



Anglicismos y aculturación en la sociedad chilena

English loanwords: acculturation in Chilean society

Constanza Gerding Salas

Universidad de Concepción
Chile

Mary Fuentes Morrison

Universidad de Concepción
Chile

Gabriela Kotz Grabole

Universidad de Concepción
Chile

Resumen

La implementación del modelo económico neoliberal estadounidense en Chile hace cuatro décadas y la participación del país en la globalización han provocado cambios fundamentales en la sociedad. De hecho, los efectos de la adopción de dicho paradigma se reflejan en diversos ámbitos, incluido el del uso de la lengua. Por esta razón, resulta de interés para lingüistas y traductores indagar acerca de la influencia del idioma inglés y de la cultura estadounidense en la sociedad chilena. De allí que los objetivos de este estudio fueron constatar la presencia de préstamos del inglés en la prensa escrita, para describirlos, determinar su frecuencia

Afiliación: Constanza Gerding Salas: Departamento de Idiomas Extranjeros, Facultad de Humanidades y Arte, Universidad de Concepción / TermUdeC, Grupo de Investigación en Neología y Terminología de la Universidad de Concepción. Chile. – Mary Fuentes Morrison: TermUdeC, Grupo de Investigación en Neología y Terminología de la Universidad de Concepción. Chile. – Gabriela Kotz Grabole: Departamento de Idiomas Extranjeros, Facultad de Humanidades y Arte, Universidad de Concepción / TermUdeC, Grupo de Investigación en Neología y Terminología de la Universidad de Concepción. Chile.

Correos electrónicos: cgerding@udec.cl; marfuent@udec.cl; gkotz@udec.cl

Dirección postal: Constanza Gerding Salas, Mary Fuentes Morrison, Gabriela Kotz Grabole: Casilla 160-C, Correo 3, Concepción, Chile.

Fecha de recepción: mayo de 2011

Fecha de aceptación: marzo de 2012

de uso e inferir las causas de su adopción. Para lograr estos objetivos se clasificaron de forma manual y semiautomática préstamos del inglés extraídos de periódicos entre enero de 2003 y diciembre de 2009. Se analizaron las unidades recopiladas según sus características formales, frecuencia de aparición y áreas del saber a las que pertenecían. Se determinó que los préstamos del inglés se adoptan más que adaptan y que tienen una fuerte presencia en la redacción periodística actual, específicamente en economía, computación, deportes y cultura. Además, se pudo establecer que su uso estaría determinado por cuatro factores: vacío denominativo, prestigio social, economía lingüística y preferencia de los usuarios. Finalmente, se concluyó que la lengua inglesa y la cultura estadounidense tienen una presencia significativa en la prensa chilena.

Palabras clave: neologismo; préstamo; anglicismo; prensa; aculturación.

Abstract

The implementation of the US-inspired neoliberal economic model in Chile four decades ago and the country's participation in the globalization process have led to fundamental societal changes. In fact, the effect of the adoption of this paradigm is reflected in several areas, including that of the use of the language. For this reason, it is interesting for linguists and translators to find out the influence of the English language and American culture on Chilean society. Hence, the objectives of this study were to determine the presence of English loanwords in the press in order to describe them, determine their frequency of use and infer the causes of their adoption. To achieve these objectives, English borrowings collected from newspapers between January 2003 and December 2009 were classified both manually and semi-automatically. Then these Anglicisms were analyzed from the perspective of their formal characteristics, their frequency of use and the areas of knowledge to which they belonged. English loanwords were found to be adopted rather than adapted; it was also established that they have a strong presence in today's journalistic writing, specifically in economics, computer science, sports and culture. Furthermore, their use is thought to be determined by four main factors: the lack of a counterpart in Spanish, social prestige, linguistic economy and user preference. Finally, it was concluded that the English language and American culture have a significant presence in the Chilean press.

Keywords: neologism; loanword; anglicism; press; acculturation.

1. Introducción

El proyecto Antena Chilena de Neología, nodo del proyecto internacional Antenas Neológicas dependiente del Observatorio de Neología, OBNEO, desarrollado por el Institut Universitari de Lingüística Aplicada de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, investiga en neología léxica desde 2003. Los objetivos de estos proyectos son la detección, recopilación y clasificación de neologismos de distintas variedades del español en la prensa escrita con el propósito de actualizar obras lexicográficas y analizar la evolución de la lengua española.

Ahora bien, los medios de comunicación y particularmente la prensa escrita son buenos propagadores de neologismos,

como lo sostiene Ortega Martín (2001): “el lenguaje periodístico es una fuente inagotable de creatividad léxica. Es la fuente renovadora de léxico más eficaz con la que cuenta el hablante de español para constatar la vitalidad de nuestro idioma”. De allí que resulte interesante estudiar la neología léxica en la prensa escrita, uno de los medios que refleja el quehacer de una sociedad, la idiosincrasia de su gente y la influencia de unas culturas en otras.

Por lo general, la lengua evoluciona de forma más lenta que los acontecimientos que se desea describir con ella, razón por la que ocurren vacíos denominativos que requieren la importación de léxico para suplir las carencias. De este modo, la influencia de una sociedad en otra puede plasmarse en la lengua mediante la incorporación de préstamos desde una cultura predominante; tal es el caso del inglés y de la cultura estadounidense, cuya influencia en la sociedad chilena se puede constatar a través de la presencia de anglicismos en la prensa.

1.1. Chile, globalización e inglés

El término globalización designa un fenómeno transnacional que abarca aspectos económicos, culturales, políticos y sociales y que se manifiesta en la liberalización e interdependencia de los mercados. Chile no ha estado ajeno a este fenómeno, el que se inicia con la implantación del modelo de desarrollo basado en la Economía Social de Mercado en la década de 1980. En este marco de liberalización de la economía y de globalización, Chile ha firmado múltiples acuerdos económicos y tratados de libre comercio, cuestión que lo convierte en “el país con la economía más abierta del mundo en términos de relaciones comerciales” (Mazzo Iturriaga, 2008).

En esta era globalizada, que se ha caracterizado por el desarrollo de las comunicaciones, se requiere el conocimiento de otras lenguas, otras culturas y otras formas de vivir (Rodríguez Rubio, 2011). En este sentido, el inglés tiene gran importancia por ser la lengua materna de millones de personas y la segunda lengua de otros muchos millones. Esta preponderancia se debe en gran medida a la hegemonía de Estados Unidos como potencia mundial no solo en el ámbito económico, sino también en el cultural, militar, político y científico, que ha llevado a otras sociedades a la adopción del modelo referente, fenómeno que Ritzer (2002) denomina la “americanización” de la sociedad.

De este modo, el inglés se ha convertido en una verdadera *lingua franca*, ya que, “junto con el español y el mandarín, es la lengua más hablada del mundo” (Universia, 2011). Así, el inglés es la lengua que Chile, al igual que muchos otros países insertos en la globalización, emplea para la comunicación internacional.

1.2. Anglicismos en la prensa chilena

En ese escenario, la lengua inglesa se ha transformado en un vehículo tan potente para las relaciones internacionales que su presencia en la economía, la política, la cultural, la ciencia y la tecnología ejerce una marcada influencia lingüística en otras culturas, las que importan de ella voces, términos y expresiones con los que renuevan e incrementan su patrimonio léxico.

La adopción de préstamos del inglés es evidente en el lenguaje periodístico en diversos países de habla española, incluido el de la prensa chilena. Así lo demuestran estudios realizados en Chile en el campo de la neología léxica (Diéguez, 2004; Sáez Godoy, 2005; Fuentes y otros, 2009), que reflejan la disposición de la prensa de esta latitud para incorporar y diseminar unidades provenientes del inglés, por ejemplo, cuando aparecen realidades nuevas. Para Perdiguero (2003), la prensa constituye un “observatorio extraordinario” y una fuente de recopilación y divulgación de neologismos en general. Según Ortega Martín (2001), el lenguaje que se usa en los medios de comunicación es una fuente de productividad léxica que se materializa de diversas maneras, entre ellas, el empleo de extranjerismos.

En cuanto a la situación chilena, Sáiz Martínez (2011) plantea que existe un importante grado de penetración de léxico del inglés en el español, porque Chile “es un país muy permeable a la influencia anglosajona, sobre todo en el terreno económico”. Sin embargo, este fenómeno no es privativo de la economía, sino que se manifiesta con fuerza también en otras áreas del conocimiento, como la tecnología, la moda, la publicidad, etc.

No obstante, las voces extranjeras se han ido trasladando del uso especializado al cotidiano por medio de la prensa, ya que los periodistas las emplean por diversas razones: los vacíos léxicos, los nuevos estilos de redacción, el prestigio atribuido a la actitud extranjerizante, la pereza en que se incurre al privilegiar el traslado en lugar de la traducción, etc. A estas motivaciones, Millán Loreto (2004) añade que el uso

de préstamos del inglés en la prensa responde a la brevedad de las palabras importadas o a su pertenencia a jergas ya aceptadas por los hablantes.

Los lectores acostumbran asignar tanto valor a los extranjerismos difundidos por la prensa que terminan recogiendo y haciéndolos suyos. Un estudio chileno (Diéguez, 2004) demuestra que en ocasiones son los expertos quienes estimulan la incorporación de léxico nuevo a la lengua en los medios masivos, pero la mayoría de las veces son los periodistas quienes deciden adoptar palabras y expresiones de origen anglosajón. Esta práctica también se ha observado en textos de difusión general en otras latitudes de América Latina (Haensch, 2005), incluso en países que no son proclives a la cultura estadounidense.

Según Sáez Godoy (2005), el proceso de incorporación de anglicismos se produce por lo general en áreas del saber en las que se emplean léxicos especializados, como deportes, economía, comercio, ciencia, tecnología, comunicaciones, turismo, espectáculos, música y moda. El efecto que consigue la prensa con la difusión de este tipo de neologismos se traduce en que “el inglés está produciendo un acelerado proceso de renovación e incremento de nuestro léxico” (Sáez Godoy, 2005: 171-177).

En un estudio sobre los anglicismos en la prensa escrita costarricense se sostiene que “con la apertura de las economías de los países latinoamericanos a las exportaciones, los supermercados, tiendas y jugueterías se ven colmados de mercaderías que no solo tienen sus nombres, sino también sus instrucciones de uso en inglés” (Delgado Álvarez, 2005: 89-99). Ello demuestra que la proliferación en el español de vocablos provenientes del inglés no solo es evidente en la prensa, sino también en el comercio, en la tecnología, en los espectáculos, etc., y es un fenómeno que trasciende las fronteras de Chile.

1.3. Conceptos de préstamo, extranjerismo y anglicismo

El préstamo, resultado natural del contacto entre idiomas, es según Kocourek (1991, citado en Márquez Rojas, 2006: 11-29), “un fenómeno universal de las lenguas”. De allí que este fenómeno sea “una de las formas más frecuentes que tienen las lenguas de enriquecer su léxico” (Delgado Álvarez, 2005: 89-99). Por ende, el préstamo lingüístico es uno de los principales medios de expansión y crecimiento que poseen las lenguas.

Ahora bien, se ha estudiado el préstamo desde distintos ángulos, por lo que recibe diferentes nombres según el enfoque desde el cual se le analice. Desde la perspectiva del contacto entre lenguas, Fontana y Vallduví (1990, citados en Márquez Rojas 2006) hablan de “alternancia de códigos”, mientras que otros investigadores se refieren al préstamo incluso como un “error” (Domínguez, 2001). En cambio, desde una perspectiva orientada al léxico y a la traducción se utiliza el nombre de “calco” o de “interferencia lingüística” (García Yebra, 1989 [1984]). Como se observa, no hay consenso en cuanto a la noción de préstamo. En efecto, algunos autores establecen una diferencia entre préstamo y extranjerismo, reservando “el nombre de préstamo para las voces de origen extranjero que han sido adaptadas al sistema fónico y morfológico de la lengua receptora y el de extranjerismo para las voces aceptadas tal como son en las lenguas de procedencia, es decir, no adaptadas a las lenguas receptoras” (García Yebra, 1989: 333 [1984]).

Además de García Yebra (1989 [1984]), otros autores también le conceden categoría léxica al préstamo y lo definen por oposición a “extranjerismo”. Lázaro Carreter (1999) señala que el préstamo es el elemento lingüístico, por lo general léxico, que una lengua toma de otra, ya sea adaptándolo, imitándolo o transformándolo; es decir, el préstamo es un extranjerismo incorporado al sistema. Para Abraham (1981, citado en Lan 2004), el préstamo es una palabra que los hablantes toman de otra lengua, pero que, a diferencia del extranjerismo, la hacen propia al adaptarla al sistema de la lengua receptora, mientras que los extranjerismos son palabras tomadas de otra lengua, pero que conservan la forma fónica y la acentuación primitivas. Por otra parte, Cardona (1991, citado en Lan 2004: 57) considera el préstamo como un “término metafórico [...] que se usa para indicar la cesión de un elemento de una lengua a otra”, y que el extranjerismo es sencillamente un préstamo léxico que no se ha naturalizado.

Los préstamos se presentan en diferentes niveles lingüísticos y a través del uso evidencian distintos grados de adaptación a la lengua receptora. Desde el punto de vista de su estructura y alcance, “el anglicismo es, a todas luces, además de un tipo de neologismo formal, un fenómeno lingüístico que influye no solo en la lengua de todos los días, sino en el discurso especializado” (Márquez Rojas, 2006: 11-29).

Queda de manifiesto, entonces, que en la lingüística se emplean diferentes términos para referirse a aquellas voces que ingresan a una lengua desde otra. Entre ellos, en español existen las denominaciones de “préstamo”, “voz extranjera” y “extranjerismo” y en inglés estas son aún más abundantes: *loan-word*, *alien word*, *foreign word*, *borrowing*, *alienism* y *foreignism* (Chenggang y Yajun, 2004). En algunos estudios lingüísticos y lexicográficos se marca la diferencia, pero en otros, estos vocablos se emplean como sinónimos.

Ante esta diversidad conceptual y denominativa, cabe señalar que en este trabajo se utilizará el término “préstamo” para designar a los vocablos que una lengua toma de otra y “anglicismo” para referirse al préstamo que proviene del inglés, el que podrá ser una unidad adaptada o no adaptada.

En cuanto a las razones por las que se adoptan y adaptan voces de otras lenguas, Guerrero Ramos (1997 [1995]) señala que los préstamos por lo general provienen de la lengua de un país dominante económica y científicamente o de una nación cuyo prestigio es reconocido en el ámbito en el que se produce el préstamo. Haugen (1979, citado en Delgado Álvarez, 2005), por su parte, sostiene que al introducir un préstamo, el hablante intenta reproducir los modelos asociados a la lengua extranjera de la cual proviene el vocablo importado.

1.4. Algunas consideraciones previas

En estudios recientes (Fuentes y otros, 2009; Fuentes y otros, 2010a; Fuentes y otros, 2010b), se determinó que los préstamos en general correspondían aproximadamente a 30% de todos los tipos de formación neológica estudiados en la prensa escrita chilena en el período comprendido entre 2003 y 2009 y que de estos, cerca del 80% correspondía a anglicismos. Cabe preguntarse, entonces, acerca de la influencia que ejerce la lengua inglesa en el español de Chile en la actualidad, posiblemente como efecto del fenómeno globalizador en la economía, el comercio y las relaciones internacionales, y reflexionar acerca de los motivos que inducen a los chilenos a aceptar esta forma de aculturación. De estas interrogantes surge precisamente el interés por analizar el fenómeno que da lugar al presente estudio: el préstamo del inglés en la prensa escrita chilena.

En consecuencia, en este artículo se presentan los resultados de un estudio descriptivo sobre la proliferación de anglicismos en la prensa escrita chilena con un corpus formado durante siete años. La finalidad de la investigación fue dar cuenta de la presencia de esta forma de innovación léxica en Chile frente a otras creaciones de nuevo cuño. Los objetivos específicos fueron identificar, categorizar y describir los anglicismos presentes en el corpus para determinar su frecuencia de aparición en determinados ámbitos del quehacer humano e inferir las posibles razones de su adopción por parte de la prensa escrita chilena y, mediante ella, de los hablantes.

2. Metodología

El corpus de este estudio estuvo constituido por 123 anglicismos adaptados y 2.096 anglicismos no adaptados (N = 2.219) extraídos de prensa escrita chilena y almacenados en la base de datos del OBNEO en el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2003 y el 31 de diciembre de 2009. Los anglicismos se obtuvieron de *El Mercurio* y *El Sur*, periódicos de circulación nacional y regional, respectivamente. La condición de neologismo de los préstamos del inglés se determinó con un criterio lexicográfico (OBNEO, 2003; Adelstein y Badaracco, 2004), es decir, verificando que no estuvieran consignados en alguno de los corpus de referencia, a saber, el *Diccionario de la lengua española* (LEMA), el *Diccionario de la lengua española* (DRAE) y el *Diccionario de Uso del Español de América y España* (VOX). De acuerdo con este criterio, unidades como *airbag*, *mailing*, *e-mail*, *hardcore*, *hardware* y *software*, que aparecen en los repertorios lexicográficos de exclusión mencionados, se descartaron como neologismos.

En forma paralela, con el propósito de confirmar la familiaridad de los hablantes con estas unidades neológicas provenientes del inglés, se seleccionaron 173 préstamos del inglés que, a juicio de las investigadoras, podrían ser reconocidos con facilidad por lectores habituales de la prensa. El criterio con que se seleccionaron los anglicismos se basó en el “sentimiento de neologicidad” (Sablayrolles, 2000), es decir, haciendo uso de la intuición como hablantes de la variedad del español de Chile para definir la condición de anglicismo neológico de cada ítem.

Con los 173 préstamos del inglés se elaboró un cuestionario que se administró por correo electrónico de manera preliminar a 33 informantes, a quienes se les consultó acerca del grado de familiaridad que percibían respecto de los anglicismos exhibidos. Los encuestados fueron seleccionados con el método de muestreo por cuotas, que permite elegir a los informantes sobre la base de un buen conocimiento de la representatividad de los individuos para los fines de la investigación. La muestra consistió en informantes de 25 años o más, paritariamente de ambos sexos, residentes en Chile, lectores de prensa y profesionales de nivel medio o superior, cuyas ocupaciones no tuvieran relación con el inglés para evitar respuestas sesgadas.

3. Resultados

Para este estudio se analizaron todas las unidades neológicas ingresadas por la Antena Chilena de Neología a la base de datos del OBNEO entre los años 2003 y 2009. Durante dicho periodo se recogieron y clasificaron 10.642 unidades neológicas tanto en forma manual como de modo semiautomático, mediante el *Buscaneo*, herramienta para la extracción de neologismos del OBNEO. De esa totalidad, se determinó que 2.973 unidades (27,93%) correspondieron a préstamos con y sin adaptación provenientes de diversas lenguas. Para este trabajo se seleccionaron todos los anglicismos, los que correspondieron a un total de 2.219 unidades, equivalentes a 74,64% de los préstamos de todas las lenguas, los que constituyeron la muestra para este estudio.

3.1. Frecuencia de aparición de los anglicismos

Se determinó que una proporción muy pequeña de anglicismos (cerca de 8%) sufre algún tipo de adaptación (Tabla 1) al ser adoptados por los hablantes, lo que demostraría que en Chile no existe una tendencia a naturalizar los préstamos.

En lo que respecta a la frecuencia de aparición en la prensa, los anglicismos no adaptados exhibieron alta repetición (*token frequency*), lo que refleja que estas unidades se integran intactas al léxico, con lo que se refuerza la tendencia a la aculturación de los chilenos al modelo estadounidense. A modo de ilustración, los anglicismos no adaptados más abundantes fueron: *blog* (66), *retail* (49), *mall* (43) y *commodity* (41) y *notebook* (41).

TABLA 1

Distribución de la *type* y la *token frequency* de los anglicismos

Tipo de anglicismo	<i>Type frequency</i>		<i>Token frequency</i>	
	Valores absolutos	Porcentajes	Valores absolutos	Porcentajes
Sin adaptación	882	92,26	2.096	94,46
Con adaptación	74	7,74	123	5,54
Total	956	100%	2.219	100%

El presente estudio muestra que la inmensa mayoría de los préstamos que se incorporan al español de Chile no son asimilados. En la Tabla 2 se puede apreciar la frecuencia de aparición de los anglicismos sin adaptación. En este cuadro se incluyen sólo los préstamos no adaptados provenientes del inglés que presentaban una frecuencia igual o superior a cinco unidades.

TABLA 2

Anglicismos sin adaptación de mayor frecuencia en el corpus

Unidad léxica	Frec.
blog	66
playoff (play-off) (n.)	54
retail	49
mall	43
commodity notebook	41
challenger	31
online (adj.) peak	24
mail	20
subprime	17
top ten	16
coach on line (loc.) tag	15
link resort think tank	14

(Continuación Tabla 2)

Unidad léxica	Frec.
cover game lap top (laptop)	13
berry team	12
e-mail	11
major retailer	10
cluster e-learning partner	9
canopy court cooler stud switch timing prime	8
hatchback indoor joint venture lodge lounge paper cameo tie break voucher	7
jingle know how phishing power nerd (adj.) factoring freak trailer trainer	6
upgrade head hunter (headhunter) netbook outdoor outsourcing people meter	
part time (adj.) backstage blockbuster gamer express focus group club house	
reggaeton ringtone shopping sitcom stopper talk show top one wild card	5

Por otra parte, la mayoría de los anglicismos adaptados aparecieron una sola vez en el corpus; por ejemplo, *básquetbol*, *esmog*, *broder*, *flíper* y *penalti*. No obstante, se encontraron algunas unidades adaptadas que, si bien fueron escasas, presentaron una alta *token frequency*: *ránking* (16), *reggaetón* (5) y *biodiésel* (4) y *esnórquel* (4).

Entre los préstamos del inglés con adaptación, las tres únicas unidades con una frecuencia igual o superior a cinco repeticiones fueron *ránking* (16), *pendrive* (9) y *reggaetón* (5). Si bien la unidad *pendrive* es de uso masivo en el español de Chile, en inglés es una palabra de baja frecuencia de uso, siendo *USB flash drive* o *memory stick* las denominaciones más frecuentes en esa lengua. De hecho, no figura en obras de consulta lexicográfica como *Cambridge Dictionary* (2011) y *WordReference* (2011) y probablemente pocos hablantes nativos del inglés preferirían la palabra *pendrive* en la actualidad.

De acuerdo con el Protocolo de vaciado de prensa escrita del OBNEO (2003), cada unidad neológica se debe registrar solo una vez por periódico, de modo que es muy posible que el uso de algunos anglicismos en la prensa chilena sea de una frecuencia (*token frequency*) mucho mayor de la que en realidad se aprecia en estos resultados.

3.2. Categoría gramatical

El nombre fue la categoría gramatical de mayor productividad (sobre el 80%), seguido del adjetivo, cuya frecuencia de aparición fue muy inferior. El resto de las categorías gramaticales presentó una frecuencia extraordinariamente baja (ver Tabla 3).

TABLA 3
Distribución de los anglicismos según la categoría gramatical

Categoría gramatical	Anglicismos sin adaptación		Anglicismos con adaptación	
	Valores absolutos	Porcentajes	Valores absolutos	Porcentajes
Nombre masculino	1.719	77,47	103	4,64
Nombre femenino	106	4,78	7	0,32
Adjetivo	239	10,77	4	0,17
Locución	25	1,13	–	–
Adverbio	4	0,17	1	0,05
Verbo transitivo	2	0,09	6	0,26
Pronombre	1	0,05	–	–
Verbo intransitivo	–	–	1	0,05
Verbo pronominal	–	–	1	0,05
Totales	2.096	94,46	123	5,54

Algunos ejemplos que ilustran la alta frecuencia de estos préstamos son *challenger*, *mail*, *coach*, *tag*, *link* y *resort*, entre los nombres, y *online*, *nerd* y *part time*, entre los adjetivos. Existen al menos dos razones que explican por qué la frecuencia más alta correspondió al nombre de género masculino: porque el

Protocolo de vaciado de prensa escrita del OBNEO (2003) establece que se debe clasificar como masculino todo nombre cuyo género no esté explícitamente marcado en el texto y porque los hablantes de Chile le suelen atribuir género masculino a los préstamos del inglés (por ejemplo: el *PC*, un *notebook* o un *laptop*, los *commodities*, un *club house*).

3.3. Aspecto tipográfico

Al redactar se suele marcar tipográficamente un vocablo cuando se le quiere destacar o cuando se desea indicar que se está usando en su valor conceptual o como definición de otro (RAE, 2001). En cuanto al tratamiento de los préstamos específicamente, existen convenciones para la comunicación, como las de la Unión Europea, que exigen el uso de cursivas para marcar la condición de voz extranjera de aquellas unidades léxicas que no están oficialmente reconocidas en el español (OPUE, 2011).

En el presente estudio, menos del 30% de los anglicismos presentó marcas tipográficas de algún tipo para indicar su condición de extranjerismo (ver Tabla 4), siendo las marcas más frecuentes las cursivas y el entrecomillado.

TABLA 4
Distribución de los anglicismos según sus marcas tipográficas

Marca tipográfica	Anglicismos sin adaptación		Anglicismos con adaptación	
	Valores absolutos	Porcentajes	Valores absolutos	Porcentajes
Cursiva	380	17,12	5	0,23
Comillas	199	8,97	1	0,05
Negrita	11	0,50	2	0,09
Cursiva y comillas	4	0,17	–	–
Cursiva y negrita	3	0,14	–	–
Comillas y negrita	1	0,05	–	–
Paréntesis	8	0,36	1	0,05
Cursiva y guión de inciso	1	0,05	–	–
Cursiva y paréntesis	2	0,09	–	–

(Continuación Tabla 4)

Marca tipográfica	Anglicismos sin adaptación		Anglicismos con adaptación	
	Valores absolutos	Porcentajes	Valores absolutos	Porcentajes
Sin marcas tipográficas	1.487	67,01	114	5,14
Totales	2.096	94,46	123	5,54

A modo de ejemplo se puede citar *retail*, que apareció en el corpus en 49 ocasiones, pero en solo tres de ellas tenía la marca tipográfica de letra cursiva. Estudios anteriores de prensa chilena también dan cuenta de la infrecuente utilización de marcas tipográficas en los anglicismos (Diéguez, 2004; Fuentes y otros, 2010b), lo que indicaría una tendencia de los hablantes del español de Chile a naturalizar los anglicismos. Sin embargo, la inconsistencia en el uso de marcas en un mismo anglicismo podría indicar la gradualidad del proceso de asimilación del extranjerismo al español.

3.4. Anglicismos por áreas del conocimiento

Con relación a los ámbitos del saber, en este estudio se determinó que los préstamos no adaptados del inglés se presentaban con una alta frecuencia en determinadas áreas. De allí que para la clasificación de los anglicismos se definieron algunos ámbitos del conocimiento sobre la base de una adaptación de las áreas temáticas que establece el Repositorio Institucional (CONICYT, 2011). De este modo se determinó que sobre 60% de los anglicismos no adaptados se concentraban en actividades relacionadas con cuatro áreas principales: a) tecnologías de la información y computación, b) cultura y entretenimiento, c) deportes y d) economía, comercio y finanzas (ver Tabla 5). La alta frecuencia de anglicismos no adaptados en las cuatro áreas temáticas mencionadas se puede explicar por las razones que se presentan a continuación de la Tabla 5.

La *type frequency* de anglicismos no adaptados con valor más alto corresponde al ámbito de la cultura y la entretenimiento. Ello se puede explicar porque algunas manifestaciones culturales provenientes de Estados Unidos, en particular las de consumo masivo, tienen amplia acogida en Chile, especialmente entre

TABLA 5
**Distribución de frecuencias de anglicismos no adaptados
por áreas del conocimiento**

Áreas del conocimiento	Total <i>type</i> <i>frequency</i>	Porcentaje <i>type</i> <i>frequency</i>	Total <i>token</i> <i>frequency</i>	Porcentaje <i>token</i> <i>frequency</i>
Actividades de la cultura y la entretención	160	16,80	274	13,10
Deportes	153	16,07	439	20,94
Economía, comercio y finanzas	152	15,97	444	21,20
Ciencias de la información y la computación	116	12,18	325	15,50
Ciencias sociales	81	8,50	158	7,52
Ingeniería y tecnología	64	6,72	109	5,20
Turismo y hotelería	46	4,83	81	3,86
Arte, arquitectura y urbanismo	33	3,47	45	2,14
Gastronomía	32	3,36	47	2,24
Humanidades y filosofía	23	2,42	28	1,33
Ciencias agropecuarias	19	2,00	24	1,14
Ciencias jurídicas y criminología	16	1,68	29	1,40
Educación y pedagogía	15	1,58	29	1,40
Medicina y ciencias de la salud	12	1,26	28	1,33
Vestuario y moda	11	1,16	15	0,71
Ciencias exactas y naturales	5	0,53	5	0,23
No clasificados	14	1,47	16	0,76
Totales	952	100	2.096	100

las generaciones más jóvenes. Basta con examinar la cartelera cinematográfica, las ofertas de las casas de discos o los anuncios de conciertos de música popular para constatar que una buena proporción de estas formas de cultura y entretención provienen del mundo anglosajón. Luego, la prensa introduce préstamos del inglés cuando informa acerca de estas expresiones artísticas populares y hace de nexo entre la cultura fuente y los lectores. Los hablantes probablemente los recogen, ya sea por vacíos denominativos o por esnobismo de los consumidores de este tipo de cultura.

En segundo lugar, se puede observar que los anglicismos sin adaptación provenientes del deporte como también los de la economía, el comercio y las finanzas, exhiben una alta *type frequency* y son las unidades que exhiben también la más alta *token frequency*. De ello se puede colegir la asiduidad con que se usan anglicismos en estos dos ámbitos.

Los chilenos, consumidores pasivos de deportes de masas, se refieren al quehacer deportivo mediante la jerga propia de la actividad. Probablemente, cuando se trata de deportes provenientes del mundo anglosajón, este lenguaje importado se canaliza directamente en inglés por la prensa. Luego, los usuarios adoptan parte de esta jerga en español, especialmente cuando intentan llenar vacíos denominativos. Castañón Rodríguez (2000) confirma esta idea, identificando al deporte como un foco de extranjerismos con predominio del inglés por sobre otras lenguas y observa que existe una marcada asimilación de anglicismos deportivos en el lenguaje periodístico.

En el plano de la economía, el comercio y las finanzas, es dable pensar que la acentuada influencia del inglés tenga relación con la instauración en Chile del modelo de desarrollo económico y social al despuntar la década de 1980, modelo que se basa en la doctrina de Libre Mercado desarrollada en la Universidad de Chicago (Samsing, 2008) y que, a partir de 1984, se centra en el modelo exportador (Ainzúa Auerbach, 2005). En sintonía con lo anterior, muchos economistas chilenos se han postgraduado en universidades estadounidenses y, por ende, muchas veces emplean la jerga de la economía en inglés. Además, este idioma se utiliza como *lingua franca* en las actividades enmarcadas en los acuerdos comerciales entre Chile y otros países, por ejemplo, China, India y Japón. En consecuencia, en el ámbito de la economía, el comercio y las finanzas se emplea mucha terminología en inglés, la que probablemente constituye una fuente directa de anglicismos para la prensa, que los recoge con escasa o nula modificación.

Si bien en el mercado actual existe una amplia oferta de aplicaciones computacionales en español, muchas otras están disponibles solo en inglés; de allí que la jerga de la computación por lo general esté repleta de términos anglicados. A ello se añade la gran cantidad de información que circula en internet en inglés, la que supera ampliamente a la información en español. Posiblemente el torrente de avances provoca vacíos denominativos, cediendo lugar a la aculturación lingüística de

los hablantes. Todas estas son razones que permiten entender la alta *type frequency* de préstamos del inglés en la computación y las comunicaciones.

Es importante señalar que la cantidad de anglicismos encontrados en la prensa no necesariamente refleja la densidad real en el uso cotidiano de préstamos del inglés en determinadas áreas temáticas. La presencia de voces anglicadas podría estar asociada más bien a la cantidad y al tipo de información que los periódicos deciden publicar en un momento dado.

Por una parte, la asimilación de anglicismos sin adaptación alguna en determinadas áreas del conocimiento puede implicar un signo de aculturación, ya que los redactores de periódicos y los hablantes usarían voces anglicadas como señal de éxito en la sociedad receptora.

Por otra parte, la baja *type frequency* en gastronomía, vestuario, moda, turismo y hotelería no significa que el lenguaje anglicado sea infrecuente en estos rubros, sino que probablemente se evidencie más en publicaciones de otro tipo: revistas especializadas, menús de restaurantes, catálogos de tiendas, avisos publicitarios, folletos turísticos, etcétera.

Al analizar los préstamos no adaptados provenientes del inglés, se podría conjeturar que la prensa tiende a preferir anglicismos por diversos criterios: a) economía lingüística (*mall, mail, notebook, playoff, retail, upgrade, sitcom, stud*), b) moda (*peak, berry, backstage, talk show*), c) prestigio social (*know how, resort, outdoor, club house, lodge*), d) vacíos denominativos exactos (*netbook, jingle, subprime, commodity*) o tal vez una combinación de estos criterios.

La distribución de las más altas frecuencias (*type frequency*) de los anglicismos adaptados se concentró también en la cultura y la entretención, los deportes y la economía, el comercio y las finanzas; además, entre los anglicismos con adaptación hubo alta *type frequency* en las ciencias sociales (ver Tabla 6).

Los anglicismos adaptados de uso frecuente en la cultura, los deportes, la economía y las ciencias sociales conformaron cerca del 60% de estas unidades y la presencia de voces anglicadas en los demás campos del saber fue muy escasa.

Sáez Godoy (2005) argumenta que la incorporación de préstamos se produce por lo general en léxicos especializados (deportes, economía, finanzas, ciencias naturales y exactas,

ciencias humanas y sociales, tecnologías, música, espectáculos, comunicaciones, vestuario, turismo y viajes), pero que la mayoría de estas voces quedan en ese ámbito restringido, son efímeras o terminan asimilándose a la lengua general. El presente estudio indica una tendencia contraria respecto del proceso de adopción de anglicismos: un cierto grado de banalización de la terminología (Fuentes y otros, 2008) y una perdurabilidad de los anglicismos en el tiempo.

TABLA 6
**Distribución de frecuencias de anglicismos adaptados
por áreas del conocimiento**

Áreas del conocimiento	<i>Type frequency</i>	Porcentaje de <i>type frequency</i>	Token frequency	Porcentaje de <i>token frequency</i>
Actividades de la cultura y la entretención	20	24,39	26	21,14
Deportes	16	19,52	28	22,76
Ciencias sociales	11	13,42	15	12,20
Economía, comercio y finanzas	8	9,76	10	8,13
Ingeniería y tecnología	5	6,10	6	4,88
Ciencias de la información y la informática	4	4,88	13	10,57
Medicina y ciencias de la salud	3	3,65	5	4,07
Ciencias exactas y naturales	3	3,65	6	4,88
Ciencias agropecuarias	2	2,44	4	3,25
Gastronomía	2	2,44	2	1,62
Turismo y hotelería	2	2,44	2	1,62
Arte, arquitectura y urbanismo	1	1,22	1	0,81
Humanidades y filosofía	1	1,22	1	0,81
Vestuario y moda	1	1,22	1	0,81
No clasificados	3	3,65	3	2,43
Totales	82	100%	123	100%

En otro estudio sobre préstamos en la prensa (Morin, 2006), que incluyó ocho países latinoamericanos, entre ellos Chile, también se menciona el ingreso veloz de anglicismos del

área de la computación y de internet al español. Es interesante constatar que tanto el estudio de Sáez Godoy (2005) como el de Morin (2006) son coincidentes con los resultados de la presente investigación en cuanto a las áreas del saber que más léxico importan desde el inglés.

3.5. Razones de la adopción y la no adaptación

En cuanto a los motivos por los que se adoptan anglicismos en Chile, habría una relación directa con la globalización y el modelo económico imperante en el país. La importación de nuevos adelantos implica no solo la introducción de los referentes, sino también de su denominación. La velocidad con que suceden los avances provoca vacíos léxicos en la cultura receptora, los que se suplen con la adopción casi espontánea de anglicismos.

En su estudio de los anglicismos en textos de divulgación, Diéguez (2004) postula que la no adaptación de los préstamos posiblemente se deba a la falta de equivalentes en español, a que son unidades pertenecientes a jergas o a que se trata de anglicismos que se emplean de modo simultáneo con un equivalente con el propósito de hacer una aclaración. A ello se puede añadir la intención de los hablantes de emular modelos que considera exitosos.

3.6. El rol de la prensa

Los medios de comunicación en general y la prensa escrita en particular cumplen un papel preponderante como vehículo de transvase de anglicismos al español. En efecto, el lenguaje periodístico, fuente fecunda de creatividad léxica, suele reflejar los cambios lingüísticos. La prensa escrita es, por lo tanto, una de las fuentes más fructíferas de renovación de léxico de los hispanohablantes (Ortega Martín, 2001). La importancia del rol de la prensa en esta forma de aculturación lingüística ha quedado de manifiesto en este y en otros estudios (Castañón Rodríguez, 2000; Sáez Godoy, 2005).

3.7. Consulta a los hablantes

La encuesta administrada tuvo como objetivo establecer una relación entre la frecuencia de aparición de los anglicismos

de los periódicos y el reconocimiento de ellos por parte de los informantes. El “sentimiento de neologicidad” (Sablayrolles, 2000) de las investigadoras fue coincidente con el criterio de reconocimiento de los encuestados en cuanto a la frecuencia de aparición de las unidades en los periódicos y el grado de familiaridad de los informantes con los anglicismos presentados; de hecho, la discrepancia se expresó solo respecto de tres unidades. Todos los informantes reconocieron *chat*, *facebook*, *mall* y *pendrive*. Por una parte, esto podría explicar el uso masivo y cotidiano de anglicismos en la computación; por otra, *mall* constituye el anglicismo más emblemático de la aculturación estadounidense en el país.

3.8. Identidad cultural

Vistos los resultados de este estudio, cabe preguntarse si la presencia de anglicismos irá en aumento con el tiempo. Millán Loreto (2004) sostiene que dependerá de la “decisión [de los lectores] de conservar el uso de su idioma ante la creación de lo que podría convertirse en una nueva lengua”. Ante la creciente importación de bienes y servicios y los consiguientes vacíos léxicos en el español, además de la comunicación globalizada y de los modelos de desarrollo instituidos, es válido preguntarse si existe realmente la posibilidad de soslayar la adopción de voces pertenecientes a una cultura tan influyente en la vida de una nación. Convendría prestar atención a este flujo e influjo para ver si redundarán finalmente en lo que Márquez Rojas (2006) denomina “alienación o enriquecimiento” de la cultura. Quizás, como postula Millán Loreto (2004), con la invasión cultural las generaciones venideras asimilarán la mezcla de léxicos de un modo más natural, sin diferenciar la lengua propia de la importada, lo que posiblemente traiga consigo una cierta pérdida de identidad nacional.

4. Conclusión

En este estudio se determinó que la mayoría de los préstamos del inglés incorporados al español de Chile por la prensa son unidades neológicas que no han sufrido ningún tipo de adaptación, que corresponden a la categoría gramatical de nombre y que mayoritariamente no presentan marcas tipográficas, lo

que da cuenta de la apertura con que los hablantes aceptan los préstamos del inglés de forma espontánea. Adicionalmente, se detectó la presencia de anglicismos en áreas del conocimiento que tienen estrecha relación con el mundo del intercambio económico y cultural, lo que demostraría un cierto grado de aculturación de la sociedad chilena, que acepta ítems léxicos provenientes de una lengua y una cultura que les sugiere éxito social y económico.

La importación de productos y servicios e ideas y tendencias contribuye a la aculturación lingüística de los hablantes, cuestión que ha quedado de manifiesto en este estudio. Si se considera que los idiomas son entes vivos que evolucionan y que la importación de léxico ha sido una constante histórica en las lenguas, es probable que este fenómeno siga produciéndose en la medida en que las fronteras de toda índole, incluidas las lingüísticas, sigan posibilitando esta permeabilidad entre culturas.

Si se consideran las áreas de mayor permeabilidad de préstamos del inglés hacia la variante chilena del español, se puede concluir que se está en presencia de un fenómeno derivado de la globalización y del modelo económico imperante en el país. El proceso globalizador y el sistema de desarrollo económico posibilitan una fuerte interrelación comercial y cultural donde la lengua inglesa cumple un importante papel al cubrir vacíos denominativos o al otorgarle un sello prestigioso a las nuevas denominaciones. El papel de la prensa escrita es esencial para materializar la adopción de préstamos del inglés en el español de Chile.

Ahora bien, la relevancia para la traducción de este fenómeno radica en una mayor complejización de la actividad traductora, ya que los mediadores lingüísticos se ven enfrentados a la disyuntiva de tener que optar entre la forma anglicada por respeto al uso o la traducción de los anglicismos al español por rigor en el cumplimiento de las normas de la lengua meta, situación que puede incluso provocar conflictos con quien realiza el encargo.

Por último, en Chile no existe una política gubernamental que fomente la protección de la lengua materna, sino que se promueve la idea de “país bilingüe”. Si a ello se suma la admiración general que manifiestan los chilenos por la cultura estadounidense, de la que no están ajenos los redactores de prensa, se abren aún más las posibilidades a la incorporación de anglicismos. Cabe preguntarse, entonces, hasta qué punto Chile defiende su identidad cultural.

5. Bibliografía citada

- ADELSTEIN, Andreína y Florencia BADARACCO, 2004: "Teoría lingüística y estudios neológicos", en *Actas del Congreso Internacional Debates Actuales. Las Teorías Críticas de la Literatura y la Lingüística*, Buenos Aires, Argentina.
- AINZÚA AUERBACH, Sebastián, 2005: "El modelo económico chileno: la globalización y el desarrollo sustentable", conferencia presentada en la Feria de ONG de la Universidad de Chile. [http://www.terram.cl/nuevo/images/stories/preset_modelo_ecomico_chile_globa_desarrollosustentable.pdf], fecha de consulta: 25 de abril de 2011].
- CAMBRIDGE DICTIONARIES ON LINE, 2011: Cambridge University Press. [<http://dictionary.cambridge.org/>], fecha de consulta: 25 de abril de 2011].
- CASTAÑÓN RODRIGUEZ, Juan Carlos, 2000: "Anglicismos hispánicos del deporte moderno". *Idioma y deporte*. [<http://www.idiomaydeporte.com/anglicismos.htm>], fecha de consulta: 15 de abril de 2011].
- CHENGGANG, Zhou y Jiang YAJUN, 2004: "Wailaici and English borrowings in Chinese", *English Today*, N° 79, vol. 20, N° 3, 45-52.
- COMISIÓN NACIONAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA DE CHILE (CONICYT), 2011: [<http://www.conicyt.cl/573/channel.html>], fecha de consulta: 25 de abril de 2011].
- DELGADO ÁLVAREZ, Alberto, 2005: "Los anglicismos en la prensa escrita costarricense". *Kañina, Revista de Artes y Letras*, vol. XXIX, 89-99.
- DIÉGUEZ, María Isabel, 2004: "El Anglicismo léxico en el discurso económico de divulgación científica del español de Chile". *Revista Onomázein*, N° 10 (2004/2), 117-141.
- DOMÍNGUEZ, María José, 2001: "En torno al concepto de interferencia#". *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*. N° 5. [<http://www.ucm.es/info/circulo/no5/dominguez.htm>], fecha de consulta: 15 de marzo de 2011].
- FUENTES, Mary, Constanza GERDING, Alma PECCHI, Gabriela KOTZ y Paola CAÑETE, 2008: "Neología léxica: Prensa escrita y banalización de términos", en *Actas del XI Simposio de RITerm*, Lima, Perú, [http://www.riterm.net/actes/11simposio/Fuentes_Mary-Gerding_Constanza.htm], fecha de consulta: 15 de marzo de 2011].
- FUENTES, Mary, Constanza GERDING, Alma PECCHI, Gabriela KOTZ y Paola CAÑETE, 2009: "Neología léxica: reflejo de la vitalidad del español de Chile". *RLA, Revista de Lingüística Teórica y Aplicada*, Universidad de Concepción (Chile), 47(1), 103-124.
- FUENTES, Mary, Constanza GERDING, Alma PECCHI, Gabriela KOTZ y Paola CAÑETE, 2010a: "Procesos de creación neológica en el español de Chile", en *Actas del V Congreso Latinoamericano de Traducción e Interpretación*, 12-16 de mayo de 2010, Buenos Aires, Argentina.
- FUENTES, Mary, Constanza GERDING, Alma PECCHI, Gabriela KOTZ y Paola CAÑETE, 2010b: "Neología léxica ¿correo electrónico o e-mail?", en *Actas del XII Simposio Iberoamericano de Terminología*, RITerm, 14-17 de septiembre de 2010, Buenos Aires, Argentina.

- GARCÍA YEBRA, Valentín, 1989 [1984]: *Teoría y Práctica de la Traducción*. Segunda edición revisada. Tomo I, Madrid, Gredos.
- GUERRERO RAMOS, Gloria, 1997 [1995]: *Neologismos en el español actual*. Segunda edición. Madrid, Arco Libros S. L.
- HAENSCH, Günther, 2005: "Anglicismos en el español de América". *Revista ELUA (Estudios de Lingüística Universidad de Alicante)*, N° 19, 243-251.
- LAN, Wen-Chun, 2004: *El anglicismo en el léxico chino mandarín y en el léxico español. Su incidencia en la enseñanza-aprendizaje de español como lengua extranjera*. Memoria para optar al grado de Doctor en Filología, Universidad Complutense de Madrid.
- LÁZARO CARRETER, Fernando, 1999: *Diccionario de términos filológicos*, Madrid, Gredos.
- MÁRQUEZ ROJAS, Melva, 2006: "Los anglicismos terminológicos integrales en los textos especializados del español", en *Estudios de Lingüística Aplicada*, año/vol. 24, N° 043. Universidad Autónoma de México, México D. F., 11-29.
- MAZZO ITURRIAGA, Rodrigo, 2008: *Cómo se inserta Chile en un mundo globalizado*, Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. [<http://www.bcn.cl/de-que-se-habla/globalizacion-chile>, fecha de consulta: 23 de marzo de 2011].
- MILLÁN LORETO, Rita, 2004: "Uso de extranjerismos en la prensa venezolana y española: español o inglés, el respeto al idioma". *El cajetín de la Lengua*. [<http://www.ucm.es/info/especulo/cajetin/extran.html>, fecha de consulta: 15 de marzo de 2011].
- MORIN, Regina, 2006: "Evidence in the Spanish language press of linguistic borrowings of computer and Internet-related terms". *Spanish in Context*, volumen 3, número 2, 161-179.
- OBSERVATORIO DE NEOLOGÍA, 2003: *Protocolo de vaciado de prensa escrita*. Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra (mimeo).
- OFICINA DE PUBLICACIONES DE LA UNIÓN EUROPEA, OPUE, 2011: *Libro de estilo interinstitucional*. [<http://publications.europa.eu/code/es/es-000500.htm>, fecha de consulta: 19 de abril de 2011].
- ORTEGA MARTÍN, María Pilar, 2001: "Neología y prensa: un binomio eficaz". *Especulo: Revista de Estudios Literarios*, N° 18, julio-octubre (sin numeración de páginas). [<http://www.ucm.es/info/especulo/numero18/neologism.html>, fecha de consulta: 22 de julio de 2010].
- PERDIGUERO, Hermógenes, 2003: "Innovación léxica en prensa", en *Actas del XIV Congreso Internacional de ASELE*. Burgos. Centro Virtual Cervantes. [http://213.4.108.140/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/14/14_0089.pdf, fecha de consulta: 8 de mayo de 2009].
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2001 [1780]: *Diccionario de la Lengua Española*, vigésima segunda edición. Madrid: Espasa-Calpe. [<http://www.rae.es>, fecha de consulta: 28 de marzo de 2011].
- RITZER, George, 2002: *Teoría sociológica moderna*. Madrid: McGraw Hill.

- RODRÍGUEZ RUBIO, Carlos, 2011: "Los idiomas y su importancia en el proceso de globalización". [www2.csusm.edu/languages/idiomas.doc, fecha de consulta: 5 de abril de 2011].
- SABLAYROLLES, Jean-François, 2000: *La néologie en français contemporain. Examen du concept et analyse de productions néologiques récentes*. Paris: Honoré Champion.
- SÁEZ GODOY, Leopoldo, 2005: "Anglicismos en el español de Chile". *Revista Atenea* N° 492, II Sem, 2005, Universidad de Concepción, Concepción, 171-177.
- SÁIZ MARTÍNEZ, Fernando, 2011: "El lenguaje en el periodismo económico, o cómo no gatillar el repo". [<http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/>, fecha de consulta: 14 de marzo de 2011].
- SAMSING, Finn R. 2008: "Modelo económico de libre mercado vigente en Chile". *Revista Realidades*, N° 106 del 31 de enero. [<http://www.realidades.cl/?p=106>, fecha de consulta: 29 de abril de 2011].
- UNIVERSIA RED DE UNIVERSIDADES, 2011: [<http://internacional.universia.net>, fecha de consulta: 4 de mayo de 2011].
- WORDREFERENCE, 2011: Online Language Dictionaries. [<http://www.wordreference.com>, fecha de consulta: 25 de abril de 2011].

5.1. Corpus de referencia

- DRAE: DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA, 2001 [1780]: Real Academia Española de la Lengua, vigésima segunda edición. Madrid: Espasa-Calpe. [<http://www.rae.es>, fecha de consulta: 28 de marzo de 2011].
- LEMA: BATTANER, María Paz, 2001: *Diccionario de la Lengua Española*. Primera edición. Barcelona: Spes Editorial.
- VOX: BATTANER, María Paz, 2002: *Diccionario de uso del español de América y España*. Primera edición. Barcelona: Spes Editorial.