



Universitat de València, 10-12 marzo de 2010

Influencia y uso de anglicismos en el lenguaje de la moda en español: resistencia, creatividad, adaptación y préstamos

Isabel Balteiro Fernández

Universitat d'Alacant

balteiro@ua.es

Miguel Ángel Campos-Pardillos

Universitat d'Alacant

ma.campos@ua.es

Marián Alesón

Universitat d'Alacant

aleson@ua.es

Resumen

A pesar de que numerosas voces hoy en día claman “¡Guerra al inglés!”, como hizo en su día Ángel Zaragoza, profesor de la Universidad de Barcelona, al mostrar su indignación por el gran número de anglicismos encontrados en el periódico EL PAÍS, el número de términos ingleses usados en español continúa creciendo día a día. Buen ejemplo de esto es el lenguaje de la industria textil y, en particular, el de la moda. Cabe preguntarse, siguiendo a Aznárez (2003), si hay demasiados anglicismos. Sin embargo, en el mundo del textil y especialmente de la moda, los anglicismos no sólo son aceptados sino que resultan extremadamente atractivos para aquellos que siguen las nuevas tendencias de dicho sector.

En este artículo analizamos el lenguaje del textil y, en particular, el de la moda, el cual, sorprendentemente, y a pesar de la internacionalización del sector así como de la atención prestada a otros lenguajes profesionales, ha recibido muy poca atención por parte del mundo académico (véase Balteiro, en prensa). Para ser más exactos, nos centraremos en el uso de los adjetivos ingleses en las revistas de moda escritas en español. Nuestro principal objetivo es pues analizar el fenómeno del préstamo de adjetivos ingleses al español (véase Haugen 1950). Cabe destacar que, a pesar de la existencia de una amplia variedad de mecanismos de formación de palabras tanto en inglés como en español (véase Bauer 1983 y Varela 1993), los adjetivos relacionados con el mundo de la moda aparentemente carecen de interés desde el punto de vista morfológico, puesto que suelen ser bases simples; sin embargo, son muy ricos estilísticamente hablando. Como ya hemos mencionado, proporcionaremos un análisis detallado de algunos adjetivos ingleses del mundo de la moda que han entrado a formar parte del léxico de la lengua española, prestando especial atención a las adaptaciones o no que sufre su estructura morfológica o formal así como a su grado de adaptación fonológica, uso, efectos estilísticos, etc.

Palabras clave: anglicismos, moda, adjetivos.

Abstract

Despite many voices claiming “¡Guerra al inglés!”, such as Ángel Zaragoza Tafalla, lecturer at the Universidad de Barcelona, who showed his indignation at the great number of anglicisms that could be found in the Spanish newspaper EL PAÍS, the number of English words used in Spanish continues to grow day after day. A good example of this is the language of the textile industry and, more particularly, of fashion. One may wonder, as Aznárez (2003) does, whether there are too many anglicisms; however, at least at first sight, it seems that in the language of textiles and especially of fashion new and foreign terms are not only accepted, but also seen as highly attractive and “cool” for those who follow the new trends in the fashion industry.

In this paper, we analyse the language of textiles and, more particularly, of fashion, which, despite the global or international importance of its industry as well as the attention paid to other professional languages, has been paid little, if any, attention (see Balteiro, forthcoming). More specifically, we concentrate on the use of English adjectives in fashion magazines written in Spanish. Our main aim is to analyse the borrowing of adjectives from English into Spanish (on borrowing see Haugen 1950). It is to be noted that in spite of the existence of a rich or wide array of word-formation mechanisms in both languages (see Bauer 1983 and Varela 1993), fashion-related adjectives in both languages are morphologically speaking quite simple but stylistically rich. As said, we provide a detailed analysis of some of those English adjectives from the fashion industry which have entered the Spanish language, with special attention to their morphological structure, degree of (formal and phonological) adaptation, use, stylistic effects, etc.

Key words: foreign words, fashion, adjectives.

Referencias bibliográficas / Bibliographical references:

- Aznárez, Malén. 2003. “¿Demasiados anglicismos?”. *El País* (26/10/2003) at http://www.elpais.com/articulo/opinion/Demasiados/anglicismos/elpepuopi/20031026elpepiopi_7/Tes (seen on october 28, 2009).
- Balteiro, Isabel. 2010 (forthcoming). “Foreign Words in the English of Textiles” (artículo en volumen colectivo-editorial Peter Lang).
- Bauer, Laurie. 1983. *English Word-Formation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Haugen, Einar. 1950. “The analysis of linguistic borrowing”. *Language* 26: 210-235.
- Varela, Soledad. ed. 1993. *La formación de palabras*. Madrid: Taurus Universitaria.