HABLAR DE MODA EN EL SIGLO XXI: LA INFLUENCIA DE OTRAS LENGUAS SOBRE EL ESPAÑOL EN EL DISCURSO DE LA PRENSA ESPECIALIZADA. EL CASO DE *VOGUE ESPAÑA*

Mª. ÁNGELES SIDRACH DE CARDONA LÓPEZ
Universidad de Murcia, Murcia

RESUMEN

Este trabajo pretende ser un acercamiento al léxico que actualmente se emplea en el discurso especializado de la moda en lengua española. El objetivo perseguido con esta investigación es analizar la influencia que otras lenguas han ejercido sobre el español en este nivel del análisis gramatical, con el fin de comprobar cuáles son los sistemas lingüísticos implicados y cuál es el grado de influencia de cada uno de ellos. La fuente que sirve de base a este estudio es la revista Vogue España*, concretamente los números publicados en marzo y octubre durante el periodo comprendido entre 2000 y 2011. En las siguientes páginas, se analizarán las palabras que designan elementos que forman parte de la indumentaria femenina. Al acabar, se hará evidente que el discurso especializado de la moda en lengua española se nutre de numerosos términos ajenos a su sistema.*

Palabras clave: Discurso especializado, léxico, lenguas extranjeras, moda, Vogue.

ABSTRACT

This work aims to be a lexical approach to the Spanish discourse about fashion. The purpose is to analyse the influence of other languages on the Spanish lexicon so as to investigate which are the linguistic systems involved and what their degree of influence is. The source used in this study is the Spanish version of the fashion magazine Vogue*, concretely the numbers published in March and October during the period 2000 and 2011. In the following pages we will analyse those words that designate elements of women's wardrobe. Finally, this study will show how the Spanish discourse about fashion thrives on many terms beyond its own system.*

Keywords: Specialized discourse, lexicon, foreign languages, fashion, Vogue.

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, el ser humano ha sentido la necesidad de comunicar su interioridad a través de todas las formas de que dispone. Si bien la lengua ha sido el medio de expresión privilegiado, no podemos olvidar que la palabra impone al individuo una serie de limitaciones que es preciso revelar por otras vías de expresión. En este sentido, la moda se ha constituido como un vehículo alternativo que, con el paso del tiempo, ha trascendido su mera dimensión estética y se ha instalado en el corazón mismo de la sociedad, configurándose como un elemento que interviene decisivamente en la construcción de la conciencia individual y colectiva de quienes la componen, ya que al tiempo que se articula como expresión manifiesta de la singularidad del individuo, delata su pertenencia a un grupo concreto y, por consiguiente, su oposición a otros (Ruiz Palomino, 2001: 338).

La necesidad de contemplar este fenómeno con las lentes de quien se dedica al estudio de la lengua es una consecuencia directa de su carácter social, pues la moda, en tanto componente intrínseco de la sociedad, refleja sus transformaciones y evoluciona al compás que los contextos marcan. Por esta razón, no ha permanecido ajena al nuevo orden social, sino que, como señala Melander (2012: 1), «el mundo de la moda vive la internacionalidad de hoy»; lo que en el plano lingüístico se manifiesta en el establecimiento de contactos que abren la puerta a la introducción de voces extranjeras.

En el ámbito de la comunicación especializada en moda, el español ha vivido siempre a la sombra de otros sistemas lingüísticos históricamente más influyentes debido a la ausencia de una industria nacional poderosa; pero en los últimos años esta marcada tendencia hacia la adopción de voces de origen foráneo se ha acentuado como consecuencia de la creciente importancia social de la moda y del proceso de internacionalización que atraviesa el sector. Ante esta situación, el objetivo perseguido con esta investigación es analizar la influencia que otras lenguas han ejercido sobre el español en el nivel léxico del discurso especializado de la moda, con el fin de comprobar cuáles son los sistemas lingüísticos implicados y qué grado de influencia presenta cada uno.

2. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo esta investigación, ha sido necesario disponer de una publicación especializada en moda que permitiera contemplar el fenómeno estudiado en su contexto original. Como consecuencia del auge social de la moda, desde finales del siglo pasado hemos asistido en nuestro país a la proliferación de numerosas revistas especializadas en el tratamiento de aspectos relacionados con esta temática. No obstante, en nuestro caso, decidimos acotar el objeto de estudio a la edición española de *Vogue*, puesto que se trata de la revista más influyente en esta materia, hasta el punto de que ha sido bautizada como la «Biblia de la moda».

En la actualidad, se encuentra en manos de la corporación Condé Nast y se edita con una periodicidad mensual. No obstante, ante la imposibilidad de analizar todos los números publicados hasta la fecha, se seleccionaron solamente aquellos editados en los meses de marzo y octubre durante el periodo comprendido entre 2000 y 2011. Esta elección se fundamentó en la división que establece el calendario de la moda para la presentación de las colecciones de los diseñadores, que tiene lugar en febrero y en septiembre durante la celebración de la Semana de la Moda. En los números siguientes, *Vogue* se hace eco de este evento e incrementa considerablemente el volumen de páginas, lo que unido al hecho de que las nuevas creaciones de la moda hubieran podido traer consigo la introducción de nuevos vocablos, nos llevó a considerar que eran los números más apropiados para la realización de este trabajo.

Si bien en un principio nuestro objetivo era abarcar todo el siglo XXI, los últimos ejemplares conservados en la Biblioteca Regional de Murcia datan de finales de 2011 y ningún otro fondo documental de la Región dispone de aquellos que restan hasta llegar al presente. Por este motivo, tampoco se utilizó el número publicado en marzo de 2002, dado que, por razones que desconocemos, no se conserva en la Biblioteca Regional. En total se analizaron veintitrés números, que aparecen recogidos en la siguiente tabla:

Publicación	Número	Año	Mes
Vogue España	144	2000	marzo
Vogue España	151	2000	octubre
Vogue España	156	2001	marzo
Vogue España	163	2001	octubre
Vogue España	175	2002	octubre
Vogue España	180	2003	marzo
Vogue España	187	2003	octubre
Vogue España	192	2004	marzo
Vogue España	199	2004	octubre
Vogue España	204	2005	marzo
Vogue España	211	2005	octubre
Vogue España	216	2006	marzo
Vogue España	223	2006	octubre
Vogue España	228	2007	marzo
Vogue España	235	2007	octubre
Vogue España	240	2008	marzo
Vogue España	247	2008	octubre
Vogue España	252	2009	marzo
Vogue España	259	2009	octubre
Vogue España	264	2010	marzo
Vogue España	271	2010	octubre
Vogue España	276	2011	marzo
Vogue España	283	2011	octubre

Tabla 1. Números consultados de *Vogue España*

Cabe señalar que se descartaron las secciones de «Viajes» y «Cocina», ya que, tras haberlas leído al inicio de esta investigación, se llegó a la conclusión de que no podían aportar información útil. También hay que mencionar que únicamente se tuvo en cuenta el material propio de *Vogue España*, por lo que todos los anuncios publicitarios procedentes de otras empresas fueron excluidos. Aun así, la nómina de términos resultante acabada la lectura excedía en mucho los límites de este trabajo, de manera que fue necesario acotar nuestro objeto de estudio a las voces referentes a la indumentaria femenina.

A la hora de llevar a cabo la clasificación de los términos, se adoptó un enfoque histórico, en consonancia con el planteamiento metodológico propuesto por Pratt (1980), quien distingue entre étimo último y étimo inmediato. El primer concepto hace referencia a la lengua que originalmente crea la palabra. Por su parte, el segundo se refiere al sistema lingüístico que vierte directamente el préstamo sobre otro idioma, ya que, en ocasiones, la transmisión de voces foráneas tiene lugar por medio de una lengua distinta de aquella que en realidad proporciona la palabra. En aquellos casos en los que en la transmisión de un préstamo están implicadas dos o más lenguas, se recurrió a la distinción entre étimo último y étimo inmediato, concediendo prioridad al étimo inmediato.

3. RESULTADOS

Nuestro análisis se estructura en tres apartados según el grado de influencia de cada una de las lenguas prestatarias. Los dos primeros están destinados, respectivamente, al estudio de las voces de procedencia inglesa y francesa, mientras que el tercero contiene términos de origen italiano y palabras tomadas de lenguas orientales.

3.1 La influencia de la lengua inglesa

El estudio de los anglicismos permite establecer una gradación en función de su grado de especialización, que iría desde un pequeño grupo de palabras que están plenamente integradas en nuestra lengua hasta una amplia mayoría, cuyo uso se circunscribe a un ámbito de comunicación muy especializada. En este primer grupo encontramos voces como *jersey*, *suéter*, *cárdigan* y *mocasín*, que están introducidas en español desde principios o mediados del siglo pasado e incluso, en el caso de la voz *mocasín*, desde la segunda mitad del siglo XIX.

A medio camino en esta escala de especialización aparece el término *blazer*, referido a un modelo de chaqueta de corte masculino, similar a una americana, que llega hasta la mitad del muslo. Si bien su incorporación a la lexicografía española es relativamente reciente, ya en el año 2001, Ruiz Palomino (2001: 341) señala que este vocablo «se ha extendido entre los hablantes de un nivel medio en tanto que

aporta una serie de connotaciones que podríamos considerar ideológicas».

En el extremo opuesto de esta gradación situamos aquellas voces de incorporación reciente que pertenecen todavía a un ámbito de comunicación muy especializada. En el terreno de la indumentaria, encontramos términos como *tank top*, que se utiliza para referirse a un modelo de camiseta sin mangas con forma de X en la parte superior trasera; *biker*, que hace referencia a una chaqueta ajustada de cuero; *jerkin*, que designa una prenda sin mangas que imita a una antigua chaqueta o abrigo corto fabricado originalmente en cuero; y *t-shirt*, cuyo uso en este tipo de discurso es masivo en detrimento de la voz castellana *camiseta*, dado que en la comunicación especializada el anglicismo posee un significado más específico que su equivalente español, ya que se refiere exclusivamente al modelo que presenta forma en T, mientras que el término *camiseta* tiene una denotación más amplia. Asimismo, cabe mencionar la presencia de la denominación *baggy pants*, con la que se alude a un modelo de pantalón ancho en la zona de la cadera.

En el apartado dedicado a los complementos, es frecuente la aparición de denominaciones como *shopping bag*, que hace referencia a un bolso cuadrado que toma su nombre por su semejanza con la forma que presentan las bolsas de la compra elaboradas en papel; *utility bag*, que se refiere a un bolso caracterizado principalmente por tener muchos compartimentos; y el conocido bolso de mano, que se denomina en este tipo de discurso con el término inglés *clutch*.

En lo relativo al calzado, encontramos denominaciones como *peep-toes*, *flats* o *flip-flops*, que se refieren, en primer lugar, a un zapato de tacón que deja al descubierto la parte delantera; en segundo lugar, a cualquier calzado de suela plana; y, en tercer lugar, a lo que en español conocemos con el nombre de *chanclas*.

El estudio de las voces tomadas de la lengua inglesa también permite constatar que, en ocasiones, cuando se introducen en español, experimentan cambios desde el punto de vista morfológico que afectan, en este caso, al número. Palabras como *bermudas*, *shorts*, *leggings* o *jeans*, que normalmente se han utilizado en plural con sentido singular, presentan en las páginas de *Vogue España* un

correlato singular, que convive con la forma plural para designar en ambos casos un único elemento.

Por otro lado, se ha podido comprobar que, en ocasiones, cuando se introduce una denominación inglesa, no se incorporan todos sus elementos, sino solamente uno de ellos, como sucede en *trench* 'gabardina', que procede de la expresión *trench coat* (Rodríguez González y Lillo Buades, 1997: 520). En otros casos, se traduce uno de los elementos, lo que da lugar a la aparición de denominaciones como *cazadora bomber* o *chaqueta bomber*, en las que se ha traducido el término inglés *jacket*.

En último lugar, hay que hacer mención al papel que ha desempeñado el inglés como transmisor de voces orientales (Lorenzo, 1987, ápud. Rodríguez Medina, 2000: 106). Sucede así en el caso de la voz *pijama*, que el español ha tomado directamente del inglés *pyjamas*. No obstante, si deshacemos el camino que ha recorrido la palabra hasta llegar a nuestra lengua, su historia comienza en el persa, que vierte la voz original *paejâama* al urdu y este, a su vez, presta la forma *pa(e)jama* al inglés, que convierte la palabra en *pyjamas* y con esta forma se introduce en español, donde se adapta gráficamente como *pijama* (Rodríguez González y Lillo Buades, 1997: 387).

3.2 La influencia de la lengua francesa

A diferencia de las voces de procedencia inglesa, introducidas mayoritariamente a partir de la segunda mitad del siglo XX, los términos de origen francés se incorporan al español principalmente durante los siglos XVIII y XIX. Por esta razón, palabras como *blusa*, *bufanda*, *casaca*, *corsé* o *levita* están hartamente documentadas en nuestra lengua y algunas, como *pantalones*, se han integrado hasta el punto de que el hablante medio no es capaz de percibir su origen extranjero. En contraposición, es posible encontrar algunas voces que se han introducido en tiempos más recientes, como *bustier* o *chándal*.

También el francés ha sido el vehículo de transmisión de voces orientales, como sucede con la palabra *chal*, que el español ha tomado de la lengua gala pero que procede en su origen del persa. La misma explicación es aplicable al término *caftán*, cuya lengua de origen es el

árabe, aunque nos haya llegado por la vía francesa (Moliner, 1966: 477).

Asimismo, hay que destacar su papel como lengua transmisora de voces surgidas en el seno de la lengua inglesa. Es el caso de la palabra *smoking*, que a primera vista pudiera parecernos un anglicismo, pero si deshacemos los pasos que ha andado hasta introducirse en español, las huellas nos revelan que la lengua transmisora es, en realidad, el francés, dado que el inglés nunca ha usado la palabra *smoking* para referirse a una prenda de ropa, salvo que fuera acompañada del sustantivo *jacket*. La forma *smoking jacket*, propia del inglés antiguo, cayó en desuso en su lengua de origen, donde se sustituyó por la actual *dinner-jacket*, pero antes de desaparecer fue adoptada por el francés, donde tuvo lugar la pérdida del segundo elemento (Pratt, 1980: 32).

Por último, hay que hacer referencia a la manipulación que en el discurso especializado de la moda se hace de la lengua para dotar a un determinado término de una serie de connotaciones que por sí mismo no tiene. En esta ocasión, se ha recurrido al empleo de la palabra *espadrilles*, cuya presencia testimonial responde sencillamente a un capricho del redactor que, al utilizar esta voz, pretende eliminar las posibles connotaciones rurales que pudiera despertar su equivalente español *alpargatas*.

3.3 La influencia de otras lenguas

La influencia del italiano se debe, en el caso de palabras como *peto* o *chaleco*, a contactos que tuvieron lugar entre ambas lenguas a finales de la Edad Media y durante la época renacentista. Debido al periodo transcurrido, se trata de voces cuyo uso se ha afianzado en la lengua española, frente a términos como *stiletto* o *pantalón palazzo*, que han aparecido en tiempos recientes y que están restringidos a un contexto de comunicación especializada. El primero hace referencia a un tacón de aguja acabado en punta en la parte delantera, mientras que el segundo se refiere a un pantalón de pata ancha y talle alto que desciende recto desde la cintura hasta los pies.

Por su parte, la presencia de voces exóticas se explica por el gusto de la sociedad occidental de emular determinados aspectos de la

cultura oriental. En las páginas de *Vogue España* aparece el término *kimono*, que nuestra lengua ha tomado del japonés, con el que se designa una túnica de mangas largas y anchas cruzada por delante que se ciñe al cuerpo con un cinturón (*DRAE*, s.v. *quimono*). A pesar de que se trata de una voz que lleva introducida en nuestra lengua más de un siglo, hemos podido constatar que todavía no se ha consolidado su adaptación a la ortografía española, pues las formas con *k* y con *qu* se emplean indistintamente. Para finalizar este recorrido por las voces de procedencia extranjera, cabe aludir a la aparición testimonial de otra voz de origen japonés como *haori*, que únicamente se menciona en el número 180 de marzo de 2003 para referirse a un abrigo suelto de manga larga que llega hasta la rodilla (O'Hara, 1989: 146).

4. CONCLUSIÓN

Como se ha podido comprobar, el discurso especializado de la moda en lengua española apenas habla nuestro idioma, sino que se nutre de numerosas voces extranjeras que han ido conformando el vocabulario propio de este tecnolecto, que, debido a la creciente importancia social de la moda, extiende su ámbito de actuación más allá de la esfera reservada a los profesionales del sector y se proyecta asimismo sobre el resto de la sociedad, de manera que las voces que hoy son consideradas tecnicismos, mañana pueden pasar a formar parte de la lengua general.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Condé Nast (Ed.). 2000. *Vogue España*, 144, 151.
Condé Nast (Ed.). 2001. *Vogue España*, 156, 163.
Condé Nast (Ed.). 2002. *Vogue España*, 175.
Condé Nast (Ed.). 2003. *Vogue España*, 180, 187.
Condé Nast (Ed.). 2004. *Vogue España*, 192, 199.
Condé Nast (Ed.). 2005. *Vogue España*, 204, 211.
Condé Nast (Ed.). 2006. *Vogue España*, 216, 223.
Condé Nast (Ed.). 2007. *Vogue España*, 228, 235.
Condé Nast (Ed.). 2008. *Vogue España*, 240, 247.
Condé Nast (Ed.). 2009. *Vogue España*, 252, 259.
Condé Nast (Ed.). 2010. *Vogue España*, 264, 271.
Condé Nast (Ed.). 2011. *Vogue España*, 276, 283.
Melander I. 2012. *Préstamos en el ámbito de la moda española: una investigación del empleo de palabras extranjeras en la revista de moda Vogue España*. Upsala: Universidad de Upsala.
Moliner M. 1966. *Diccionario de uso del español*. Madrid: Gredos.
O'Hara, G. 1989. *Enciclopedia de la moda: desde 1840 hasta nuestros días*. Barcelona: Destino.
Pratt C. 1980. *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Madrid: Gredos.
Real Academia Española. 2014. *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Real Academia Española, 23ª ed.
Rodríguez González F. (Dir.), Lillo Buades A. 1997. *Nuevo diccionario de anglicismos*. Madrid: Gredos.
Rodríguez Medina Mª. J. 2000. "El anglicismo en español: revisión crítica del estado de la cuestión", *Philologia hispalensis*, 14: 99-112.