

Jean P. Contreras D.

Diccionario de anglicismos y extranjerismos para creadores digitales

Consulta obligada para periodistas, *community managers*, *content managers*, *copywriters*, diseñadores, ilustradores, *influencers*, *instagramers*, publicistas, *tiktokers*, tuiteros, *youtubers* y otros generadores de contenido en las plataformas digitales

| Nass
| Papier
| Editorial

Contenido

Agradecimientos	II
Prólogo	13
<i>Para tener en cuenta</i>	14
Abreviaturas utilizadas	16
Estructura de entradas	17
Vocablos	19
Referencias	196
Sobre el autor	199

Prólogo

Cada día se observa más el uso de vocablos ajenos al castellano, sobre todo aquellos pertenecientes al idioma inglés. Es lo que en gramática se conoce como *anglicismos*. Ello se debe al surgimiento, especialmente en los últimos años, de palabras nuevas o neologismos y «verbos» o acciones relacionadas con esas voces. El avance de la tecnología y la democratización en las comunicaciones ha permitido que su uso se haya extendido a hispanohablantes, especialmente a través de vocablos que provienen del inglés de Gran Bretaña o de los Estados Unidos de América. En la práctica, y para hacer un uso más global o una adaptación mundial, se recurre a términos en la lengua inglesa. Un anglicismo, por ejemplo, puede ser un nombre genérico para algo que pueda tener distintos nombres en Hispanoamérica. Por ejemplo: *hot dog* y *popcorn*.

¿Por qué empleamos anglicismos? Por economía del lenguaje, alcance global o al buscar pertenencia o identidad. Es difícil saberlo. Una de las ventajas del anglicismo es que en algunos casos la palabra es más corta, en una sola voz se incluyen varias o, incluso, alguna frase. Esto es vital para la eficiencia y rapidez de las plataformas digitales. Desde hace décadas, el mundo de la publicidad y el mercadeo se ha visto invadido por palabras en inglés, precisamente porque muchas de ellas surgieron (y surgen) desde los Estados Unidos, siendo ellos los amos y señores del consumismo. Asimismo, hay otras áreas o campos donde se usan términos anglosajones o se hace un mayor empleo de estos. Por ejemplo: la comunicación, los deportes, la economía, la tecnología, entre otros.

Este diccionario surge en vista del gran uso (y abuso) que se hace del anglicismo al sustituir palabras castellanas, donde muchas veces se aplica innecesariamente, de forma incorrecta o desde el desconocimiento. Bajo ningún aspecto se busca imponer algo rígido en el variado y «líquido» mundo de las palabras. Es una guía o manual; una caja de herramientas que propone o da a conocer las versiones castellanas de esas expresiones lingüísticas más extendidas. Si bien no se pueden adaptar o traducir todas las palabras, es bueno contar con un registro de voces nuevas y viejas que orienten de forma efectiva su uso cotidiano, especialmente en el mundo digital. Pareciera ser la clave del éxito del extranjerismo en general en el mundo de los creadores de contenido digital: periodistas, *community ma-*

nagers, content managers, copywriters, diseñadores, ilustradores, *influencers, instagramers*, publicistas, *tiktokers*, tuiteros, *youtubers* y muchos más.

Para todos estos nuevos usuarios del lenguaje está dedicado este libro. Y para los nuevos creadores que se suman día a día a las plataformas digitales a compartir su contenido

Para tener en cuenta

Los vocablos de otras lenguas deberían adaptarse a la gramática española, en la medida de lo posible. Eso incluye, respetar los artículos determinados masculinos (el, los), femeninos (la, las) y neutro (lo) pero a veces hay excepciones. Debido a la utilización masiva, la mayoría de los ejemplos están redactados haciendo uso de los vocablos. En muchos casos puede sustituirse el término por la palabra en castellano. En su mayoría son ejemplos sencillos porque la idea es mostrar cómo deberían usarse.

Algunos vocablos pueden tener más de un significado, incluso ser un poco ambiguos. Pero la intención es dar la mejor explicación posible. Asimismo, buena parte de las definiciones están enfocadas en el mundo publicitario, del *marketing*, de las nuevas tecnologías, el periodismo, entre otros.

Con la frase «Para Yahoo! es,» se refiere a lo que indica la guía editada por el departamento editorial Yahoo! mientras que con «Para la Fundéu-RAE», se hace referencia a la Fundación del Español Urgente. En ciertos casos, la palabra en castellano es la traducción literal o puede que el término en español haga un poco de ruido al oído.

Cuando se habla de plataformas o redes sociales, un buen porcentaje se refiere a plataformas digitales y lo que conocemos como las RR. SS. o redes sociales (digitales). También, puede aplicar para referirse a las famosas *apps*, aunque para el autor más que aplicaciones son compañías, empresas, marcas, plataformas o sistemas en línea. Con el fin de evitar confusiones con algunos vocablos, como excepción se procedió a separar las entradas: *boxer, scooter, sketch, spot* y *trailer*.

Con respecto a las fechas o épocas de uso mencionadas, los vocablos foráneos son los protagonistas y los años o referencias de fechas puede que no sean del todo exactas, pero se mencionan de acuerdo con lo investigado o registrado. Y entre paréntesis, se incorpora la definición a que corresponde la fecha. Incluso, podrían ser datos de creación, de haberse patentado, entre otras. Asimismo, se obvia la fonética de las voces de las lenguas forá-

neas. En algunas explicaciones, se hacen referencias culturales o históricas para enriquecer un poco el texto y hacer su lectura más amena.

Este diccionario cuenta con mil cien entradas que se componen tanto de una palabra o vocablo como de una frase. Igualmente, las comillas angulares o españolas («»), son las más utilizadas en esta publicación ya que son las primeras que deberíamos utilizar en la gramática española, dejando así el uso de las comillas inglesas (“”) para algunas excepciones.

La redacción o definición de cada entrada se hizo lo más fácil o sencillo de comprender. Por ello, en varias ocasiones se obvian datos o informaciones de carácter técnico o que son irrelevantes para el propósito de esta publicación. En algunas definiciones o explicaciones se podría redundar un poco o utilizar ciertas palabras para darle contexto a la explicación. Por ejemplo, internet podría ser empleado como sinónimo de web y viceversa o balompié por fútbol para no repetir tanto una misma palabra, se hace uso de medios de información en sustitución de medios de comunicación.