), Navidad (de nativitas), Dios (de deus) y etc.

A continuación se muestran las expresiones latinas más comunes de uso diario en el español [16, p. 189 –201] :

ad hoc – especial para un fin, hecho a medida o a propósito para algo;

alter ego (álder ego) – persona que puede sustituirnos completamente o en quien tenemos para ese fin confianza absoluta ;

ante meridiem (ante merídiem) – literalmente, antes del mediodía;

curriculum (currículo) – currículo es un plan de estudios, conjunto de estudios necesarios para desarrollar una disciplina ;

curriculum vitae (currículum vítae) – relación de títulos, cursos, méritos o experiencia que califican a una persona, normalmente relativos a la vida laboral.

de facto – de hecho. que sucede sin atenerse a una norma o ley establecida;

et cetera – y las demás cosas ;

ex professo (ex profeso) – de acuerdo con su propia declaración;

verbi gratia – por ejemplo ;

vice versa – en el sentido opuesto, al revés ;

vox populi (vox pópuli) – conocido por todos.

## **2.6 Influencia del léxico internacional al desarrollo de los préstamos**

El léxico internacional es uno de los fenómenos más notables en la esfera de la tipología léxica. Es el conjunto de internacionalismos que existen en una lengua y son comunes para una serie de lenguas en consecuencia de rasgos en su desarrollo histórico-cultural , Bajo este término se comprenden palabras que,

gracias a su forma y significado, tienen análogos en varias lenguas de Europa, Asia, América, África y Australia [11, p. 63]. Entre lo internacional y lo nacional existe, en general, una correlación específica. Lo primero no es supernacional, sino que es el modo de realización de lo nacional en su expresión superficial e históricamente progresiva.

La internacionalización de los lexemas se refiere a fenómenos lingüísticos universales, pues la mayoría de las lenguas incluye en su caudal léxico un número determinado de palabras y términos internacionales [11, p. 66]. El abundancia de palabras internacionales como parte del sistema léxico-semántico de una lengua dada es una unidad organizada interiormente cuyos elementos actúan recíprocamente entre sí, se vinculan lógicamente de modo estable y se caracterizan por un funcionamiento parejo. La unidad principal del sistema del léxico internacional en las lenguas estudiadas comprende palabras que intervienen de forma fónica idéntica o casi idéntica y coinciden por completo o parcialmente en el plano semántico.

Los internacionalismos léxicos caracterizan, en primer lugar, la terminología socio-política: *constitución, resolución, política*; científica: *biología, molécula, geografía*; técnica: *monoplano, aparato*; y cultural: *género, ópera, tenor*.

La completa equivalencia semántica de las palabras internacionales presupone la igualdad de sus variantes léxico-semánticas en las lenguas comparadas y caracteriza las palabras monosajnánticas que pertenecen a los nombres propios y geográficos, términos y palabras que tienen un número idéntico de variantes léxico-semánticas: *Cuba, categoría, clase*.

La mayoría de los términos internacionales es de procedencia griega o latina. De otra parte aparecen basándose en los morfemas formativos de tipo : *teléfono, micrófono, telégrafo*.

Podemos resumir que el español a diferencia del ucraniano se caracteriza por la tendencia analítica. Esto se explica por el amplio empleo en el español de los grupos de palabras. Además las unidades léxicas españolas son más polisemánticas y poseen mucha variedad sinonímica y homonímica.

Los anglicismos es una categoría más grande y más notable entre los préstamos. Son préstamos lingüísticos del idioma inglés hacia otro idioma. Muchas veces son un producto de traducciones deficientes de material impreso o hablado en inglés y otras veces ocurre lo contrario: se crean por la inexistencia de una palabra apropiada que traduzca un término o vocablo en específico.

Son muy comunes en el lenguaje empleado por los adolescentes, debido a la influencia que los medios de comunicación regionales y foráneos tienen sobre su manera de hablar y expresarse; y también en el lenguaje técnico de ciencias e ingeniería, por los grandes aportes que los países de habla inglesa hacen a la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías.

Medios de comunicación. Prácticamente, todas las secciones de los medios incorporan anglicismos: en la llamada prensa femenina encontramos términos como shorts, jeans, gloss, lifting, celebrity, mall, blue jeans, happy hour y shopping; en la información deportiva los anglicismos tienen más presencia. Se usan en proporción directa con el origen extranjero del deporte, la novedad de este deporte entre hablantes de español y su internacionalización [12, p. 68].

En la adaptación al español de los préstamos lingüísticos deportivos se puede hablar de 3 etapas: incorporación, adaptación y presencia de términos sin traducir [12, p. 71 – 74]:

1.<sup>a</sup> etapa: en el fútbol (balompié), los jugadores y los entendidos creen que es mejor usar la terminología de su lengua de origen (goal, corner, football, shoot...).

2.<sup>a</sup> etapa: en España, desde los años 40, con la llegada del franquismo, se produjo un proceso de nacionalismo deportivo que intentó sustituir los términos extranjeros por palabras nacionales. Así, se crearon términos como saque de esquina y se castellanizaron fútbol, chute y gol. Este proceso se dio también en Argentina, donde se creó fobal.

3.<sup>a</sup> etapa: actualmente, hay palabras que se mantienen el origen de su idioma original y otras que se castellanizan. El prestigio de los jugadores o personajes que proceden de ese país impulsa a usarlos sin traducirlos. Por ejemplo:

- golf, rugby, cricket; se mantiene la ortografía y la pronunciación.
- voleibol; se traduce la palabra.
- club; se mantiene la ortografía, pero se castellaniza la pronunciación.

La analogía con expresiones del inglés ha generado un fenómeno de creación de palabras de apariencia inglesa sobre términos españoles, como puénting.

Tecnología. En las páginas de información científica y tecnológica de los periódicos aparecen muchos préstamos [10, p. 275]. Los periodistas los usan porque piensan que, si las tradujesen, perderían rigor o precisión, y porque la traducción implica el uso de más palabras. Ejemplos: síndrome del burnout (síndrome del trabajador quemado); bluetooth (dispositivo de transmisión de datos sin cables); blog (diario en la Red) [50].

Economía. La economía es otra sección donde hay muchos préstamos lingüísticos debido, en parte, a la [globalización](#). Actualmente, la información económica tiene una sección especial en todos los periódicos, no como antes cuando era un pequeño recuadro con información bursátil. Existen muchos anglicismos, ya que el inglés domina la economía [2, p. 20].

En general, todas las secciones tienen muchos anglicismos, lo que refleja el influjo que ejerce la cultura estadounidense.

## CONCLUSIONES DE LA 2ª PARTE

El siguiente capítulo lo hemos dedicado al estudio de los préstamos lingüísticos presentes en la lengua española y llegamos a tales conclusiones:

1. El préstamo lingüístico es un elemento que una lengua toma de otra; pueden ser palabras o morfemas que son adaptados con pocas modificaciones o, incluso, sin cambios; este tipo de préstamos es posible cuando un idioma tiene una amplia influencia cultural en zonas donde se hablan otras lenguas.

2. Existen dos tipos de préstamos: el léxico y el gramatical. Podemos distinguir entre préstamos léxicos (cuando el elemento prestado es una palabra léxica, como un sustantivo, un verbo o un adjetivo) y préstamos gramaticales (en los casos en que muchos hablantes bilingües combinan morfemas y elementos no léxicos de las dos lenguas).

3. Hay híbridos que se componen de una palabra inglesa y otra palabra española, y también son préstamos introducidos al español en tiempos modernos.

4. El enfoque diacrónico contribuye a contrastar los préstamos léxicos entre diferentes épocas, para ver qué lenguas y qué tipo de palabras influyeron en el español en una cierta época.

5. El campo semántico es el más representado en cada uno de los grupos de préstamos léxicos, cual indica de qué lengua provienen los préstamos. De esta manera, se hace evidente la conexión entre tipos de palabras tomadas de varias lenguas.

**PARTE 3**

**FORMAS DE UTILIZAR LOS ANGLICISMOS EN LA LENGUA  
ESPAÑOL CONTEMPORÁNEO Y SU INFLUENCIA EN LA CULTURA  
NACIONAL**

**3.1 La influencia a los anglicismos en la lengua española contemporánea**

El corpus léxico de la lengua española en general está formado por palabras de origen latino. Constituyen el 56% del vocabulario total del idioma. Esto es natural porque el idioma español se originó en el latín vernáculo. Por supuesto, a lo largo de los años de evolución, la lengua española y, en particular, su composición léxica han sufrido numerosos cambios fonéticos, gramaticales, gráficos y de otro tipo, porque a lo largo de los siglos, la riqueza léxica del español se formó no solo en latín sino también en otras fuentes. La historia de España es rica en contactos lingüísticos: fenicios, griegos, romanos, tribus germánicas, visigodos, dominio árabe del 713 al 1492. En el período posterior, el español estuvo en contacto constante con el francés, el italiano, el alemán, el inglés y otros idiomas.

Los anglicismos comenzaron a aparecer en español a partir del siglo XVII, la mayoría de ellos estaban asociados al ámbito social, por lo que el endeudamiento es un hecho del lenguaje. La aparición en el texto de una palabra prestada, es decir, una palabra que tiene un cierto significado léxico que no es idéntico al significado de la palabra original, debido a la necesidad que surge de la función comunicativa del lenguaje. Cuanto más fuerte es la palabra asociada al sistema lingüístico que la tomó prestada, menos palabras en el texto con una frase descriptiva. Un ejemplo es el hacker de palabras prestadas. En principio, este concepto podría expresarse con la frase ladron electrónico. Sin embargo, debido al hecho de que hacker inglés no solo es un medio más económico de expresar este concepto, sino que ahora es casi un término internacional utilizado en muchos idiomas, su uso es lógico y natural.

A continuación se muestran ejemplos específicos del uso de la palabra hacker en la prensa española:

- (1) Ataque hackers a Microsoft [52, p.12].

(2) Los hackers tuvieron acceso a los ordenadores en los que se almacena [52, c.7]. Lo mismo es necesario decirse de las palabras hobby y full-time. Estos conceptos tienen equivalentes en español. Estos son: afición, passatiempo favorito (hobby) y Jornada completa (full-time). Pero aún así, en la mayoría de los casos hay palabras en inglés hobby y full-time. O, por ejemplo, la palabra francesa complot tiene el equivalente en español de conspiración, pero en el estilo periodístico del idioma, la palabra francesa se usa con más frecuencia. Encontramos confirmación de esto en los periódicos:

(3) El jefe está en full-time trabajando en dedicación exclusiva para su empresa. ( «El Pais», 23 de abril de 2001)

(4) La mujer tenia hobby por los videojuegos. ( «El Mundo », 27 de enero de 2002)

(5) La semana pasada el pasante descubrió un complot para derrocar al primer ministro de la embajadapalestina. ( «El Pais», 13 de marzo de 1998)

Otros casos con exotismos e inclusiones de lenguas extranjeras. Son esencialmente grupos de palabras abiertos. Su uso está determinado por el tema: la necesidad de describir los ritos, la vida, los utensilios domésticos, las costumbres, la vestimenta de una nación, un país (exotismo) o el grado de conocimiento del hablante con un idioma extranjero, algunas características estilísticas o de género del idioma (idioma extranjero).

Consideramos algunos ejemplos de periódicos:

(6) *Ismailov, de convicciones monarquicos y que preside la union de cineastas rusos, interpreta al zar Alejandro III.* ( «El Mundo», 10 de enero de 2000)

(7) *Ahora seguimos con la nomenclatura. solo que ya no es comunista, sino criminal.* ( «El Pais», 30 de junio de 1998)

(8) *Lo cierto es que vive como un sultan.* ( «El Pais», 2 de junio de 1999)

(9) *En la época de glasnost trabajo como tesorero en un departamento de la Sociedad de Defensa del Medio Ambiente de Moscú.* ( «El Mundo», 10 de febrero de 2000)

Las inclusiones de idiomas extranjeros se utilizan en la misma ortografía que es inherente al idioma de origen y sirven, en mayor medida, para demostrar el dominio del autor de un idioma extranjero. Entre las inclusiones de lenguas extranjeras, el lugar principal lo ocupan palabras y frases que tienen carácter internacional y pueden ser utilizadas en los textos de cualquier lengua literaria. Son expresiones latinas como *alter ego*; *post factum*; *incognita terra*; *pros y contras*; *dura lex, sed lex* así como palabras y expresiones pertenecientes al francés, alemán, inglés y otros idiomas. Por ejemplo: *bestsellers*, *happy end*, *'est la vie*, *dolce vita*, *dej vu*, *vendetta*, etc.

Estas unidades son esencialmente un fondo verbal-fraseológico interlingüístico. Algunos de ellos se utilizan en lenguaje literario, científico, periodístico (palabras y expresiones latinas). Otros son característicos del uso casual y humorístico de las palabras. Ejemplos de este fenómeno se pueden encontrar en el diario español:

(10) *Pese a todo, el jefe se niega a considerar su película una rara avis.* [54, p.12].

(11) *Deben ser auténticos best-sellers, ya que un ejemplar en Moscú apenas alcanza las 300 pesetas.* [52, p.14].

(12) *Y como solo contestó ante Dios, contare que en la comida del premio volvimos a lo mismo, al tema vacas-cerdos, una conversacion recurrente en los premios Alfaguara (deja vu).* [53, p.5].

(13) *Brava musica de Maria Monti, actriz italo- venezolana, quien divertí en Acapulco de la dolce vita mds escandalosa.* [50, p.17].

Además, se pueden intercalar en la lengua otros elementos de lengua extranjera que no pertenezcan al círculo de estable e internacional. Su uso en el texto se asocia a menudo con tareas artísticas y estilísticas y, a veces, reflejan un vocabulario individual.



(14) *El director de Forza Italia ha denunciado con nombres y apellidos afiscales y magistrados del pool de Milan en mds de una ocasion.* [52, p.12].

(15) *El lehendakari, Juan Jose Ibarretxe, que estd en Ajiria Enea gracias al apoyo de ETA.* [52, p.12].

(16) *Empleado en una de las smarts shops, las ultimas tiendas de drogas naturales que han tornado el centro de Amsterdam, explica cada dia a los turistas que entran las precauciones que deben tomar.* [54, p.10].

(17) *Seacepta la existencia de los coffeeshops. unos bares donde sepueden comprar marihuana y hachis.* [54, p.15].

En los artículos periodísticos siempre hay algunas infusiones de los idiomas de algunas regiones de España. En particular, el lehendakari simbólico u otra ortografía *lenddkari*, que se traduce como «*presidente del Gobierno*», se encuentra a menudo en los textos políticos. En relación a esta autoridad, este término se usa del euskera en lugar del español *presidente del Gobierno*. Junto con esta ficha, a menudo se pueden encontrar préstamos de la lengua vasca Euskadi (gobierno vasco). Tales inclusiones crean una cierta dificultad en la traducción, ya que no están corregidas por los diccionarios españoles modernos.

(18) *El lendakari Juan Diego tendrá que abrir el periodo parlamentario con el obligado debate sobre politico general.* [52, p.12].

(19) *El Gobierno central cree que el lehendakari convoque elecciones anticipadas en el Pais Vasco.* [54, p.5].

(20) *El Pais Vasco esta preparado para un lendakari no nacionalista porque son los ciudadanos quienes deciden con su voto sin condiciones previas.* [52, p.18].

(21) *Conpocos mediosy una actividad casi clandestina, encabeza la revuelta civica de Euscadi.* [53, p.11].

(22) *Euscadi vive bajo la dictadura del miedo y ante la amenaza de un proyecto segregacionista excluyente.* [53, p.15].

(23) *El PSOE pidio a mayor que aclare si actua como ministro npo como candidato a lehendakari.* [54, p.12].

El vocabulario exótico y las inclusiones de lenguas extranjeras, en contraste con las palabras prestadas, prácticamente no experimentan cambios fonéticos y morfológicos en el sistema del español moderno. No pertenecen, como pedir prestado, al sistema de su lengua, no funcionan en él como unidades, más o menos fuertemente conectadas con la estructura léxica y gramatical de esta lengua.

Algunas de las palabras prestadas se convierten en palabras del género medio en español, lo que se explica en parte por factores morfológicos: el género medio en los angloamericanismos on *-ing*, que denota acción y se forma a partir de un verbo, surge por analogía con los infinitivos sustantivados en español: *snowboard* → *snowboard* / *snowboard*, *snowscooting* → *snowscooting* / *snowscooting* [53, p. 241]. El modelo de tomar prestados sustantivos en *-ing* se ha vuelto familiar y estandarizado:

(25) *Cuando surgió el snowboard, hubo una breve fase de auge, con la nueva ola de esquí atrayendo a muchos jóvenes hoy en* [54, p. 4].

(26) *Ahora las carreras de casa en la torre de los jueces y el airboard en los cojines de aire prometen descargas de adrenalina* [53, p. 20].

Sin embargo, entre algunos préstamos existe una variación del artículo:

(27) «*Cuartode nuevo*», murmuró Nici Pederzolli, agarrándose la cadera, retorcida de dolor. «*En la última carrera de entrenamiento, troné en la cofia (borde de media tubería, nota)*» [53, p. 12].

(28) *Cuanto más alto, ancho y largo es un tubo, más tiempo tiene el snowboarder para prepararse para un salto y cuanto más sobrevuela el borde del tubo, el llamado coping* [54, p. 14].

Hay casos en los que bajo la influencia del idioma inglés el nombre del deporte en contextos especiales (generalmente noticias) (52), (53), (54) coincide con el nombre del inventario: *Snowboard*. En el primer caso estamos hablando de ambigüedad sobre la base de la transferencia metonímica, en el segundo, sobre la variación de forma.

(29) *El hecho de que este desarrollo fuera de la mano de un deporte nuevo y al mismo tiempo próspero para Suiza, el snowboard, era perfecto tanto para los promotores turísticos como para los estrategias publicitarios [52, p. 11].*

(30) *La apuesta por el snowboard como medio de corrección de imágenes [54, p. 4].*

(32) *Han pasado menos de diez años desde que los niños salvajes huyeron por las laderas nevadas de Davos en sus tablas de snowboard por primera vez en Suiza [54, p. 18].*

Las variantes de algunos nombres deportivos se encuentran a menudo en los mismos textos del discurso deportivo. Su asimilación se « desvanece » debido a la repetida reproducibilidad y uso de formas de un símbolo en diferentes géneros de discurso, por ejemplo, en textos informativos, y enciclopédicos educativos, informativos, y divulgativos, etc.

(31) *Alrededor de cinco semanas antes de su comienzo en los Juegos de Invierno en Sochi, Patrizia Kummer domina la competencia al estilo de una campeona en el snowboard alpino [53, p. 10].*

(32) *El snowboard es un deporte de invierno joven, surfear sobre la nieve [30, c. 12].*

(33) *El programa incluye Rayas sobre escalada, ciclismo de montaña, esquí y snowboard, así como kayak [53, p. 14].*

(34) *Al hacer snowboard o carving, rápidamente se cae sobre él [53, p. 17].*

Con el lado exterior e interior del nombre prestado del deporte se forma debido a la influencia simultánea de factores tales como la fuente del signo del lenguaje, los rasgos distintivos del llamado concepto, el grado de asimilación de la palabra prestada y su funcionamiento en el discurso periodístico español, la presión del idioma anfitrión.

A continuación, considere la etimología de los préstamos.

*Blog.* Un blog es un sitio web o página web que se mantiene en forma de diario en línea donde la gente publica sus textos con imágenes, fotos, videos y

música. En su mayoría, se trata de textos breves que están ordenados cronológicamente. Las personas que escriben blogs se llaman *blogero* / *blogger*.

La palabra española *bitocorero* también significa blogger, pero apenas se usa. Blogosfera - es el conjunto de todos los blogs que existen en el espacio de Internet.

(35) *Nació en 1965, en, .., «la generación de las mujeres que pudieron elegir», así define el tiempo que le ha tocado vivir en una de las entradas que esporádicamente publica en su blog.* [52, p.12].

Las palabras blog y blogero están registradas en el diccionario de la Real Academia Española.

*Online*: préstamo no asimilado. En la lengua español, en lugar de este anglicismo, podemos usar su papel de calco semántico en línea. Ambos términos se usan en línea y no está claro cuál se usa con más frecuencia.

(36) *Google afianza su liderazgo en la publicidad «online»* [52, p.16].

(37) *Sector de la publicidad online* [52, p.12].

Este es el caso de prestado, que proviene del verbo inglés *to click* – «haga clic en el botón del mouse», haga un «clic», asimilado inglés. En nuestra muestra, se observaron varias variantes de escritura del inglés: *clickear* / *clikear* / *cliquear*, incluida la estructura analítica de *dar click*.

(38) *Da click en la foto para ver más imágenes* [53, p.10].

La presencia de anglicismos en el campo de las nuevas tecnologías puede explicarse por la falta de sus equivalentes en la lengua receptora. Sin embargo, en nuestra muestra hubo casos de uso de anglicismos en presencia del nombre en español. Por ejemplo, una computadora. En español, este término tiene un análogo: *el ordenador* / *el equipo*. Sin embargo, en los textos en español y comentarios en Internet hay anglicismo: *la computadora* / *el computador*.

(39) *En el momento en que recibió una respuesta ..., la velocidad de transmisión del virus se frenó, si bien nada cambió ya para las computadoras que habían sido infectadas con anterioridad.* [52, p.12].

Los anglicismos de frecuencia incluyen los nombres de varios programas informáticos utilizados en el espacio de Internet: *ransomware*, *software*, *malware*, *programas antimalware*, *antispyware*, *antivirus*, *DNS*. Tantos programas antimalware, antispyware, antivirus y demas ...

En los periódicos en línea de la lengua español y en los comentarios de las redes sociales recientemente, debido a numerosos ataques de piratas informáticos en todo el mundo, a menudo se utilizan anglicismos formados usando la forma *ciber-*: *ciberseguridad*, *ciberataque global*:

(40) *Un experto en informática británico ... consiguió frenar en la noche del sábado el ciberataque global ...* [52, p.19].

(41) *Ryan Kalember, de la firma de ciberseguridad Proofpoint, ha explicado al periódico que este investigador anónimo, ..., descubrió un dominio oculto en el software y decidió registrarlo* [53, p.12].

*El hacke.* (42) *El grupo de «hackers» Shadow Brokers publicó un código informático que figuraba en archivos de la NSA de Estados Unidos ...* [52, p.14].

Curiosamente, más adelante en este texto, se utiliza el equivalente español de la palabra *hacker*: *pirata informático*.

(43) *Esto permitiría que piratas informáticos tuvieran a su alcance herramientas para penetrar en sistemas operativos para ordenadores e incluso teléfonos móviles.* [52, p.11].

Aparentemente, esto se hizo para evitar la repetición frecuente de la palabra *hacker* en el texto y hacer la historia más detallada.

El siguiente grupo de préstamos, que se encontró en la obra, pertenece al campo de la moda. En particular, se descubrieron anglicismos que denotan los nombres de prendas de vestir y cosméticos. La mayor cantidad de ellos se encontró en las páginas de revistas brillantes, redes sociales dedicadas a la moda, en versiones en línea de revistas de moda, lo cual es bastante lógico.

El uso de una gran cantidad de palabras en inglés, abreviaturas, expresiones, frases completas es una de las principales características del lenguaje de las revistas brillantes. Como resultado de nuestra investigación, hemos identificado los

anglicismos más utilizados. Según el enfoque temático, el vocabulario en inglés se dividió en los siguientes grupos:

1. Moda:

- a) el nombre de las prendas: *blazer, bermudas, jeans, top, trench, Tshirt, etc;*
- b) nombres de artículos de calzado y accesorios: *flip-flops, peep-toe, clutch, bag, etc;*
- c) nombres de tejido: *denim, lúrex, lycra / licra, nylon, stretch, tweed, print, etc;*
- d) nombres de estilos de ropa: *casual, vintage, streetwear, preppy, lady-like, etc;*
- e) nombres de modelos de ropa: *baggy, oversized / oversize, skinny, slim fit, etc;*
- f) nombres de tipos de escote: *halter, strapless, etc;*
- g) vocabulario que caracteriza a la moda: *fashion, look, must have / must, outfit, it, mix, etc;*

2. Belleza:

- h) Nombres de tipos de maquillaje: *make-up, eyeliner, gloss, smokey eyes, etc;*
- i) el nombre de los procedimientos de cuidado personal: *lifting, peeling;*
- j) nombres de deportes: *fitness, freeride, footing / jogging, luge etc;*

3. La vida de las celebridades:

- (a) nombres de representantes de la sociedad superior: *celebrity, jet set, high society, etc;*
- (b) el nombre de «tipos sociales» y profesiones: *fashionista, trendsetter, top, etc;*
- (c) vocabulario de «estilo de vida»: *glamour / glamouroso, lifestyle, shopping, etc;*
- (d) El vocabulario de «estilo de la vida» : *glamour / glamouroso, lifestyle, shopping, etc;*

(e) nombres de puntos de venta: *corner, concept store, duty-free*, etc;

(f) vocabulario gastronómico: *lunch, brunch*.

#### 4. Cultura:

(g) La música: rock (pop, soul-folk etc.), hit, single, videoclip, dj, remake;

(h) cine: film, thriller, western, blockbuster, sitcom, remake;

(i) arte: art (pop art, op-art etc.);

(j) entretenimiento: club (night-club) / clubbing, party, performance, striptease / stripper, etc;

(k) eventos: fashion week, backstage, making of, red carpet, front row;

5. Internet: e-mail / mail, on line (online, online), blog / blogger / bloguero, web, web site, etc;

6. Vocabulario evaluativo: cool, boom, hot, top, light, hit, too much, too late, sexy;

Entre los anglicismos que hemos considerado, se han encontrado préstamos en todos los diccionarios de la lengua española (bermudas, biquini, blazer, body, cárdigan, jersey, look, polo, short, esmoquín, top, lycra, nilon / nailon, cachemira, folk, unisex, kit, sex-appeal) palabras registradas solo en diccionarios usus (jeans, legging, denim, lúrex, tweed, casual, college, cowboy, glam, vintage, trendy, pack, in, fashion, hit, made in, mix) lexemas, cuyo significado se presenta únicamente en el diccionario de inglesismos (bomber, T-shirt, trench, stretch, baby doll / babydoll, bohemian / boho, sixties, must; )

Aproximadamente la mitad de los anglicismos estudiados aún no tienen vocabulario codificado (outfit, dress, jodhpur, pants, suit, skinny, halter, strapless, flip-flops, peep toe, clutch, bag, print, style). Este hecho sugiere que la lexicografía española, por su conocido purismo, no busca incluir nuevos términos en los diccionarios, a pesar de su uso generalizado en los medios, que hablan sobre la moda. Además, debido al flujo continuo de una gran cantidad de idiomas extranjeros que fluyen hacia el idioma de los medios, los lexicógrafos españoles no tienen tiempo para grabarlos.

La siguiente publicación fue publicada en la página oficial de la revista Hola en la red social Instagram:

(44) *La Reina sorprende con su último estilismo: un original diseño de Nina Ricci Resort 2017. También arriesgó con un llamativo maquillaje con intensas sombras en tonos violeta, 'eyeliner' negro y toque de 'gloss' en los labios.* [52, p.12].

Este texto utiliza anglicismos que denotan los nombres de cosméticos 'gloss' y 'eyeliner' - lip gloss y eyeliner, que tienen equivalentes en español: alineador de ojos, brillo de labios.

Antes de esta publicación, los usuarios dejaron los siguientes comentarios:

(45) *angeles\_borra Wooow !!! Rosangelcabello Me encanta su estilo ella es muy original y autentica muy bonito su look «angeles\_borra Wooow!! Rosangelcabello* [53, p.17].

El «look» del anglicismo es uno de los préstamos más frecuentes, que se puede utilizar tanto en textos periodísticos como en artículos online y en comentarios de usuarios:

*¡Adivina, adivinanza! ¿Sabes cuál ha sido el mejor 'look' de la semana? Te mostramos todos los detalles en HOLA.com* [52, p.12].

En español, el uso de anglicismo se puede evitar reemplazándolo con las palabras *imagen* o *aspecto*. Pero en la mayoría de los casos es este anglicismo el que aparece, no su equivalente español.

Vale la pena señalar que esta palabra figura en el diccionario de la Royal Academy. La palabra es un préstamo parcialmente asimilado

*Make up*. Para denotar el término «maquillaje» en los textos en español, existen dos palabras: *make up* inglés no asimilado y el término *maquillaje* de origen francés.

(47) *Conseguir un maquillaje lleno de color sin parecer un payaso no es tarea fácil ... hasta hoy. Con sencillos trucos que Miguel Ángel, maquillador de Max Factor, te enseña en este vídeo conseguirás brillar con tu make up ..*[52, p.13].



Los préstamos totalmente asimilados son aquellos préstamos que están totalmente integrados en el sistema lingüístico (en este caso, español). Los préstamos podrían adaptarse a las normas del lenguaje que los toma prestados (fonético, gramatical o gráfico) y permanecer sin cambios, como podemos ver en el ejemplo de algunos préstamos. La palabra totalmente prestada se usa a menudo en el idioma y ya se ha vuelto ampliamente utilizada por la población hispana.

Bomber es un préstamo completamente asimilado en español, que ha conservado sus características gráficas y fonéticas. La palabra fue ingresada en el diccionario de María Molinero como sustantivo femenino.

(48) Bomber: estampados orientales, tejidos satinados y colores neutros o vitaminados son los mejores compañeros de esta chaqueta que se han convertido en un must have imprescindible con el apoyo de las influencers. [54, p.10].

Denim es un préstamo completamente asimilado en español, que ha conservado sus características gráficas y fonéticas. La palabra fue ingresada en el diccionario de María Molinero como sustantivo masculino.

(49) *Esta primavera, los diseñadores nos ofrecen una gran variedad de prendas denim. Monos, vestidos, camisas y faldas vaqueras son las principales apuestas de esta temporada primaveravero 2015.* [52, p.9].

*Smoking* tiene un equivalente esmoquin en español. Sin embargo, solo este inglés aparece en la revista de moda, y no su equivalente en español. *Smoking* es un préstamo completamente asimilado en español, hubo una adaptación gráfica y fonética de la palabra a las normas del idioma español - *esmoquin*. La palabra fue ingresada en el diccionario de María Molinero y en el diccionario de la Real Academia como sustantivo masculino.

(50) *Nieves es una gran fan de los smokings y los petos, que le dan un toque sensual.* [52, p.15].

*Mocasín* es un préstamo completamente asimilado en español, hubo una adaptación gráfica y fonética de la palabra a las normas del idioma español. La palabra fue ingresada en el diccionario de María Molinero y en el diccionario de la Real Academia como sustantivo masculino.

(51) *Este tipo de pantalón, gracias a su forma y colores, permite dar rienda suelta a la imaginación, ya que se puede combinar libremente con cualquier tipo de calzado: mocasines, loafers, zapatillas deportivas o zapatos clásicos.* [52, p.16].

*Casting* es un préstamo completamente asimilado en español, que ha conservado sus características gráficas y fonéticas. La palabra fue ingresada en el diccionario de María Molinero y en el diccionario de la Real Academia como sustantivo masculino.

(52) *Tras sus éxitos en las pasarelas de Nueva York, Vita decidió probar suerte en los castings de París.* [52, p.18].

*Cachemira* es un préstamo completamente asimilado en español, hubo una adaptación fonética, gráfica y gramatical de la palabra a las normas del idioma español. La palabra fue ingresada en el diccionario de María Molinero y en el diccionario de la Real Academia y puede pertenecer tanto al femenino como al masculino: *la cahemira, el cachemir*.

(53) *La seda, la cachemira, el algodón y el lino son su elección.*

El préstamo de *blazer* es un préstamo en español completamente asimilado, que ha conservado sus características gráficas y fonéticas. La palabra figura en el diccionario de María Molinero y en el diccionario de la Real Academia y puede pertenecer tanto al femenino como al masculino: *el blazer, la blazer*.

(54) *Unos estampados que las más atrevidas emborracharán con armonía con blazers de cuadros típicos de la campiña inglesa* [53, p.19].

El préstamo de «shorts» es un préstamo totalmente asimilado en español, que ha conservado sus características gráficas y fonéticas. La palabra figura en el diccionario de María Molinero y en el diccionario de la Real Academia como sustantivo masculino y puede usarse tanto en singular como en plural: *el short, los short*.

(55) *Los lleva puestos con faldas, shorts, vestidos y camisas, y los elige acorde al color de los zapatos decoradas con temas de pesca.* [52, p.12].

Tweed es un préstamo en español completamente asimilado, que ha conservado sus características gráficas y fonéticas. La palabra figura en el diccionario de María Molinero y en el diccionario de la Real Academia como sustantivo masculino.

(56) Destacan las chaquetas enceradas en combinación con el nylon, los trajes tradicionales de tweed hechos al estilo británico, los pantalones de terciopelo, las prendas estampadas y las corbatas [52, p12].

El préstamo «glamour». En la actualidad, este anglicismo está muy extendido en muchos idiomas del mundo, incluidos el ucraniano y el español. La palabra inglesa «glamour» proviene de una palabra escocesa que significa brujería. Viene de «grammar», y «grammar», a su vez, de la palabra «grammatica». En la Edad Media denotaron las ciencias ocultas, que estaban asociadas con la alfabetización. En la actualidad, este anglicismo está incluido en todos los diccionarios de la lengua española, incluido el diccionario de la Real Academia «DRAE», donde tiene la siguiente definición: «encanto sensual que fascina». Aunque el uso de este préstamo no está justificado porque tiene equivalentes en español (por ejemplo, «encanto»), es extremadamente común en el discurso periodístico.

En la lengua español contemporáneo, la palabra «glamour» ha adquirido un grado de adaptación bastante alto. Prueba de ello es la productividad de este préstamo, por ejemplo, formado a partir de él el adjetivo «glamouroso», que también está registrado en todos los diccionarios del español y que también es muy utilizado en la prensa glamorosa de España. Es interesante notar que de acuerdo con las reglas de la fonética española, este adjetivo debe pronunciarse como [glamouroso], pero su pronunciación en inglés es común, es decir, [Glamuroso]. Lo mismo ocurre con el sustantivo «glamour». Por eso, los diccionarios de español, y en particular el diccionario «DPD», recomiendan la siguiente ortografía de estas palabras: «glamur» y «glamuroso».

(57) «Investigamos la cultura del glamour de aquellos años y lo primero que percibimos fue la naturalidad en el desarrollo de la forma» [57, p.23].

(58) *El maquillaje de este imagen es sexy y glamouroso a la vez* [59, p.19].

(59) *Te sacaran a ti y a tus amigas de un apuro y seran un complemento do lo mas gla-muroso* [56, p.12].

*Glamour* es un préstamo completamente asimilado en español, hubo una adaptación gráfica y fonética de la palabra a las normas del idioma español - glamur. La palabra fue ingresada en el diccionario de María Molinero y en el diccionario de la Real Academia como sustantivo masculino.

(60) *Como siempre elegante diseño y glamour en cada pieza se combinan con los motivos de la feminidad y la delicadeza.* [54, c.10].

*Bótox* es un préstamo completamente asimilado en español, hubo una adaptación gráfica de la palabra a las normas del idioma español - hubo un énfasis gráfico. La palabra se ingresa en el diccionario de la Royal Academy como sustantivo masculino.

(61) *Para descubrir toda la verdad sobre la cosmetología láser, la eliminación de cicatrices, la aplicación del bótox, así como otros aliados o enemigos de nuestra piel, nos hemos dirigido al prestigioso centro de medicina estética \* LINLINE de Barcelona* [54, p.18].

El préstamo *leggings* está totalmente asimilado al español, que ha conservado sus características gráficas y fonéticas. La palabra está ingresada en el diccionario de María Molinero.

(62) *Sus prendas favoritas del armario son los leggings de cuero, que combina con botas gruesas o zapatillas, con bolsos grandes camisas, sudaderas.* [52, p.17].

(63)... *la nueva colección de 'flip flops' ...* [53, p.5].

Esto es no es anglicismo asimilado que significa el nombre del zapato, es decir, pizarras o sandalias con correa. En español hay un análogo de este inglés las chanclas.

*Vintage.*

(64) *Un equipo de expertos y estilistas inspirados, que sabe al mismo tiempo rechazar productos identificar las tendencias del catálogo, y componer las*

*coleccionas con las temporadas y el vintage con viaducto, hemos construido nuestra identidad sobre una idea simple: solo aceptamos lo mejor.* [53, p.5].

Casos menos frecuentes, pero muy reveladores, del uso de anglicismos como *girly, nice, naif* y otros.

(65) *Esta semana nos ponemos 'girly' en nuestras compras de la semana. En los inventos de las tiendas se imponen los vestidos románticos y los estampados 'naif' y nosotras decimos sí a la tendencia. Aprovechamos estos días libres para hacernos con lencería sexy con encaje y con complementos que pondrán la guinda a todos nuestros 'looks'.* [53, p.6].

En este ejemplo, la elección de los anglicismos está relacionada con el significado terminológico de los tokens *girly, naif* y *look* en el campo de la moda.

En la prensa femenina española hay anglicismos inscritos en todos los diccionarios de la lengua española (*glamour*), préstamos registrados solo en diccionarios de usos (*maquillaje*), así como palabras que no están incluidas en ningún diccionario español (*oversize*).

Las revistas glamorosas utilizan tanto préstamos «justificados», aquellos que no tienen equivalente en español, o una expresión descriptiva (*top*), como anglicismos «injustificado» que tienen un equivalente español absoluto. Además, en las revistas bajo consideración, se podemos encontrar los llamados «Papel de calco»: no toma prestada una palabra, sino su significado. El ejemplo más llamativo es el adjetivo «casual», que se utiliza con mucha frecuencia. Esta palabra siempre ha existido en el Diccionario de la Royal Academy, tiene dos significados: «1. adj. Que sucede por casualidad 2.adj. Gramo. Perteneciente o relativo al caso» (1. Aleatorio 2. Caída). En las revistas glamorosas el adjetivo «casual» se utiliza en sus significadas de la lengua inglés «cotidiano» es decir perfecciona un nuevo significado de su parónimo inglés. Esto también se indica en el Diccionario panhispánico de dudas, donde se recomienda encarecidamente no utilizar esta palabra en lo anterior. Esto también se indica en el Diccionario panhispánico de dudas, donde se recomienda encarecidamente no aprovechar esta palabra:

(66) «*Debe evitarse su uso con los percepcion de 'informal' y 'espora-dico u ocasional', calcos semanticos repropables del ingles casual*» [54, p.12].

(67) *Unos pertenecen a la ropa casual y otros hasta puedes brillarlos para salir por la noche* [55, p.17].

(68)... *y si vas resbalarte por la nieve, hazlo en clave casual* [56, p.26].

Analizando los textos de las revistas femeninas españolas, debemos prestar atención de utilización no solo palabras individuales en inglés, sino frases, y a veces frases enteras en inglés.

(69) *Vajillas very British, mecedoras made in 60'- ... de esta marca de ropa y complementos son los estampados estrella* [59, p.29].

(70) *En el «work in progress», en como el simple tamaño o forma de las letras puede llegar a explicar un texto, a darle tres di-mensiones* [57, p.29].

Las revistas españolas glamorosas para mujeres, los nombres de películas estadounidenses, canciones, libros, diversos eventos, como conciertos, exposiciones, generalmente se dan en inglés. Al mismo tiempo, estos nombres rara vez van acompañados de una traducción. Además, todas las marcas y nombres comerciales también conservan su ortografía original.

(71) *Video killed the radio star es el One Hit Life por antonomasia.* [56, p.27].

(72) *HUGO BOSS : Chaqueta blanca de manga corta, HUGO BOSS ...* [58, p.19].

(73) *Look of the Year por la agencia Elite* [57, p.24].

Extrañamente que los nombres de las celebridades estadounidenses también no cambien:

(74) *Keira Knightley, Mischa Barton o Lindsay Lohan* [57, p.23].

En las revistas glamorosas españolas se encuentran anglicismos asimilados y no asimilados. Muchos lingüistas [8, 9] distinguen entre los neologismos y extranjerismos. Extranjerismos se caracterizan por la ausencia de todo tipo de adaptaciones, no son elementos del sistema léxico español. Los neologismos se caracterizan por un mayor o menor grado de asimilación. Debe tenerse en cuenta

que el principal indicador de la asimilación de una palabra prestada por el idioma del destinatario es su capacidad para formar palabras. Curiosamente, el número de palabras y expresiones «extranjeras» utilizadas en las páginas de las publicaciones de las revistas españolas de mujeres (es decir, préstamos no asimilados) supera con creces el número de palabras adaptadas. Como regla general, en el texto de artículos de este tipo, los préstamos no asimilados conservan naturalmente los gráficos en inglés y están en cursiva, es decir, los editores dejan claro a los lectores que una determinada palabra o expresión es un elemento de otro idioma.

(75) *Y digo porque hace mucho tiempo que la jet - como termino fundado por Igor Cassini que definia a un grupo de personas ricos que disfrutaban de la vida viajando - ha desaparecido y ha dado paso a la beautiful people. Un reducto de celebrities mas preocupadas por el shopping que por las pistas en si* [58, p.14].

(76) *StressEraser es el nuevo American Idol, un pequeno gadget que - a partir de la tecnica del biofeedback - revierte los efectos del ergotropic tuning, un proceso biologico responsable de la respuesta nerviosa al stres* [58, p.32].

Los préstamos no asimilados se destacan directamente en el texto de los artículos. Sin embargo, las palabras «extranjeros» en las revistas revisadas por pares se utilizan con mucha frecuencia en los encabezados que están en negrita. En este caso, ya no hay ningún signo en la carta de préstamo extranjero. Por ejemplo, en la edición de enero de 2008 de la revista Elle, puede encontrar los siguientes títulos en negrita:

(77) **Siempre en business**

**INGLES Y RELAX**

**MADE IN SPAIN**

**THE SPANISH CONNECTION** [56, p.39].

Casi todos los artículos de revistas femeninas glamorosas o brillantes proporcionan no solo un título, sino también un subtítulo, que ha sido resaltado en una fuente diferente, no en negrita y un poco más pequeña que la fuente del título.

(78) *Con empresas como Puccio Moncler, telas high tech, y las celebrities de coautores, este look arrasa dentro y fuera de pista* [57, p.32].

(79) *En los 70, el look ski se falsificó con la línea COUTURE FUTURE de COURRE-GEES y sus primeros leggings* [57, p.37].

Sin embargo, a veces se citan palabras prestadas que se utilizan en los subtítulos.

(80) *¿Quién dijo que «jean» era el rey del «casual»? ahora cambia su rol con un sequito de lentejuelas, piezas metálicas y escamas doradas* [56, p.39].

(81) *Transforma tus pesadillas en historias con «happy end»* [59, p.42].

En la revista que estamos considerando, hay un tipo especial de artículo-entrevista de periódico. En algunas publicaciones (Vogue, Elle, Glamour), este género de noticias se entiende de la siguiente manera: las preguntas del periodista se muestran en negrita y las respuestas del encuestado están impresas en letras regulares. Es decir, podemos concluir que el resaltado gráfico de los anglicismos es una característica de su funcionamiento moderno en español. A menudo, los periodistas en sus preguntas utilizan vocabulario prestado, incluido el inadaptado, es decir, el que suele estar en cursiva. Sin embargo, en varios casos, esto no ocurre en declaraciones interrogativas en entrevistas, así como en titulares, enfatizando negrita. Esta estrategia es seguida, por ejemplo, por las revistas Vogue y Elle.

(82) *Antes de empezar a girar la película, Alex de la Iglesia escribió en su blog: «Para los que han leído el libro, la pregunta es «quién hará de Sildom?» Estas de acuerdo, John, con el hecho de que tu personaje sostiene el peso de la película?»* [57, p.43].

Esta estrategia no es una tendencia general en todas las revistas revisadas. Por ejemplo, en las entrevistas de las revistas «Glamour» y «Telva», a pesar de que las preguntas del periodista están en negrita, los préstamos no asimilados utilizados en ellas también están en cursiva.

(83) *En este tour has comentado temas de Brave. ¿Qué añade este Mímo disco a tu carrera?* [59, p.40].

(84) *Cuántos jeans tienes?* [58, p.37].



Con una gran cantidad de palabras y expresiones «extranjeras» en revistas españolas glamourosas y brillantes, también se utilizan «neologismos», es decir, palabras que ya están parcial o totalmente adaptadas al idioma receptor (español).

Aproximadamente una cuarta parte de todos los anglicismos se encuentran en los deportes. No solo se toman prestados los nombres de los deportes, sino también los objetos utilizados en ellos. En nuestro ejemplo, la palabra más común es *gol* y todos sus derivados *golear*, *golazo*.

(85) *Él dedicó el gol decisivo que marcó el sábado a su futura mujer: Alice Campello* [53, p.9].

La palabra *gol* es un préstamo asimilado derivado del sustantivo en inglés *goal*. Los siguientes términos se forman a partir de él: *Golear* – «marcar goles». *Golazo* – «golazo». *Goleador*: «goleador, delantero, jugador que marca muchos goles». *Goleada* – «una serie de goles, una gran brecha en el marcador».

El fútbol, como deporte originario de Inglaterra, explica la gran cantidad de anglicismos en el campo del fútbol, no solo en español sino también en otros idiomas. Las siguientes realidades del mundo del deporte se encuentran a menudo en el espacio de Internet:

(86) *Fútbol, playoff, penalti, crack, chut, running, jogging, etc.* [53, p.5].

(87) *Nerea Quilce Villanueva: Felicidades crack esperemos que sigas en el Real Madrid mucho tiempo ... .Hala Madrid y nada mas.* [57, p.5].

El anglicismo *crack* denota un atleta de alto nivel, en este caso un jugador de fútbol. Vale la pena señalar que este anglicismo se usa no solo en los deportes. Por ejemplo: caballero qué crack. Traducido como «algún fracaso». Y a la persona que nos gustó, podemos decirle con seguridad: «Eres un crack».

*Running*- anglicismo no asimilada.

(88) *Sabemos que eres amante del 'running' y como sabes, en Yo Dona estamos preparando una nueva edición de Yo Dona Run The Night. Como experta, ¿qué consejos le darías pa una corredora novata para afrotar este reto?* [54, p.7].

Otro anglicismo, que también significa correr y se usa junto con *running - jogging*.

A continuación, considere pedir prestado a la economía, que representa el 12,7% del número total de anglicismos: *Broker*

*Broker* - es una persona que ayuda a concluir varios acuerdos comerciales o una persona que trabaja en el mercado de valores.

(89) *El fallo de un 'broker' provoca un 'flash crash' de 48.000 millones en la bolsa de Bombay durante 15 minutos.* [54, p.7].

*Marketing.*

(90) *Marcos de Quinto, nuevo responsable mundial de marketing de Coca-Cola* [31, c.8].

*Firma.*

(91) *La firma tecnológica Malwarebytes ...* [54, p.7].

La elección del anglicismo *firma* (en lugar del español Empresa) probablemente esté dictada por el nombre inglés de esta institución, lo que indica su carácter internacional.

Los préstamos en el ámbito de la música y el cine suponen el 10,9% del total de anglicismos. Los nombres de las direcciones musicales se toman prestados con mayor frecuencia, ya que no hay análogos en el idioma receptor: *jazz, blues, folk, rock, rock and roll, remix* y otros.

Playlist – anglicismo asimilado, que denota una selección de canciones. Este término se puede traducir al español por distorsión:

(92) *lista de canciones para escuchar. Yuyacst Las carreteras con empresa bonita y música me dan felicidad. Necesito una playlist nueva* [53, p.15].

El 9% restante de los préstamos son anglicismos, que se relacionan con los campos de la gastronomía, la política, el vocabulario.

A continuación, considere ejemplos de «spanglish». El «spanglish» (español + inglés) es un idioma híbrido formado a partir del español, en el que se introducen palabras de origen inglés sin su traducción directa o palabras mal traducidas del inglés [6, p.10].

Inicialmente, el término se usó para referirse al idioma hablado por los pobres en América Latina. Sin embargo, recientemente ha aumentado notablemente el uso del inglés en la literatura periódica.

Las siguientes razones están relacionadas de alguna manera con el desarrollo de la tecnología informática e Internet:

1. En los últimos cinco años, han aparecido más de 8.000 palabras nuevas en inglés. En la traducción, es difícil encontrar palabras en español con el mismo significado. Muchos términos informáticos no tienen análogos en español o tienen significados diferentes, y el uso de palabras en español puede dar lugar a una mala interpretación del texto.

2. Existe una gran diferencia entre el lenguaje que se usa en el lenguaje cotidiano y el lenguaje de Internet. Al escribir un artículo, todo el mundo piensa que lo leerán miles de personas y, por supuesto, intenta utilizar un vocabulario claro para todos.

3. Las computadoras son « máquinas del idioma inglés », por lo que muy a menudo hay problemas para escribir caracteres en español como Ñ, ñ, é, ú, í, ¿, j y algunos otros.

4. Los intentos de traducir el vocabulario informático en diferentes países latinoamericanos del inglés al español conducen a la aparición de numerosos sinónimos para denotar un mismo concepto, lo que a su vez conduce a otra confusión en su uso.

Según algunos lingüistas, spanglish ensucia el idioma español con palabras innecesarias y contribuye a su degradación. Parece que los lingüistas españoles Francisco Dies Vegas y José Segura sostienen la misma opinión. Según ellos, la influencia del inglés tiene un efecto negativo en la cultura del idioma español y los países de habla hispana en general.

Por lo tanto, el inglés está presente principalmente en el idioma hablado de los hablantes y no en el escrito. Después de analizar los ejemplos, podemos concluir que la mayoría de los tokens de habla inglesa se encuentran entre los más

utilizados en el habla cotidiana de personas que hablan dos idiomas: español e inglés.

(93) «Me voy a *showar*.» [54, p.7].

(94) «Me estoy *showando*.» [54, p.7].

El verbo *showar* es una mezcla de dos verbos: inglés *to shower* y español *bañar*.

El uso de spanglish es más común entre los jóvenes.

¡Godamba! Formado a partir de English God y Spanish Caramba! Caramba es una exclamación que se usa para expresar sorpresa, admiración, insatisfacción.

(95) «Ay godamba!» [54, p.10].

*Mamáfucka!* Una palabra que se puede traducir como villano, canalla, bastardo, bestia, formada a partir del inglés *motherfucker*, reemplazando la palabra inglesa *mother* por la española *mamá*.

(96) «*Shut up, mamáfucka!*» [54, p.10].

En el ejemplo: (97) «Saludos de Col [31, p.10] y en el ejemplo: (98) «¡Saludos desde Colombia!» [54, p.10], que en español sonaría así: (99) «Saludos desde Colombia »

El propio uso del español puede explicarse por el hecho de que a veces la palabra en inglés es más fácil de recordar, o el uso de spanglish ayuda a comprender información importante.

En términos de vocabulario, generalmente hay préstamos del inglés al español, estos préstamos se forman con la ayuda de «amigos falsos traducidos» o «papel de calco»:

1. Parquear proviene del inglés «topark», registraci3n proviene del inglés «registration».

2. Tambi3n al rastrear aparecen las siguientes palabras: *emailear*, *twittear*, *googlear*.

3. Considerando el campo de la gastronomía, podemos distinguir palabras como *burger*, *sándwich*, *fastfood*.

Las palabras no solo se toman prestadas del inglés, sino también sus abreviaturas. Las abreviaturas más populares en la lengua inglés:

(97) *LOL - Laughing out loud* [54, p.11]- esta abreviatura es una respuesta a alguna frase divertida o broma.

(98) *ROFL - Rolling on the floor laughing* [54, p.11] - (Tirado en el suelo riendo) - otra abreviatura que se puede utilizar en respuesta a un comentario gracioso.

(99) *WTF / WTH - What the fuck / what the hell* [54, p.12] («¿Qué demonios?») - esta abreviatura se usa cuando una persona está confundida, siente una sensación de asombro.

(100) *TTYL - Talk to you later* [30, c.12] ( hablamos más tarde) - esta abreviatura se puede utilizar cuando una persona desea finalizar una conversación.

(101) *IMHO / IMO - In my humble opinion / in my opinion* [54, p.15] («en mi opinión») - abreviaturas utilizadas para expresar la propia opinión.

(102) *HAHAHA* [54, p.10] - onomatopeya, que significa risa.

(103) *IT - Internet* [54, p.10] – el préstamo que no ha sido asimilado. La característica única de este anglicismo es que tanto en español como en otros idiomas, está escrito en mayúsculas.

El rápido desarrollo de Internet, donde la mayoría de los términos son de origen inglés, la posición de monopolio de Microsoft ha llevado al hecho de que ahora el conocimiento del idioma inglés se percibe como una necesidad, el inglés se está convirtiendo esencialmente en el idioma comercial de toda la civilización terrestre. Claramente, el inglés moderno es el idioma de las nuevas tecnologías, los logros científicos avanzados. Según la investigación, más del 70% de los usuarios de Internet hablan inglés con fluidez.

Por consiguiente se hace evidente y se confirma en la práctica que con la expansión de Internet, la lengua española está perdiendo una parte importante de su espacio. El idioma oficial en Internet es el inglés, ya que en él se transmite la mayor parte de la información.

En el siglo XXI hay una expansión dinámica de la penetración del préstamo del inglés en la lengua español en relación con el rápido desarrollo de la tecnología informática y de telecomunicaciones, los medios de comunicación y la comunicación internacional activa. La internacionalización de la ciencia, los procesos de globalización, la tecnología, el arte, el deporte, el desarrollo intensivo de las relaciones internacionales, la difusión dominante del idioma inglés en el mundo contribuyen al fortalecimiento y expansión de los contactos español-inglés. Por lo tanto, conduce a la reposición activa del idioma español con préstamos del idioma inglés.

Actualmente, la penetración de palabras de origen inglés en el idioma español continúa e incluso aumenta significativamente. En inglés, la mayor parte de la comunicación empresarial y académica internacional tiene lugar en los Estados Unidos. En general, en el siglo XXI, el inglés parece ser el líder absoluto en la determinación de su influencia en otras lenguas europeas. Hoy en día, el español es considerado como la lengua materna de más de 300 millones de personas. El noventa por ciento de los hispanos vive en América Latina. Se estima que para el 2021, la población de habla hispana superará los 500 millones. Sin embargo, las personas de habla hispana se encuentran repartidas por cuatro continentes y son el idioma oficial de 22 países.

Cabe destacar otra característica muy importante del idioma: la Academia Española dice que es el único idioma del mundo. Si en una comunidad de habla inglesa (por no mencionar a otras personas), los hablantes de diferentes países no siempre se entienden, entonces esto no sucederá en una comunidad de habla hispana.

### **3.2 El papel de los principales medios de comunicación en el uso de los préstamos**

Los problemas relacionados con la cantidad y la calidad de las palabras prestadas han sido plagados por lingüistas de diferentes épocas. Esto es especialmente importante en nuestro tiempo, cuando los valores y el sentido común de la cultura española fueron fuertemente influenciados por países

extranjeros a través de los medios de comunicación e Internet. Con la llegada de nuevas palabras, el español se está volviendo cada vez menos comprensible para la gente común que no conoce un idioma extranjero, especialmente el inglés. Por lo tanto, muchos préstamos son palabras excesivas, pacificadoras que no tienen un significado conceptual regular. Como ejemplo, tomemos el uso de repeticiones tautológicas, que indican una base conceptual insuficientemente formada de una palabra dada: préstamo. Entonces, en un sitio web bastante autorizado de una de las principales universidades económicas de Barcelona se encuentra el siguiente ejemplo: «*No te concentres en solo una o dos revistas. Seleccione varios puntos de outlet*» [56]. En este caso, la palabra prestada «outlet» y su sinónimo contextual «revista» significa «editorial», pero el outlet en el discurso económico denota un cierto formato de centro comercial que se especializa en vender ropa de marcas reconocidas con importantes descuentos. Por lo tanto, en este contexto, el medio en inglés se usa claramente de manera inapropiada.

Los préstamos de nuevos elementos es un proceso natural inherente a la mayoría de las lenguas de contacto del mundo y, sin duda, no puede evaluarse sólo negativamente. Dicho vocabulario conduce a la expansión del vocabulario del lenguaje, así como a la expansión y complicación de los sistemas conceptuales del individuo, la esfera conceptual de las personas, estimula los contactos internacionales y los acerca a los logros de la civilización. Al mismo tiempo, no se puede negar el hecho de que la lengua español contemporáneo (especialmente el idioma de la juventud) es excesivamente rico en anglo-americanismos, cuyo alcance se amplía irrazonablemente (firewall, chat, thrash, price, Seychelles, gadget, dispositivo, amigo, maquillaje, etc.).

Los empréstitos penetran en el lenguaje de diferentes formas: por escrito o mediante la comunicación oral, incluyendo libros, periódicos, catálogos, instructivos, pasaportes técnicos de máquinas, etc., pero son los medios de comunicación y las comunicaciones, que difunden determinados roles y modelos de comportamiento, establecen reglas y normas de comportamiento, comunicación, interpersonal relaciones. Así, los medios de comunicación determinaron en gran

medida el desarrollo del lenguaje a fines del pasado, principios de este siglo. Entre ellas se encuentran las publicaciones periódicas como cuerpo principal para la selección de una nueva unidad léxica, su procesamiento y posterior consolidación en la lengua [31, p.158].

Hoy en día, tareas importantes requieren profundizar la conciencia moral de la humanidad, y la producción en masa de las industrias del cine y la televisión, así como la comunicación por Internet, películas reducen el nivel moral. Podemos mencionar que las comedias de hace veinte años, que provocaron en el público una reacción negativa con risas y aplausos entre bastidores, pero ahora la sociedad es básicamente neutral a este modelo de comportamiento. En sus estudios, U. Weinreich sostiene que si la razón principal de la llegada de una palabra prestada al lenguaje es la necesidad de nombrar un nuevo fenómeno u objeto, entonces «la insuficiencia del vocabulario en los procesos de nombrar nuevos objetos no es la única razón para las innovaciones léxicas» [1]. Si el préstamo tiene contenido completamente nuevo, entonces no afecta diccionario del idioma receptor. De lo contrario, la unidad transferida afectará el vocabulario del idioma de tres maneras: en primer lugar, el préstamo crea un cambio en el contenido de la palabra nueva y la antigua, en segundo lugar, conduce a la desaparición de la palabra antigua y, finalmente, en tercer lugar, también preserva la nueva. y la palabra antigua, especializando sus significados. Como ejemplo podemos decir sobre la palabra *Home* recientemente ha entrado en el diccionario español moderno. Este léxico es ampliamente utilizado como componente en los nombres de tiendas, marcas, supermercados y bancos: Home Credit Bank, Home médico Medical Center, Tienda online de ropa de cama de lino Home, etc. Elemento *Home* generalizado en la computadora entorno informático: home-page (página de inicio), ip-home.

Las personas que se comunican con representantes de otras culturas o leen idiomas extranjeros en diversas situaciones ocasionalmente usan idiomas extranjeros en el idioma receptor. El proceso de aprendizaje de una nueva palabra en el idioma puede tomar un montón de tiempo, después de lo cual el préstamo deja de ser percibido como extranjero. Es importante enfatizar que el grupo de



personas que inauguraron el préstamo debe tener bastante autoridad en un determinado círculo o profesión, su discurso debe percibirse como un estándar.

En el siglo XX, esos líderes eran, por supuesto, la prensa y la radio, pero hoy dominan los medios de comunicación e Internet. Hoy en día, los jóvenes se adaptan rápidamente a su habla, ingresan al diccionario personal habitual y luego ingresan a la base cognitiva. Sí, en el campo de la economía. (trueque, marketing, consultoría, transacción), el cine (superproducción, horror, western, banda sonora, remake, comunicado de prensa, tráiler), medicina (clonación, implante, perinatal,) el deporte (portero, fuera de juego, horas extraordinarias, juego, kickboxing) terminología informática tarjetas de memoria flash, portátil, iPad, iCloud, correo electrónico, sitio, icono). El uso de palabras prestadas en la mayoría de los casos está justificado estilística y funcionalmente, porque esto es causado por tecnologías complicadas, la actividad en expansión de la sociedad, y el individuo se ve obligado a adaptarse al uso de anglicismos en muchas esferas de la vida, o bien a abandonar el uso de estos términos, que por defecto lo clasifican como un nivel más bajo de competencia comunicativa.

Investigadores señalan que la profusión de anglicismos en el discurso de los locutores de los medios no es accidental. Con las nuevas reglas para presentar información en algunos programas, el lenguaje de los medios se ha vuelto deliberadamente vago y cliché. No es casualidad que en el discurso de los locutores se incluyan frases desensambladas. Contienen palabras prestadas que tienen un significado más grande que sus contrapartes en español, es decir, aquellas que permiten una interpretación más libre y amplia. Esto, sin duda, no contribuye a la adecuación de la transferencia de información y su comprensión inequívoca [24]

Una persona que usa en un idioma una nueva palabra extranjera no invierte un cierto significado diferenciado en el enunciado, porque en la mayoría de los casos solo se entienden algunos componentes del significado o parte del potencial semántico de una palabra polisémica, por lo que la palabra no puede denotar un significado definido. En la conciencia individual no se define el campo semántico

con una jerarquía de componentes semánticos, por lo que no se produce la internalización de un fragmento de realidad en la conciencia, y una consecuencia de ello es la incapacidad del individuo para formar una estructura adecuada de conocimiento que pueda servir como modelo para el procesamiento de la información. Es importante resaltar que la ola casi descontrolada de americanismo, según algunos investigadores, afectó la norma literaria de la lengua española, ya se han comenzado a sentir tendencias destructivas a nivel semántico, formador de palabras, sintáctico y gramatical del lenguaje [10, p.14].

En la actualidad, el prestigio del inglés está respaldado por diversos trabajos de propaganda, que forman un estado mental positivo en relación con la palabra prestada «anglicismos» [14, p.285]. La popularidad de cualquier concepto en los medios y el uso del concepto en la «pantalla» en el idioma del personal autorizado, ya sea un político, un presentador de televisión, un DJ o un blogger, es una gran motivación para que la pestaña se arraigue en el idioma. Empiece a utilizar términos como proyectos piloto, cumbres, innovaciones, acciones de seguimiento, casting, etc. Por tanto, la firme política de los medios de comunicación está dedicada a la promoción de nuevos estereotipos, patrones, valores y actitudes, y estilos de vida, facilitando así el proceso de toma de nuevas palabras del vocabulario español.

Concluimos que en la sociedad de la información actual los textos son principalmente producto de los medios y la comunicación en Internet. Por lo tanto, se copian, crean o analizan los modelos del lenguaje escrito, o las personas destruyen deliberadamente el lenguaje estándar, buscando la expresión excesiva, la ira, La imitación puede formar un sistema de valores públicos.

### **3.3 Internacionalismos y las últimas tecnologías de la información (sobre estilo periodístico en formatos digitales)**

El interés de los lingüistas por la internacionalización lingüística en las últimas décadas se debe en gran parte a la profundización de la investigación en el campo de la teoría de los contactos lingüísticos, el bilingüismo, así como a la influencia del desarrollo de diversas formas de relaciones interétnicas en diversos

estudios. Internacionalismo es una palabra que se refiere al fondo etimológico de una serie de lenguas, de origen similar en su desarrollo histórico [29 p.184].

El léxico internacional tiene un significado tanto teórico como práctico. El aspecto de la investigación está relacionado con la definición del papel de los internacionalismos de las lenguas internacionales en la mejora de las relaciones interlengua. La importancia práctica se reduce a evitar errores al traducir terminología y literatura sociopolítica.

Los científicos creen que todo el internacionalismo en diferentes idiomas debería tener el mismo significado, pero también hay opiniones de que los signos obligatorios del internacionalismo solo pueden ser similitudes externas y orígenes comunes. Los internacionalismos se diferencian de los simples préstamos que surgen del contacto de lenguas, expresan el concepto de trascendencia internacional y por eso tienen un alcance amplio. El papel principal en la definición de internacionalismos lo juega el grado de difusión de una palabra y el carácter internacional del fenómeno.

En la literatura lingüística moderna se presta cada vez más atención al problema del vocabulario internacional. Cada vez mayor que juegan las palabras y términos internacionales en diversos campos de la actividad lingüística, relacionados de una forma u otra con los procesos de oposición de las lenguas [9, p.170]. El fondo léxico «internacional» es reconocido por la mayoría de especialistas. Si bien coincidimos con la calificación del internacionalismo léxico como fondo de vocabulario interlengua, observamos que el desarrollo de este fondo en cada una de las lenguas tiene sus propias características. Las palabras internacionales se asimilan en las lenguas receptoras, pero «el proceso de asimilación en sí no es del mismo tipo y no es tan simple como parece. Por un lado, la necesidad de adaptar una nueva palabra a la estructura de este lenguaje es inevitable, se toma prestada la palabra y, por otro lado, se manifiesta un deseo consciente de preservar la propia identidad en el contexto de diferentes idiomas.» [27, c.18].

El español es una de las lenguas cuyo desarrollo se produce cualitativamente. El creciente papel del inglés en el escenario mundial ha llevado a un gran número de préstamos del inglés al español.

Un rasgo importante de la formación del vocabulario de las últimas tecnologías de la información del idioma español es su origen en suelo angloamericano, que se expresa en una gran cantidad de vocabulario prestado del idioma inglés.

Las palabras prestadas de la lengua inglés, que están afectadas en la estructura de otro idioma y afectan a todos los niveles significativos del idioma, se denominan anglicismos. Las características de la composición analítica del inglés, que es fácil de aprender por hablantes nativos de español y se usa fácilmente con fines comunicativos, afectan la estructura gramatical del español y se caracterizan por una gran capa de vocabulario común debido a la proximidad territorial a los países de habla hispana.

Las razones lingüísticas especiales para los préstamos del inglés, que influyen en la formación de términos del vocabulario de las últimas tecnologías de la información en español, son:

- la ausencia en español de una palabra equivalente para un nuevo concepto, ya que las nuevas invenciones en el campo de las nuevas tecnologías de la información aparecen en español simultáneamente con la nueva designación de la presente invención. Esta razón es la más común, por ejemplo: teletype, trackpad, píxel.

- la tendencia a reemplazar frases con nombres monosilábicos en inglés, por ejemplo, la palabra procesador (procesador del inglés. Processor) reemplaza la rotación unidad de procesamiento central 'procesa el dispositivo'; la palabra controlador (del inglés controller) 'dispositivo de control' reemplaza la frase terminológica program para operar un periférico 'programa de control'; la palabra inglesa plóter reemplaza la engorrosa definición dispositivo utilizado para dibujar.

- el deseo de eliminar la homonimia y la polisemia en la lengua materna;

- dificultad para formar algunas frases terminológicas derivadas de los términos primordiales: árbol de hardware, cuenta de shell, software dependiente.

Una característica más común de la formación del vocabulario de las últimas tecnologías de la información en español es el uso del calco en inglés para crear un término de la lengua español.

«El calco es palabras y expresiones formadas sobre el modelo de expresiones tomadas de una lengua extranjera» [13, c. 99]. El calco es el principal medio para formar el vocabulario de las últimas tecnologías de la información del idioma español. En el calco español, en primer lugar, sirven como una liberación de préstamos directos innecesarios, por ejemplo: *lógico* decisión - decisión *lógica*, *high memory* - memoria alta, *laser printer* - impresora *láser* [55; 59].

En los ejemplos anteriores, podemos ver que en todos los casos se copia no solo el significado semántico sino también el morfológico.

En el proceso de estudio del léxico español de las últimas tecnologías de la información, se identificaron tres tipos de calco: formación de palabras, fraseológico y semántico.

El calco de la formación de las palabras significa imitar el modelo característico del inglés y llenarlo con materiales de morfemas españoles conservando su forma interna. En español, los diccionarios de la última tecnología son los más sensibles a los factores de cambio de idioma, incluida la formación de palabras y el nivel de vocabulario.

En el calco fraseológico hay una traducción literal de una frase extranjera. El calco fraseológico es un grupo exclusivo de unidades de lenguaje de calco, su característica distintiva es que el objeto de calco aquí no tiene una palabra, sino una frase estable: fraseología. Los calcos fraseológicos se entienden como una traducción literal «en las propias palabras» de una expresión o modismo regular anglosajón.

El conocimiento de un idioma extranjero suele ser la razón por la que la palabra en sí no se transfiere, sino que su significado se transfiere a otro idioma. Este hecho permite distinguir, junto con el calco fraseológico, el calco semántico,

en el que la palabra original tiene un significado complementario, que se encuentra en una palabra extranjera similar.

En las últimas tecnologías de la lengua española, la formación de papel de calco semántico en el vocabulario también es de gran importancia la similitud sonora y gráfica, por ejemplo: argument - argumento, destinación – destination, clarificar - (to) clarify.

A diferencia del último grupo (calco fraseológicos), en el caso de los dos primeros (calcos estructurales y semánticos) el resultado del calco es una frase, sino una palabra que es la razón para combinarlos en una categoría, un rasgo característico de la cual es la completitud, y el producto del calco es palabra.

La peculiaridad de transferir términos que no contienen elementos comunes al español es que cuando se traza en español, se usa la inversión: por regla general, el prototipo de traza en este caso no es un token uniforme, sino una combinación de dos palabras, una de las cuales actúa como definición de otro. El calco se realiza con la forma española de expresar la relación de propiedad. Términos para los que el camino era una unidad léxica analítica, es decir, la combinación de dos palabras que se pueden usar como un todo se puede distinguir fácilmente en unidades de vocabulario separadas. No significa que sus componentes sean simples sumas, por ejemplo: camino complete - full path, guerra santa - holy war, abrazo mortal - deadly embrace, editor fotográfico - photo editor, impresión sombreada - shadow print, punto inicial - starting point.

El carácter inverso permanece en la secuencia N + N, que está representada en español por la preposición equivalente del modelo original correspondiente a la unidad «de» relativa a la preposición inversa de la primitiva de análisis, por ejemplo: protección de archivos - file protection, gráfico de barras - bar graph, tiempo de acceso - access time, teoría de juegos - game theory.

Señalamos que en el vocabulario de la última tecnología de la información, un pequeño número de términos se rastrean en el orden directo de las palabras y siempre se traducen en calco, por ejemplo: instrucción hacer nada - do nothing instruction, fin de texto - end of text, fin de archivo - end of file.

A nivel semántico, el calco es también una forma de producción de terminología. Prestamos atención a la estrecha relación entre calco y metáfora. Si para un término inglés dado, el proceso metafórico es primario e incondicional, entonces, debido al calco, la naturaleza metafórica del término español existente es una característica secundaria. Para la terminología informática española, el calco es la principal forma de penetración en el lenguaje de los términos que han surgido a través de la metaforización. La transferencia léxica se lleva a cabo utilizando nombres auxiliares ya preparados, incluso si estos últimos se traducen de otros idiomas al inglés. Por ejemplo, menú (menú) es un préstamo francés: «una comida que consta de varios platos». Más tarde, bajo la influencia del idioma inglés, aparece el significado metafórico «lista de programas de trabajo en la pantalla de la computadora». La palabra batería (batería) también fue originalmente tomada del significado francés del término militar «batería»; El significado moderno de «batería» aparece en el siglo XVIII. Sin embargo, el estudio de la etimología de tales términos no es el tema de nuestro estudio.

Para el léxico de las últimas tecnologías de la información calco fraseológico no es relevante. El estudio identificó solo cuatro casos de rastreo fraseológico: caballo de Troya - Trojan horse, huevo de Pascua - Easter egg, saludo con tres dedos - three finger salute.

### CONCLUSIONES DE LA 3ª PARTE

Como resultado del análisis de las características del préstamo y la formación de vocabulario de las últimas tecnologías de la información del español es posible extraer las siguientes conclusiones.

1. En español, el calco es, ante todo, un medio para deshacerse del endeudamiento directo innecesario.

2. Las formas más productivas de formación de términos son el calco y la formación de palabras y las formas semánticas.

3. En la formación del papel de calco semántico en el vocabulario de las últimas tecnologías de la información de la lengua española es de gran importancia la similitud sonora y gráfica.

4. El carácter metafórico de los términos españoles correspondientes es una característica secundaria debido al rastreo.

5. La formación del léxico de las últimas tecnologías de la información del idioma español se debe al préstamo y calco del idioma inglés

A pesar de la influencia activa del idioma inglés, el léxico español de las últimas tecnologías de la información lucha con los préstamos directos del idioma de origen e intenta evitar la representación fonética y gráfica atípica del español de sonidos y letras, así como la presencia de construcciones con preposiciones y participación activa de términos. verbos en su forma original.



## CONCLUSIONES GENERALES

El objeto de la investigación dada son los préstamos en el estilo publicístico en el español moderno.

El objetivo de la investigación de nuestro trabajo fue la revelación de los principios del uso de los préstamos en la prensa moderna española.

Como resultado de la investigación realizada, hemos llegado a la conclusión de que a los rasgos básicos del estilo publicístico, que en su conjunto lo distinguen de otros estilos funcionales, se refieren los siguientes:

— la selección de idioma basándose en su claridad (el periódico es el tipo más difundido de los medios de comunicación);

— la presencia del léxico político-social, la reinterpretación del léxico de otros estilos (en particular, terminológico) para las necesidades de la literatura publicística;

— el uso de los estereotipos de voz comunes, clichés para el estilo dado.

En lo concerniente al fenómeno de préstamo y especificidades de su empleo en el periodismo español, se desprende lo siguiente:

— en la actualidad el desarrollo de caudal léxico extranjero es casi en su totalidad debido a la lengua inglesa. Esto explica que el aflujo de las nuevas ideas y las tecnologías, y junto con ellos también las palabras que designan estos fenómenos y objetos, proviene de los países anglófonos, en particular, de los EEUU;

— los préstamos de las lenguas italiana, francesa, alemana en la mayoría de los casos no se perciben por los hablantes nativos de la lengua como léxico de lengua extranjera, y para ellos son las unidades léxicas que rayan en los neologismos de la lengua materna;

— el lenguaje de la prensa, en primer lugar, experimenta la inevitable influencia del inglés, ya que los medios de comunicación españoles mantienen un contacto permanente con los países de habla inglesa;

— los anglicismos analizados son representados por las unidades léxicas vinculadas, por ejemplo, al deporte, (*rowing, yacht, football, rugby, golf, hockey,*

*tenis*, etc.), géneros musicales (*pop*, *jazz*, *rap*, *rock*, *punk*);

— una gran reserva de los préstamos del idioma inglés utilizado en las publicaciones proviene del cinematógrafo y la televisión (*filme*, *thriller*, *casting*, *oscar*, *videoclub*, *reality*, *show*);

— un gran número de los anglicismos se encuentra en los reportajes deportivos (*entrenar*, *waterpolo*, *recordman*).

El uso de los préstamos en los medios de comunicación puede llegar a ser el impulso para su asimilación a la lengua española debido:

al papel de los factores sociales y lingüísticos en el desarrollo del vocabulario de la lengua;

— a la generalización de las bases lingüísticas vinculadas al estudio de los préstamos de lengua extranjera (la definición de los préstamos, la clasificación de los préstamos, los modos de la asimilación de las palabras « ajenas » por la lengua-recipiente);

— a la distinción de los préstamos de las lenguas extranjeras en el aspecto diacrónico, es decir, en diferentes períodos históricos del desarrollo de la lengua española;

— al estudio del aspecto sincrónico en cuanto a los préstamos en el español moderno, incluyendo las causas y efectos de flujo intenso de los préstamos en la últimas décadas, la naturaleza de los préstamos en función de las características del mundo lingüístico, los rasgos léxico-semánticos de los préstamos sobre la base de conceptos lingüísticos modernos del significado léxico de la palabra.

— el idioma de la prensa está influenciado principalmente por el idioma inglés, porque las agencias de noticias españolas mantienen contactos constantes con los países de habla inglesa;

— el análisis de los préstamos del idioma inglés, en el ejemplo del lenguaje de los periódicos y el estilo periodístico, muestra que el cuerpo principal de los inglesismos son unidades léxicas relacionadas con:

- con informática (*hacker*, *on-line*, *web*, *modem*, *virus*, *disquette*, etc.);
- con economía (*firme*, *offshore*, *boicotear*, etc.);

- con el arte y el espectáculo (bestseller, cine, western, etc.);

- con deportes (entrenar, waterpolo, recordman, etc.);

— en los textos periodísticos y periodísticos se pueden encontrar dos o más variantes de escritura de algunos inglesismos vater.- agua, eslalon - slalom, mitin - encuentro, etc.;

## BIBLIOGRAFÍA

1. Вайнрайх У. Языковые контакты: состояние и проблемы исследования. Киев: 1979. 263 с.
2. Коваленко Г.М. Англійська лексика моди ХХ-ХХІ століть: Автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04 / Г.М. Коваленко. – Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. К., 2005. 20 с.
3. Коваль Н.М. Неологізаційні та архаїзаційні процеси у лексиці іспаномовного суспільно-політичного дискурсу / Н.М. Коваль. Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛУ. Серія «Філологія, педагогіка, психологія». Вип. 6. 2002. С. 188 – 192.
4. Корбозерова Н.М. Мовні явища в історичному висвітленні / Н.М. Корбозерова. – Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики: Зб. наук. пр. – К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2003. Вип. 2. С. 189 – 196.
5. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Языки славянской культуры, 2004. 560 с.
6. Синявский А.В. Лексические особенности испанского языка. М: 1979. 59 с.
7. Степанов Г.В. Испанский язык в странах Латинской Америки. М:1963.
8. Степанов Г.В. К проблеме языкового варьирования. М.: 1979
9. Уфимцев Н.В. Культура и проблема заимствования/ Н.В. Уфимцев // Встречи этнических культур в зеркале языка: (в сопоставительном лингвокультурном аспекте) / Науч. совет по истории мировой культуры. М.: Наука, 2002. С. 152 – 170.
10. Худолій А.А. Динаміка функціональних змін у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХІ століття. К: 2004. 275 с.

11. Abad Nebot, F. Historia General de la Lengua Española. Valencia, Tirant Lo Blanch, 2008. P. 13 – 76
12. Aguirre, C. Los neologismos en la prensa y en la jerga juvenil: semejanzas y diferencias, en Antonio Ubach Medina. Tejedora de palabras: la lengua y la literatura en relación con los medios de comunicación. Madrid, Fragua, 2013. P. 24 – 105.
13. Bonvín Faura M.A. Manual de errores lingüísticos. Madrid: Octaedro, 1996. P. 96 – 108.
14. Bryson B. Mother Tongue. Penguin Books. M: 1991.P. 285
15. Castillo Fadic, Natalia. El préstamo léxico y su adaptación: un problema lingüístico. Revista Onomazein, 7, 2002. 496 p.
16. Cioba, M. Latinismo y creatividad léxica en textos manuscritos postalfonsíes. La Estoria de Gerusalem Abreuiada de Jacques de Vitry, Estudios de lingüística . Madrid, 2001. P. 187 – 201.
17. Ed Gredos. El mundo maravilloso del lenguaje / Gredos Ed. – Madrid, 1964. – P. 278 – 279.
18. Ferraz Martínez A. El lenguaje de la publicidad. Madrid: 1993. 12 p.
19. Ferraz Martinez A. El lenguaje publicitario: mestizaje y retórica. Madrid: Español Actual , 2000. 73 p.
20. Gómez Capuz J. Anglicismos léxicos en el español coloquial.Cádiz: Servicio de Publicaciones de Universidad, 2000. P. 156 – 157.
21. Gómez Capuz, Juan. La inmigración léxica . Madrid, Arco/Libros, 2005. P. 29 – 42.
22. Gómez Capuz, J. Los préstamos del español: lengua y sociedad. Madrid: Arco Libros, 2004. P. 13 – 14.
23. Gonzalo Martin Vivaldi. Generos Periodisticos .S.A. Ediciones Paraninfo, 2001 P. 258 – 261.
24. Haugen E. The analysis of linguistic borrowing. Language, 1996.
25. Hodge B. and Kress G. Language as Ideology. Rev. ed., London & New York: Routledge, 1993.185 p.

26. Ivanitskaya A.A. *Lexicología práctica del Español*. Kyiv: 1989. P. 119 – 128
27. Lázaro Carreter F. *El lenguaje periodístico entre el literario, el administrativo y el vulgar, lenguaje en periodismo escrito*. Madrid: Fundacion Juan March, 2002. P. 9 – 32.
28. Martínez Albertos, J. L. *Curso general de redacción periodística*. Barcelona: Mitre, 1983. 203 p.
29. Martín-Gamero S. *La enseñanza del inglés en España // Desde la Edad Media hasta el siglo XIX*. Madrid: Gredos, 2010
30. Martín Vivaldi, G. *Géneros periodísticos*. Madrid: Paraninfo, 1987. 251 p
31. Mangushev S.V., Pavlova A.V. *Extralinguistic and instrucional conditionality of the language contac*. A: 2004, p. 157–160.
32. Mauricio Martínez R. *Teoría del periodismo*. M: 2012, p 7-60
33. Núñez Ladevéze Luis. *Manual para periodismo : veinte lecciones sobre el contexto, el lenguaje y el texto de la información*. Barcelona : Editorial Ariel, 1991, 194 p.
34. Pratt C. *El anglicismo en el español contemporáneo*. Madrid: Gredos, 2011.
35. Rosa Escrihuela Sanchez. *Introducción a la redacción periodística*. Madrid: Arco Libros, 2007. 17 p.
36. Stone H. *Los anglicismos en España y su papel en la lengua oral*. *Revista de la Filología Española*, 1957, P. 141 – 160.
37. Thorne T. *Dictionary of Popular Culture (fads, fashions and cults)*. Londres: Bloomsbury, 1993.
38. Zamora Vicente A. *Mitin, dar el mitin*. Buenos Aires, 1986. P. 117 – 123.

### **RECURSOS DEL MATERIAL ILUSTRATIVO**

39. Alvar Ezquerra M. *Diccionario de voces de uso actual / M. Alvar Ezquerra*. – Madrid: Arco/Libros, 1994.
40. Arturo del Hoyo. *Diccionario de palabras y frases extranjeras / Arturo del Hoyo*. – Madrid Santillana, 2002.
41. Del Hoyo A. *Diccionario de palabras y frases extranjeras / A. Del Hoyo*. – Madrid: Aguilar, 1995.

42. Lassaque L.F. Diccionario de falsos cognados inglés-castellano / L.F. Lassaque // 1ª edición. – Buenos Aires (Argentina), 2006. – 64 p.
43. Lewandowski, T. Diccionario de Lingüística. Versión española de García Denche-Navarro, M. L. & Bernárdez, E. / T. Lewandowski. – Madrid: Cátedra, 1992. – p. 271.
44. Manual de estilo del diario “EL PAÍS” de España, 2011 – p. 27
45. Rogríguez González F. Nuevo diccionario de anglicismos / F. Rogríguez González – Madrid: Gredos, 2010. (NDA)
46. Seco M. Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española / M. Seco. – Madrid: Espasa-Calpe, 1988.
47. Thorne T. Dictionary of Popular Culture (fads, fashions and cults) / T. Thorne. – Londres: Bloomsbury, 1993.
48. Notes on English into Spanish. URL: <http://www.uv.es/tronch/Tra/Notes-on-translation.html>
49. Lenguaje, Gramática, Filologías. URL: <http://html.rincondelvago.com/prestamos-linguisticos.html>
50. Diccionario de la lengua español. URL: <http://dle.rae.es/?w=diccionario>
51. Americanismos. URL: [www.americanismos.com](http://www.americanismos.com)
52. Archivo de periódicos EL País. URL: <http://mrtranslate.ru/smi/spain/el-pais/>
53. Archivo de periódicos ABC. URL: [https://inosmi.ru/abc\\_es/](https://inosmi.ru/abc_es/)
54. Archivo de periódicos El Mundo. URL: <http://mrtranslate.ru/smi/salvador/el-mundo/>
55. Archivo de la revista Cosmopolitan mini. URL: <https://www.cosmo.ru/tag/mini/>
56. Archivo de la revista Elle. URL: <https://elle.ua/>
57. Archivo de la revista Vogue. URL: <https://vogue.ua/>
58. Archivo de la revista Telva marzo. URL: <https://www.telva.com/estilo-vida/2020/02/20/5e4d261302136ef4a78b45cd.html>
59. Archivo de la revista Glamur. URL: <http://jurnali-online.ru/glamour>