

Procedimientos de formación neológica en la moda actual

Aurora Martínez Ezquerro

Universidad de La Rioja (España) ✉

<https://www.doi.org/10.5209/clac.104877>

Recibido: 12 de septiembre de 2025 • Aceptado: 14 de noviembre de 2025

ES Resumen: La moda se caracteriza por la constante renovación de tendencias que imponen una pasajera indumentaria la cual precisa de un lenguaje adaptado a esta inmediatez. En la presente investigación se estudian los neologismos empleados para nombrar la vestimenta femenina actual. Para ello, se analiza con metodología descriptiva e interpretativa el corpus formado por dichos términos extraídos de revistas y de webs de grupos comerciales marca España de las temporadas 2023 a 2025. Las unidades lingüísticas examinadas se organizan atendiendo a los procesos de formación registrados, esto es, neologismos de forma, préstamos y neologismos semánticos. Los datos analizados muestran una elevada productividad de extranjerismos en combinación con mecanismos vernáculos formales, como la prefijación y la composición sintagmática. En suma, este efímero lenguaje posee una terminología específica que, en muchos casos, recurre a procedimientos neológicos, principalmente anglicismos crudos procedentes de los focos exportadores de moda.

Palabras clave: neologismo; préstamo; compuesto sintagmático; semántica.

ENG Neological formation procedures in present fashion

Abstract: Fashion is characterized by constantly changing trends and imposing temporary clothing that must be named in a language that adapts to these changes. This research studies the neologisms used to name current women's clothing. To carry out this study, a descriptive and interpretive analysis is made of the corpus consisting of words extracted from magazines and websites of commercial groups that are Spanish brands and from the 2023 to 2025 seasons. The words analyzed are organized according to the neological formation processes that have been collected, that is, form neologisms, borrowings, and semantic neologisms. The data studied demonstrate that there is a high productivity of foreign words that are combined with formal vernacular mechanisms, such as prefixation and syntagmatic composition. In short, the changing language has a specific terminology that, in many cases, employs neological procedures, mainly crude anglicisms that come from the fashionable export centers.

Keywords: neologism; loanword; phrase compound; semantics.

Sumario: 1. Introducción. 2. Moda y lengua de especialidad. 3. Procedimientos de formación neológica. 4. Desarrollo de la investigación. 4.1. Objetivos y metodología. 4.2. Resultados y análisis de datos. 4.2.1. Neologismos de forma. 4.2.2. Préstamos. 4.2.3. Neologismos semánticos. 5. Conclusiones. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Martínez Ezquerro, A. (2026). Procedimientos de formación neológica en la moda actual. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 105 (2026): 95-107. <https://www.doi.org/10.5209/clac.104877>

1. Introducción

La moda se caracteriza por la constante renovación de tendencias, estas imponen una temporal indumentaria que emplea un lenguaje adaptado a la inmediatez de los nuevos estilos. Los novedosos estilos se difunden por amplios sectores de la sociedad con rapidez, si bien el origen de esta industria se halla principalmente en ámbitos no hispanos —circunstancia que favorece la propagación de préstamos y también se recurre a otros procedimientos neológicos para nombrar tales creaciones con la precisión requerida—.

En este contexto, la globalización, que difunde vertiginosamente las uniformadoras tendencias de estilo, crea “una moda global que supera todas las barreras de clase y las fronteras nacionales. De ahí que, en las sociedades postmodernas, las modas se propagan como [...] los virus informáticos” (Martínez Barreiro, 2006: 202). Los cambios que continuamente se producen “hacen que surjan nuevos [...] conceptos que denominar y, por consiguiente, que se originen nuevas palabras de forma ininterrumpida. Debido a la globalización,

estas nuevas realidades pasan a conocerse en todo el mundo [...]. El mundo de la moda [...] no es una excepción” (Gutiérrez y Pérez, 2020: 60). La consustancial fugacidad denominativa de estas tendencias es refrendada por Mondéjar (1998: 47) para quien “La moda, frente a la lengua, sólo representa determinadas corrientes estéticas, en períodos concretos de tiempo, de una determinada sociedad, en la que la prenda puede desempeñar un papel discriminatorio”.

Esta dinámica, efímera y accesible moda constituye un sector de gran consumo cuyos cambios terminológicos están determinados por factores socioculturales. Los usos y valores asociados a la indumentaria van modificándose, tal como indica Vaquero Argüelles, y su consumo actual es vastísimo:

Hasta el siglo XIV la ropa había sido [...] símbolo de pertenencia a una determinada clase social, pero la innovación renacentista [puso] de relieve el valor de la individualidad. La ropa empezó a convertirse en exaltación de un gusto propio. [...] La industria textil progresaba y la comunicación por mar [...] aportaba tintes de colores nuevos [...]. Entre la aristocracia y la burguesía de las ciudades italianas y flamencas comenzó a desarrollarse un diálogo nuevo a través de la vestimenta, [...] que se extendió por toda Europa y no se produjo en ninguna otra cultura: las modas. [...] Sin embargo, sólo durante el siglo XX este fenómeno cobra dimensiones desconocidas. (Vaquero Argüelles, 2007: 123)

En relación con estas transformaciones, la globalización económica ha extendido masivamente una estética que comparte identidad y, en consecuencia, usos lingüísticos. Las subculturas juveniles utilizan un estilo que incluye ropa, peinado o accesorios y con él afirman su afiliación al grupo frente a otras culturas. Para Martínez Barreiro (2006: 202), “La moda global supera todas las barreras de clase y las fronteras nacionales, aspecto que se refleja, asimismo, en el lenguaje utilizado para vender las mercancías”. En este contexto se crean y propagan neologismos que designan las nuevas realidades y cuya necesidad denominativa es, en muchas ocasiones, referencial (Mondéjar, 1998; Montoya Ramírez, 1998; Callan, 1999; Ruiz Palomino, 2001; Rubio Martínez-Abarca, 2025). Según Lázaro Carreter (1997: 580), “la precisión de nombrar realidades nuevas constituye la primera causa para prohiar neologismos”.

A la luz de esta realidad, en la presente investigación de metodología descriptiva e interpretativa se estudian los neologismos empleados en el ámbito de la moda actual. Se analiza el corpus formado por las unidades léxicas extraídas de revistas y de webs de ropa femenina de importantes grupos comerciales marca España de las temporadas de primavera/verano y otoño/invierno (así como de los períodos intermedios) incluidas en los años 2023 y 2024, junto con la temporada de primavera/verano de 2025 (las actualizaciones son semanales en las webs y mensuales en las revistas). El léxico examinado se organiza atendiendo a los procesos de formación observados (neologismos de forma, préstamos y neologismos semánticos), y se muestran registros que ejemplifican dichos procedimientos para ofrecer una muestra representativa sincrónica del uso de las voces.

2. Moda y lengua de especialidad

El lenguaje de la vestimenta es sectorial si se tienen en cuenta la accesibilidad restringida a un número de hablantes -modistos, diseñadores, modelos, patronistas, periodistas de moda, estilistas, *influencers*, etc.- así como sus específicas características pragmáticas y funcionales. El léxico de la moda constituye una lengua de especialidad o tecnolecto, que en la actualidad trasciende el ámbito profesional y llega a un amplio número de personas interesadas en “consumir moda”. A esta fascinación consumista contribuyen especialmente las redes sociales (Instagram, TikTok, Pinterest o Facebook, entre otras) así como las webs de marcas que ofrecen cómodas compras en tiendas digitales -fenómeno en crecimiento exponencial-. El lenguaje de la moda es subsidiario de la lengua común, conforma un vocabulario insustituible constituido por tecnicismos monorreferenciales y sincrónicos. Los focos irradiadores de moda son países de habla inglesa, principalmente, y “el foco exportador más poderoso lo constituye la cultura anglosajona” (Guerrero Ramos, 1995: 44).

En la actual centuria, la lengua de especialidad (Quiles Cabrera, 2021) referida a la moda se difunde con presteza gracias a su difusión en medios digitales y se crean fieles legiones de compradoras capitaneadas por “instruidas” *influencers* (Martínez Ezquerro, 2023a: 23). Esta actividad frenética extiende sus usos lingüísticos más allá del círculo de especialistas, realidad compartida por Fernández Martínez (2020: 7) para quien el uso de estas lenguas sectoriales no se restringe “al ámbito de los profesionales de un sector, sino que [...] tienen un destinatario fuera. Esas lenguas se expanden entre la población y llegan banalizadas a través de los medios de comunicación [...] haciéndose presentes en el acervo léxico del hablante común”. El usuario interesado en la moda está informado y emplea un léxico específico -del que posee mayor o menor conocimiento- en su comunicación con las personas que lo comparten y lo actualiza en función de los cambios e innovaciones que experimenta dicho sector.

3. Procedimientos de formación neológica

Las innovaciones de la indumentaria se nombran, en consecuencia, con un novedoso lenguaje cuajado de numerosos términos específicos que resultan crípticos para el profano (Chozza Armenta, 2000; Barthes, 2003; Ávila Martín y Linares Alés, 2006; Estornell, 2012; Cañete González, Fernández-Silva, Villena Araya, 2019). Estas voces se toman, en muchos casos, de su lengua de origen y suelen constituir, según se ha indicado, el inmediato recurso neológico que convive con otros procedimientos de creación.

Teniendo en cuenta que el objetivo de la presente investigación es el estudio de los neologismos de la moda, se procede a delimitar el concepto. Se considera, de modo general, *neologismo* “todo elemento léxico de reciente incorporación en la lengua” (Alvar Ezquerro, 2007: 13). El completo estudio de Guerrero Ramos ofrece la definición de este término -junto con el de *neología* (1995: 12)- a partir de las consideraciones de

Rey (1976: 3-7) para quien es “una unidad nueva, de naturaleza léxica, en un código lingüístico definido” que cumple tres criterios: tipo de unidad lingüística, dónde estriba la novedad y cuáles son las relaciones entre la unidad neológica y el sistema en que se manifiesta. Valorando la rapidez del cambio léxico del fenómeno neológico, es necesaria la coincidencia temporal del uso lingüístico y “se debe enmarcar el neologismo en una sincronía [...] definida en relación con el objeto de estudio. [...] ha de respetar un cierto número de criterios para que sea aceptable en el plano lingüístico y preciso en el plano terminológico” (Guerrero Ramos, 1995: 13-14). Estos criterios son los de aceptabilidad lingüística (conformidad del sistema de la lengua, amplitud semántica, valor de integración en la lengua, criterio onomasiológico y valor sociolingüístico) y aceptabilidad terminológica (posibilidades de aceptabilidad, consenso de los grupos, contenido informativo, uso del término, comité de normalización, etc.). Asimismo, el estudio de Vega Moreno y Llopart Saumell (2017) ofrece un completo análisis de las definiciones y descripciones de los conceptos de *novedad* y *neologicidad*, tanto las clásicas (Guilbert, 1975; Fernández-Sevilla, 1982) como las nuevas propuestas (Cabré Castellví, 2006; Sablayrolles, 2009; Llopart Saumell y Freixa Aymerich, 2014; Estornell, 2012; Varo Varo, Díaz Hormigo y Paredes Duarte, 2009, García Platero, 2022), y aporta unos parámetros para valorar el fenómeno neológico: los obligatorios (el sentimiento de novedad provocado en el hablante, el filtro lexicográfico y la difusión en el uso) y los no obligatorios (la aparición reciente y la inestabilidad sistemática). Freixa (2022: 70) ofrece un actualizado análisis de los patrones de comportamiento neológico (neologismo efímero, ideal, lógico, realista y variable), y considera que la nueva voz nace y “podrá dejar de serlo si en su evolución consigue llegar al uso de la sociedad o [...] de una parte representativa de ella”. Sánchez Manzanares (2024) aborda el neologismo semántico atendiendo a los distintos criterios de neologicidad (lexicográfico, psicolingüístico, temporal y sistemático). Serrano Dolader (2008, 2016, 2019) parte de la utilidad de la creación de los neologismos léxicos, que responden a factores pragmáticos, sociales y lingüísticos, y destaca que en su formación se toman, en muchos casos, patrones morfológicos específicos del español. Valora Guerrero Ramos que son “imprescindibles para la consideración del neologismo como tal” (1995: 16) los principios de aceptación, difusión y afincamiento. Teniendo en cuenta estos criterios, en la presente investigación se parte de que las unidades léxicas de nueva creación cumplen los principios de aceptación y difusión; en cuanto al proceso de establecimiento y consolidación del nuevo término, aunque no es el objetivo ponderar este aspecto, se cotejan los vocablos con la última edición del *DLE* y con el *Glosario de la moda* (FundéuRAE, 2021). La neología supone, como indica Fernández-Sevilla (1982: 11), “al mismo tiempo utilización del código y subversión [...]: reconocimiento y transgresión de la norma: creatividad gobernada por las reglas y creatividad que cambia las reglas”.

En cuanto a las causas que originan la creación de los neologismos, son unidades léxicas surgidas principalmente para denominar nuevas realidades o conceptos, por lo que su aparición en el corpus obedece principalmente a una necesidad referencial, enmarcada en la neología denominativa, que surge por el imperativo de dar un nombre a un objeto o concepto nuevo (Guerrero Ramos, 1995: 17), frente a esta se halla la neología estilística, fundamentada en la búsqueda de la expresividad de la palabra en sí misma para traducir ideas no originales de una manera nueva o para expresar de manera inédita una visión personal del mundo. Corresponde, según la autora, a la distinción ya clásica, instituida según Zolli (1986) por E. Tappolet (1870-1939), que diferencia:

préstamos de necesidad y préstamos de lujo, distinción paralela a la que se suele establecer entre *neología denominativa* y *neología estilística*, según la creación obedezca a una necesidad práctica o a una búsqueda de la expresividad, con fines lúdicos o estéticos. Los préstamos de necesidad o denotativos [...] sirven para designar productos y conceptos nacidos en un país extranjero. Los préstamos de lujo o connotativos son aquellos causados por un mimetismo lingüístico, desarrollado por el prestigio ejercido por un cierto tipo de civilización y de cultura, o por ignorancia, papanatismo, etc. (Guerrero Ramos, 2013: 122)

Distinción coincidente con la establecida por Alvar Ezquerro (2007: 13) para quien las razones de la creación neológica “en unas ocasiones son objetivas, por la necesidad de nombrar una realidad nueva, y en otras son subjetivas, por la necesidad expresiva que siente el hablante”. Las primeras corresponden a neologismos de carácter denotativo (neologismos referenciales para Guilbert, 1975: 40-41, y Cabré Castellví, 1993: 447), que son necesarios por faltar una denominación que designa una nueva realidad, y las segundas son términos meramente estilísticos (neologismos expresivos, Guilbert, 1975: 40-41, y Cabré Castellví, 1993: 447), que surgen por la voluntad individual de expresar de una manera novedosa y diferente la particular visión de la realidad extralingüística o para presentar de una forma distinta lo ya conocido de manera que interviene la propia capacidad creadora. Por otro lado, García Palacios (2022: 7) considera que el hablante puede estar motivado por una “voluntad neológica” o por la corriente imperante (rechazo o aceptación).

En relación con los procedimientos de creación neológica, siguiendo a Guerrero Ramos (2013: 118), las opciones son “incorporar un elemento léxico en su sistema que dé cuenta de cada concepto, bien mediante la creación de un nuevo término (neologismo formal), bien mediante la adopción o adaptación de una forma extranjera (préstamo) o bien mediante la aplicación significativa de dicho concepto a una forma ya existente (neologismo semántico)”. Auger y Rousseau (2003: 79-84) distinguen tres tipos de neología: de forma, de significado y de préstamo, que vienen a coincidir con las clasificaciones de Sablayrolles (1997) y de Cabré Castellví (2006), así como con las tendencias neológicas actuales -2015-2019- estudiadas por Bernal (2022: 73-104). Si bien, como indica Guerrero Ramos (2013: 119), hay un rasgo común a la mayoría de las clasificaciones, y es que “todas coinciden en separar a los neologismos de origen extranjero (préstamos) de las creaciones basadas en la forma (fonética y sintáctica) y de las basadas en el sentido (neología semántica)”. En la presente investigación se analizan los neologismos a partir de sus procesos de formación según la clasificación tripartita tradicional: *neologismos de forma*, *préstamos* y *neologismos semánticos*.

4. Desarrollo de la investigación

4.1. Objetivos y metodología

El objetivo de la investigación se centra en el estudio del corpus formado por las unidades léxicas neológicas referidas a prendas femeninas extraídas de revistas y webs de moda. Estas voces se analizan enmarcándolas en los recursos de formación registrados. Se muestran términos que ejemplifican los procedimientos a los que se recurre con el fin de aportar una muestra representativa sincrónica del uso de estos vocablos. Considerando que el contenido relacionado con su referencia es similar en los diversos textos, la frecuencia de aparición observa un carácter relativo, razón por la que no se juzga preciso ofrecer una estadística cuantitativa de cada una de las ocurrencias. Concretamente, se han registrado 1.200 ocurrencias y el corpus analizado se halla formado por 360 lemas o formas base establecidas a partir de las unidades léxicas.

Para llevar a cabo el estudio, se ha realizado el vaciado manual de cinco webs de cuatro importantes y exitosos grupos comerciales marca España (la razón de esta diversidad responde al interés por estudiar los usos lingüísticos propios de cada grupo empresarial), que corresponden a Pedro del Hierro (grupo Cortefiel), Mango (empresa Mango MNG Holding), Massimo Dutti/Zara (grupo Inditex) y Sfera (grupo El Corte Inglés). A este corpus se añade la consulta y vaciado -manual, asimismo- de cuatro conocidas revistas (editadas en formato impreso y digital) que abordan exitosamente el tema de la indumentaria femenina y que gozan de amplia difusión en el mercado español, estas son *Telva*, *Clara*, *Elle* y *Woman*. El conjunto de voces recogidas (mediante búsquedas semánticas de sustantivos y lexemas compuestos, junto con sus adjetivos) que constituyen dicho corpus se ha organizado también manualmente en listados representativos de lemas -tras haber analizado los ejemplos de uso- formados a partir del estudio de los aspectos neológicos comunes y específicos de cada término. A la luz de estos datos, la taxonomía final ha atendido a los procesos de formación neológica mostrados en la presente investigación, que aporta registros ejemplificadores de dichos procedimientos y ofrece una muestra característica sincrónica del uso de los vocablos. Se han empleado dos tipos de fuentes documentales para la recogida del corpus porque completan el empleo de los términos en tipologías textuales diferentes; en primer lugar, los textos sintéticos de las webs describen someramente la ropa porque la imagen aporta la información principal y el texto es un pie de página extractado; y, en segundo lugar, las secuencias descriptivas de las revistas contextualizan las prendas e incluyen textos detallados con un estilo más directo (Duque, 2021). Estas dos fuentes informativas permiten analizar, por tanto, de manera complementaria el uso de las formas lingüísticas en los diversos y actuales medios estandarizados de comunicación escrita formal empleados para obtener información sobre el tema.

El corpus se halla compuesto por las unidades léxicas neológicas que nombran las prendas femeninas de las temporadas de primavera/verano y otoño/invierno (y los períodos intermedios) incluidas en los años 2023 y 2024, junto con la temporada de primavera/verano de 2025. El vaciado de los términos permite un acercamiento a una lengua de especialidad “que, solo en las últimas décadas, ha empezado a recibir la atención que merecía por parte de filólogos y lexicógrafos” (Fernández Martínez, 2020: 7).

Tabla 1. Fuentes documentales del corpus

Temporada	Fuentes documentales	Denominación	Consulta / Ejemplares
Primavera/verano 23 Otoño/invierno 23 Primavera/verano 24 Otoño/invierno 24 Primavera/verano 25	WEBS	Pedro del Hierro (grupo Cortefiel): https://pedrodelhierro.com/es/es	Marzo de 2023 a agosto de 2025
		Mango (empresa Mango MNG Holding): https://shop.mango.com/es	Marzo de 2023 a agosto de 2025
		Massimo Dutti (grupo Inditex): https://www.massimodutti.com/	Marzo de 2023 a agosto de 2025
		Zara (grupo Inditex): https://www.zara.com/es/	Marzo de 2023 a agosto de 2025
		Sfera (grupo El Corte Inglés): https://www.sfera.com/es/	Marzo de 2023 a agosto de 2025
	REVISTAS	<i>Telva</i>	2023 (12 números) 2024 (12 números) 2025 (7 números)
		<i>Clara</i>	2023 (12 números) 2024 (12 números) 2025 (7 números)
		<i>Elle</i>	2023 (12 números) 2024 (12 números) 2025 (7 números)
		<i>Woman</i>	2023 (12 números) 2024 (12 números) 2025 (7 números)

La clasificación de las voces neológicas más representativas a partir de los procesos de formación constituye una división necesaria *a priori* para catalogar los neologismos, si bien se ha comprobado que en ciertos vocablos o compuestos convergen varios fenómenos, peculiaridad que deja constancia de la exigencia denominativa que impone la moda como lengua de especialidad. En este sentido, el anglicismo (si bien se analiza con detalle en el apartado “Préstamos”) se registra de forma transversal en distintas secciones, razón por la cual algunos términos se repiten en otros apartados e ilustran el fenómeno correspondiente. Estos solapamientos confirman, según se indica en el presente estudio, la influencia del inglés en el ámbito de la moda y su capacidad para penetrar en la lengua española merced al empleo de diversos procedimientos neológicos, como son también los formales y los semánticos.

4.2. Resultados y análisis de datos

Los neologismos surgen principalmente por la necesidad de nombrar una prenda o tendencia nueva, en algunas ocasiones su uso es preciso porque no existe un término equivalente en la lengua de destino y se debe cubrir un vacío denominativo, carencia que lleva a tomar anticipadamente una voz extranjera ante la aparición repentina de una nueva realidad, o por la necesidad de hacer llegar un concepto propio de un campo especializado al público general (Gutiérrez Fernández y Pérez Fernández, 2020: 61-62); otras veces, su empleo puede deberse a la eliminación de una posible ambigüedad, al contacto entre culturas, el estatus privilegiado de la lengua extranjera, la economía del lenguaje o el recurso estilístico. En cuanto a la heterogeneidad de los grupos empresariales seleccionados se constata que no arrojan diferencias en los usos lingüísticos.

Se muestra la clasificación tripartita en la que se enmarcan los neologismos. Los *neologismos de forma* incluyen la creación de nuevas unidades léxicas a partir de elementos pertenecientes a un sistema morfológico de la lengua, para lo que se recurre a dos procedimientos: la *combinación de elementos existentes* (A.1.) mediante *derivación* (A.1.1.) -esta incluye *prefijación* (A.1.1.1) y *sufijación* (A.1.1.2.)- y *composición* (A.1.2.): *compuestos sintagmáticos atributivos* (A.1.2.1.) y *compuestos sintagmáticos subordinativos* (A.1.2.2.); y los *truncamientos* (A.2.): *acronimia* (A.2.1.), *siglación* (A.2.2.) y *abreviación* (A.2.3.). Los *préstamos* se disponen atendiendo a su origen: *italianismos* (B.1.), *galicismos* (B.2.) y *anglicismos* (B.3.). Los *neologismos semánticos* -empleo de elementos existentes en la lengua con un contenido semántico nuevo- se organizan en *metáforas* (C.1.), *metonimias* (C.2.) y *personificaciones* (C.3.).

Tabla 2. Procedimientos de formación neológica

NEOLOGISMOS DE FORMA	A.1. Combinación de elementos existentes	A.1.1. Derivación	A.1.1.1. Prefijación
		A.1.2. Composición	A.1.1.2. Sufijación
			A.1.2.1. Compuestos sintagmáticos atributivos
			A.1.2.2. Compuestos sintagmáticos subordinativos
	A.2. Truncamientos	A.2.1. Acronimia	
		A.2.2. Siglación	
A.2.3. Abreviación o acortamiento			
PRÉSTAMOS	B.1. Italianismos		
	B.2. Galicismos		
	B.3. Anglicismos		
NEOLOGISMOS SEMÁNTICOS	C.1. Metáforas		
	C.2. Metonimias		
	C.3. Personificaciones		

4.2.1. Neologismos de forma

En cuanto a la *combinación de elementos existentes* (A.1.), resulta fructífero el procedimiento de la *derivación* (A.1.1.) para designar un nuevo concepto o tendencia (Lang, 1992); concretamente, el proceso de formación mediante *prefijación* (A.1.1.1) presenta una marcada presencia porque aporta necesarios matices diferenciadores. Los elementos antepuestos más comunes son los marcadores de tamaño de origen latino, es el caso de *maxi-*, que ante un sustantivo se refiere a la largura (*maxipuño*, *maxiabrigo*, *maxivestido*, *maxifalda*) o al tamaño (*maxiblazer*, *maxisolapas*, *maxicamisa*); nótese que la característica añadida por el prefijo nombra un tipo de ropa diferente con un estilo destacado por esta peculiaridad que lo convierte en actual. Si bien hay una clara tendencia a la unión léxica, estos grupos presentan vacilación formal, así se recoge indistintamente *cuello maxi* o *maxicuello*, *falda maxi* o *maxifalda*, incluso el prefijo se emplea para calificar un detalle de la prenda: *mono maxi flor*. Una de las características de este procedimiento es la libre combinación que ofrecen voces que mezclan prefijos unidos tantos a préstamos como a términos patrimoniales -según se aprecia en los registros- porque lo que importa es aludir a la especificidad que marca la moda, tendencia

que rompe con la usual combinación de prefijos en español, que “es muy limitada y se encuentra sometida a restricciones semánticas muy rígidas” (Varela Ortega, 2005: 62).

Otro prefijo de gran productividad es *mini-* (DLE, s.v. “Del ingl. *mini*, y este del acort. del lat. *minimus* ‘muy pequeño’”), que unas veces se une a la base léxica formando una palabra y otras ofrece entidad léxica como elemento independiente, variedad que crea -como se ha visto anteriormente- vacilaciones formales: *minivestido* o *vestido mini* (más empleado), también registrado ocasionalmente como *vestido corto*. Un caso similar es *falda mini* (*miniskirt*, en inglés), *minifalda* (menos empleado) o *mini*, que es el acortamiento (FundéuRAE, s.v.) más usado -Sánchez Fajardo (2021: 116) recoge *midi skirt*-. El conjunto de prefijos que aluden al tamaño se completa con el griego *micro-* en compuestos como *microabrigo*, (*camiseta*, *pantalón*, *vestido*) *micropaña*. La voz *microtendencia* es muy empleada para referirse a una moda efímera.

El prefijo latino *sobre-* añade referencias locativas con matices diversos cuyo objetivo es diferenciar y actualizar la prenda: la *sobrecamisa* es una camisa más amplia que se coloca sobre otra prenda y cumple las funciones de camisa y cazadora; la *sobrefalda* (FundéuRAE, s.v.) es una falda de diferentes larguras que crea el efecto de capas superpuestas.

La formación culta (Campos Souto, 2022) recurre a prefijos de origen griego como *mono-* con función cuantificadora (Serrano Dolader, 2016: 205): *vestido monocolor*; el compuesto *clave monocromo* ofrece el mismo sentido que el anglicismo (*look*) *monoblock*. El concepto de cantidad también se expresa mediante el prefijo latino *multi-*: *camiseta multirrayas*, *bufanda multifuncional*, *print multicolor*.

El superlativo absoluto se forma con el prefijo latino *extra-*: *pantalón extralargo*, *manga extracorta*; también registrado en composiciones sintagmáticas de procedencia anglosajona en donde el uso del elemento foráneo aporta prestigio comercial: *blazer extralarge*. Esta formación es muy empleada en el ámbito de la publicidad: *sabor extralargo* (Ferraz, 1996: 42).

Únicamente registrados en las revistas, se hallan los prefijos *ultra-* y *super-*, contextualizados en textos con comentarios (Serrano Dolader, 2012) valorativos: *prendas ultrafemeninas*, *prendas superversátiles*, *looks superurbanos*. Para Casado Velarde (2015: 46) ofrece enorme productividad “entre los jóvenes” el prefijo culto *super-*; asimismo, es muy empleado por quienes invitan al consumo de moda en las redes sociales, uso que “resulta abusivo” (Martínez Ezquerro, 2023a: 22).

En cuanto a la *sufijación* (A.1.1.2.), se recogen términos derivados con valor adjetival mediante las terminaciones *-ero*, (*cazadora motera*, *top lencero*, *pantalón tobillero*), *-esa* (*manga japonesa*) y *-ado* (*cardigan punto desagujado*, *vestido engomado*, *manga abullonada*). Son formaciones escasas quizá debido al predominio que, por influencia del inglés, muestran los compuestos binominales, según se explica a continuación.

Con respecto a la *composición* (A.1.2.), sus constituyentes se corresponden con lexemas nominales independientes que dan como resultado un nombre compuesto o una frase nominal. El proceso de designación de los conceptos específicos del corpus se caracteriza por la escasa presencia de preposiciones y de guiones como mecanismos de unión. Estas estructuras yuxtapuestas son denominadas por Lang (1992: 113) *compuestos sintagmáticos binominales*, para quien, dado que el español se muestra reacio a admitir compuestos nominales ortográficos, estas formas resultan muy significativas desde el punto de vista léxico. Para Bustos Gisbert (1986: 210), en este tipo de composiciones se acumulan sustantivos para crear una palabra cuyo significado participa de los rasgos semánticos atribuidos a sus dos componentes y tradicionalmente son poco frecuentes en español. La *Nueva Gramática* (2009: 11.1a) los clasifica como *compuestos sintagmáticos* y valora que se forman yuxtaponiendo palabras que mantienen su independencia gráfica y acentual (unas veces con guion y otras sin él).

Según la relación sintáctico-semántica que se establece entre los lexemas del compuesto, se distinguen los atributivos y los subordinativos. En el corpus predominan los *compuestos sintagmáticos atributivos* (A.1.2.1.), o compuestos con estructura subyacente de subordinación relativa (Lang, 1992: 115), que vienen a coincidir con los *compuestos atributivos* (Bustos Gisbert, 1986: 187), en ellos se mantiene la estructura formal de ambos elementos y presentan el núcleo a la izquierda (*tendencia ladylike*, *chaqueta aviador*). Denomina *disyunción* Alvar Ezquerro (1993: 25-26) a esta forma de composición y considera que la relación semántica establecida entre ambas partes no podría existir sin un sustento sintáctico implícito: es una relación de identidad o similitud en la que el segundo elemento es un predicado que se une al primero mediante la fórmula “(que) es”, la identidad así establecida no es absoluta, pero hay algún rasgo común entre ambos sustantivos y la relación semántica producida es la indicada. En estos casos el segundo sustantivo es una aposición con valor adjetivo que puede explicarse como el resultado de una transformación (Cabré y Rigau, 1986) en la que se elide un verbo atributivo (*ser*) o semiatributivo (*parecer*): *silueta lady*, *toque boho*.

Estos compuestos binominales suelen utilizarse para nombrar distintos tipos de una misma prenda creando una red de hipónimos -entre ellos se establecen relaciones endocéntricas- cuyo segundo término destaca lo específico o particular de la prenda: *falda campana*, *pantalón pirata*, *manga murciélago*; el compuesto parece pertenecer a dos clases distintas, si bien la relación semántica establecida entre ambas partes hace que el designado pertenezca a una sola por naturaleza y a la otra figuradamente, lo cual deja una puerta abierta a las frecuentes creaciones expresivas y humorísticas. Estas yuxtaposiciones semánticas, que manifiestan la necesidad por precisar elementos de la prenda base, resultan muy productivas (Martínez Ezquerro, 2023b: 70). Se registran hiperónimos (*falda*, *pantalón*, *manga*, *escote*, *cuello*) que incluyen diferentes tipos de una prenda o de una parte de ella cuyo segundo término destaca la singularidad: *falda: tubo*, *campana*, *pitillo*, *lápiz*, *trapezio*; *pantalón: campana*, *pata (de) elefante*, *pirata*, *pitillo*; *manga: murciélago*, *farol*; *escote: corazón*, *barco*, *palabra de honor*; *cuello: caja*, *cisne*, *chimenea*, *polo*, *tortuga*, *lazo*, *barco*, *pico*. Estas composiciones muestran una notable influencia del inglés, lengua con una marcada tendencia analítica y aislante en la que las relaciones entre las palabras se expresan principalmente por la posición dentro de la

oración. El resultado es un orden relativamente estricto de las palabras, aspecto que favorece una contigüidad más o menos estable de determinados elementos léxicos que pueden llevar a su fusión en uno. Frente a esta característica, el español -lengua sobre todo sintética y flexiva- utiliza menos el orden de palabras como medio de expresión de las relaciones sintácticas, tendencia que condiciona que la permanencia de términos yuxtapuestos no se sienta necesaria, sino más bien casual o elegida.

Resulta muy productiva, asimismo, la pauta N+N cuando el primer sustantivo denomina un color y el segundo un tono particular de la gama designada por el referente del primero. El segundo elemento denota algún objeto (a veces la relación es metonímica) que se toma como representativo o prototípico de esa variedad cromática. Estas formaciones son muy utilizadas porque permiten especificar el color de moda: *azul Klein, verde agua, verde metal, rosa pastel, azul navy, tonos latte* (italianismo). El compuesto *color block* es un anglicismo crudo muy empleado que designa la mezcla en un atuendo (o *look*) de colores lisos llamativos.

Se registran compuestos atributivos que emplean nombres (*estrella, joya, insignia*) con valor adjetival, son exponentes de cualidades destacables en las que el segundo constituyente desempeña una función hiperbólica -con ausencia generalizada de guion, según el modelo de estructura gramatical tomado del inglés-: *prenda estrella, cartera joya, chaqueta punto joya, pieza insignia*.

Se aprecia una serie de compuestos atributivos en los que el modificador añade una precisión semántica que restringe el núcleo para especificar el tipo de prenda, esta concreción conforma subcampos semánticos en relación con la base léxica; destacan los referidos a tendencias: *aire vintage, estética kidcore, estilo preppy, en clave old money, look effortless, tendencia ladylike, toque classy*; a formas: *siluetas lady, corte tipo bomber, vestido estilo cargo, vaqueros flare, pantalón mom, chaqueta aviador*; nombran tejidos: *efecto metal (vinilo, vaquero)*; o a finalidad: *gabardina sport, bermudas working*.

Hay un grupo particular de compuestos atributivos -desde la perspectiva semántica- constituido por formaciones con relaciones exocéntricas (*Nueva gramática*, 2009: 11.1k), en ellas se crea una realidad no referida por ninguno de los elementos y la nueva composición tiene rasgos comunes de ambos, si bien alude a un objeto diferente. Sus elementos yuxtapuestos presentan el núcleo normalmente a la izquierda y en algunas ocasiones aparecen unidos mediante un guion. Estas yuxtaposiciones ofrecen productividad desde la perspectiva sincrónica porque nombran prendas que se hallan en tendencia y la suma de ambas denominaciones combina rasgos o funciones de otras dos ya existentes, se especifica la nueva creación que, en algunos casos, se refuerza con tres términos. Las voces registradas ofrecen vacilación gráfica: *chaleco-blusa, vestido-bustier, falda pareo, falda capa, vestido-túnica, cinturón-corsé/cinturón corsé, cinturón-lazo/cinturón lazo, abrigo batín, falda tipo capa, blazer kimono, cazadora trench, gabardina trench, top chaleco, vestido kaffán (kaftan)*. Ejemplos de la tríada terminológica se hallan en *botines efecto calcetín, blusa efecto capa o torera tipo esmoquin*. La sintaxis particular de estas construcciones permite la rápida creación de neologismos (Guilbert, 1975; Seco, 1977; Urrutia Cárdenas, 1978; Fernández Sevilla, 1982; Lorenzo, 1999; Pena, 2000, 2003), que desaparecen cuando la prenda lo hace.

En cuanto al grupo de *compuestos sintagmáticos subordinativos* (A.1.2.2.), se analizan como una estructura preposicional con los constituyentes relacionados sintácticamente mediante una preposición no explícita (Bustos Gisbert, 1986: 187). Mantienen la estructura formal de los dos elementos lexemáticos, el núcleo se halla a la izquierda y eliden el elemento preposicional que indica la relación interna de subordinación de los términos presentes en el compuesto. Las formaciones del corpus suelen corresponder a compuestos de carácter endocéntrico, pero la libertad y la variación que ofrecen estas estructuras en cuanto a sus relaciones semánticas y sintácticas pueden ser las razones de la pérdida de la preposición (hay pocos casos en los que se mantiene, si bien su uso es vacilante); se trata de una elisión motivada, asimismo, por la predominante influencia anglosajona y por el principio de economía lingüística. Estas estructuras en las que se acumulan sustantivos a la manera del inglés o del alemán reflejan “un tipo de lenguaje moderno muy extendido, que tiende a deshacerse de las preposiciones (*de, a, con*) a favor de la economía en la expresión” (Lang, 1992: 116). Algunas ocurrencias: *bordado lazos, cuello contraste, pantalón traje tobillero, jersey pico calado, blusa hilo metalizado, chaqueta boba botón, chaqueta corta estructura, jersey fantasía, bolso bandolera, cuerpo flores, blusa básica botones, chaqueta denim/camiseta bordado denim*. Se registra vacilación preposicional en estas composiciones atributivas: *tela (de) gabardina, estructura (de) pata de gallo, bolso (en) denim, cartera (de tejido) denim, jersey (de cuello de) caja, jersey polo (con cuello de polo)*. Destaca la sinonimia de los términos *traje chaqueta, traje sastre*, *sastre* con el significado ‘conjunto de americana y pantalón o falda’.

Pocos *truncamientos* (A.2.) se recogen. La *acronimia* (A.2.1.) se registra en *atheleisure* (estilo), anglicismo crudo que designa una tendencia de moda que combina prendas deportivas (*athletic* ‘atlético’) con ropa informal (*leisure* ‘ocio’); fenómeno similar se aprecia en *jeggings* (*jeans* + *leggings* ‘mallas ajustadas’). La ocurrencia *LBD* (*little black dress*) o *vestido negro corto* (este apenas empleado) responde al procedimiento de *siglificación* (A.2.2.). El anglicismo *boho* (estilo) es una *abreviación* (A.2.3.) de *bohemian* (*FundéuRAE*, s.v.). Se incluye el acortamiento *mini* (*minifalda*), ya explicado. Muy generalizado en moda es el empleo del anglicismo crudo *mix* (‘mezcla, mixtura’): *abrigo con mix de tejidos*; no es propiamente un acortamiento porque el término corresponde al sustantivo inglés que designa *mezcla*, si bien en español podría entenderse como reducción de *mixtura* (calco semántico con abreviación). De manera general, los procedimientos por truncación están motivados por la economía lingüística y por el carácter de especialización semántica del léxico de la moda.

4.2.2. Préstamos

Se ha señalado que la lengua de la indumentaria presenta influencia de otros idiomas, especialmente del francés y del inglés (sin olvidar otras como el italiano) y constituye un sector en el que no hay rechazo a las

innovaciones léxicas extranjeras. Se registra un gran número de préstamos lingüísticos, quizá debido a que España no ha estado en la vanguardia de esta industria y, por tanto, es un país colonizado por influencias estéticas foráneas. Como se ha indicado, las razones de adopción de estas voces son por necesidad (préstamos denotativos) o, según Guerrero Ramos (1995: 37), “por un mimetismo lingüístico desarrollado por el prestigio ejercido por un cierto tipo de civilización y de cultura” (préstamos de lujo connotativos).

En el corpus recogido hay dos *italianismos* (B.1.) crudos: *stiletto* y *palazzo* (*pantalón/jeans*). En cuanto a los escasos *galicismos* (B.2.), se registra el no adaptado *culotte*, empleado morfológicamente como sustantivo o elemento apuesto: *culotte* frente a *bermuda culotte pinzas*, *jeans culotte*. El *DLE* registra *culotte* y *culote* (ss.vv.), si bien prefiere la adaptación, con las acepciones siguientes: 1. ‘Braga femenina que cubre parte del muslo’, y 2. Dep. ‘Pantalón corto y ajustado. De tejido elástico, que usan los ciclistas’; definiciones que no se corresponden con el sentido actual, esto es, ‘pantalón acampanado cuya largura llega al tobillo’ -un híbrido entre los pantalones *capri* y los *palazzo*-, voz que muestra una realidad específica que responde a lo que considera Lázaro Carreter como extranjerismo necesario:

en grandes masas de población, se ha desarrollado una conciencia del matiz, que antes sólo poseían las elites. Ello les permite valorar en el objeto rasgos diferenciales que va creando continuamente la moda, y que la publicidad difunde hasta el punto de hacerlos [...] apetecibles. Un *short*, un *slip*, unos [sic] *bermudas*, un *panty* [...] jamás serán confundidos con otras prendas anteriores de similar factura o función. (Lázaro Carreter, 1997: 581)

También crudos, pero innecesarios (no registrados en *DLE*) y ligados a una imagen de elegancia y sofisticación son los términos (*detalle*) *coquette* (‘estilo muy femenino, con tejidos delicados, encajes, volantes, lazos y colores pastel’) y (*falda*) *evasé* (*FundéuRAE*, s.v.) o ‘con forma de *campana*’, denominada, asimismo, *falda campana* (o *falda acampanada*); tampoco hallado en el diccionario normativo (Sánchez Lancis, 2022; Salomón Plata, 2023), se encuentra (*mono/chaleco*) *parachute* (‘ropa con aspecto similar a la empleada por los paracaidistas’). Se registra *crochete* (*DLE*, s.v. *croché* ‘ganchillo’) y el compuesto sintagmático *top crochete*, empleados por economía lingüística. La voz *bustier* (*DLE*, s.v.) designa un ‘corpiño que cubre del pecho a la cintura’ (recogido *vestido-bustier*) y también es un ‘tipo de sujetador sin tirantes que cubre el tronco superior’ (definición no hallada en *DLE*). Otro galicismo es (*top*) *bandeau/bandó* (indistintamente), registrado en *FundéuRAE*, ss.vv. *bandeau*, *bandó* ‘Banda sin tirantes que se usa como top, sujetador o la parte superior del bikini’, y que en algunas ocasiones se recoge formando el compuesto *top bandeau/bandó*. La voz adaptada *chifón* especifica un tejido concreto e insustituible, es un galicismo necesario; en *FundéuRAE* (ss.vv.) se halla junto a *chiffon* ‘Tejido, muy suave y fino al tacto, confeccionado con tela de lino y hebras finas. Se utiliza normalmente en la ropa interior’. *Mule* (‘calzado descubierto en el talón’) es un galicismo -adoptado por exotismo o por economía lingüística- muy extendido en el campo de la moda (*FundéuRAE*, s.v.) que equivale a *zapato destalonado*. Estos términos desvelan la tiranía de la moda en cuanto a la imposición de las prendas y su vigencia, valga como ejemplo el vocablo en desuso *fuseau* ‘mallas usadas en los años 80 y 90 con una banda en la parte inferior que se introduce en la planta del pie’, actualmente sustituido por *leggings* y que ha formado el compuesto, apenas empleado, *leggings fuseau* o *leggings con estribos*.

La cuna de la moda se hallaba en Francia en los siglos XVIII y XIX, pero en los siglos XX y XXI la pujanza del inglés en todos los ámbitos es indiscutible, hecho que confirma la potencia de los países de habla inglesa como centros irradiadores de moda. Para la organización de los *anglicismos* (B.3.), se atiende a las causas de adopción (necesarios e innecesarios), si bien el primer grupo -necesidad o motivación referencial- se subdivide en dos: por un lado, se analizan las unidades lingüísticas que denominan nuevas realidades o conceptos, esto es, a nuevas prendas de vestir o a variantes innovadoras de una prenda ya existente, novedosos tipos de diseños o estilos; y, por otro, se agrupan anglicismos que, si bien no designan nuevas realidades porque ya existen, expresan un concepto o producto que no tiene en español un significante único o específico o cuyas formas patrimoniales de nombrarlo poseen una denotación que carece de los matices de la voz extranjera aportando economía lingüística, precisión y eficacia comunicativa. El segundo grupo se halla formado por préstamos innecesarios con valor predominantemente pragmático expresivo (Martos Núñez y Campos Fernández-Fígares, 2013) vinculados al estilo, a lo atractivo o a la exclusividad de la prenda; son términos que tienen un equivalente en español, circunstancia que puede crear duplicidad (Torijano, 2022) denominativa.

De los *anglicismos* por necesidad, destacan los que aluden a conceptos impuestos por los estilos de moda, como *bomber* empleado en *corte tipo bomber* y, sobre todo, en *cazadora/chaqueta bomber*, donde junto al término patrimonial está el extranjerismo crudo con valor especificador -su origen es la *bomber jacket* o prenda usada por los pilotos de bombarderos americanos en la Primera Guerra Mundial-. Otro ejemplo de las tendencias actuales es *crop* ‘corto, que deja la cintura al descubierto’: *blazer crop*, *americana crop*, *top crop*; esta apócope convive con el participio *cropped*: *top “cropped”*, *jersey “cropped”*, *chaqueta cropped*, *camisa cropped*, *blazer cropped*, forma que muestra vacilación -en algunas ocurrencias se entrecorilla- quizá por considerarse un anglicismo necesario que designa una nueva tendencia.

Actualmente se ha generalizado una amplia gama de estilos de pantalones -la mayoría referidos a *jeans* (voz predominante) o a *vaquero/vaqueros* (*DLE*, ss.vv. *blue jean*, *jean*, *vaquero*, *tejano*)- y cuya precisión semántica exige adaptar anglicismos crudos que aportan una necesaria especialización (Gutiérrez y Pérez, 2020: 66) propia de un lenguaje de expertos. Véanse algunos de los registros que designan modelos que es preciso conocer para diferenciar la prenda: *pantalón* (de corte) *mom* o *mom jeans* (de cintura alta, ajustados a la cintura y rectos); *pantalones baggy*, *baggy jeans* o *vaqueros baggy* (anchos con corte holgado, informales); *vaqueros flare*, *jeans flare* (o *acampanados*); *pantalón boyfriend*, *jeans boyfriend* (de tiro bajo y anchos;

término recogido en *FundéuRAE*, s.v.); *jeans slouchy*, *pantalones slouchy* (de tiro alto y estrechados en los tobillos); *jeans bootcut*, *pantalones bootcut*, *pantalones boot-cut*, *vaquero corte bootcut* (de tiro alto, ajustados hasta las rodillas y más anchos en la parte inferior); *jeans wide leg*, *vaquero wide leg*, *pantalón wide leg* (de tiro medio o alto, pierna ancha desde la cadera hasta el tobillo); *vaqueros balloon*, *jeans balloon* (de tiro alto, se ensanchan en la cadera superior y se estrechan hasta llegar a los tobillos).

Los pantalones, especialmente los *jeans*, se matizan con adjetivos que precisan nuevos cortes: *skinny* ‘estrechos, ceñidos’ (*skinny jeans*, *vaqueros skinny*, *pantalones skinny*), *straight fit* (corte recto, los vaqueros clásicos), *loose fit* (corte suelto), *regular fit* (rectos y un poco anchos en los tobillos) o *slim/slim fit* (ajustados, pero no ceñidos) que, según *FundéuRAE*, s.v. *slim (fit)*, ‘Se aplica al estilo o al corte de trajes, pantalones y prendas en general que se ajustan al cuerpo, ciñéndolo’. Estas denominaciones resultan necesarias para diferenciar las prendas y, si bien, tienen traducción, el principio de economía lingüística, la rapidez de las tendencias y el atractivo de la lengua extranjera contribuyen al empleo del anglicismo crudo (Gutiérrez Cuadrado, 2022).

Destaca un conjunto de voces que designan diversos tipos de pantalón ajustado. Los *jeggings/jeggins* son pantalones ceñidos fabricados con materiales elásticos, igual que los *leggings/leggings*, pero se caracterizan por tener la apariencia de unos *jeans* o *vaqueros* (*FundéuRAE*, s.v. *jeggings* ‘mallas ajustadas que parecen pantalones, normalmente vaqueros’); el *legging* es un ‘pantalón ajustado que se fabrica con licra, nailon o algodón y en colores variados’ (*FundéuRAE*, ss.vv. *leggings*, *mallas*, *pantalón ajustado* ‘Malla ceñida a las piernas, que cubre desde la cintura hasta los tobillos, realizada en licra, nailon o algodón’). Se ha subrayado la rapidez con la que los términos de la moda quedan obsoletos y son sustituidos por otros, valga el caso de los desaparecidos *fuseau*, actualmente *leggings fuseau* o *leggings con estribos*. Se confirma la necesidad de recurrir a nuevo vocabulario para precisar semánticamente (Serigos, 2022), si bien en muchos casos son voces perecederas, como ocurre con el olvidado sintagma *pantalón de chándal* frente al actual y estiloso (*pantalón*) *jogger* (que son la misma prenda).

La voz *shorts* alterna con *bermudas* (*DLE*, s.v. *short*; *FundéuRAE*, ss.vv. *short*, *pantalón corto*, *chor*), si bien se prefiere la primera. Un calco semántico es el término *cargo* (*pantalón cargo*, *bolsillos cargo*, *vestido estilo cargo*), que define una prenda con amplios y funcionales bolsillos laterales -fue creada hacia 1930 como uniforme de los soldados del ejército británico-. El término *body* (*DLE*, ss.vv. *bodi*, *body*) alude a una conocida prenda, que ya forma parte del lenguaje común; lo mismo ocurre con *tweed* (*DLE*, s.v.) o con *denim* (*FundéuRAE*, ss.vv. *denim*, *vaquero*, *mezclilla*, *tela vaquera*) referido al tejido vaquero: *bolso/pantalón en denim*, *chaqueta denim*, *camiseta bordado denim* o *total look denim*, también de uso muy extendido.

En los anglicismos por necesidad destaca un conjunto de voces que no designan nuevas realidades, pero nombran un producto que no tiene en español un significativo único o específico o que carece de los matices del préstamo. Ejemplos se hallan en *top* (*DLE*, s.v. ‘prenda de vestir femenina, generalmente ajustada, que cubre pecho y llega como mucho hasta la cintura’), el término ofrece un sentido muy amplio -aporta economía lingüística y funcionalidad- pues designa una ‘prenda superior de cualquier tejido, por lo general ceñida al cuerpo, con mangas o sin ellas y con un diseño actual’, esto es, puede ser una camiseta, una blusa corta sencilla o la parte superior de un biquini: *top asimétrico*, *top halter*, *top off-shoulder*, *top estampado limited edition*, *top punto off shoulder*. Actualmente el término *trench* cobra protagonismo -frente a *gabardina*- es una prenda renombrada y reconfigurada con esta tela (etimológicamente es un caso de metonimia que alude al tejido con que se elaboraba) y presenta modernas variaciones: *chaqueta trench*, *trench oversize*, *trench cruzado largo*, *gabardina trench*, *trench camel* (es la gabardina clásica); se pueden considerar voces sinónimas, si bien el anglicismo crudo implica la versatilidad de actuales estilos. Véanse otras ocurrencias que ejemplifican los matices que impone la moda: *vestido skater* (de corte similar a la vestimenta usada por las patinadoras de los años 80), *vintage* (*aire vintage*) referido a una tendencia estética que rescata prendas de modas anteriores (*FundéuRAE*, s.v.), *detalles “cut-out”* (*vestido cut out*), que nombran un estilo caracterizado por tener cortes en la prenda que muestran la piel o *bolso tote* o *tote bag*, que designa un ‘bolso grande con asas, generalmente rectangular’. El concepto *total look* define un conjunto de ropa que combina armoniosamente sus elementos, es decir, un *look completo*.

En los préstamos prescindibles (el primero es *dress code* o ‘código de vestimenta’), se otorga valor a la influencia extranjera ligada a la imagen de modernidad. Valgan algunos registros cuyo término patrimonial es fácilmente deducible: *azul navy* (azul marino), *siluetas/zapatos lady* (siluetas/zapatos femeninos), *tendencia/style ladylike* (tendencia/estilo femenino). Estas voces recurren al préstamo (crudo, principalmente) en búsqueda de la exclusividad otorgada a la prenda o al estilo y cuya denominación en la lengua del foco irradiador de moda la convierte en más prestigiosa (Ferraz Martínez, 1993: 49). Un extranjerismo muy extendido es *print* (sustituye a la formación autóctona *estampado*): *print multicolor/print flores*; voz recogida ampliamente en la composición binominal *animal print*, y registrada junto a sintagmas preposicionales: *print de leopardo*, *prints de cuadros*, *print de lunares*; el término muestra vacilación en su composición puesto que alterna con *estampado* (*estampado leopardo*) creando una innecesaria duplicidad. Un caso particular es la voz *jumpsuit* -recogida junto a *mono*- (*FundéuRAE*, ss.vv.), referida a una prenda actualizada que, si bien cubre cuerpo y piernas, ofrece estilos que la diferencian, razón por la que es vocablo fronterizo en esta clasificación y podría incluirse como un caso de necesidad referencial de un matiz diferenciador. Se recogen otras voces que pueden ser sustituidas por otro término en español: *abrigo wrap* por *abrigo batín*, *biker* por *cazadora motera* (*FundéuRAE*, ss.vv. *biker*, *chupa*), *suéter* (*DLE*, s.v.) por *jersey*, *double knit* por *doble tejido*, *estampado tie dye/tie-dye* por *estampado (des)teñido*, *sneakers* (*FundéuRAE*, ss.vv. *sneaker*, *zapatilla deportiva*, *zapatilla de deporte*, *deportiva*, *tenis*) por *deportivas* o *tenis*, (*jersey*, *collar*) *chunky* por *grande* o *llamativo*, *cárdigan* (*DLE*,

s.v. 'Chaqueta deportiva de punto, con escote en pico, generalmente sin cuello') o *cardigan* por *chaqueta de punto*, *twin-set/twin set* por *conjunto de dos piezas* y *vestido/falda midi* por *vestido/falda a media pierna*.

Destacan, asimismo, términos de fácil traducción referidos a estilos o tendencias en los que el extranjerismo parece aportar exclusividad: *acabado "cropped"*; *en clave british* ("silver", *old money*, *my lady*, "party girl"); *estética kidcore*; *estilo babydoll* (*preppy*, *demure*, *athleisure*); *look preppy* (*chic*, *casual*, *effortlessly*, *cow-girl*); *toque* (*classy*, *total white*, *boho* -FundéuRAE, ss.vv. *boho*, *bohémio*-); *look working girl*. Un caso particular es *blazer* (DLE, FundéuRAE, ss.vv. *blazer*, *bléiser*), que ha ampliado su uso frente a *americana*; como sinónimos responde a un calco semántico ya que el o la *blazer* (DLE, s.v.) es una 'Chaqueta deportiva, originariamente utilizada en los uniformes de colegios y equipos', y la *americana* (DLE, s.v.) es una 'Chaqueta de tela, con solapas y botones, que llega por debajo de la cintura'.

Se registra un fenómeno que designa prendas con los nombres de los personajes que las vestían de forma característica. Es el caso de *rebeca* o *chaqueta femenina corta*, que rememora a la protagonista de la película homónima dirigida por Hitchcock en 1940 y cuyo personaje vestía una chaqueta fina de cuello redondo (DLE, s.v.). Siguiendo la estela del mencionado director, el filme *Psicosis* (1960) contaba con el actor Anthony Perkins que en la ficción vestía *jersey de cuello medio*, que se popularizó como *cuello perkins/Perkins*. El *cuello Peter Pan* (cuello que lucía el personaje en la producción teatral de 1905) es el *cuello babero*, cuya forma es plana y tiene los bordes redondeados. Los *zapatos Mary Janes/Mary Jane* o las *maryjane* (de punta redonda, con una tira que cruza la parte superior del empeine y abrochado con una hebilla o botón) son las clásicas *merceditas* (en honor a María de las Mercedes de Orleans cuyo marido, el rey Alfonso XII, se las regaló).

4.2.3. Neologismos semánticos

Estas formaciones emplean elementos existentes en la lengua con un contenido semántico nuevo (reducción, ampliación o cambio de significado). Los motivos pueden ser varios, si bien las estrategias de la moda para mejorar su eficiencia e impacto comunicativo son razón suficiente para justificar el uso de estos recursos.

En el ámbito de la indumentaria se hallan ingeniosas creaciones que recurren al *ornatus*, concretamente a recursos como la metáfora, la metonimia (Núñez Cabezas, 2002) o la personificación. Ejemplos de *metáforas* (C.1.) se han mostrado en el análisis de los compuestos binominales, esto es, en las redes de hipónimos cuyo segundo término destacaba la particularidad de la nueva prenda, detalle o estilo ofreciendo expresiones humorísticas: *falda tubo*, *falda trapecio*, *pantalón pitillo*, *manga murciélago*, *cuello chimenea*. Otro caso lo constituye la (*falda*) *corola*, así denominada porque es ajustada en la cintura y se expande más abajo ampliamente creando la forma de una corola (del francés *Corolle*). Se ha recogido el término *cápsula* en los compuestos (*colección*, *armario*) *cápsula* como metáfora referida a un armario básico con prendas de calidad atemporales que permiten crear conjuntos con estilo.

Se registran, asimismo, casos de *metonimias* (C.2.), esto es, transferencia del significante por contigüidad de los significados basada en las relaciones de causalidad o sucesión entre los dos términos, tropo que permite precisar el estilo nombrado. Destacan ocurrencias que designan el estilo por su origen: *cuadros british*, *camisa Oxford*, *pantalón Capri* (inspirado en el estilo de vida de la isla italiana de Capri), y casos de denominación por antonomasia: *cuello mao*, que debe su nombre al líder militar chino Mao Zedong, quien popularizó este cuello sin doblez.

El sintagma (*de*) *doble faz*, recogido en (*abrigo/cazadora*) -*de- doble faz*, tiene el significado de *reversible*, esto es, el nombre alude a su estética (lo visual) en lugar de a su función. Esta composición incluye prendas confeccionadas con dos tejidos diferentes, el exterior es de ante o de piel, y el interior suele ser de piel de borrego.

En el ámbito de la creatividad lingüística, solo en las revistas se registran *personificaciones* (C.3.), que muestran un lenguaje connotativo. Son adjetivaciones que otorgan cualidades, sensaciones o sentimientos a las prendas: *toque elevado*, *tacón sensato*, *lujo silencioso*, *prenda arriesgada*. Estos procedimientos constituyen una fuente eficaz y renovadora del léxico que constata la vitalidad del idioma.

5. Conclusiones

Las innovadoras tendencias que impone la moda se nombran, consecuentemente, con un novedoso lenguaje adaptado a la inmediatez de las nuevas prendas cuyos términos se actualizan en esta lengua de especialidad. En este contexto, la globalización difunde vertiginosamente los uniformadores estilos y crea una moda global que supera las barreras de clase y las fronteras nacionales extendiendo sus usos lingüísticos más allá del círculo de especialistas.

Para registrar el corpus de neologismos, se han empleado dos tipos de fuentes documentales (webs y revistas de moda) complementarias porque han recogido las actuales tipologías textuales de los medios estandarizados de comunicación escrita que emplean las voces, diversidad informativa que ha permitido deslindar las mínimas diferencias existentes. Los lemas del corpus se han organizado a partir del estudio de los aspectos neológicos comunes y específicos de cada unidad léxica, criterio con el que se ha establecido la triple taxonomía de los procesos de formación neológica.

En cuanto a los procedimientos de la creación de términos, los *neologismos de forma* emplean la *derivación*, concretamente el mecanismo vernáculo de la *prefijación*, que ofrece gran productividad (*maxi-*, *mini-*, *sobre-*, *multi-*, *extra-*) frente a las escasas ocurrencias con *sufijación*, que son sustituidas por compuestos binominales. La elevada rentabilidad de la *composición* -de influencia anglosajona- permite que

los nombres se agrupan en estructuras puras sin alcanzar un nivel de forma léxica plena y resulta idónea para la inexcusable precisión léxico-semántica consustancial a la denominación de la indumentaria, según se aprecia en los *compuestos sintagmáticos atributivos*: *pantalón pirata, falda lápiz, manga murciélago*, son formaciones en las que el segundo término destaca lo específico o particular de la prenda. También de gran productividad son las yuxtaposiciones que restringen el núcleo para especificar el tipo de prenda y que conforman necesarios subcampos semánticos referidos a tendencias: *estética kidcore, estilo preppy, en clave old money, tendencia ladylike*. Asimismo, son reseñables las formaciones exocéntricas en las que se crea una realidad no referida por ninguno de los elementos, esto es, se nombra un concepto que alude a un objeto diferente y cuya composición tiene rasgos comunes de ambos: *chaleco-blusa, vestido-bustier, falda pareo, falda capa, vestido-túnica, abrigo-batín*; la particular sintaxis de estas construcciones permite la rápida creación de neologismos. En los *compuestos sintagmáticos subordinativos* hay ausencia de preposiciones, son elipsis que denotan un actual lenguaje que muestra cierta libertad por parte del usuario, tendencia motivada por influencia anglosajona y por economía lingüística: *bordado lazos, cuello contraste, bolso bandolera, jersey pico calado*. Los escasos procedimientos por *truncación* (*LBD, boho, mix*) están causados por el carácter de especialización semántica del léxico de la moda y por la economía de la lengua.

Se registran numerosos *préstamos* -España no figura en la vanguardia de la industria de la moda-, la mayoría *anglicismos* (principalmente crudos) frente a los escasos *galicismos* (*culotte, coquette, crochete*) y exiguos *italianismos* (*stiletto y palazzo*). La razón de adopción de estos vocablos responde con frecuencia a una necesidad referencial pues se introducen nuevas prendas (*bomber, crop/cropped, pantalón cargo*), variantes innovadoras (toda la gama de jeans con sus nuevos estilos *-flare, boyfriend, slouchy-* y cortes *-skinny, slim, loose fit-*) o nueva indumentaria que no posee en español un significante específico con los matices de la voz foránea (*top halter, trench, cut out, tote bag*). Por el contrario, hay préstamos empleados innecesariamente porque la influencia extranjera se considera prestigiosa y ligada a una imagen de modernidad; suelen tener un equivalente en español, circunstancia que crea duplicidad denominativa (*print/estampado, jump-suit/mono, biker/cazadora motera, estética kidcore/infantil, toque classy/clásico, rebeca/chaqueta femenina corta*).

Las tendencias de la moda producen ingeniosas creaciones a partir de elementos existentes modificando el significado, son los *neologismos semánticos*. Este recurso se aprecia en *metáforas* o compuestos binominales que originan expresiones humorísticas (*escote palabra de honor, cuello chimenea, falda corola*), *metonimias* (*cuadros british, cuello mao*) y *personificaciones* (*tacón sensato, prenda arriesgada*); tropos que resemantizan con eficacia el vital léxico de la moda.

El lenguaje de especialidad de la moda es efímero, circunstancia acorde a las mudables novedades estéticas que cada temporada dictamina. Este léxico se caracteriza por la rapidez con la que adopta términos necesarios para nombrar con precisión las prendas de cada estación. Los anglicismos (algunos coincidentes en diversos apartados mostrando diferentes fenómenos) constituyen el recurso neológico principal debido al origen del foco irradiador de la moda; asimismo, hay un notable empleo de mecanismos vernáculos formales, como la prefijación y la composición sintagmática (si bien las relaciones entre palabras se expresan dentro de la oración y el resultado es un orden estricto, como en inglés). En suma, constituyen procedimientos que contribuyen a ampliar el elenco de voces específicas porque la particularidad de este necesario vocabulario reside en su carácter circunstancial.

Referencias bibliográficas

- Alvar Ezquerro, Manuel (1993). *La formación de palabras en español*. Madrid: Arco/Libros.
- Alvar Ezquerro, Manuel (2007). "El neologismo español actual". En Luis Luque Toro (coord.). *Léxico español actual. Actas del I Congreso internacional de léxico español actual*. Venecia-Treviso, 2005, 11-36.
- Auger, Pierre y Rousseau, Louis-Jean (2003). *Metodología de la Investigación Terminológica*. Edición y traducción de G. Guerrero Ramos y J. M.^a Bermúdez Fernández. Málaga: Universidad de Málaga.
- Ávila Martín, Carmen y Linares Alés, Francisco (2006). "Léxico y discurso de la moda". *Comunicar. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 27, 35-41.
- Barthes, Roland (2003). *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Bermúdez Fernández, Juan María (1997). *El Préstamo Lingüístico en Español Peninsular Actual: Tratamiento Teórico y Análisis de Datos*, Tesis doctoral de la Universidad de Málaga (inédita).
- Bernal, Elisenda (2022). "Tendencias neológicas del español peninsular (2015-2019)". En Elisenda Bernal, Judit Freiza y Sergi Torner (eds.). *La neología del español. Del uso al diccionario*. Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert, 73-104.
- Bustos Gisbert, Emilio de (1986). *La composición nominal en español*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Cabré Castellví, María Teresa (1993). *La terminología. Teoría, metodología, aplicaciones*. Barcelona: Antártida-Empúries.
- Cabré Castellví, María Teresa (2006). "La clasificación de neologismos: una tarea compleja". *Alfa: Revista de Lingüística*, 50 (2), 229-250.
- Cabré, María Teresa y Rigau, Gemma (1986). *Lexicología i semàntica*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana.
- Cañete González, Paola; Fernández-Silva, Sabela; Villena Araya, Belén (2019). "Estudio de los neologismos terminológicos difundidos en el diario El País y su inclusión en el diccionario". *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 80, 135-158. <https://dx.doi.org/10.5209/clac.66604>
- Callan, Georgina O'Hara (1999). *Diccionario de la moda y de los diseñadores*. Barcelona: Destino.

- Campos Souto, Mar (2022). "Neología y transgresión morfológica: una aproximación a los compuestos cultos". En Elisenda Bernal, Judit Freiza y Sergi Torner (eds.). *La neología del español. Del uso al diccionario*. Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert, 307-325.
- Casado Velarde, Manuel (2015). *La innovación léxica en el español actual*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Choza Armenta, Jacinto Luis (2000). "Estética y moda". *Contrastes: Revista interdisciplinar de filosofía*, 5, 25-43.
- Dubois, Jean et alii (1983). *Diccionario de Lingüística*. Versión española de Ortega, I. y Domínguez, A. Dirección y adaptación de Alicia Yllera. Madrid: Alianza Editorial.
- Duque, Eladio (2021). "Oralidad e imagen en el discurso publicitario de las redes sociales". *Oralia: Análisis del discurso oral*, 24-2, 233-262. <https://doi.org/10.25115/oralia.v24i2.7115>
- Estornell Pons, María. (2012). "Préstamos del inglés en revistas femeninas: entre la necesidad denominativa y la estrategia pragmática". *Pragmalingüística*, 20, 61-91. <https://doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2012.i20.03>
- Fernández Martínez, Pilar (2020). "El léxico de la moda: su acogida en los diccionarios académicos generales". *RILEX. Revista sobre investigaciones léxicas*, 3/I, 5-46.
- Fernández Sevilla, Julio (1982). *Neología y neologismo en el español contemporáneo*. Granada: Universidad de Granada.
- Ferraz Martínez, Antonio (1993). *El lenguaje de la publicidad*. Madrid: Arco Libros.
- Freixa, Judit (2022). "El proceso neológico". En Elisenda Bernal, Judit Freiza y Sergi Torner (eds.). *La neología del español. Del uso al diccionario*. Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert, 51-72.
- FundéuRAE (2021). *Glosario de la moda*. Recuperado de <https://fundeu.es/documentos/glosarioModaFundeuRAE.pdf> (01/01/2023).
- García Palacios, Joaquín (2022). "El préstamo y los préstamos en español (Hacia una teoría completa e integradora sobre los préstamos)". En Joaquín García Palacios (dir.). *El préstamo como procedimiento de actualización léxica*. Granada: Comares, 1-24.
- García Platero, Juan Manuel (2022). "Panorama de la investigación de la neología en español". En Elisenda Bernal, Judit Freiza y Sergi Torner (eds.). *La neología del español. Del uso al diccionario*. Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert, 9-34.
- Guerrero Ramos, Gloria (1995). *Neologismos en el español actual*. Madrid: Arco/Libros.
- Guerrero Ramos, Gloria (2013). "El préstamo lingüístico, uno de los principales procedimientos de creación neológica". *Quaderns de Filologia Estudis lingüístics*, XVIII, 115-130.
- Guilbert, Louis (1975). *La créativité lexicale*. París: Larousse.
- Gutiérrez Cuadrado, Juan (2022). "¿Y si los anglicismos fueran como las bacterias?". En Joaquín García Palacios (dir.). *El préstamo como procedimiento de actualización léxica*. Granada: Comares, 25-53.
- Gutiérrez Fernández, Carla y Pérez Fernández, Lucila María (2020). "La neología por préstamo en el ámbito de la moda: ¿necesidad denominativa o recurso estilístico?". *RILEX. Revista sobre investigaciones léxicas*, 3/II, 59-77.
- Lang, Mervyn F. (1992). *Formación de palabras en español. Morfología derivativa productiva en el léxico moderno*. Madrid: Cátedra.
- Llopart Saumell, Elisabet y Freixa Aymerich, Judith (2014). "La función de los neologismos: revisión de la dicotomía neología denominativa y neología estilística". *Neologica: revue internationale de néologie*, 8, 135-56.
- Lorenzo, Emilio (1999). "Neologismo y anglicismo". En *V Jornadas de Metodología y Didáctica de la Lengua Española: el neologismo*. Cáceres: Universidad de Extremadura, Servicio de Publicaciones: I.C.E, 19-30.
- Martínez Barreiro, Ana (2006). "La difusión de la moda en la era de la globalización". *Papers*, 81, 187-204.
- Martínez Ezquerro (2023a). "Persuasión retórica en el discurso de las *influencers* en youtube: recursos de intensificación elogiosa". *Oralia: Análisis del discurso oral*, 26/2, 15-29. <https://doi.org/10.25115/oralia.v26i2.9555>
- Martínez Ezquerro (2023b). *Análisis de los discursos y procesos de comunicación retórica*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Martos Núñez, Eloy y Campos Fernández-Figares, Mar (2013). *Diccionario de nuevas formas de lectura y escritura*. Madrid: Santillana-RIUL.
- Mondéjar, Julio (1998). "Lenguaje, moda y sociedad". *RDTP*, 53-cuad. 1, 39-54.
- Montoya Ramírez, María Isabel (1998). "Algunas observaciones sobre los oficios femeninos de la ropa a lo largo de la historia". En Emilio J. García Wiedemann y M.ª Isabel Montoya Ramírez (eds.). *Moda y sociedad: estudios sobre educación, lenguaje e historia del vestido*. Granada: Centro de Formación Continua de la Universidad de Granada, 461-470.
- Núñez Cabezas, Emilio Alejandro (2002). "Incremento del vocabulario por procedimientos semánticos. Metáfora y eufemismo. Fenómenos de manipulación". En M. V. Romero Gualda (coord.), *Lengua española y comunicación*. Barcelona: Ariel, 393-404.
- Pena, Jesús (2000). *Formación de palabras, en Introducción a la Lingüística española* (Manuel Alvar, dir.). Barcelona: Ariel, 235-252.
- Pena, Jesús (2003). "Los estudios de morfología del español en España durante los últimos 25 años (1979-2003)". *Lingüística Española Actual*, XXV, 7-38.
- Quiles Cabrera, María del Carmen (2021). "Del lenguaje de las redes a la escritura académico-científica: estudio descriptivo en estudiantes de Magisterio". *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 88, 71-82. <https://doi.org/10.5209/clac.78298>

- Real Academia Española (ASALE) (2009). *Nueva gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa Libros, 2 vols.
- Real Academia Española (ASALE) (2025). *Diccionario de la lengua española*. Consulta en línea <https://dle.rae.es/> (septiembre de 2025).
- Rey, Alain (1976). "Le néologisme: un pseudoconcept?". *Cahiers de Lexicologie*, 28, 3-17.
- Rubio Martínez-Abarca, Helena (2025). "Estudio sociolingüístico de las creaciones léxicas directas del anglicismo en la comunicación oral de las *influencers* de moda". *Biblioteca de Babel: Revista de Filología Española*, 6, 41-63.
- Ruiz Palomino, María (2001). "Moda y lenguaje". En *Las referencias estéticas de la moda. II Jornadas Internacionales sobre Moda y Sociedad*. Granada: Editorial Universidad de Granada, 335-344.
- Sablayrolles, Jean-François (1997). "Néologismes: une typologie des typologies". *Cahiers du CIEL*, UFR EILA, 1996-1997, 11-48.
- Sablayrolles, Jean François (2009). "Neologismo o no? Ensayo de clarificación de algunos problemas de incorporación". *Revista de Investigación Lingüística*, 12, 101-122.
- Salomón Plata, Juan Saúl (2023). "En el umbral del diccionario: neologismos dentro y fuera del *Diccionario de la Lengua Española*". *Moenia. Revista lucense de lingüística y literatura*. 29, 1-24. <https://doi.org/10.15304/moenia.id8896>
- Sánchez Fajardo, José Antonio (2021). "'Tips de tu bff sobre make-up': el uso de anglicismos en revistas digitales en español para jóvenes adolescentes". En Carmen Luján-García (ed.). *Anglicismos en los nuevos medios de comunicación. Tendencias actuales*. Granada: Comares, 97-118.
- Sánchez Lancis, Carlos (2022). "La neología, entre el uso y la prescripción". En Elisenda Bernal, Judit Freiza y Sergi Torner (eds.). *La neología del español. Del uso al diccionario*. Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert, 129-150.
- Sánchez Manzanares, Carmen (2024). *Neologismos semánticos. Creatividad y cognición*. Granada: Comares.
- Seco, Manuel (1977). "El léxico de hoy". En *Comunicación y lenguaje*. Madrid: Karpos, 181-182.
- Serigos, Jacqueline (2022). "El papel de la especificidad semántica en la integración de los préstamos". En Joaquín García Palacios (dir.). *El préstamo como procedimiento de actualización léxica*. Granada: Comares, 269-296.
- Serrano-Dolader, David (2008). "El neologismo: teoría y aplicaciones". En Esteban T. Montoro del Arco y Ramón Almela Pérez (eds.). *Neologismo y morfología*. Murcia: Editum-Ediciones de la Universidad de Murcia. 83-87.
- Serrano-Dolader, David (2012). "Sobre la didáctica de la formación de palabras: el caso de la prefijación negativa". En Esteban T. Montoro del Arco (ed.). *Neología y creatividad lingüística*. Valencia: Universidad de Valencia. 183-215.
- Serrano-Dolader, David (2016). "Los prefijos cuantificativos en español: perspectiva didáctica". *LEA. Revista Lingüística Española Actual*, 38/2, 189-216.
- Serrano-Dolader, David (2019). *Formación de palabras y enseñanza del español LE/L2*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Torijano, José Agustín (2022). "La fuerza de la norma en la adaptación de los préstamos". En Joaquín García Palacios (dir.). *El préstamo como procedimiento de actualización léxica*. Granada: Comares, 117-144.
- Urrutia Cárdenas, Hernán (1978). *Lengua y discurso en la creación léxica*. Madrid: Planeta Universidad.
- Vaquero Argüelles, Isabel (2007). "El reinado de la alta costura: la moda de la primera mitad del siglo XX". *Indumenta. Revista del Museo del Traje*, 0, 123-134.
- Varela Ortega, Soledad (2005). *Formación léxica: la formación de palabras*. Madrid: Gredos.
- Varo Varo, Carmen; Díaz Hormigo, María Tadea; Paredes Duarte, María Jesús (2009). "Modelos comunicativos y producción e interpretación neológicas". *Revista de Investigación Lingüística*, 12, 185-216.
- Vega Moreno, Érika y Llopart Saumell, Elisabet (2017). "Delimitación de los conceptos de novedad y neologicidad". *Rilce. Revista de Filología Hispánica*, 33(3), 1416-51. <https://doi.org/10.15581/008.33.3.1416-51>