

PAISAJE LINGÜÍSTICO TERRITORIAL Y VIRTUAL: EXPLORACIONES SOBRE IMPORTACIONES LÉXICAS

Vanesa Ruggieri

vanesa.ruggieri@uns.edu.ar

Departamento de Humanidades

Argentina

RESUMEN

En este artículo nos ocupamos del uso de importaciones léxicas en la región dialectal del español bonaerense de la Argentina, centrándonos en las producciones escritas desplegadas en el paisaje lingüístico territorial y virtual de la ciudad de Bahía Blanca. Nuestro objetivo consiste en verificar si la diferencia entre el paisaje lingüístico territorial y virtual incide en el uso de las piezas léxicas importadas en cuanto a su frecuencia, preferencia lingüística y grado de adaptación de las configuraciones. Los resultados obtenidos muestran una coincidencia en cuanto a la preferencia lingüística; no obstante, presentan diferencias en la frecuencia de uso y el tratamiento formal de las importaciones léxicas entre ambos paisajes.

Palabras clave: paisaje lingüístico virtual, paisaje lingüístico territorial, importaciones léxicas.

TERRITORIAL AND VIRTUAL LINGUISTIC LANDSCAPE: EXPLORATIONS ON LEXICAL IMPORTS

ABSTRACT

In this paper we approach the use of lexical imports in the dialectal region of Buenos Aires Spanish in Argentina, focusing on the written productions displayed on territorial and virtual linguistic landscape in the city of Bahia Blanca. Our aim is to verify if the difference between the territorial and virtual linguistic landscape affects the use of the lexical imports in terms of their frequency, linguistic preference and degree of adaptation of the configurations. The results show a coincidence in terms of linguistic preference; however, they present differences in the frequency of use and the formal treatment of lexical imports between both landscapes.

Keywords: virtual linguistic landscape, territorial linguistic landscape, lexical imports.

Introducción

El estudio del paisaje lingüístico se ha centrado tradicionalmente en las producciones escritas localizadas en el espacio geográfico; no obstante, en las últimas décadas el alcance del campo de estudio se ha extendido hacia los desterritorializados espacios virtuales. En este sentido, de acuerdo a una concepción fluida del espacio, el paisaje lingüístico comprende todos los textos dispuestos en el espacio público, que no se ancla en límites geográficos (Shohamy y Waksman, 2009, p. 328).

Considerando el paisaje lingüístico como la presencia del lenguaje escrito visible en el espacio público (Blommaert y Maly, 2014, p.1), la exhibición intencionada de producciones lingüísticas puede analizarse en el conjunto de ese espacio, esto es, tanto en el paisaje lingüístico territorial como en el paisaje lingüístico virtual. Esta última denominación recupera para el español la propuesta por Ivkovic y Lotherington (2009) para el uso público del lenguaje constatable en las relaciones de poder entre distintas lenguas presentes en Internet, desde su inicio en la Web 1.0 hasta las plataformas multimodales en la Web 2.0 (pp. 17-18). A partir de su estudio, el paisaje lingüístico virtual ha despertado el interés de diversos investigadores (v. *e.g.* Mooney y Evans, 2015; Biró, 2018; Bossano y Pérez Vega, 2021).

En el presente artículo estudiamos el modo en que la coexistencia interlingüística es perceptible en la ciudad de Bahía Blanca, en la que opera “la completa hegemonía del español como lengua de comunicación” (Hipperdinger, 2018, p. 196). Para ello, nos ocupamos de las producciones escritas en el ámbito comercial, desplegadas en el paisaje lingüístico territorial y virtual. De los distintos rubros comerciales, nos proponemos indagar el rubro indumentaria, elegido por la frecuente recurrencia que en este se constata de formas exógenas. Específicamente, en esta investigación atendemos comparativamente al vínculo entre las producciones escritas expuestas en el paisaje lingüístico territorial y el paisaje lingüístico virtual. En investigaciones locales previas sobre el paisaje lingüístico ya se ha abordado el análisis de la coexistencia de producciones en distintas lenguas en el ámbito comercial (v. Hipperdinger, 2017; Lasry y Orsi, 2019; Zangla y Oostdyk, 2019) y, particularmente, en el rubro indumentaria (v. Fernández Schmidt y Duché Mónaco, 2019). Con el fin de establecer una comparación, incorporamos el estudio del paisaje lingüístico

virtual para el mismo ámbito comercial y, en particular, para el mismo rubro previamente estudiado en la ciudad.

Nos centramos en las ocurrencias que implican el traslado de elementos de *otras* lenguas al español en el plano léxico (Hipperdinger, 2019, p. 130), denominadas *importaciones léxicas*. Dentro de los estudios de contacto de lenguas, las importaciones léxicas constituyen un fenómeno de especial relevancia, que ha sido abordado desde distintas perspectivas¹. En línea con lo expuesto anteriormente, en esta investigación consideramos la denominación *importación léxica* con valor hiperonímico para referirnos a cualquier ingreso léxico “en forma y significado” (Gómez Molina, 2000, p. 329), con independencia de su grado de extensión de uso².

Asimismo, la presente investigación se enmarca en los incipientes estudios comparativos entre el medio territorial y el virtual del paisaje lingüístico. Al respecto, destacamos dos investigaciones comparativas: por un lado, la investigación de Moriarty (2012), que se enfoca en el uso de lenguas en el paisaje lingüístico de Dingle, en Irlanda, y el paisaje lingüístico virtual, particularmente, en una página web de la ciudad y, por otro lado, el estudio de Guarín (2021), que analiza el uso de pronombres de tratamiento en el paisaje lingüístico del departamento de Quindío, en Colombia, y en el paisaje lingüístico virtual, específicamente, en publicaciones de redes sociales.

En este sentido, en el presente artículo nos proponemos verificar si la diferencia entre el medio, territorial o virtual, incide en el uso de las piezas léxicas importadas en cuanto a su frecuencia, preferencia lingüística y grado de adaptación de las configuraciones formales. Dado que los estudios comparativos entre paisaje lingüístico territorial y paisaje lingüístico virtual presentan un incipiente desarrollo, nos detenemos, en primer lugar, en las decisiones metodológicas que adoptamos en este estudio. En segundo lugar, presentamos las importaciones léxicas registradas en el paisaje lingüístico territorial y en el paisaje lingüístico virtual y ofrecemos, respectivamente, las observaciones generales en un primer acercamiento a la interpretación de los datos. Por último, presentamos las conclusiones que se desprenden del análisis comparativo entre el paisaje lingüístico territorial y el paisaje lingüístico virtual.

Cuestiones procedimentales

Para el relevamiento de datos adoptamos como unidad de análisis el *texto*, entendiendo por tal “toda la escritura desplegada en el ámbito público cuyo contenido está ligado al negocio, institución o particular que lo exhibe” (Franco Rodríguez, 2008, p. 7). En particular, decidimos registrar únicamente los textos visibles y de carácter estático, criterios que han

sido adoptados en estudios previos del paisaje lingüístico en Bahía Blanca (v. Hipperdinger, 2019).

En el paisaje lingüístico territorial, entendemos por inscripciones visibles las que son “de carácter arquitectónicamente *exterior*” (Hipperdinger, 2019, p. 128; resaltado original) y aquellas que “ubicadas en espacios interiores, han sido dispuestas *expresamente* para ser leídas *desde* el exterior” (Hipperdinger, 2019, p. 128; resaltado original). En el paisaje lingüístico virtual precisamos, de manera análoga, las elecciones lingüísticas visibles de acuerdo al criterio del tipo de acceso (público o privado) de las redes sociales de los emisores comerciales³ y consideramos inscripciones visibles a las que se encuentran en cuentas con acceso público, configuradas para que cualquier usuario pueda ver su contenido. En cuanto al carácter estático de las inscripciones, se excluyó del análisis los textos móviles tanto en el paisaje lingüístico territorial (inscripciones en vestimenta y vehículos) como en el paisaje lingüístico virtual (textos en videos y contenidos audiovisuales volátiles). En este sentido, observamos que en el paisaje lingüístico territorial los textos son móviles en el espacio, en tanto se trasladan de un lugar hacia otro, mientras que en el paisaje lingüístico virtual los textos son móviles en el tiempo, en posible relación con la constante actualización del contenido que permite este medio (Biró, 2018, p. 183).

Asimismo, decidimos comenzar el relevamiento en el paisaje lingüístico territorial por su carácter comparativamente más estable que el del paisaje lingüístico virtual, que presenta una mayor transitoriedad (Ivkovic y Lotherington, 2009, p.19). En tanto proponemos un estudio comparativo, la elección del paisaje lingüístico territorial como punto de partida en la conformación del corpus supuso la evaluación previa de dos alternativas posibles: una opción consistió en empezar la recolección de datos en el paisaje lingüístico territorial, en textos de emisores comerciales localizados en el espacio público de Bahía Blanca y, posteriormente, verificar su presencia en el paisaje lingüístico virtual; la otra implicó comenzar el relevamiento en el espacio virtual mediante la búsqueda de locales de indumentaria de la ciudad y, luego, realizar la recolección de los datos de esos emisores comerciales en el paisaje lingüístico territorial. Consideramos que la primera opción se adecuaba mejor a los fines comparativos del presente estudio, ya que la segunda alternativa habilitaba la posibilidad de excluir datos, dada su dependencia de la actualización de los sitios de búsqueda, así como la potencial inclusión de producciones lingüísticas de emisores comerciales presentes en el paisaje lingüístico virtual pero ausentes en el paisaje lingüístico territorial, debido a la creciente existencia de productos ofrecidos a la venta exclusivamente en redes sociales.

De esta manera, la constitución del cuerpo de datos analizado se realizó en dos etapas. En primer lugar, se recogieron los datos de los locales comerciales del rubro indumentaria en el paisaje lingüístico territorial, mediante registro fotográfico. En segunda instancia, se constató la presencia o ausencia de esos emprendimientos comerciales en el paisaje lingüístico virtual, relevándose únicamente las producciones escritas de los mismos emisores comerciales inspeccionados previamente en el paisaje lingüístico territorial. Para ello, en el paisaje lingüístico virtual se efectuó una captura de pantalla de cada uno de los textos y se registró en cada caso el link de acceso y fecha de consulta.

En el paisaje lingüístico territorial, la delimitación territorial abarcó 100 cuadras, examinadas en el período de 6 semanas comprendido entre mediados de agosto y finales de septiembre de 2021. El relevamiento se realizó en todas las cuadras que constituyen el microcentro de la ciudad de Bahía Blanca, delimitado por las calles Gorriti-19 de Mayo; Zapiola-Dorrego; Fitz Roy-Las Heras y Güemes-Saavedra⁴, en las que se evidencia una densidad comercial alta y se presentan una serie de galerías comerciales, que incluimos también en el relevamiento⁵. Además, se examinó una sucesión lineal de 15 cuadras de la Avenida Alem, en las que se constata la mayor densidad comercial⁶.

En el paisaje lingüístico virtual verificamos la presencia o ausencia de los emisores comerciales inspeccionados mediante una búsqueda en Google, que comprendió la denominación comercial relevada previamente en el paisaje lingüístico territorial⁷, seguida de la especificación de rubro (indumentaria) y la localización (Bahía Blanca). Como actualmente las dos principales vías de promoción de productos en el espacio virtual son Facebook e Instagram, tendencia que fue constatada en la búsqueda realizada, en nuestra investigación decidimos limitarnos a estas dos redes sociales.

Además, la conformación del corpus supuso considerar algunas dificultades metodológicas específicas, ya que el paisaje lingüístico virtual posibilita una mayor actualización en su contenido porque es más económico y fácil de administrar (Ivkovic y Lotherington, 2009, p. 19; Biró, 2018, p. 183). Al respecto, notamos que entre los distintos emisores comerciales del rubro indumentaria había una diferencia considerable en la cantidad de publicaciones durante el período previamente explicitado, así como una extensión disímil en cada publicación. Por ello, tomamos una serie de decisiones con el fin de equiparar la cantidad y la extensión de las publicaciones del paisaje lingüístico virtual: en primer lugar, en el paisaje lingüístico virtual examinamos todas las publicaciones de los productores identificados previamente en el paisaje lingüístico territorial, emitidas durante el período anteriormente explicitado; en segundo lugar, advertimos que el número de publicaciones por

cada emisor comercial es variable, ya que el mínimo refiere a 1 publicación y el máximo a 414 publicaciones por productor. No obstante, notamos que gran parte de los emisores comerciales presentan una única publicación. Para no excluir a ninguno de los productores que exhiben producciones lingüísticas tanto en el paisaje lingüístico territorial como en el virtual, decidimos limitarnos a una única publicación en línea por cada emisor comercial. En tercer lugar, en todos los casos en que existía más de una publicación optamos por escoger la publicación de mayor extensión, ya que su desarrollo por parte del emisor comercial podría indicar que su contenido tiene una mayor importancia en el marco de la publicación de los productos correspondientes.

Con respecto a la identificación de formas exógenas, seguimos a Hipperdinger (2019b), quien propone como criterio de detección la verificación de discordancias formales con respecto a la lengua recipiente. Esta discrepancia formal puede abarcar aspectos exclusivamente grafémicos, diferencias distribucionales respecto del español y correspondencias grafémico-fonológicas distintas de las españolas (Hipperdinger, 2019, pp. 129-130). Dado que nos ocupamos de piezas léxicas importadas, constatamos además que las formas de palabra identificadas como posiblemente exógenas fueran efectivamente “palabras tomadas *de* otras lenguas” (Hipperdinger, 2019, p. 131; resaltado original). En cuanto a la descripción de los ingresos léxicos, consideramos el aporte de Winter Froemel (2008) que plantea la conformidad (o falta de ella) respecto a las pautas de la lengua receptora, así como la conformidad (o falta de ella) con las pautas de la lengua donante.

Por último, en tanto proponemos un estudio comparativo, decidimos no atender a la denominación comercial de los emprendimientos porque es la única coincidencia previsible entre el paisaje lingüístico territorial y el paisaje lingüístico virtual. De hecho, por este motivo la denominación comercial fue utilizada como criterio de búsqueda en el relevamiento, tal como lo explicitamos previamente. A continuación, presentamos los resultados del registro de importaciones léxicas⁸ en el paisaje lingüístico territorial y en el paisaje lingüístico virtual.

Paisaje lingüístico territorial

En el paisaje lingüístico territorial relevamos importaciones léxicas provenientes de tres lenguas distintas del español: inglés, francés e italiano. Seguidamente consignamos los casos registrados, agrupados por lengua y ordenados alfabéticamente⁹.

Inglés

- | | |
|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 1. <i>air</i> | 33. <i>mom</i> |
| 2. <i>basic</i> | 34. <i>morley</i> |
| 3. <i>bled</i> (2) | 35. <i>new</i> |
| 4. <i>bloom</i> | 36. <i>night</i> |
| 5. <i>bodacious</i> | 37. <i>nude</i> |
| 6. <i>body</i> (2) | 38. <i>off</i> (51) |
| 7. <i>boost</i> (2) | 39. <i>online</i> (21) |
| 8. <i>box</i> (4) | 40. <i>open</i> |
| 9. <i>boxer</i> (7); <i>boxers</i> | 41. <i>outlet</i> (4) |
| 10. <i>cardigan</i> (2) | 42. <i>outfit</i> (3) |
| 11. <i>cashmilon</i> | 43. <i>pack</i> |
| 12. <i>cleaver</i> | 44. <i>pants</i> |
| 13. <i>club</i> (2) | 45. <i>parka</i> (5) ¹⁰ |
| 14. <i>denim</i> (2) | 46. <i>path</i> |
| 15. <i>doll</i> | 47. <i>pins</i> (2) |
| 16. <i>fall</i> (4) | 48. <i>plush</i> (2) |
| 17. <i>fantasy</i> | 49. <i>premium</i> |
| 18. <i>flyers</i> (5) | 50. <i>print</i> |
| 19. <i>gold</i> (2) | 51. <i>rock</i> |
| 20. <i>high</i> (3) | 52. <i>rollers</i> |
| 21. <i>holders</i> | 53. <i>sale</i> (28) |
| 22. <i>hoverboard</i> | 54. <i>short</i> (3) |
| 23. <i>industry</i> | 55. <i>shorty</i> |
| 24. <i>jean</i> (24); <i>jeans</i> (8) | 56. <i>since</i> (3) |
| 25. <i>jogger</i> (5) | 57. <i>skate</i> (3) |
| 26. <i>joggineta</i> ; <i>jogineta</i> | 58. <i>slimfit</i> |
| 27. <i>jogging</i> (3); <i>joggin</i> ; <i>joging</i> ; <i>joggins</i>
(3) | 59. <i>slip</i> (3) |
| 28. <i>lazys</i> | 60. <i>spinning</i> |
| 29. <i>leggin</i> | 61. <i>sport</i> |
| 30. <i>less</i> | 62. <i>sporty</i> |
| 31. <i>love</i> | 63. <i>stock</i> (2) |
| 32. <i>metallic</i> | 64. <i>superstar</i> (2); <i>superstart</i> |
| | 65. <i>sweater</i> (8); <i>sweaters</i> (5) |

66. *teens* (2)

67. *thrasher* (2)

68. *top* (4)

69. *twill* (2)

70. *unisex*

71. *waffle*

72. *wet suits*

73. *wide leg; wid leg*

74. *winter* (6)

Francés

1. *anorak*¹¹

2. *cher*

3. *culottes*

Italiano

1. *divise*

2. *palazzo*

Sobre el total de 79 importaciones léxicas, encontramos que 74 provienen del inglés, 3 del francés y 2 del italiano. Así, en el paisaje lingüístico territorial observamos, a nivel general, una preferencia por lenguas de origen europeo y, en particular, un claro predominio del inglés sobre el resto de las lenguas. En esta línea, notamos que se trata, en su mayoría, de importaciones léxicas “innecesarias” o no catacrésicas¹² (Winter-Froemel y Onysko, 2012, p. 48), que recurren a otra lengua, aunque tienen equivalentes en uso en español, como *gold*, *teens*, *winter*.

En cuanto al grado de adaptación de las importaciones léxicas, la mayoría de las piezas léxicas no se adecua a las pautas de la lengua receptora. Tanto en francés como en italiano las piezas léxicas se ajustan en todos los casos a las pautas de la lengua donante. En inglés, sobre un total de 74 importaciones léxicas, encontramos solamente 6 piezas léxicas con alguna adaptación a la lengua receptora y, además, hallamos un caso con hipercorrección, es decir, que presenta una “exageración de la extranjería que resulta de la combinación de la voluntad mimética que los mismos usos transparentan con un conocimiento insuficiente de las configuraciones que se pretende reproducir” (Hipperdinger, 2017, p. 80).

Entre las importaciones léxicas provenientes del inglés, en coexistencia con *jogging* encontramos diferentes configuraciones que presentan algún grado de adaptación a la lengua receptora. En primer lugar, hallamos *joging*, que simplifica la secuencia <gg> en <g>, lo que puede interpretarse como una adaptación parcial de la configuración escrita en la lengua de origen. En segundo lugar, observamos la configuración *joggin*, que presenta una elisión de <g> final atribuible a la intención de acercar la gráfica a la realización fonológica en español. Encontramos esta misma configuración en la forma plural *joggins*, en la que también notamos la elisión de <g>.

Otros casos en los que se acerca la grafía a la realización oral en el español puede advertirse en la supresión de <g> final en *leggin* –de *legging*– y la elisión de <e> final en *wid leg*, que coexiste con la forma sin adaptación *wide leg*. Además, encontramos la configuración *metallic*, en la que notamos la simplificación de la secuencia <ll> en <l>, que puede explicarse como un intento de adecuar la grafía a la realización oral en la lengua receptora, ya que el dígrafo <ll> pertenece a las convenciones de escritura del español, pero tiene una correspondencia fonológica diferente.

Con alguna adaptación, observamos también la configuración *lazys*, en la que notamos la adición del plural -s a *lazy*. Esta adición muestra cierto grado de adaptación a las pautas de la lengua receptora, ya que la forma plural de la pieza léxica es *lazies* en la lengua de origen.

Por otro lado, registramos la creación de la palabra *joggineta*, que se construye mediante la elisión de <g> final de la pieza léxica *jogging* y la adición del sufijo derivativo español -eta. A su vez, hallamos el alternante *jogineta*, en el que observamos la sustitución de <gg> por <g>, que adapta parcialmente la grafía de la lengua de origen, y las mismas operaciones de elisión de <g> final y de adición del sufijo derivativo español -eta previamente mencionadas.

Por último, en un mismo texto encontramos *superstar* en coexistencia con *superstart*, que consideramos una forma hipercorrecta. La sustitución de *star* por *start* puede explicarse como un intento de resaltar el origen inglés de la palabra –aunque se desconozca su significado –, ya que el término *start* se caracteriza por su frecuencia de uso, especialmente, en la promoción de bienes y servicios.

En resumen, el análisis de las importaciones léxicas en el paisaje lingüístico territorial muestra una preferencia por lenguas de origen europeo, en especial el inglés. Con respecto al grado de adaptación, se constata una tendencia a mantener las configuraciones formales ajustadas a las pautas de la lengua extranjera. No obstante, se observa una diferencia entre las importaciones léxicas provenientes del inglés, que presentan adaptación a la lengua receptora en algunos casos, y las piezas léxicas de origen italiano y francés, que no evidencian ningún alternante en sus configuraciones.

Paisaje lingüístico virtual

En el paisaje lingüístico virtual encontramos importaciones léxicas en tres lenguas distintas del español: inglés, francés e italiano. A continuación, listamos los casos relevados, agrupados por lengua y ordenados alfabéticamente, del mismo modo en que lo hicimos con

los datos del paisaje lingüístico territorial. En las importaciones léxicas presentes en *hashtags*¹³, frecuentemente utilizados en el espacio virtual, conservamos el numeral que precede a los caracteres y el uso de palabras concatenadas, tal como se registraron en el relevamiento, y las destacamos en itálicas en el caso que se encuentren acompañadas de palabras españolas.

Inglés

1. *active wear*
2. *#among*
3. *#babyoda; #accesoriosbaby*
4. *bags*
5. *basic*
6. *B-ball*
7. *beer*
8. *beige* (4)
9. *believe*
10. *biker* (2)
11. *black*
12. *blazer* (4); *#blazer* (3);
#NikeBlazer; bleazer (3); *blazers*
(2); *bleazers*
13. *body* (2); *bodies; bodys* (2)
14. *bottle*
15. *bottoms* (3)
16. *boxer; boxers*
17. *brands*
18. *by* (2); *#byTequilaindumentaria;*
#byzozo
19. *camel* (2)
20. *camping*
21. *chat*
22. *#buenosairescity*
23. *classic*
24. *clic; klik*
25. *cliquea*
26. *collection; #collection*
27. *comfy; #comfy*
28. *comic*
29. *cool*
30. *cotton; #pantaloncotton*
31. *crop*
32. *#day*
33. *denim* (4); *#denim* (2)
34. *#dread*
35. *#dress*
36. *#empire*
37. *e-Shop*
38. *#fashion* (4)
39. *#lucasfilm*
40. *fit*
41. *friends* (6)
42. *full* (2)
43. *fun*
44. *future*
45. *girls*
46. *#Hey*
47. *high*
48. *hoddie*
49. *holders; #holders*
50. *home* (2)
51. *influencer*

52. *I-Run*
53. *#instafashion*
54. *#instagood*
55. *jackets*
56. *jean* (5); *jeans* (29); *#jeans* (3);
#jeanslevis; *#jeansrecto*;
#jeansrectoconbigotes;
#jeansrectos; *#nahanajeans*
57. *jogger* (2); *#jogger* (2); *joggers*;
58. *jogging* (2); *joggins*; *#joggings*;
shogin
59. *joguinetas* (2); *#joguinetas*;
#joguinetasniños;
60. *junior*
61. *#kickflip*
62. *kids* (4); *#kids*; *#leviskids*;
#510kids
63. *kimono*; *kimonos*
64. *lifestyle*
65. *link* (2)
66. *#aguadalittleakiabb*
67. *#loangboarding*
68. *#longboard*
69. *look* (10); *#look*; *#lookdeldia* (3);
#lookprimaveral; *#lookrucca*;
#lookurbano; *looks* (5); *#looks* (4)
70. *lookeala*
71. *lookete*
72. *lurex* (2)
73. *metric*
74. *mom* (2)
75. *morley* (2)
76. *#musthave*
77. *neoprene*
78. *new* (2); *#new*
79. *off* (22)
80. *#salvemariaok*
81. *online* (28); *#comprasonline*;
#emprededorasonline;
#tiendaonline (2); *on line* (6);
82. *outdoors*
83. *outfit* (10); *#outfit* (4); *outfits*;
#outfits (3); *outfis*
84. *outlet* (6); *#outlet*
85. *overcoats*
86. *oversize*; *#oversize*
87. *oversized*
88. *oxford*
89. *pant* (2); *pants*
90. *panther*
91. *parkas* (3)
92. *peach*
93. *pin*; *pins* (2); *#pins*
94. *pink* (2)
95. *players*
96. *playmat*
97. *plus*
98. *plus size*
99. *poison*
100. *pop*
101. *premium* (2); *#premium*
102. *#princessleia*
103. *puffer*
104. *race*
105. *reflex*
106. *relax*
107. *rock*
108. *#romantic*

109. *running* (2); #*running* (2)
110. *sale* (11); #*sale*
111. #*secondhand*
112. *school*
113. *shirts*
114. *shoes*
115. *short* (7); #*short*; *shorts* (6)
116. *since* (5)
117. *skate*; #*skate* (2)
118. *skateboard*; #*skateboard* (2);
#*skateboards*
119. *skateskool*
120. #*skater*; #*skaters*
121. #*skating*
122. *ski*
123. *slim fit* (2)
124. *slip*
125. #*slouchy*
126. *smoking*
127. *sneakers*
128. *sport*
129. *spring*; #*spring* (3)
130. *stock* (13)
131. *store* (3)
132. #*street*
133. #*style*; #*stylemasculino*
134. #*summer* (4)
135. *surf*; #*surf*
136. *sweater*; *sweaters* (9); *sweters*
(3); #*swaeters*
137. #*modateen* (2); *teens* (3)
138. *tips* (4)
139. *top* (7); #*top* (3); #*topdeportivo*;
tops (5)
140. *treking*
141. #*trend*
142. #*trooper*
143. #*tshirt*
144. *unisex* (4); #*unisex* (2)
145. *urban*
146. *urbanwear*
147. #*us*
148. #*vintage*; #*ropavintage*
149. #*buzowaffle*
150. *wafflecontrol*
151. *wake*
152. *weekend*
153. *wide leg*; *wideleg*
154. *winter*
155. *woman*

Francés

1. *anorak*
2. *bijouterie*
3. *broderie*
4. *chic*
5. *confort*
6. #*corset*
7. *evasé*
8. *melange* (2)
9. *strass* (2)
10. *velour*

Italiano

1. *acqua*; *aqua*
2. *palazzos* (2)
3. #*stilettos* (4)

De una cantidad total de 168 importaciones léxicas, 155 se presentan en inglés, 10 en francés y 3 en italiano. Así, en el paisaje lingüístico virtual, al igual que en el paisaje lingüístico territorial, notamos una preferencia por lenguas de origen europeo, especialmente el inglés, que presenta el mayor número de importaciones léxicas. En esta línea, constatamos que se trata, en general, de sustituciones “innecesarias”, que disponen de equivalentes en español, como *collection*, *new*, *urban*.

Con respecto al grado de adaptación, encontramos piezas léxicas adaptadas en 15 de 155 importaciones léxicas del inglés. Del francés, para 3 de 10 piezas léxicas hallamos alguna adaptación a la lengua receptora. Por otro lado, en italiano advertimos que la totalidad de importaciones léxicas (3 casos) presenta adaptación parcial a las pautas del español. En este sentido, notamos que el paisaje lingüístico virtual, a diferencia del paisaje lingüístico territorial, presenta alguna adaptación en piezas léxicas provenientes de todas las lenguas de que se trata y no solamente en las provenientes del inglés.

En coexistencia con la importación léxica del inglés *blazer*, encontramos *bleazer* (también en plural: *bleazers*), que presenta una llamativa adición de <e>. Consideramos que esta operación puede explicarse como un intento de aproximar la grafía a la realización oral, ya que <a> se corresponde con /ei/ en la lengua inglesa, por lo que <e> parece estar en correspondencia con el primer elemento del diptongo. Además, observamos la pieza léxica *sweters*, en la que se suprime <a> de la forma original *sweaters*. Esta elisión puede vincularse con un intento de establecer una correspondencia entre la grafía y la realización fonológica –específicamente, entre una única grafía vocálica y una realización vocálica–, que se distancia de las pautas de la lengua donante.

En la misma línea de operaciones hallamos *shogin*, que mediante la sustitución de <j> por <sh> acerca la grafía a la realización fonológica, ya que el español bonaerense se caracteriza por el yeísmo rehilado ensordecido (Fontanella de Weinberg, 2000, p. 40). No obstante, notamos que el emisor comercial utiliza un recurso de escritura del inglés, en tanto la secuencia <sh> no existe en español. Entendemos que esta operación por parte del productor puede vincularse al reconocimiento del origen inglés de la pieza léxica, ya que el dígrafo <sh> se encuentra en distintos términos que denominan productos del rubro indumentaria y se caracterizan por su frecuencia de uso,

como *shoes* y *short*. A su vez, en esta configuración alternativa advertimos la simplificación de <gg> por <g>, que aproxima la grafía a las pautas del español.

Con alguna adaptación, hallamos formas plurales como *joggins* y *outfis*, conformadas a partir de la supresión de <g> y <t> en posición final de *jogging* y *outfit*, respectivamente, que acorta la distancia entre la grafía y la realización fonológica. A su vez, en *bodys* notamos la adición del plural -s que se adapta a las pautas de la lengua receptora, al tiempo que se distancia de su forma de origen *bodies*, también registrada en el corpus.

Asimismo, encontramos las configuraciones alternativas *clik* y *clic* –de *click*–, en las que se opera una simplificación de la secuencia <ck> en <k> y <c>, respectivamente. En ambos casos observamos un intento de adecuar la grafía a las pautas de la lengua receptora, ya que no hay palabras patrimoniales españolas que contengan la secuencia <ck>. No obstante, en la configuración *clik* se decide conservar un rasgo de la lengua donante, ya que el grafema <k> tampoco pertenece a palabras patrimoniales del español, mientras que en *clic* se prefiere una grafía más cercana a las pautas de la lengua española, mediante la elección del grafema <c>. Una modificación similar la hallamos en *treking*, en la que observamos una adaptación parcial de la pieza léxica a las pautas de la lengua receptora, ya que si bien se simplifica la secuencia <kk> en <k>, se decide conservar este grafema de la lengua donante.

En los casos registrados de importaciones léxicas provenientes del inglés, notamos la creación de palabras como *lookete* y *lookeala* sobre la base de la pieza léxica *look*. El primer caso presenta la adición del sufijo derivativo español -ete, mientras que el segundo se configura a partir de la adición del sufijo derivativo español -e, por un lado, y el sufijo flexivo verbal, por otro, además de la adición del enclítico -la. Otra pieza léxica en la que hallamos un recurso similar es *clikea*, en la que se opera la misma adición de sufijos a la forma original *click*. A su vez, identificamos la creación del término *joguinetas* mediante la adición del sufijo derivativo español -eta sobre la pieza léxica *jogging*; en esta importación léxica adaptada también observamos la sustitución de <gg> por <gu>, que puede responder al intento de reproducir la pronunciación mediante los recursos grafémicos del español, y la supresión de <g> final, igualmente adaptativa.

Además, encontramos alternantes como #*instafashion* e #*instagood* que combinan recursos, ya que se conforman mediante parte de una palabra, *insta-* (del inglés *instant*), y una importación léxica sin adaptación (*fashion* y *good*,

respectivamente). Así, se crea una forma innovadora mediante un juego de palabras que remite al mismo procedimiento que conforma el nombre propio *Instagram*¹⁴, denominación de la red social en la que fueron registradas estas formas léxicas. También hallamos la forma *skateskool*, que combina una importación léxica sin adaptación –*skate*– y una configuración con algún grado de adaptación –*skool*–; en esta última configuración observamos la sustitución de la secuencia <ch> por <k>, que puede explicarse como un juego de palabras que reitera la secuencia <sk> de *skate*.

Por otro lado, en coexistencia con *sweaters* encontramos *#swaeters*, que presenta la sustitución de la secuencia <ea> por <ae>. Si bien esta configuración alternativa no se adecua completamente a las pautas del inglés, la falta de adaptación a la lengua receptora parece implicar un intento de mantener la forma de origen (de hecho, podría tratarse de una simple errata).

Del francés, registramos la pieza léxica *evasé* (de *évasé*), en la que la elisión de la primera tilde puede explicarse como un intento de adaptar la grafía a las pautas de la lengua receptora, ya que no existen palabras en español que presenten doble tilde. A su vez, encontramos *melange* (de *mélange*), que suprime la tilde. Dado que en francés el acento agudo en esta pieza léxica indica la pronunciación de la vocal, mientras que en español el acento sirve para indicar la sílaba tónica, consideramos que esta adaptación de la pieza léxica se trata de un posible intento de acercar la grafía a la realización fonológica en español, para que no se sugiera una pronunciación esdrújula. Además, identificamos la importación léxica *velour* (de *velours*), en la que se registra la supresión de <s> final, que puede explicarse como un intento de acercar la grafía a la realización oral.

Procedentes del italiano, hallamos las piezas léxicas *palazzos* y *#stilettos*, que presentan la adición del morfema de plural español agregado a la forma singular. De esta manera, se distancian de la forma en que se realiza el plural en italiano, que en estos casos resultaría en *palazzi* y *stiletti*, respectivamente. Por otro lado, encontramos la pieza léxica *acua* (de *acqua*), en la que observamos la simplificación de <cq> en <c>, que puede explicarse como un intento de acercar la grafía a la realización fonológica en la lengua receptora (con simplificación consonántica), y simultáneamente a sus pautas gráficas. A su vez, hallamos la configuración alternativa *aqua*, en la que opera la simplificación de <cq> por <q>. Si bien este alternante demuestra cierto desconocimiento sobre la escritura de esta importación léxica por parte del productor,

consideramos que intenta apearse a la forma de origen en tanto en español no se utiliza la secuencia <qu> salvo ante vocal anterior.

En suma, el paisaje lingüístico virtual muestra una preferencia por lenguas de origen europeo en las importaciones léxicas registradas y, en particular, una marcada preferencia por el inglés. Con respecto al grado de adaptación, se constata la presencia de piezas léxicas con alguna adaptación provenientes de todas las lenguas involucradas. A su vez, se evidencia un número considerable de formas innovadoras únicamente en piezas léxicas de origen inglés.

Conclusiones

A partir del análisis realizado, se puede concluir que los datos muestran una coincidencia entre el paisaje lingüístico territorial y el virtual en la preferencia por lenguas de origen europeo, que se evidencia en el registro de importaciones léxicas en inglés, francés e italiano, por un lado, y en la presencia mayoritaria de piezas léxicas “innecesarias”, que tienen equivalentes en español, por otro. Consideramos que la preferencia por el inglés, italiano y francés puede vincularse a que la elección de las lenguas por parte de los emisores comerciales indica el valor que socialmente se les asigna (Hipperdinger, 2018, p. 197), ya que todas son lenguas que gozan de prestigio. Además, en ambos medios notamos el predominio de importaciones léxicas de origen inglés, en consonancia con lo relevado en otros estudios sobre el paisaje lingüístico de Bahía Blanca y de numerosas ciudades a nivel global. No obstante, constatamos una clara diferencia en la frecuencia con que se hace uso de las importaciones léxicas en ambos paisajes. En el paisaje lingüístico virtual advertimos una frecuencia mayor en el uso de importaciones léxicas que en el paisaje lingüístico territorial. En particular, en el paisaje lingüístico virtual se evidencia un número notoriamente más elevado de importaciones léxicas de origen inglés, que se ha constatado que es la lengua con mayor presencia en la Web (Ivkovic y Lotherington, 2009, pp. 27-28).

Con respecto al grado de adaptación, observamos que las importaciones léxicas se presentan, en general, más cercanas a la lengua donante que a la lengua receptora, lo cual puede explicarse en relación con la marca de *status* que implica el uso de lenguas que gozan de prestigio (Hipperdinger, 2014, p. 108). Sin embargo, los datos muestran algunas diferencias en el tratamiento formal de las importaciones léxicas entre ambos paisajes. En primer lugar, en el paisaje lingüístico virtual se constata una mayor cantidad de configuraciones adaptadas por cada pieza léxica importada. En segundo

lugar, en el paisaje lingüístico virtual se encuentran configuraciones con algún grado de adaptación para piezas léxicas provenientes del inglés, el italiano y el francés, mientras que en el paisaje lingüístico territorial no se observan configuraciones adaptadas para piezas léxicas provenientes del italiano ni del francés, sino solo del inglés.

Consideramos que las diferencias en el tratamiento formal de las piezas léxicas pueden explicarse en relación con las características que distinguen al medio virtual del territorial, específicamente, la mayor transitoriedad y dinamismo que caracteriza al paisaje lingüístico virtual, a diferencia de la relativa estabilidad que supone el paisaje lingüístico territorial (Biró, 2018, p. 183). En este sentido, el paisaje lingüístico virtual permite que los emisores comerciales manipulen una mayor cantidad de piezas léxicas y realicen adaptaciones sobre piezas léxicas en una mayor variedad de lenguas, ya que en este medio cualquier cambio es posible sin requerir demasiado costo económico (Biró, 2018, p. 183), a diferencia del paisaje lingüístico territorial, en el que puede resultar oneroso modificar las producciones que se encuentran escritas, por ejemplo, en la vidriera o en la pared del local comercial.

Asimismo, a diferencia del paisaje lingüístico territorial, el paisaje lingüístico virtual presenta un número considerable de formas innovadoras de origen inglés. Por un lado, en el paisaje lingüístico virtual constatamos un mayor número de creaciones de palabras mediante la adición de sufijos del español sobre la base de importaciones léxicas proveniente del inglés. Al respecto, se ha planteado el potencial creativo del espacio virtual en cuanto a la presencia de procedimientos lingüísticos que implican la manipulación del lenguaje, entre ellos, la creación de palabras (Shohamy y Gorter, 2009, p. 3). Por otro lado, únicamente en el paisaje lingüístico virtual observamos juegos de palabras en importaciones léxicas de origen inglés, lo que puede explicarse en relación con el uso del *hashtag* en el medio virtual. En este sentido, entendemos que en el paisaje lingüístico virtual el *hashtag* propiciaría una mayor creatividad en los emisores comerciales, hipótesis que se apoya en la presencia de juegos de palabras que emplean el uso concatenado de palabras.

En el curso futuro de esta investigación exploraremos el uso de importaciones léxicas en otros rubros comerciales, en los que será posible contrastar las hipótesis propuestas con respecto a la relación entre el uso de piezas léxicas importadas y el medio, territorial o virtual, del paisaje lingüístico.

Referencias

- Biró, E. (2018). More than a Facebook share: exploring virtual linguistic landscape. *Acta Universitatis Sapientiae, Philologica*, 10(2), 181-192.
- Blommaert, J. & Maly, I. (2014). Ethnographic linguistic landscape analysis and social change: A case study. *Tilburg Papers in Culture Studies*, 100, 1-27.
- Bossano Molina, F. y Pérez Vega, D. (2021). Apropiación del espacio virtual y creación del paisaje lingüístico desde la lengua de señas ecuatoriana. In Y. Bürki, M. Haboud, & D. Toro (Eds.), *Paisajes Lingüísticos de las dos orillas. Miradas trasatlánticas* (pp. 65-80). Oralidad Modernidad.
- Caleffi, P. M. (2015). The 'hashtag': A new word or a new rule? *SKASE Journal of Theoretical Linguistics*, 12(2), 46-69.
- Fernández Schmidt, A. y Duché Mónaco, L. (2019). Indagaciones sobre la presencia de otras lenguas en el ámbito comercial de Bahía Blanca: el área léxica de la indumentaria. En Y. Hipperdinger (Ed.), *Español y otras lenguas en el área dialectal bonaerense del español de la Argentina* (pp. 179-192). EdiUNS .
- Fontanella de Weinberg, M. B. (2000). El español bonaerense. In M. B. Fontanella de Weinberg (Coord.), *El español de la Argentina y sus variedades regionales* (pp. 37-61). Edicial.
- Franco-Rodríguez, J. M. (2008). El paisaje lingüístico del condado de Los Ángeles y del condado de Miami-Dade: propuesta metodológica. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 35, 3-43.
- Gómez Capuz, J. (1998). *El préstamo lingüístico. Conceptos, problemas y métodos*. Universitat de València.
- Gómez Molina, J. R. (2000). Transferencia y cambio de código en una comunidad bilingüe. Área metropolitana de Valencia (I y II). *Contextos*, 33, 309-360.
- Guarín, D. (2021). Los pronombres de tratamiento en el paisaje lingüístico quindiano (Colombia). *Miradas*, 16(1), 77-96.
- Hipperdinger, Y. (2014). Estereotipos que no simplifican. Hipercorrección grafémica en importaciones léxicas. In Y. Hipperdinger (Comp.) *Lenguas, conceptos y contactos* (pp. 107-123). EdiUNS.
- Hipperdinger, Y. (2017). Hipercorrección grafémica en importaciones léxicas. Datos del español bonaerense, *Sintagma*, 29, 79-92.

- Hipperdinger, Y. (2018). Coexistencia interlingüística en un paisaje lingüístico urbano. Español y otras lenguas en denominaciones comerciales de Bahía Blanca (Argentina), *Itinerarios*, 27, 193-216.
- Hipperdinger, Y. (2019). Paisaje lingüístico sudbonaerense. Decisiones en el diseño de una investigación grupal. In Y. Hipperdinger (Ed.), *Español y otras lenguas en el área dialectal bonaerense del español de la Argentina* (pp. 123-140). EdiUNS.
- Hipperdinger, Y. y Oostdyk, P. (2019). Importaciones léxicas del inglés en el español bonaerense. Exploraciones sobre la prensa gráfica. In Y. Hipperdinger (Ed.), *Español y otras lenguas en el área dialectal bonaerense del español de la Argentina* (pp. 15-48). EdiUNS.
- Ivkovic, D. & Lotherington, H. (2009). Multilingualism in cyberspace: conceptualising the virtual linguistic landscape, *International Journal of Multilingualism*, 6(1), 17-36.
- Mooney, A. & Evans, B. (2015). *Language, society & power*. Routledge.
- Moriarty, M. (2012). Language Ideological Debates in the Linguistic Landscape of an Irish Tourist Town. In D. Gorter, H. F. Marten, & L. Van Mensel (Eds.), *Minority languages in the Linguistic Landscape* (pp. 74-88). Palgrave Macmillan.
- Myers-Scotton, C. (1992). Comparing codeswitching and borrowing. In C. Eastman (Ed.), *Codeswitching* (pp. 19-39). Multilingual Matters.
- Lasry, L. y Orsi, L. (2019). El paisaje lingüístico de Bahía Blanca: la presencia del inglés y del italiano en denominaciones de comercios. In Y. Hipperdinger (Ed.), *Español y otras lenguas en el área dialectal bonaerense del español de la Argentina* (pp. 165-178). EdiUNS.
- Prieto, M. B. y Gárriz, E. J. (2020). Cambios e impactos en el uso de suelo en una ciudad intermedia. El caso de la Avenida Alem. Bahía Blanca, Argentina. *Huellas*, 24(2), 165-189.
- Shohamy, E. & Gorter, D. (2009). Introduction. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenary* (pp. 1-10). Routledge.
- Shohamy, E. & Waksman, S. (2009). Linguistic Landscape as an ecological arena. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenary*, (pp. 313-331). Routledge.

- Winter-Froemel, E. (2008). Studying loanwords and loanword integration: Two criteria of conformity. *Newcastle Working Papers in Linguistics*, 14, 156-176.
- Winter-Froemel, E. & Onysko, A. (2012). Proposing a pragmatic distinction for lexical Anglicisms. In C. Furiassi, V. Pulcini, & F. Rodríguez-González (Eds.), *The Anglicization of European Lexis* (pp. 43-64). John Benjamins.
- Zangla, A. y Oostdyk, P. (2019). Paisaje lingüístico: estudio de dos enclaves comerciales estratégicos de la ciudad de Bahía Blanca. In Y. Hipperdinger (Ed.), *Español y otras lenguas en el área dialectal bonaerense del español de la Argentina* (pp. 141-164). EdiUNS.

Notas

¹ Las diversas perspectivas en torno a los ingresos léxicos pueden consultarse en Gómez Capuz (1998).

² Sobre la distinción de los fenómenos de contacto de acuerdo al criterio de frecuencia véase Myers-Scotton (1992).

³ Seguimos a Mooney y Evans (2015), que limitan el paisaje lingüístico virtual a producciones desplegadas en sitios web, comunicación mediada por computadora y redes sociales (p.102). En esta investigación atendemos específicamente a las redes sociales, ya que constituyen la principal vía de promoción de los emisores comerciales en el espacio virtual.

⁴ Esta delimitación es utilizada en “El nuevo perfil del microcentro bahiense” (2003), Indicadores de Actividad Económica N° 70 del Centro Regional de Estudios Económicos de Bahía Blanca Argentina (v. <https://www.creebba.org.ar/?op=iae>).

⁵ El microcentro de la ciudad de Bahía Blanca presenta cuatro galerías comerciales: Galería Plaza, Galería Visión, Galería Americana y Galería Jardín.

⁶ La Avenida Alem es una de las principales vías estructurantes de la ciudad, comienza en el Teatro Municipal y termina en el ex Camino Parque Sesquicentenario (Prieto y Gárriz, 2020, p. 174). A los fines de nuestra investigación, la delimitación comprende 15 cuadras de la Avenida Alem que se extienden desde su inicio, el Teatro Municipal, hasta la Universidad Nacional del Sur.

⁷ Para un estudio específico sobre las denominaciones de emprendimientos comerciales expuestas en el espacio público de Bahía Blanca puede consultarse Hipperdinger (2018).

⁸ No nos ocuparemos en este estudio de los nombres propios, ya que *a priori* puede considerárselos no sustituibles (Hipperdinger y Oostdyk, 2019, p. 25).

⁹ Los números entre paréntesis indican la cantidad de ocurrencias que se relevaron de la pieza léxica. Si no hay precisión del número, se trata del registro de un único caso.

¹⁰ Aunque su origen es ruso, el término *parka* se considera un anglicismo por su vía de ingreso al español (v. <https://dle.rae.es/parka>).

¹¹ Si bien el término *anorak* es de origen esquimal, llegó al español a través del francés (v. <https://dle.rae.es/anorak>).

¹² Winter-Froemel y Onysko (2012) plantean la distinción entre las incorporaciones léxicas *catacrésicas* y *no catacrésicas* de acuerdo a si estas tienen o no un equivalente léxico en la lengua receptora. Así, diferencian las transferencias léxicas catacrésicas, que son incorporadas a la lengua receptora por ausencia de equivalentes en uso, de las transferencias léxicas no catacrésicas, que recurren a otra lengua aunque tienen equivalentes en uso en la lengua receptora.

¹³ Sobre la complejidad en la definición del término *hashtag* y su clasificación véase Caleffi (2015).

¹⁴ La creación de la palabra *Instagram* supone la combinación de dos palabras vinculadas a esta red social. La primera parte *Insta-* proviene del adjetivo en inglés *instant* en referencia a *instant camera*, antiguas cámaras de fotos que revelaban las fotos en el instante, mientras que la segunda parte *-gram* proviene de *telegram*, una forma de mensajería rápida (v. <https://instaguia.com/que-significa-instagram/>).