

¿SE PUEDE HABLAR DE MODA SIN EXTRANJERISMOS?

Lucila María Pérez Fernández

Universidad Europea del Atlántico

lucila.perez@uneatlantico.es

Carla Gutiérrez Fernández

Universidad Europea del Atlántico

carlagutierrezfernandez@gmail.com

RESUMEN: El objetivo de este estudio es analizar el empleo de voces extranjeras en el lenguaje de la moda en español. Para realizar el estudio, se parte de la hipótesis de que el inglés y el francés son las lenguas más representadas en los artículos en español. Esta representación se da a través de extranjerismos. Por este motivo, se ha optado por llevar a cabo un análisis de revistas en español para examinar la aparición de préstamos en dicho idioma. Nuestro estudio parte del análisis de dos geolectos: el de España y el de México. Durante la realización de esta investigación se han examinado las secciones que versan exclusivamente sobre el ámbito de la moda de los números en línea de los meses de marzo y abril de las revistas Marie Claire, Cosmopolitan y L'Officiel tanto de España como de México. En el análisis se realiza una clasificación de los extranjerismos según su idioma de procedencia, su ámbito temático y su frecuencia. También se comentan con más detalle algunos ejemplos encontrados en los artículos. Tras observar los resultados, se puede concluir que el inglés es el idioma de la moda por antonomasia.

PALABRAS CLAVE: extranjerismo, moda, glosario terminológico, español, inglés, préstamos.

CAN WE TALK ABOUT FASHION WITHOUT USING FOREIGN WORDS?

ABSTRACT: This study contains an analysis of the foreign words found in the Spanish language regarding fashion. To carry out this study, the following

hypothesis is formulated: most of the foreign words found in magazines come from English and French. Besides, two different variations of Spanish are taken into account: the one spoken in Spain and the one spoken in Mexico. For the purpose of conducting this research: the sections which are analyzed are the ones dedicated specifically to fashion from the magazines Marie Claire, Cosmopolitan and L'Officiel -both the version published in Spain and in Mexico. The analysis includes a classification of the foreign words according to their source language, their subject area and their frequency. Moreover, some of the foreign words are explained in more detail. The results display that English can be considered as the language of fashion because of the huge quantity of anglicisms that the texts contain.

KEYWORDS: foreign word, fashion, glossary of terminology, Spanish, English, loans.

EST-CE QU'ON PEUT PARLER DE LA MODE SANS MOTS ETRANGERS?

RÉSUMÉ: L'objectif de cette étude est d'analyser l'utilisation de voix étrangères dans la langue de la mode en espagnol. Notre hypothèse est que l'anglais et le français sont les langues les plus représentées dans les articles en espagnol. Pour cette raison, nous présentons une analyse des revues en espagnol afin d'examiner l'apparition de prêts dans cette langue. Notre étude est basée sur l'analyse de deux géolectes: celui de l'Espagne et celui du Mexique. Tout au long de la réalisation de cette recherche, nous avons examiné les sections exclusivement consacrées au domaine de la mode des numéros en ligne pour les mois de mars et avril des magazines Marie Claire, Cosmopolitan et L'Officiel en Espagne et du Mexique. Dans l'analyse, un classement des étrangers est effectué en fonction de leur langue d'origine, de son champ thématique et de sa fréquence. Certains exemples trouvés dans les articles sont également discutés plus en détail. Après avoir observé les résultats, on peut en conclure que l'anglais est la langue de la mode par excellence.

MOTS CLÉS: mots étrangères, mode, glossaire terminologique, espagnol, anglais, prêts.

Recibido: 03/12/2018. Aceptado: 15/03/2019

1. Introducción

El lenguaje es un organismo vivo, puesto que evoluciona en función de los cambios que se producen en el entorno (Vilches 2014). El fenómeno de la globalización ha supuesto cambios en prácticamente todas las disciplinas y en los diferentes niveles. Los más evidentes son seguramente los que afectan a la producción o a la distribución, pero también la comunicación se ha visto influida por el efecto globalizador. En el mundo de la moda, la alta competencia unida a los elevados volúmenes de producción y al consumo excesivo provocan que la industria desarrolle continuas innovaciones que se presentan al mundo desde el lugar donde se originaron y que, por lo tanto, suelen darse a conocer a las culturas receptoras en la lengua original (Gómez de Enterría 2009). Esto hace que se empleen extranjerismos en otras lenguas. Desde el punto de vista de los traductores y de los redactores se hace necesario conocer cuáles son esas unidades léxicas foráneas, a qué se refieren y cuál sería la correcta marcación ortotipográfica de los mismos.

Así pues, el objetivo principal del presente estudio es averiguar qué voces extranjeras se emplean en el ámbito de la moda en la lengua española. Asimismo, pretendemos comparar el uso de extranjerismos en las revistas latinoamericanas y españolas, con el fin de conocer en cuál de los dos geolectos se usan más voces foráneas. Por último, nos interesa estandarizar la marcación ortotipográfica de las voces extranjeras que se emplean en el lenguaje especializado ofreciendo posibles alternativas en español que recogemos en un glosario elaborado a partir de los extranjerismos relacionados con el mundo de la moda presentes en nuestro corpus.

Antes de comenzar nuestra investigación nos planteamos una serie de hipótesis. La primera de ellas guarda relación con el origen de los extranjerismos, pues suponemos que la versión hispanoamericana contará con más anglicismos (préstamos procedentes del inglés) que la española como consecuencia de su proximidad geográfica con Estados Unidos. Por su parte, en la versión española esperamos encontrar más galicismos (préstamos procedentes del francés) que en la versión hispanoamericana como consecuencia de su proximidad geográfica con Francia. Nuestra segunda hipótesis hace referencia a la sistematización de préstamos, pues presuponemos que el empleo de voces foráneas no estará sistematizado en lo relativo a su marcación ortotipográfica. Por último, suponemos también que ciertos extranjerismos podrán reemplazarse por un equivalente directo en la lengua española.

2. El lenguaje de la moda

Según señala Estornell (2012), el léxico que se utiliza en las revistas cuya temática es la moda se caracteriza, entre otros factores, por la presencia de una gran cantidad de palabras foráneas, a la vez que por la incorporación de léxico de nueva creación y de formación patrimonial y por el empleo de voces híbridas constituidas por un elemento patrimonial y otro extranjero. Estornell (2012: 63) garantiza que “el fenómeno del préstamo en estas revistas es un hecho destacable debido a su recurrencia”.

Además, de acuerdo con dicha autora, el empleo de préstamos es uno de los componentes de dichos textos que permiten que se transmita “un estilo moderno, fresco, novedoso, original e internacional” (Estornell 2012: 64). Los préstamos también son los que consiguen que la información que contienen las revistas sea de entretenimiento e interesante para el lector. Con ello se persigue que quienes lean la revista la consideren “moderna, actual y atractiva” (Estornell 2012: 64), que les agrade el contenido de las mismas y que estén tentados a comprar aquello que se menciona en los artículos.

Para conseguir que los lectores tengan dicha visión, la táctica que se sigue desde la redacción de las revistas consiste en usar de forma constante unidades léxicas procedentes del inglés. Esto se debe a que dicha lengua se considera moderna y de prestigio, a la par que el idioma que suele denominar las nuevas realidades que surgen en ciertos ámbitos como el de la moda (Estornell 2012).

Por otro lado, Gómez Capuz (2004) afirma que el fenómeno de la globalización y los medios de comunicación (prensa, internet, televisión y radio) han sido los que han provocado el incremento del número de voces foráneas en distintos idiomas. De igual forma, Pratt (1980) manifiesta que el papel de los medios de difusión de masas es esencial para la transmisión de préstamos.

De hecho, Gómez Capuz (2000) señala que “los medios de comunicación son el mecanismo difusor de los préstamos técnicos hacia la lengua común, el procedimiento que pone a disposición de los hablantes préstamos técnicos hasta entonces restringidos a sus lenguas especiales” (23).

3. Los préstamos

3.1. *Clasificaciones de préstamos*

En cuanto a la clasificación de préstamos, hay cierta variedad en la misma en función de los puntos de vista de diversos autores. Por un lado, Gómez Capuz

(2004) hace una distinción entre un *préstamo adaptado* y un *extranjerismo* (que se corresponde con un préstamo no adaptado). Esta clasificación se basa en elementos como la grafía, la gramática, la fonética o la representación que los hablantes tienen de dicha unidad léxica. En cuanto a este último criterio, este autor señala que los préstamos son aquellas voces que los hablantes nativos de un idioma no perciben como foráneas, mientras que estos sí perciben a los extranjerismos como palabras pertenecientes a otro idioma.

Por otro lado, Guerrero (1995) distingue entre *palabra extranjera* o *xenismo* (término cuya grafía no se ha adaptado a la propia del idioma meta) y *préstamo* (unidad léxica cuya grafía se ha adaptado a la propia de la lengua receptora). Además, indica que la lengua inglesa es de la que se importan más términos a la española y que estos se tienden a importar sin una previa adaptación.

3.2. La marcación tipográfica de los préstamos en español

El *Diccionario panhispánico de dudas* (Real Academia Española 2005) contiene las siguientes recomendaciones en lo que respecta al tratamiento de vocablos foráneos. El tratamiento depende de los siguientes tipos de palabras:

1. Extranjerismos innecesarios. Son las unidades léxicas foráneas que cuentan con un equivalente en la lengua española. En este caso se indica que es mejor usar la voz española en vez de la extranjera.
2. Extranjerismos necesarios. Son las voces extranjeras que no cuentan con un equivalente en la lengua española o para los que es mucho más común emplear el vocablo foráneo que el propio del español.
 - a. Se mantiene la grafía y la pronunciación de la lengua de origen. El extranjerismo se utiliza internacionalmente.
 - b. Se adapta la grafía o la pronunciación a la propia de la lengua española. No obstante, la adaptación no siempre es igual:
 - i. Se mantiene la grafía propia de la lengua de origen, pero su pronunciación se ajusta a la característica del español. Esto conlleva que, en caso de ser necesario, se agregue una tilde. Por ello, estas unidades no deben escribirse en cursiva o entre comillas, sino que deben estar en letra redonda. Asimismo, en el caso de palabras que se pronuncian de igual forma en la lengua extranjera y en español, estas también se deben escribir en redonda.

- ii. Se mantiene la pronunciación de la lengua de origen, pero se adapta la escritura de la misma a la propia del español. Aquí no se recomienda usar signos de marcación ortotipográfica (cursiva o comillas), dado que ya se ha adaptado la grafía a la característica del español.

Así, según el *Diccionario panhispánico de dudas* (Real Academia Española 2005), aquellos extranjerismos que mantienen la grafía y la pronunciación propia de la lengua de origen se deben marcar en cursiva o entre comillas. De esta manera, estos extranjerismos destacarán tipográficamente.

3.3. *Motivación del empleo de voces foráneas*

Según la autora Sala (1988, citada por Castillo 2002), las razones por las que se emplean extranjerismos se dividen en dos. Por un lado, se encuentran las causas externas, entre las que destaca la necesidad que existe de nombrar realidades que no existían anteriormente. Por otro lado, están las causas internas, las cuales son ocho, aunque para nuestro estudio nos interesan las seis siguientes:

1. Motivación casi inexistente de la voz propia de la lengua. Aquellos vocablos que no cuentan con derivados o que cuentan con solo unos pocos son fáciles de sustituir por un extranjerismo, puesto que, como no tienen derivados, la raíz de dicha palabra no queda establecida y no expresa el concepto en sí, por lo que tiende a usarse cada vez menos.
2. Falta de correspondencia entre lenguas. Un cierto número de hablantes bilingües considera que no existe una correspondencia total entre dos unidades léxicas que proceden de distintos idiomas, por lo que tienden a emplear la voz extranjera para hacer referencia a algunas realidades de una forma más precisa.
3. Aparición del vocablo y lengua prestigiosa. Existen palabras de reciente creación que proceden de lenguas con prestigio que son muy expresivas. Esto hace que estas nuevas voces tiendan a sustituir a las ya existentes en el propio idioma e incluso hacer que se dejen de utilizar por completo.
4. Homonimia. Castillo (2002: 481) indica que “el préstamo léxico constituiría un procedimiento terapéutico para eliminar las homonimias”. Esto implicaría que se evada el uso de una sola grafía para designar dos realidades que son diferentes.
5. Tendencia de las unidades léxicas afectivas a dejar de mostrar fuerza expresiva. El autor Weinreich (cf. Sala 1998: 157) señala que hay “zonas

onomasiológicas de baja presión”. Estas zonas requieren el uso de sinónimos que transmitan más expresividad de forma constante. Estos sinónimos se suelen tomar de otros idiomas.

6. Baja frecuencia de uso de ciertas grafías. Existen palabras que se usan de forma poco asidua. Esto hace que se encuentren en una posición débil dentro de la estructura del lenguaje y que, por consiguiente, su sustitución por extranjerismos sea sencilla.

4. Metodología

En el presente estudio nos centramos en el análisis de tres revistas de moda en las variedades lingüísticas de España y de México. Las revistas que conforman nuestro corpus son *Marie Claire*, *Cosmopolitan* y *L'Officiel*. A la hora de seleccionarlas nos hemos guiado por varios criterios: que estuviesen escritas en el geolecto propio de los dos países en cuestión; que estuvieran disponibles digitalmente; que su publicación fuera mensual y que su ámbito de especialización fuera la moda.

En lo relativo a la selección de los geolectos, se estudian tanto la versión de España como la mexicana (como representante de Hispanoamérica) de las tres revistas ya mencionadas. La elección de la variedad mexicana en representación de Hispanoamérica se debe a que a día de hoy es el país con español como lengua oficial con más hablantes nativos de dicho idioma. Además, algunas de las revistas que se analizan en este estudio, como por ejemplo *Marie Claire* y *Cosmopolitan*, afirman ser no solo la versión mexicana sino también la latinoamericana.

En lo que respecta a los números analizados en este estudio, estos se corresponden con los meses de marzo y abril de 2018. Esto se debe a que eran los ejemplares más recientes cuando empezó el estudio. Sin embargo, es necesario mencionar que en las versiones mexicanas también se han analizado los ejemplares de enero y febrero debido al bajo número de palabras obtenidas en el primer vaciado. Los números de estos dos meses se añadieron para que la muestra de las revistas españolas y de las mexicanas fuese lo más similar posible en cuanto a número de palabras. En lo que respecta a las secciones analizadas, debemos señalar que este estudio solo analiza las secciones dedicadas de forma exclusiva a la moda.

Una vez seleccionadas las revistas y los artículos que serían objeto de estudio, recurrimos a la herramienta de análisis de corpus Sketch Engine, con

el fin de averiguar la frecuencia con la que se emplea cada extranjerismo. Asimismo, las voces foráneas extraídas se clasificaron en función de su frecuencia, temática y lengua de procedencia. Con respecto a esta última variable, es necesario señalar que lo que se ha considerado es el idioma del que dichas unidades léxicas se han extraído en la lengua de destino, en vez de la lengua de procedencia en sí.

Por último, se creó un glosario terminológico que contiene los siguientes campos: definición, ejemplo, si está aceptado por la RAE o no, equivalente en los otros idiomas y una fotografía cuando fuese posible. Para elaborar este glosario se emplearon las definiciones propuestas por diversas fuentes, como es el caso de RAE, Fundéu, *Oxford English Dictionary* o *Merriam Webster Dictionary*. No obstante, y aunque se pretendía emplear la menor cantidad de fuentes posibles, lo cierto es que en algunos casos se tuvieron que consultar otras fuentes no tan fiables como revistas o periódicos sobre moda, puesto que el número de fuentes fiables que están al día es muy reducido.

Tras explicar los pasos que se han seguido, es preciso mencionar que a lo largo de este estudio los términos *préstamo* y *extranjerismo* se han empleado como sinónimos. Con ello se pretende prevenir la repetición del vocablo *extranjerismo* de forma continua.

5. Análisis de resultados

Antes de llevar a cabo el análisis de los resultados de nuestro estudio, hay que especificar que los vocablos que se han considerado, a efectos de la cuantificación y de la clasificación, han sido exclusivamente los que mantienen una relación directa con el tema de la moda, como así se deja ver en los artículos que conforman el corpus de este estudio. Esto significa que todas aquellas voces foráneas que se han encontrado y que no hacen referencia a la temática de la moda no forman parte de este análisis, por muy relacionado que el ámbito temático de dicha palabra esté con el de la moda, como es el caso del campo de la belleza, entre otros.

También es necesario aclarar que se trata de un estudio sincrónico, por lo que las voces que se han clasificado como extranjerismos para su posterior análisis son solo las que actualmente la población observa como extranjeras. Así, el criterio que se ha tomado ha sido lexicográfico y, por lo tanto, la presencia de dichos términos en el RAE (órgano regulador del español), así como la marcación con

la que este los recoge (si se encuentran en letra redonda o en cursiva) es de vital importancia. Así pues, las palabras que se han considerado como préstamos en la realización de este estudio son aquellas que, según estipula dicho diccionario, tienen que escribirse en cursiva o no están registradas en el mismo.

Por otro lado, se ha de especificar que en este análisis se han examinado las voces foráneas en función de su lengua de procedencia, su ámbito temático y su frecuencia. Sin embargo, hay que mencionar que en el proceso de vaciado de dichas unidades léxicas no se han extraído aquellas palabras que son nombres propios (marcas, premios o los nombres de las películas, entre otros) ni los mensajes que contienen ciertas prendas de ropa ni los *hashtags*, por ejemplo. En lo referente a la frecuencia de uso, y más en concreto, a las unidades léxicas que también forman parte de un sintagma, la frecuencia de estas es la suma de las veces que aparece de forma individual, así como de las veces que aparece dentro de un sintagma que también sea parte de este estudio.

Como se ha comentado previamente, los únicos términos que se han analizado para la abstracción y la representación gráfica de datos han sido los considerados como especializados y propios del mundo de la moda. Por lo tanto, se deja claro que las voces extranjeras que conforman este estudio no son las únicas presentes en los artículos analizados, sino que son las propias del lenguaje de especialidad en cuestión. Asimismo, se puede observar que en algunas ocasiones una misma unidad presenta variaciones en lo que respecta a su tipografía (*low cost* o *come back* son ejemplos de esto). Por ello, hay que aclarar que, en la cuantificación de datos, estas palabras se han considerado como una. Es decir, *come back* y *come-back* conforman una única voz, puesto que hacen referencia a la misma realidad y es una única palabra que posee dos tipografías diferentes.

Otro aspecto que se ha de mencionar es que, en lo relativo a los préstamos que se han adaptado al idioma meta (y que el DLE recoge como propios del español), el estudio solo recoge las ocasiones en las que dichas unidades léxicas se han utilizado con la grafía del idioma de procedencia. Este es el caso de *cardigan* y *cárdigan*, ya que es un único vocablo escrito con su grafía original y con la adaptada, respectivamente. Así pues, este estudio solo tiene en cuenta las veces que dicho término aparece en la grafía original.

En cuanto a la estructura de esta sección, en primer lugar, se analizan las voces foráneas según el geolecto. Los primeros resultados que se exponen son los del español de España, seguidos de los de México. Después se comparan ambas variedades diatópicas.

5.1. España

5.1.1. Idioma de procedencia (Gráfico 1)

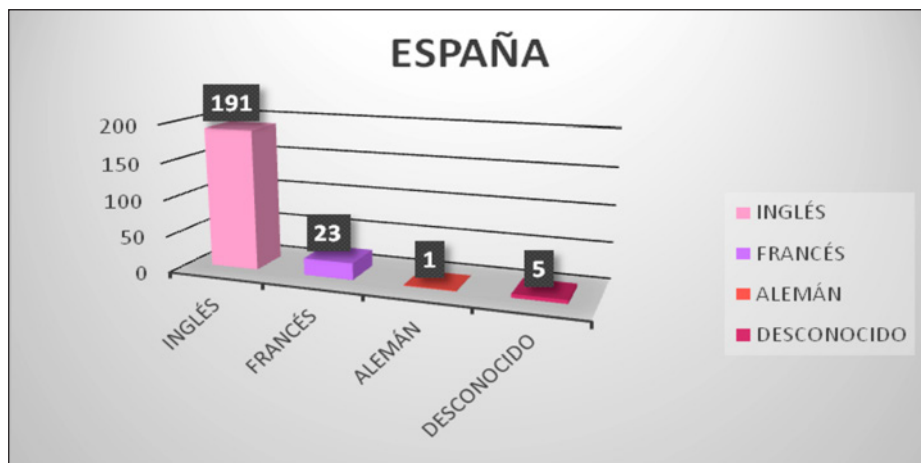


Gráfico 1. Extranjerismos en España según idioma de procedencia.

Tal y como se puede deducir del gráfico anterior, las voces foráneas que se emplean con más frecuencia en España son las que proceden del inglés, es decir, los anglicismos (87 %). A estas les siguen las procedentes del francés o galicismos, aunque con un porcentaje mucho menos elevado (11 %). Estas dos lenguas son, casi de forma exclusiva, las únicas presentes en el español de España. Sin embargo, en dicho geolecto también se encuentran voces extranjeras que provienen de otros idiomas, aunque de forma muy limitada. Un ejemplo de esto es el término *kitsch* para hablar de una “estética pretenciosa, pasada de moda y considerada de mal gusto” (RAE 2017), palabra procedente del alemán.

5.1.2. Ámbito temático (Gráfico 2)

En lo referente al ámbito temático de los préstamos, el número de voces foráneas es mayor cuando se trata de “descriptores de prendas, accesorios, marcas o personas” (32). En segundo lugar, se encuentran los extranjerismos que hacen referencia a “prendas de ropa” (30). En la Tabla 1 se observan algunos de los adjetivos encontrados en nuestro corpus para describir alguna característica de una prenda.

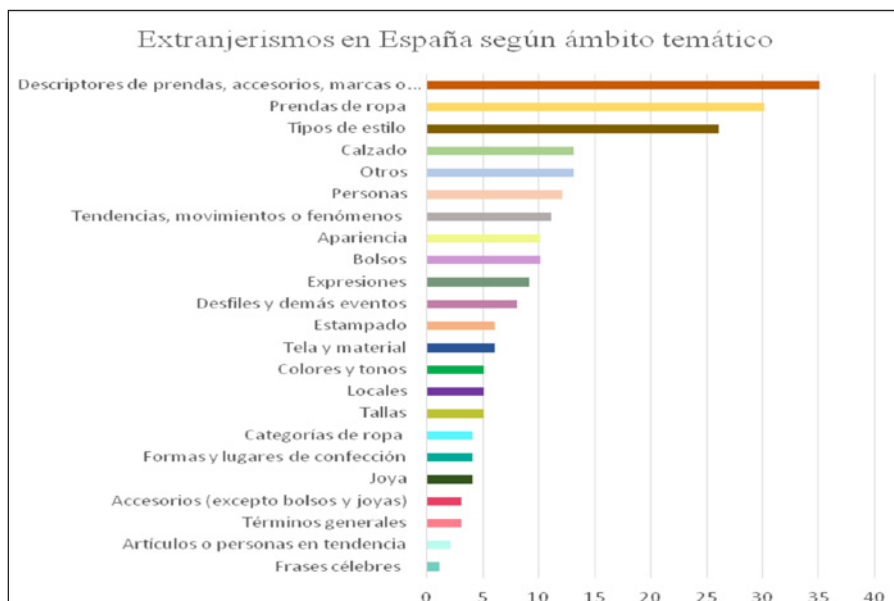


Gráfico 2. Extranjerismos en España según ámbito temático.

Tabla 1. *Descriptor de prendas, accesorios, marcas o personas (España)*

Extranjerismo	Ejemplo con contexto
Off the shoulders	Si deseas llevar una tendencia muy sexy, los vestidos “off the shoulders” serán la solución (Cosmopolitan España, marzo 2018).
Palazzo	Propuesta de conjunto: un pantalones palazzo a conjunto con una blusa, ambos color pastel (Marie Claire España, marzo 2018).
Slim	Saca tu lado más romántico con este top blanco de Topshop (25 €) que podrás combinar de maravilla con vaqueros slim (Marie Claire España, abril 2018).
Vintage	La ropa de segunda mano y vintage cuenta cada vez con más adeptos (Cosmopolitan España, marzo 2018).

Cada uno de estos descriptores tiene un significado distinto. *Off the shoulders* se refiere a blusas y vestidos que no cubren los hombros. En cambio, *palazzo* hace referencia a un tipo de pantalón de tiro alto que queda justo en la cintura pero que es ancho por las piernas y que tiene forma de campana. En cuanto a *slim*, se utiliza para designar pantalones de tiro bajo que se ajustan a las piernas

y que tienen cierta elasticidad. Por último, el adjetivo *vintage* se emplea para señalar que se trata de una prenda que es antigua pero que aún tiene valor.

Tal y como se puede observar en el gráfico de extranjerismos según el ámbito temático, para nuestra clasificación optamos por separar el calzado de las prendas de ropa. Dado el elevado número de resultados que hacían referencia a los diferentes tipos de zapatos consideramos conveniente analizarlos como una categoría independiente. Así pues, encontramos más de una decena de términos extranjeros que podemos englobar en este apartado (Tabla 2):

Tabla 2. *Calzado (España)*

Extranjerismo	Ejemplo con contexto
Granny shoes	‘Granny shoes’ Cuando lo que buscas es darle a tu estilo un punto ‘lady’ y cómodo (Cosmopolitan España, abril 2018).
Kitten heel	A medio camino entre el zapato de tacón y el plano, los Kitten heels son una de las tendencias que llega con más fuerza esta temporada (L’Officiel España, abril 2018).
Mule	Esta primavera combínalos con mules y blusas de estilo lady (Cosmopolitan España, abril 2018).
Oxfords	Los oxfords llegan con detalles troquelados, lengüetas y pequeños pompones, como los de los mocasines, elementos clásicos para un calzado moderno (24,90 €) (Cosmopolitan España, abril 2018).
Peep toe	Su diseño peep toe cuenta con una suela muy estable (Marie Claire España, marzo 2018).
Plimsoll	En Inglaterra adoptaron el nombre de plimsolls y en Estados Unidos, en el año 1982, se crearon las populares sneakers, un calzado cómodo que no hacía ruido al caminar (L’Officiel España, marzo 2018).
Pump	Como estos ‘pump’ de terciopelo rosa, de & Other Stories (Cosmopolitan España, abril 2018).
Slip-on	Mocasines Slip-on con banda negra de & Other Stories (89 €) (Marie Claire España, marzo 2018).
Slippers	Te presentamos las tendencias imprescindibles para que esta primavera pises fuerte y pongas el buen tiempo a tus pies: oxfords y slippers se imponen en el street style (Cosmopolitan España, abril 2018).
Sneakers	Las converse como las eternas sneakers que jamarás pasarán de moda (Marie Claire España, abril 2018).
Stiletto	Jamás lucir unos stiletos de vértigo con unos pantalones de chándal había estado tan bien visto como hasta ahora (Marie Claire España, abril 2018).

En primer lugar, tenemos el caso de *granny shoes* (zapatos de abuela, literalmente). Se trata de un tipo de zapatos generalmente de punta redondeada y tacón pequeño en forma de trapecio. Los *kitten heel* son aquellos con “tacón fino y bajo” (Fundéu 2015b). En este caso en español disponemos del término *tacón chincheta* para designar ese mismo concepto. Por su parte, los *mules* son un tipo de “calzado descubierto por el talón y sujeto al pie por la parte delantera, que puede ser con o sin punta” (Fundéu 2015b). En cuanto a los zapatos tipo *oxford*, Fundéu (2015b) apunta que estos suelen ser de cuero y que, en sus inicios, eran planos y tenían algunos ornamentos en la punta del zapato, así como en los cordones, pero que ahora, debido a las distintas tendencias que existen, también los hay con estampados, que pueden ser de tela y que también pueden tener tacón. El término *peep toe* se usa para designar a un “zapato cerrado por detrás con una abertura delantera que deja ver los dedos del pie. Pueden ser con tacón, de cuña, botines o incluso bailarinas” (Fundéu 2015b). Por otro lado, los *plimsolls* tienen la suela de goma y se suelen llevar para hacer algo de deporte, mientras que los *pump* son unos zapatos femeninos con un tacón medio y gordo. En cuanto a los *slip-on*, estos son zapatos tipo deportivo que resultan fáciles de poner y unas *slippers* son lo que se conoce como *zapatillas de andar por casa*. Para el término *sneakers* también contamos con un equivalente en español, pues no es otra cosa que lo que conocemos como *zapatillas deportivas*. Por último, el *stiletto* es un tipo de zapato que tiene un tacón bastante alto. Este término fue creado por el diseñador Salvatore Ferragamo y es así como llamaba a este tipo de zapato dentro de su marca. Con el tiempo, la denominación se generalizó hacia todos los tacones de este estilo (Fundéu 2015b). Esta voz extranjera se puede sustituir por el equivalente en español *zapato de tacón de aguja*.

5.1.3. Extranjerismos más frecuentes

Además de clasificar las voces extranjeras según su idioma de procedencia y según su ámbito temático, también se prestó atención a la frecuencia de las mismas. En el geolecto empleado en España se observa que las unidades léxicas foráneas más frecuentes son *look* (677), *jeans* (68), *denim* (59) y *shorts* (57). Resulta curioso que para los cuatro casos contemos con equivalentes en español, lo que puede llevar a pensar en un lenguaje universal de la moda. Así pues, *look* puede fácilmente sustituirse por *apariciencia* o *aspecto*; *jeans* por *pantalones vaqueros* o simplemente *vaqueros*; *denim* por *de tela vaquera* y, por último, para *shorts* contamos con el término *pantalón corto*.

Asimismo, la revista con más préstamos es *Marie Claire España* (con 1525 préstamos). A esta le sigue *Cosmopolitan España* (con 539 préstamos) y, finalmente, *L'Officiel España* (con 212 préstamos).

5.1.4. Marcación ortotipográfica

En lo que respecta a la marcación ortotipográfica de los extranjerismos, este estudio permite ver de forma clara cómo la marcación de los mismos es inconsistente. De hecho, se puede encontrar una misma unidad léxica marcada de distintas maneras (incluso en una misma revista y en un mismo número). Este es el caso de *trench*, como se observa en los siguientes ejemplos (Tabla 3):

Tabla 3. *Marcación de los extranjerismos en textos en español*

Extranjerismo	Ejemplo con contexto
Trench	Prueba con la inesperada combinación del chandal y del trench, para conseguir un look informal chic (<i>Marie Claire España</i> , marzo 2018).
‘Trench’	Piezas clásicas que son icono de la casa como los abrigos o sus famosos ‘trench’, que se mezclan con prendas con un toque más moderno, como pueden ser las sudaderas, los vestidos o las camisas (<i>L’Officiel España</i> , marzo 2018).
<i>Trench</i>	El denim es como el <i>trench</i> o la camiseta blanca un básico que no muere bajo ningún concepto y sobre todo, no pierde su fuerza (<i>Marie Claire España</i> , abril 2018).

Como se ve en estos ejemplos, no existe consistencia en lo que respecta a la marcación de dicha voz foránea, y se emplea en letra redonda, en cursiva o entre comillas en función de la ocasión. No obstante, es necesario recordar que la RAE, máximo organismo de la lengua española, no recoge dicho término, puesto que es una palabra que proviene de la lengua inglesa, y en español disponemos del vocablo *gabardina* para hacer referencia a la misma realidad.

Lo mismo sucede con cierto número de los extranjerismos encontrados en las revistas publicadas en España. Este es el caso de *fashion victim*, vocablo que define a una “persona que sigue las tendencias de la moda al pie de la letra” (Fundéu 2015b). Las revistas de moda tienden a utilizar dicho término que procede del inglés, en vez del equivalente directo en español que, según Fundéu (2015b), es *adicto a la moda*.

En ambos casos, si se opta por utilizar el extranjerismo tenemos que tener en cuenta que, dado que son palabras foráneas que mantienen tanto la pronunciación como la grafía de la lengua de origen, y de acuerdo con lo que recomienda el *Diccionario panhispánico de Dudas* (Real Academia Española 2005), tanto *trench* como *fashion victim* deberían escribirse en cursiva o entre comillas, para que los usuarios del español sean plenamente conscientes de que no es una voz propia de dicho idioma.

Otro de los ejemplos que encontramos frecuentemente en nuestro corpus es *glamour*, grafía muy extendida en nuestro idioma. No obstante, tanto la RAE (2017) como Fundéu (2015b) recomiendan el empleo de la grafía adaptada al español *glamur*. Esto mismo sucede con *beige*, tal y como se infiere del hecho de que la RAE (2017) redirige a la grafía adaptada *beis*.

En dichas revistas también se observa con cierta frecuencia el extranjerismo *blogger* para hablar de personas que tienen un blog en línea y hablan de aquellos temas que les interesan (en este caso, sería de moda). No obstante, Fundéu (2015a) afirma que en español ya se ha establecido la voz adaptada al español *bloguero*, palabra que ya ha registrado la RAE y cuyo uso es preferible en dicho idioma. Por ello, si se opta por la grafía adaptada *bloguero*, esta se escribiría en redonda. Sin embargo, si se emplea *blogger*, esta se incluiría en cursiva o entre comillas, tal y como recomienda el *Diccionario panhispánico de Dudas* (Real Academia Española 2005).

En lo que respecta a la terminología que hace referencia de forma directa a las prendas de ropa también se observan ejemplos de términos que cuentan con una grafía adaptada al español o una voz propia de dicho idioma, pero que, sin embargo, cuando las revistas los mencionan lo hacen empleando la voz foránea. Un ejemplo de esto es *corset*, que, según Fundéu (2015b), es una voz procedente del francés que es una derivación del francés antiguo *cors*, que a su vez era un diminutivo de *corps* (*cuerpo* en español). Esta voz no está recogida por la RAE (2017), pero sí lo está la voz adaptada al español *corsé*.

En cuanto a los descriptores de prendas, encontramos *bling-bling*, una construcción que “tiene origen onomatopéyico, ya que pretende imitar el sonido que hacen las joyas y los adornos al entrecocar” (Fundéu 2015b). Asimismo, también se emplea el término extranjero *bling* para designar, igualmente, la moda procedente del *hip-hop* basada en ponerse muchas joyas al mismo tiempo. No obstante, en español no existe un equivalente para mencionar dicha realidad.

5.2. México

5.2.1. Idioma de procedencia (Gráfico 3)

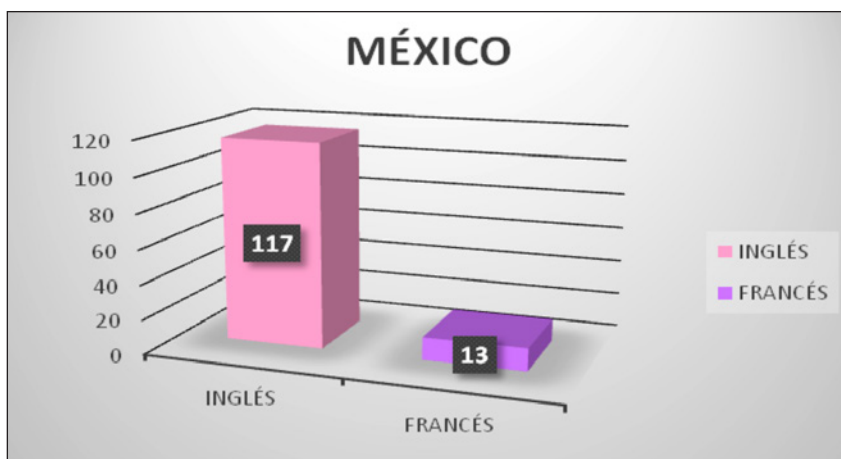


Gráfico 3. Extranjerismos en México según idioma de procedencia.

En cuanto a las voces foráneas presentes en las revistas de México, los anglicismos también son los préstamos mayoritarios (90 %). Asimismo, en el segundo y último puesto se encuentran los galicismos (10 %). No obstante, es preciso señalar que la presencia de anglicismos encontrados es levemente superior en comparación con los empleados en las revistas de España; en cambio, el porcentaje de galicismos es casi el mismo en ambos geolectos, puesto que el porcentaje de galicismos en el español de España es del 11 % y en el de México del 10 %. Estos resultados se observan de manera muy clara en el gráfico anterior.

Sin embargo, hay que mencionar que algunos de los artículos que se han publicado en las revistas de México provienen de revistas de España, por lo que el resultado de este análisis puede haberse visto influenciado. Esto puede haber causado que la cantidad de extranjerismos sea mayor o menor de la que realmente se emplea.

5.2.2. Ámbito temático (Gráfico 4)



Gráfico 4. Extranjerismos en México según ámbito temático.

En lo relativo al ámbito temático, la categoría en la que se encuentran más voces foráneas es “prendas de ropa” (23), seguida de “descriptor de prendas, accesorios, marcas o personas” (20). Algunos ejemplos en contexto son los siguientes (Tabla 4):

Tabla 4. Prendas de ropa (México)

Extranjerismo	Ejemplo con contexto
Biker	Con un vestido o mini te sentirás muy sexy, agrega unos botines o biker para que no sea too much (Cosmopolitan México, febrero 2018).
Blazer	Apuesta por tres capas arriba, como una camisa, un top de encaje y un blazer (Cosmopolitan México, enero 2018).
Bomber	Cualquier decoración divertida le dará un giro muy cool a tu clásico abrigo, chamarra de mezclilla o bomber (Cosmopolitan México, febrero 2018).
Trench	Creado a principios del siglo XX como un abrigo militar –y popularizado en los años 50– el trench coat parece nunca pasar de moda (L’Officiel México, marzo 2018).

Para ejemplificar la categoría de “prendas de ropa” nos ha parecido interesante usar diferentes extranjerismos que hacen referencia a chaquetas, aunque cada una de estas voces foráneas representan una chaqueta diferente. *Biker*, por ejemplo, es una “cazadora de cuero, normalmente negra, con solapas, bolsillos y cremallera lateral, y con cierto aire motero” (Fundéu 2015b). En este caso, Fundéu (2015b) afirma que *biker* es sinónimo de la voz española *chupa*, por lo que es preferible la grafía propia de dicha lengua. En cuanto a *blazer*, la RAE (2017) lo define como “chaqueta deportiva, originariamente utilizada en los uniformes de colegios y equipos”. Por lo general, se tiene la idea de que *blazer* equivale al término español *americana*. No obstante, si atendemos a la definición que la RAE (2017) ofrece de *americana* (“chaqueta de tela, con solapas y botones, que llega por debajo de la cadera”) se observa que se trata de dos tipos de chaquetas diferentes. No obstante, Fundéu (2015b) sí que recomienda la adaptación de *blazer* a la grafía propia del español *bléiser*. Por otro lado, una *bomber* es un tipo de chaqueta que dispone de una banda elástica a la altura de la cintura, y un *trench*, como ya indicamos anteriormente, equivale a lo que en español se llama *gabardina*. Como se puede observar, el uso de extranjerismos no siempre obedece a una falta de correspondencia en lengua meta, sino que muchas veces nuestra lengua ya contaba con un equivalente para designar al concepto en cuestión.

5.2.3. Extranjerismos más frecuentes

En el español de México también se ha analizado la frecuencia de los vocablos foráneos encontrados. De esta forma, el extranjerismo más frecuente es *look* (99), seguido de *outfit* (21), *t-shirt* (15) y *sexy* (13). De nuevo aquí llaman la atención dos cosas. En primer lugar, la coincidencia de que *look* sea también en este geolecto el vocablo foráneo más frecuente, y en segundo lugar que, de nuevo, muchos de esos extranjerismos cuentan con un equivalente en español. Ya comentamos anteriormente el caso de *look* (fácilmente sustituible por *apariencia* o *aspecto*). En cuanto al término *outfit*, en español contamos también con los equivalentes *conjunto* o *vestimenta*. El tercero es sin duda el que más sorprende, pues una *t-shirt* no es otra cosa que nuestra tradicional y común *camiseta*. Por último, en cuanto al adjetivo *sexy*, se trata de una voz inglesa frecuente en nuestro idioma y que cuenta con la adaptación gráfica *sexí*.

En cuanto a qué revista mexicana contiene más extranjerismos, se observa que *Cosmopolitan México* es la que emplea más voces extranjeras (257 préstamos).

En segundo lugar, se encuentra *L'Officiel México* (114 préstamos) y, por último, *Marie Claire México* (96 préstamos).

5.2.4. Marcación ortotipográfica

Al igual que sucede con el geolecto de España, la variedad mexicana también presenta inconsistencia en cuanto al uso de la marcación establecida por el *Diccionario panhispánico de Dudas* (Real Academia Española 2015). Puesto que el organismo que regula ambas variedades es el mismo, la recomendación para esta variedad es la misma: que los extranjerismos que conservan tanto la pronunciación como la grafía de la lengua foránea se escriban o en cursiva o entre comillas, pero nunca en letra redonda.

5.2.5. Otros aspectos

En esta variedad diatópica se observa, al igual que en el español de España, el uso de extranjerismos que se podrían sustituir fácilmente por otras voces propias del español. Este es el caso, por ejemplo, de los *shorts*, término que denomina a un pantalón corto, por lo que se puede sustituir fácilmente por dicho sintagma nominal, como recomienda Fundéu (2015b). Lo mismo sucede con *streetstyle*, vocablo que designa a un estilo de vestir que se caracteriza por llevar ropa que es propia de ir por la calle. Para denominar dicha realidad en español disponemos de *estilo callejero* (Fundéu 2015b).

Entre los términos que designan estilos también se encuentra el adjetivo *grunge*. Esta palabra inglesa deriva de *grungy*, ya que esta se tendía a pronunciar de forma relajada y pretende denotar un aspecto sucio o mugriento (Fundéu 2015b). No obstante, dicho adjetivo dispone de un equivalente directo en español por el que este puede sustituirse. Dicho adjetivo sería *desaliñado* o *descuidado* (Fundéu 2015b).

5.3. Comparación entre los geolectos (Gráfico 4)

Como se observa en este gráfico, la variedad peninsular emplea más extranjerismos (220) que la mexicana (130). No obstante, hay que tener en cuenta que las revistas de variedad mexicana incluían artículos de revistas de otras lenguas o de la variedad de España, lo que puede haber influido en el resultado obtenido en este estudio. En ambos geolectos predominan los anglicismos casi en su mayoría (con el 87 % y el 90 %), a los que le siguen los galicismos (con el 11 % y el 10 %).

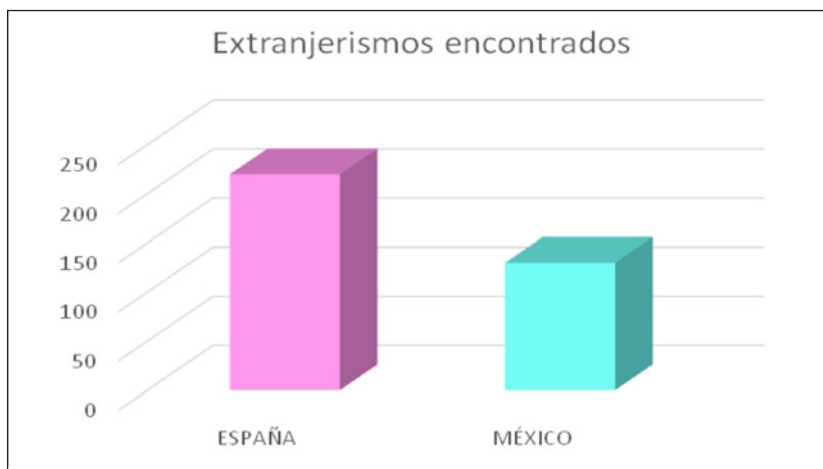


Gráfico 5. Comparativa de extranjerismos entre ambos geolectos.

Asimismo, las palabras foráneas que más presencia tienen en cuanto al ámbito temático pertenecen a las categorías de “prendas de ropa” y “descriptores de prendas, accesorios, marcas o personas” en ambas variedades diatópicas. Debido a ello, hay extranjerismos que aparecen en los artículos de los dos geolectos (*biker*, *blazer*, *body*, *jeans*, *little black dress*, *oversize* o *skinny* son ejemplos de ello), mientras que otras voces foráneas son exclusivas de una única variedad. Si se observan las muestras, se comprueba que términos como *palazzo*, *over the shoulders* o *culotte* solo aparecen en la variedad de España, mientras otros como *décolleté*, *bustier* o *bra* solo están representados en la variedad de México.

6. Conclusiones

La realización de este estudio, así como los resultados que se han obtenido, posibilitan la extracción de diversas conclusiones. En primer lugar, permiten establecer al inglés como la lengua de la moda por antonomasia, puesto que en ninguna de las dos variedades diatópicas se encuentra una presencia de anglicismos menor al 87 %. Por ello, se concluye que el inglés es el idioma que se suele emplear para hablar de una gran cantidad de conceptos relacionados con la moda, incluso en casos en los que el español dispone de una palabra propia para hacer referencia a dicho concepto.

En segundo lugar, se encuentra que el francés es la segunda lengua más presente en los artículos, tanto de España como de México, en forma de

extranjerismos. Esto seguramente se debe a la importancia de Francia en el ámbito que nos ocupa, puesto que su capital, París, se considera como una de las capitales de la moda. Además, es probable que también guarde relación con el hecho de que la moda en sí comenzó en dicha ciudad en 1670 (Cerrillo Rubio 2012). Por lo tanto, es razonable que allí se creasen muchos de los términos que hoy en día denominan realidades relacionadas con dicho campo.

Asimismo, en cuanto a la comparativa de voces foráneas en los dos geolectos del español mencionados previamente, los resultados muestran que en la variedad mexicana se emplean menos extranjerismos. Sin embargo, estos resultados pueden haberse visto afectados dado que un número de artículos de las revistas mexicanas están tomados de revistas españolas, lo que supone una limitación. No obstante, en el geolecto de México se pueden apreciar voces extranjeras que designan prendas de ropa (*chaps* o *sweatshirt*, entre otros) que en la versión de España se denominan mediante voces propias de este idioma. Asimismo, hay un mayor número de anglicismos en los artículos de México, mientras que el porcentaje de galicismos es levemente inferior, hecho que puede estar relacionado con la proximidad geográfica con dichos países.

Si se hace referencia a la necesidad de emplear préstamos en el mundo de la moda, lo cierto es que, aunque algunos son prescindibles y el español posee voces propias para designar dicho concepto (como es el caso de *trench* o *trench coat*, que puede sustituirse fácilmente por *gabardina*), otros no existen en español o, si los hay, se aconseja utilizar la voz extranjera (*stock* es un ejemplo de ello). También hay situaciones en las que se piensa que una voz foránea concreta puede reemplazarse por una palabra arraigada en el español puesto que se consideran como sinónimos y, si bien hacen referencia a conceptos similares, no son equivalentes totales. *Blazer* y *americana* es el ejemplo perfecto de esta situación. En otras ocasiones, se emplean préstamos porque tienen una gran carga cultural, por lo que es indispensable la exportación de dichos vocablos junto a la realidad a la que denominan.

Todas estas conclusiones hacen referencia a la necesidad que existe de emplear extranjerismos cuando se habla de moda. Aunque algunas personas con cierto renombre en el ámbito lingüístico se posicionen en contra, como el escritor y periodista Álex Grijelmo (2018), que sugiere el término *desvestido* para designar lo que se conoce como *naked dress*¹, la realidad es que el mundo de la moda se mueve por tendencias y estas cambian con más rapidez de lo que

1. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2018/06/01/opinion/1527842616_204289.html.

progresar el lenguaje, a la par que desaparecen en un espacio de tiempo que no permite la creación de unidades léxicas en otros idiomas. Este hecho justifica por qué se usan tantos préstamos, así como su aparición constante en textos sobre moda, puesto que esto hace que no haya palabras en otras lenguas (salvo en la original, que suele ser el inglés) para designar dichas realidades. Asimismo, dicho aspecto esclarece por qué la categoría gramatical con más extranjerismos es el sustantivo, dado que aparecen realidades desconocidas hasta el momento y a las que se tiene que hacer referencia de alguna manera.

Sin embargo, también es necesario comentar que en ciertas ocasiones las voces foráneas se emplean por razones estilísticas y por motivos de esnobismo (*must* o *nec plus ultra* son ejemplos de ello, que en español podían reemplazarse sin ningún problema por *imprescindible* o *el último grito*, respectivamente). Con ello se persigue atraer la atención de los lectores. No obstante, a veces se debe a la economía del lenguaje, puesto que el español tiende a usar más palabras que el inglés para denominar una misma realidad (como es el caso de *fashion week*, que en español se llama *semana de la moda*).

Además, hay que destacar que la mayoría de los préstamos que aparecen con más frecuencia coinciden en ambos geolectos (*look* es un ejemplo de ello). Por otro lado, pese a que algunos no coinciden en cuanto a frecuencia, los términos en sí (especialmente los anglicismos) coinciden en su mayoría. Esto deja entrever que el lenguaje de especialidad de la moda es universal.

También cabe señalar que la marcación ortotipográfica de las voces foráneas no está sistematizada. Este estudio muestra que los préstamos suelen aparecer en letra redonda cuando deberían ir en cursiva para que el lector sea consciente de que se trata de una voz que no es propia del español.

Con el fin de facilitar la labor de los traductores y de los redactores de textos sobre moda hemos creado un glosario interactivo con el programa Multiterm en el que agrupamos todos los extranjerismos encontrados, ofrecemos una definición, una foto en los casos en los que ha sido posible y toda la información relativa a la marcación ortotipográfica o la existencia de equivalentes en español.

Bibliografía

CABRÉ, M. T. (1993). *La terminología. Teoría, metodología, aplicaciones*. Barcelona: Antártida / Empúries.

- CASTILLO FADIC, M. N. (2002). “El préstamo léxico y su adaptación: un problema lingüístico y cultural”. *Onomázein* 7: 469-496.
- CERRILLO RUBIO, L. (2012). *El gusto en vestidos: los orígenes de la moda de autor*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- ESTORNELL, M. (2012). “Préstamos del inglés en revistas femeninas: entre la necesidad denominativa y la estrategia pragmática”. *Pragmalingüística* 20: 61-91.
- FUNDÉU (2015a). *Blog, bloguero y bloguear, términos asentados en español*. Recuperado de <https://www.fundeu.es/recomendacion/blog-bloguero-bloguear-bitacora/>.
- FUNDÉU (2015b). *Glosario de la moda*. Recuperado de <https://www.fundeu.es/wp-content/uploads/2015/03/glosarioModaFundeu.pdf>.
- GÓMEZ DE ENTERRÍA, J. (2009). *La enseñanza/aprendizaje del español con fines específicos*. Madrid: Edinumen.
- GÓMEZ CAPUZ, J. (2000). *Anglicismos léxicos en el español coloquial*. Cádiz: Universidad de Cádiz.
- GÓMEZ CAPUZ, J. (2004). *Préstamos del español: lenguas y sociedades*. Madrid: Arco Libros.
- GUERRERO, G. (1995). *Neologismos en el español actual*. Madrid: Arco Libros.
- KOCOUREK, R. (1991). *La langue française de la technique et de la science. Vers une linguistique de la langue savante* (2a ed.). Wiesbaden: Brandstetter.
- PRATT, C. (1980). *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Madrid: Gredos.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2005). *Diccionario panhispánico de dudas*. Recuperado de <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/dpd>.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2017). *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.). Recuperado de <http://www.rae.es/>.
- VILCHES, F. (2014). *La lengua española estándar en la red: tensión entre oralidad y escritura*. Madrid: Dykinson.

Revistas que conforman el corpus

- Cosmopolitan España*. Recuperado de <https://www.cosmopolitan.com/es/>
- Cosmopolitan México*. Recuperado de <https://www.cosmoenespanol.com/>
- L'Officiel España*. Recuperado de <https://www.lofficiel.es/>
- L'Officiel México*. Recuperado de <https://www.lofficielmexico.com/>
- Marie Claire España*. Recuperado de <https://www.marie-claire.es/>
- Marie Claire México*. Recuperado de <http://www.marieclaire.com.mx/>

Anexos

Extranjerismos encontrados en las revistas de España

Categoría	Extranjerismos encontrados
Accesorios (sin contar bolsos y joyas)	bandana, carré, scrunchy
Apariencia	look, look casual, look british, look rock star, outfit, total black, total look, total look denim, total look jean, total white, working look
Artículos o personas en tendencia	it bag, it girl
Bolsos	bowling, cabas, candy, clutch, minaudière, paper bag, plastic bag, pliage, shopper, tote
Calzado	dad shoes/dad sneakers, granny shoes, kitten heel, mule, oxford, peep toe, plimsoll, pump, slip-on, slipper, sneaker, stiletto, ugly shoes
Categorías de ropa	Activewear, menswear, separates, sportswear
Colores y tonos	beige, camel, cherry tomato, khaki, nude
Descriptores de prendas, accesorios, marcas o personas	babydoll, bandeau, bar, bateau, bling-bling, blue jean, boot cut, boyfriend, cat-eye, cool, crop/cropped, curvy, halter, fake, flare, low/low cost, mom fit, off the shoulders, over the knee, oversize, palazzo, perkins, plus size, prêt-a-porter, push-up, sexy, skinny, slim/slim fit, slim mom, trendy, vintage, wrap
Desfiles y relacionado con ello	after party, backstage, casting, dress code, fashion week, fitting, shooting, show
Estampados	animal print/print animal, polka dots, patch/patchwork, print, tie-dye, vichy
Expresiones	come-back, coming soon, faux pas, has been, haut de gamme, must/must-have, nec plus ultra, sold out, too much
Forma y lugar de confección	DIY/do it yourself, made in Amancio, made in Spain, made in China
Frasas célebres	Shopping is my cardio
Joyas	Charm, choker, ear cuff, piercing
Locales	boutique, flagship, maison, outlet, pop up/pop-up store
Personas	Blogger, celeb/celebrity, fashion icon, fashion influencer, fashion victim, fashionista, femme fatale, influencer, instagramer, personal shopper, working girl, youtuber

Prendas	biker, blazer, body, bomber/bomber jacket, bralette, cardigan, corset, crop top, culotte, jeans, jeans boyfriend, jeans crop, jeans straight, jogger, leggings, LBD/little black dress, LWD/little white dress, marinière, memorie t-shirt, pencil skirt, skinny jeans, sleep dress, mom jeans, monokini, sweat, tankini, trench/ trench coat, pantys, short/shorts, trikini
Tallas	M, S, XL, XXL, XXS
Tela y material	cashmere, crochet, denim, jacquard, plumetti, tweed
Tendencias o movimientos o fenómenos	athleisure, bathleisure, body positive, color block, fast fashion, finger piercing, mix and match, mix and no match, slow fashion, streetstyle, toplless
Términos generales	fashion, glamour, shopping
Tipos de estilo	boho, boho-chic, bridal, casual, casual-chic, country, cowboy, high & low, hip hop, hippie, hippie-chic, indie, kitsch, lady, minimal, preppy, pin-up, retro, retro sport, rock/rock and roll, shabby, sport, sportif, sporty, sporty-chic
Otros	claim, cut out, fashion film, hit, flow, glitter, personal packaging, semi-couture, stock, wardrobe detox, wishlist

Extranjerismos encontrados en las revistas de México

Categoría	Extranjerismos encontrados
Apariencia	look, look casual, neutral looks, outfit
Bolsos	belt bag, clutch
Calzado	flats, mule, pump, stiletto
Categorías de ropa	menswear
Colores y tonos	nude, pink millennial, red velvet
Descriptorios de prendas, accesorios, marcas o personas	boyfriend, cat-eye, cool, curvy, décolleté, fake, fit, hot, low-cost, megacool, oversize/oversized, plus size, prêt-a-porter, push-up, ready-to-wear, sexy, skinny, superclassy, supersexy, trendy
Desfiles y relacionado con ello	after party, backstage, casting, fashion week, fitting, red carpet, show, showroom
Estampados	gingham print, polka dots, prints
Expresiones	all in black, let's patch, must-have/must, that dress, that puffer, too much, underwear turned outwear
Frases célebres	Diamonds are a girl's best friend
Joyas	charm, choker, piercing
Locales	boutique, maison

Personas	blogger, celeb/celebrity, couturier, curvy girl, fashion goddess, fashionista, influencer, top model, youtuber
Prendas	biker, blazer, body, bomber, bra, bralette, bustier, chaps, classic black dress, corset, crop top, jeans, jumpsuit, little black dress, pants, panties, shorts, slip, sportsbra, sweater, sweatpants, t-shirt, trench/trench-coat,
Tallas	L, XL, XXL
Tela y material	cashmere, crepe, crochet, denim, jacquard, mink, tweed, velvet
Tendencias, movimientos o fenómenos	athleisure, body positive, free the nipple, layering, mix and match, modest fashion, streetstyle
Términos generales	fashion world, glamour, shopping
Tipos de estilo	badass, boho, casual, crossbody, grunge, hip hop, minimal, preppy, retro, rock/rock and roll, sporty, trashy, undone, vintage
Otros	in, lookbook, quiltings, revival, tailoring