
Los neologismos por préstamo y los periodistas: cuestionario

Constanza Gerding Salas • Universidad de Concepción, Chile • cgerding@udec.cl

Paola Cañete González • Universidad de Concepción, Chile • pcanete@udec.cl

Carolin Adam • Universidad de Concepción, Chile • cadam@udec.cl

Resumen

Al observar por más de una década la aparición de nuevas palabras en prensa escrita en español, la Antena Chilena de Neología ha constatado la presencia de neologismos léxicos formados con recursos propios de la lengua, neologismos semánticos y neologismos por préstamo, de acuerdo con la clasificación que propone el Observatori de Neología de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona. Este observatorio dirige el proyecto Antenas Neológicas del cual la Antena Chilena de Neología forma parte. De las observaciones realizadas por el grupo chileno han surgido investigaciones que dan cuenta de la incorporación de préstamos de diversas lenguas al español, así como también de la integración de unidades léxicas provenientes específicamente del inglés (Gerding y Fuentes, 2011; Gerding et al., 2012a; Gerding et al., 2012b; Gerding et al., 2014). Tomando como base estos hallazgos, el actual proyecto de este grupo de investigación tiene como finalidad determinar la preponderancia de la función de los periodistas como agentes de importación de léxico de diversas lenguas y, en particular, de léxico anglicado al español. A la vez, se propone desentrañar las razones que moverían a los profesionales de la prensa a incorporar o no este tipo de léxico. Para dilucidar este fenómeno, se ha diseñado un cuestionario en el que se indaga acerca de diversos aspectos relativos a las prácticas lingüísticas de los periodistas, a saber, el uso de préstamos en español ya sea por adopción o con adaptación, las lenguas de procedencia, los ámbitos de uso, las restricciones en su empleo, la utilización de marcas tipográficas para distinguirlos y la importancia autoatribuida al rol del periodista en la incorporación de voces extranjeras. La aplicación de este cuestionario semiestructurado se realizará vía correo electrónico y cubrirá una muestra heterogénea de periodistas en ejercicio profesional en distintos ámbitos de desempeño.

Palabras clave

Neología léxica • Español • Préstamo • Periodista • Cuestionario

1. Introducción

La neología léxica es, quizás, la más palpable de las demostraciones de la vitalidad de una lengua y cada una de las nuevas acuñaciones es el reflejo de los cambios que se producen en la sociedad. Así, frente a la presencia de realidades nuevas, los neologismos léxicos permiten, por una parte, llenar vacíos denominativos y, por otra, responder a las diversas necesidades expresivas de los hablantes. Es posible encontrar voces nuevas en textos y discursos que se producen todos los días, y la prensa es una de las fuentes en las que surgen o se manifiestan de manera prolífica. En efecto, el lenguaje periodístico ha demostrado ser una fuente inagotable de creatividad léxica y, desde esa óptica se puede colegir que los periodistas probablemente tengan una función importante como propagadores de estas creaciones, siendo quizás responsables también de la incorporación de palabras provenientes de otras lenguas. Dado el desarrollo de muchas sociedades hispanohablantes, podría atribuírseles, además, alguna incumbencia en la introducción de préstamos del inglés en el español actual.

Considerando estos aspectos y los resultados obtenidos en las investigaciones realizadas por la Antena Chilena de Neología de la Universidad de Concepción (en adelante AChN-UdeC) durante casi una década, el objetivo del presente trabajo es abordar la neología léxica desde un punto de vista distinto al del análisis lingüístico: la presente propuesta intenta conocer los criterios aplicados por los periodistas, en cuanto reconocidos difusores de neologismos, frente al uso de estas unidades de origen extranjero, principalmente con respecto a las razones por las que estos profesionales las incorporan o no al español y la forma en que las distinguen de las voces patrimoniales. Para ello, se presentan a continuación los elementos teóricos que sustentan este trabajo, a saber: la neología léxica, el método de recolección y clasificación de neologismos, los préstamos y los anglicismos y el lenguaje periodístico. Por último, se presenta el cuestionario que se ha diseñado con el propósito de consultar sobre el fenómeno descrito a periodistas pertenecientes a una muestra lo más representativa posible y en ejercicio de la profesión en diversos ámbitos.

2. Antecedentes

La Red Antenas Neológicas se crea en el año 2002 con el propósito de convertirse en un proyecto interuniversitario e internacional dedicado a la observación y el estudio de las nuevas acuñaciones léxicas en distintas variedades del español. Desde sus inicios la coordinación de esta Red ha estado a cargo del Observatori de Neologia (OBNEO) de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona. Actualmente el proyecto está constituido por nodos de universidades de Argentina, Chile, Colombia, España, México y Perú, cuyos grupos de investigación recopilan datos neológicos de fuentes escritas, principalmente de prensa. Cada año los nodos registran conjuntamente los datos obtenidos en el banco de datos BOBNEO (2017),

con lo que han llegado a formar un corpus de neologismos en español con un caudal que supera, en promedio, las diez mil unidades anuales (Antenas Neológicas, 2017).

3. Metodología

El trabajo de recolección y clasificación de neologismos se rige por una metodología común y la Red realiza distintos tipos de análisis de los recursos de innovación léxica, los que se difunden en publicaciones académicas y encuentros científicos, así como también en obras de difusión general. De allí que regularmente aparecen artículos divulgativos sobre unidades léxicas neológicas en las columnas en línea *El neologismo del mes*, de la Red Antenas Neológicas, y *Martes Neológico*, del Centro Virtual Cervantes. De este modo, la Red cumple su propósito de contribuir a la descripción de las distintas variedades lingüísticas del español, difundir los nuevos hallazgos y colaborar con la actualización de obras lexicográficas de lengua general (Antenas Neológicas, 2017).

La recopilación de las unidades léxicas neológicas se realiza mediante dos métodos: para las ediciones de prensa en papel, la pesquisa se realiza de forma manual, mientras que para la prensa digital, de forma semiautomática mediante el Buscaneo, un extractor de neología formal en línea integrado en la plataforma OBNEO. Luego, para el ingreso de los neologismos al BOBNEO se crean fichas neológicas que posibilitan su clasificación sobre la base de distintos aspectos, de los cuales los esenciales son: ámbito geográfico o país de origen de la fuente, fuente o nombre del periódico, fecha de publicación del periódico, categoría y subcategoría gramatical del neologismo, tipo de neologismo según el protocolo de vaciado del OBNEO (2004), aspectos tipográficos de la nueva unidad léxica, contexto y sección del periódico en que se encontró, notas u observaciones, autor de la ficha y fecha de recopilación. Una vez ingresadas a este banco de datos, las piezas neológicas quedan a disposición de todos los integrantes de la Red para realizar estudios propios o colectivos.

En cuanto a las fuentes de recopilación, la Red Antenas Neológicas extrae los datos neológicos principalmente de prensa de circulación nacional y local. Si bien todos los medios de comunicación reflejan, en mayor o menor medida, el uso de la lengua y, por ende, también el de las innovaciones léxicas, la prensa es uno de los medios más idóneos para observar este fenómeno. Además, como se ha podido constatar, el lenguaje periodístico no sólo contribuye a difundir nuevas acuñaciones sino que también las concibe, con lo que se convierte en una de las fuentes más productivas para realizar estudios neológicos, como señala Ortega:

El lenguaje periodístico es una fuente inagotable de creatividad léxica. Abarca numerosas áreas de conocimiento: economía, política, medicina, deporte... Refleja los cambios lingüísticos que se producen constantemente en la lengua; revitaliza palabras caídas en desuso, une otras que nunca antes se habían asociado, forma compuestos nuevos con palabras griegas, o latinas; emplea

por primera vez vocablos extranjeros... Es, por tanto, la fuente renovadora de léxico más eficaz con la que cuenta el hablante de español para constatar la vitalidad de nuestro idioma (Ortega, 2001, ap. 3).

4. Préstamos y anglicismos

A lo largo de 15 años de observación en la prensa, la Red Antenas Neológicas ha constatado que la innovación léxica responde a los más diversos mecanismos existentes, aunque algunas formas son más recurrentes que otras, siendo los préstamos en general el mecanismo de mayor recurrencia (Fuentes, Gerding Salas, Pecchi, Kotz y Cañete, 2009) y, dentro de ellos, destaca con mucho el préstamo proveniente del inglés, con adaptación y sin ella.

De allí que, en años recientes, la AChN-UdeC ha focalizado su interés y exploración en estos dos tipos de innovación léxica (Gerding y Fuentes, 2011; Gerding, Fuentes, Gómez y Kotz, 2012; Gerding, Fuentes y Kotz, 2012; Gerding, Fuentes, Gómez y Kotz, 2014). En el desarrollo de estos estudios, este nodo ha constatado que distintos autores, tanto en Chile (por ej., Diéguez, 2004 y Sáez Godoy, 2005) como en otras latitudes (por ej., Millán Loreto, 2004; Chenggang y Yajun, 2004; Delgado Álvarez, 2005; Gómez Capuz, 2009; Guerrero Ramos, 2013; Vega Moreno, 2016) también se han ocupado del tema, confirmando así que la incorporación de voces anglicadas en distintas lenguas es una forma frecuente de innovación léxica en la actualidad.

Ahora bien, dada la diversidad de ópticas de los estudios que abordan la incorporación de voces de origen anglosajón en el español, existe una variedad de definiciones para los conceptos de 'préstamo' y de 'anglicismo'. La AChN-UdeC ha tomado como referencia, tanto para éste como para otros estudios realizados, la definición de 'préstamo' del OBNEO (2004): «unidades de una lengua extranjera que se incorporan al español, con o sin adaptación», y emplea el término 'anglicismo' para referirse a todas aquellas unidades provenientes del inglés, ya sea adoptadas de forma intacta o bien adaptadas ortográficamente.

En cuanto a las motivaciones del uso de neologismos en general y de anglicismos en particular, se ha observado que estas voces surgen por múltiples razones, que van desde la necesidad de llenar vacíos denominativos hasta la aceptación a veces temporal por moda, pasando por cuestiones estilísticas como la necesidad expresiva y el prestigio, además de la influencia cultural extranjera. Estas motivaciones, a las que se añade la premura con la que suelen escribirse los textos periodísticos, contribuyen a la aparición de diversos tipos de neologismos en la prensa, los que surgen no sólo a partir de los recursos propios de la lengua, sino también del uso de préstamos. Según Delgado Álvarez (2005), muchos de los anglicismos se introducen en el español con el propósito de llenar vacíos léxicos (por ej., *fracking*, *hashtag*, *wiki*, *bitcoin* o *vintage*), aunque también es frecuente que se empleen aun cuando existan equivalentes (por ej., *sponsor* por 'patrocinante',

mall por ‘centro comercial’, *running* por ‘salir a correr’ o *tablet* por ‘tableta’); en este último caso, el uso puede además ser connotativo (prestigio o moda).

Ante la presencia de nuevas voces patrimoniales y no patrimoniales, los periodistas suelen adoptar algunos criterios para su uso en la prensa. Así, usan algún tipo de marca tipográfica, ya sea por iniciativa propia o por observancia de las normas de estilo de la publicación para la cual escriben, con el propósito de señalar si se trata de un uso nuevo, de un valor no consignado en el diccionario o de una palabra ‘inexistente’, es decir, tomada de otra lengua, creada para la ocasión o con un valor distinto al habitual (Alvar Ezquerro, 1998).

Entre las marcas tipográficas más utilizadas destacan la letra cursiva, la negrita y las comillas. La letra cursiva es la que predomina en préstamos recogidos intactos de otras lenguas, así como también es la que se emplea con frecuencia para marcar términos que se convierten en neologismos semánticos al ser prestados a un área temática diferente. Además, se utiliza este tipo de marca en usos metafóricos y argóticos o para marcar unidades de un registro lingüístico inferior al que demanda el texto. Los neologismos formales (derivados y compuestos), por su parte, se marcan con menor frecuencia (Solé, 2002), puesto que, como se forman con recursos propios de la lengua, se hace menos necesario refrendar su condición de nuevos.

5. Lenguaje periodístico

Ahora bien, la capacidad difusora que tiene el lenguaje periodístico y la influencia a veces inadvertida que éste ejerce en la gente conducen a que algunos elementos discursivos de los periodistas se conviertan en modelo lingüístico para los hablantes (Méndez, 2011). Por esta razón y en consideración a los acelerados cambios de la actual sociedad de la información, resulta interesante intentar dilucidar la responsabilidad que puede caberle a los periodistas (en tanto constructores de realidades y propagadores potenciales de nuevos usos lingüísticos) por la recurrencia del uso de voces anglicadas en prensa en español, que supera el 30 % del total de piezas neológicas recopiladas en un lapso de más de 10 años, según constataciones de la AChN-UdeC (Fuentes et al., 2009; Gerding y Fuentes, 2011; Gerding et al., 2012a; Gerding et al., 2012b; Gerding et al., 2014).

6. Cuestionario

Ante esta realidad y con el propósito de conocer el fenómeno de primera fuente, se ha estimado pertinente consultar a los propios actores del quehacer periodístico. Con esta finalidad, para la recogida de datos se ha diseñado un cuestionario de encuesta que pretende operacionalizar las variables objeto de la investigación. Se ha optado por el cuestionario electrónico aun a sabiendas de que este instrumento tiene el inconveniente de entregar un número no elevado de respuestas, lo que puede conducir a una muestra no del todo representativa. Además, el cuestionario electrónico tiene, potencialmente, otra debilidad: existe

una mayor probabilidad de que la muestra resulte sesgada. Con todo, es la forma más expedita de llegar a grupos de informantes anónimos, que disponen de poco tiempo y que, aun así, manifiestan su voluntad de colaboración. Para la elaboración del cuestionario se empleará la versión básica de la plataforma SurveyMonkey® (2017), un software disponible en línea para la creación de encuestas y cuestionarios personalizados, análisis estadísticos de datos y otras herramientas que hacen accesible el cuestionario a los participantes, recogen y almacenan las respuestas y las ponen a disposición de los investigadores.

Se ha elegido el cuestionario de tipo semiestructurado, donde se presentan, por una parte, interrogantes de respuesta cerrada, ya sea dicotómicas, categorizadas o de valoración, en las que el informante se enfrenta a alternativas prediseñadas y de opción limitada, lo que permite posteriormente realizar análisis cuantitativos más precisos. Por otra parte, se incluyen preguntas para las cuales el informante puede enunciar libremente sus respuestas de manera abierta y más personal, ya que no tiene que ceñirse a categorías preestablecidas. A la inversa de las preguntas de respuesta cerrada, las de respuesta abierta son más difíciles de estandarizar al momento de realizar los análisis.

Los informantes *target* serán periodistas en ejercicio de la profesión en diversos ámbitos y se les contactará vía correo electrónico. Las direcciones electrónicas se han obtenido a través de jefes de prensa y jefes de servicio de empresas e instituciones.

Antes del lanzamiento definitivo y con el objetivo de validar el instrumento, se ha realizado una prueba piloto con una muestra de cinco periodistas-informantes, lo que ha permitido verificar la inteligibilidad de las preguntas, detectar valores inesperados de las variables, medir el tiempo de aplicación y, así, asegurar la validez del cuestionario. En efecto, las acotaciones hechas por los informantes en el piloteo han sido de gran utilidad para mejorar algunos aspectos del instrumento, como por ejemplo, simplificar la formulación de algunos enunciados.

El cuestionario ha sido dividido en dos partes: la primera pretende obtener información personal general sobre el periodista-informante anónimo, la que podría dar luces acerca de sus preferencias lingüísticas: edad, género, ámbito de desempeño laboral, especialidad en la que ejerce y años de experiencia laboral.

La segunda parte consta de 14 preguntas específicamente relacionadas con el uso de préstamos. La pregunta 1 es dicotómica, esto es, que requiere una respuesta afirmativa o negativa acerca de si el periodista-informante emplea préstamos en la redacción de sus textos. La pregunta 2 es categorizada e indaga acerca de la procedencia de las voces extranjeras que el periodista suele emplear. La primera categoría de respuesta es excluyente ('no uso otros idiomas') y las demás categorías, que se eligieron sobre la base de las lenguas referidas en el

estudio de Fuentes et al. (2009), son alemán, francés, inglés, italiano y lenguas originarias (mapudungun, aymara, quechua, rapa nui); se ha incluido, además, la categoría 'otro(s)' para que el informante añada, si es el caso, una lengua que no figura entre las categorías de respuesta dadas. La pregunta 3 es completamente abierta y apunta a conocer las razones por las que el periodista emplea o no emplea préstamos lingüísticos en la redacción periodística.

La pregunta 4, categorizada en tres respuestas ('Sí', 'No', 'A veces'), tiene como propósito saber si en la redacción de prensa el periodista-informante adapta a la ortografía del español los préstamos que emplea, y la pregunta 5, que es abierta, está orientada a conocer la o las razones por las cuales adapta o no adapta los préstamos que utiliza.

En la pregunta 6, categorizada en tres respuestas ('Sí', 'No', 'A veces'), se consulta al informante si utiliza algún tipo de marca tipográfica para distinguir los préstamos provenientes de otras lenguas, y en la pregunta 7, abierta, se le solicita dar razones por las que usa o no usa estos indicadores.

En la pregunta 8 se le consulta al informante por su percepción con respecto a los espacios del periódico en los que estima que existe una mayor recurrencia en el uso de préstamos. Para la respuesta categorizada se le solicita al periodista marcar cinco opciones de entre secciones frecuentes en muchos periódicos (Fuentes et al., 2009; Gerding y Fuentes, 2011; Gerding et al., 2012a; Gerding et al., 2012b; Gerding et al., 2014): Ciencia y Tecnología, Cultura, Espectáculos, Deportes, Economía, Internacional, Moda y Tendencias, Nacional, Opinión, Portada, Reportajes, Sociedad. También se le entrega una opción de respuesta abierta para añadir, si fuese el caso, alguna sección que no se hubiera incluido en el cuestionario. Y con la pregunta 9, que es abierta, se pretende conocer al menos dos razones por las que el periodista-informante estima que se usan los préstamos en las secciones del periódico que haya indicado.

La pregunta 10, dicotómica 'Sí' - 'No', requiere saber si el medio para el cual trabaja el periodista-informante le impone algún tipo de restricciones en cuanto al uso de préstamos. En caso de respuesta afirmativa, a continuación se presenta una pregunta abierta para que indique cuál o cuáles son dichas restricciones.

En la pregunta 11 se consulta por la posición más o menos normativista con respecto al uso de la lengua materna que le recomendaron adoptar al periodista-informante durante su formación profesional. Las categorías de respuesta son: 'más bien apegada a las normas', 'basada más bien en el uso', 'consideraba ambas perspectivas' y 'ninguna de las anteriores'. Esta pregunta permitiría conocer si la formación incide o no en la práctica periodística con respecto a la flexibilidad o rigidez del periodista para usar neologismos.

En la pregunta 12, compuesta por 13 categorías y con una escala de valoración de cinco niveles, desde 'totalmente pertinente' hasta 'nada pertinente', se indaga acerca de la pertinencia de las razones por las cuales algunos periodistas emplean préstamos de otras lenguas al redactar. Sobre la base de los estudios de Diéguez, 2004; Gerding y Fuentes, 2011; Gerding et al., 2012a; Gerding et al., 2012b; Gerding et al., 2014, se definieron las siguientes categorías de respuesta: 'Por aceptación de la palabra extranjera en español', 'Para moderar el significado de una palabra existente en español', 'Por el contacto entre lenguas', 'Por desconocimiento de un equivalente en español', 'Por economía lingüística', 'Por razones de estilo o mayor efectividad en la comunicación', 'Para causar impacto periodístico (llamar la atención o enfatizar)', 'Por moda', 'Por seguir el manual de estilo de la publicación', 'Para lograr una mayor precisión léxica', 'Con un propósito aclaratorio', 'Por la urgencia al traducir' o 'Porque no existe la palabra en español'.

La pregunta 13 corresponde a una valoración en una escala de cinco niveles, desde 'Muchísima' hasta 'Ninguna', en la que se intenta establecer la importancia que le atribuye el informante al rol del periodista en la incorporación de préstamos en el español. Finalmente, con la pregunta 14 se pretende averiguar por qué el informante le atribuye el grado de importancia elegido al papel que desempeña el periodista en la incorporación al español de préstamos de otras lenguas.

7. Conclusiones

El análisis de las respuestas de este cuestionario permitirá a la AChN-UdeC verificar algunos de los supuestos surgidos de estudios anteriores en relación con el uso de préstamos en general y de anglicismos en particular en la prensa chilena de comienzos del siglo XXI. Así, será interesante conocer, por una parte, las razones que los propios periodistas aducen como las más relevantes para la incorporación de préstamos en sus textos. Por otra, se podrá verificar si estas unidades léxicas neológicas cumplen alguna función estilística específica además de cubrir vacíos denominativos para realidades emergentes. Será posible, asimismo, indagar acerca de la existencia de normas que se aplican en los medios de comunicación escritos frente a la adopción y a la adaptación de préstamos a la lengua española y el rol que tiene la formación de los periodistas en la observancia de estas normas en comparación con las que presenta la normativa de la Real Academia Española. En definitiva, el estudio intentará esclarecer algunas cuestiones relativas al uso de voces no patrimoniales en la prensa y aportar conocimiento nuevo a los estudios de neología léxica del español a través de las motivaciones que inspiran a los periodistas para incorporar nuevas voces por la vía del préstamo.

Referencias bibliográficas

- Alvar Ezquerro, M. (1998). Palabras nuevas en los periódicos de hoy. En A. Álvarez Tejedor (Ed.), *La lengua española a finales del milenio*, pp. 13-44. Burgos: Caja de Burgos.
- Antenas Neológicas (2017). Red de neología del español. El neologismo del mes. Recuperado de <https://www.upf.edu/antenas/presentacion/>.
- BOBNEO, Banco de datos del Observatori de Neologia (2017). Recuperado de <http://obneo.iula.upf.edu/bobneo/index.php>.
- Centro Virtual Cervantes (2017). Martes neológico. Recuperado de <http://blogscvc.cervantes.es/martes-neologico/>
- Chenggang, Z y Yajun, J. (2004). Wailaici and English borrowings in Chinese. *English Today*, 79(20/3), pp. 45-52.
- Delgado Álvarez, A. (2005). Los anglicismos en la prensa escrita costarricense. *Káñina*, 29 (número especial), pp. 89-99.
- Diéguez, M. I. (2004). El anglicismo léxico en el discurso económico de divulgación científica del español de Chile. *Onomazein*, 2(10), pp. 117-141.
- Fuentes, M., Gerding-Salas, C., Pecchi, A., Kotz, G. y Cañete González, P. (2009). Neología léxica: reflejo de la vitalidad del español de Chile. *RLA, Revista de Lingüística Teórica y Aplicada*, 47 (1), I sem., pp. 103-124.
- Gerding C. y M. Fuentes (2011). Loanwords in the Press: The Influence of English in Chile. En American Translators Association (comp.), *Actas del XIX Congreso Mundial de la FIT*, pp. 193-211.
- Gerding-Salas, C., M. Fuentes, L. Gómez y G. Kotz (2012). El préstamo en seis variedades geolectales del español: un estudio en prensa escrita. *Revista Signos, Estudios de Lingüística*, 45(80), pp. 280-299.
- Gerding-Salas, C., M. Fuentes y G. Kotz (2012). Anglicismos y aculturación en la sociedad chilena. *Onomázein*, 25, pp. 139-162.
- Gerding-Salas, C., M. Fuentes, L. Gómez y G. Kotz (2014). Anglicism: An active word-formation mechanism in Spanish. *Colombian Applied Linguistics Journal*, 16(1), pp. 40-54.
- Gurrero-Ramos, G. (2013). El préstamo lingüístico, uno de los principales procedimientos de creación neológica. *Quaderns de Filologia. Estudis lingüístics*, XVIII, pp. 115-130.
- Gómez Capuz, J. (2009). El tratamiento del préstamo lingüístico y el calco en los libros de texto de bachillerato y en la obras divulgativas. *Tonos digital*, (17). Recuperado de <https://www.um.es/tonosdigital/znum17/secciones/tritonos-1-librosdetexto.htm>.
- Méndez, M. del C. (2011). De cómo los neologismos enriquecen la lengua. *Río Negro*. Recuperado de http://www.rionegro.com.ar/cultura-show/de-como-los-neologismos-enriquecen-la-lengua-MQRN_767496.
- Millán Loreto, R. (2004). Uso de extranjerismos en la prensa venezolana y española: español o inglés, el respeto al idioma. *El cajetín de la Lengua*. Recuperado de <http://www.ucm.es/info/especulo/cajotin/extran.html>.
- OBNEO, Observatori de Neologia (2004). Metodología de trabajo en neología: criterios, materiales y procesos. *Papers de l'IULA. Sèrie monografies*, 9. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra.

Ortega, M. P. (2001). Neología y prensa: un binomio eficaz. *Espéculo. Revista de estudios literarios*, 18. Recuperado de <http://www.ucm.es/info/especulo/numero18/neologism.html>.

Sáez Godoy, L. (2005). Anglicismos en el español de Chile. *Atenea*, 492, pp. 171-177

Solé, E. (2002). Textos i neologismes. En M. T. Cabré, J. Freixa y E. Solé (eds.), *Lèxic i neologia*. Barcelona: Observatori de Neologia, Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra, pp. 79-90.

SurveyMonkey®, software en línea para la creación de encuestas personalizadas. Recuperado de <https://www.surveymonkey.com/>.

Vega Moreno, E. (2016). El préstamo como procedimiento de creación neológica. *Pragmalinguística*, 24, pp. 281-292.