

Raúl Rivadeneira Prada

**EXTRANJERISMOS
EN BOLIVIA**

Anglicismos-Galicismos-Otros

ACADEMIA BOLIVIANA DE LA LENGUA
INSTITUTO BOLIVARIANO DE LEXICOGRAFÍA

La Paz, Bolivia, 2008

RAÚL RIVADENEIRA PRADA

**EXTRANJERISMOS
EN BOLIVIA**

ACADEMIA BOLIVIANA DE LA LENGUA
INSTITUTO BOLIVIANO DE
LEXICOGRAFÍA

2008

(Parcial)

© Rolando Diez de Medina, 2012.
La Paz - Bolivia

ÍNDICE

Prólogo

1. ANGLICISMOS

Introducción
Abreviaturas
Glosario de anglicismos
Anglicismos publicados en periódicos bolivianos

GALICISMOS

Introducción
Abreviaturas
Glosario de galicismos
Galicismos publicados en periódicos bolivianos

3. OTROS EXTRANJERISMOS

Introducción
Glosario de otros extranjerismos

Prólogo

La influencia de las lenguas modernas europeas sobre el español no es de data reciente. Empezó desde la misma constitución de los estados imperiales durante el Renacimiento y se desarrolló sin interrupción hasta el presente. Pero, como otros fenómenos sociales, esta influencia ha experimentado también altibajos y preeminencias. Así, en el siglo XIX, el español tomó muchos préstamos del francés y, al influjo de esta lengua, se formaron muchos galicismos. En el siglo pasado, el empuje francés cedió terreno y el fenómeno de transferencias léxicas fue cubierto por el inglés británico, primero, y por el estadounidense, después.

En Hispanoamérica, poco antes de que se constituyeran las nuevas nacionalidades, y, sobretodo, después que concluyó el largo proceso de descolonización e independencia americanas, los extranjerismos más frecuentes provinieron de la cultura francesa -de la Ilustración, de los enciclopedistas y de la literatura francesa avant garde que reemplazó palmariamente al

modelo ibero. Este influjo fue sesquicentenario y, aunque se fue atenuando, llegó hasta mediados del siglo XX. Los anglicismos, en cambio, se abrieron camino tímidamente en la emancipación, sobre todo en áreas geográficas circunvecinas, como las de Centro América, o las fronterizas del norte mexicano, y se desencadenaron en avalancha desde hace cinco décadas al empuje de las ciencias y las técnicas que crearon sus propias nomenclaturas léxicas.

En nuestro mundo actual, parcialmente globalizado, es certero el juicio del profesor Günther Haensch, quien sostiene que "los anglicismos y galicismos tienen también su geografía lingüística en el vasto dominio lingüístico del español. Posiblemente la mayoría de ellos se usan en todos los países hispanoamericanos; otros, en cambio, se usan sólo en uno o varios países o áreas de lengua española"¹. La descripción de los extranjerismos, puestos en el fiel de la contrastividad, contribuye a descubrir las diferencias, pero también las semejanzas, que existen entre el español peninsular y el español de América, y las que se dan en los países hispanoamericanos, comparativamente considerados.

La Real Academia Española, por medio de la Asociación de Academias Hispanoamericanas, ha impulsado el proyecto de elaboración del *Diccionario panhispánico de dudas*. Para hacer realidad este propósito, organizó una reunión con representantes de todas las corporaciones académicas, a la que asistió - representando a Bolivia - Raúl Rivadeneira Prada. Este diccionario ha recogido, naturalmente, el repertorio léxico de los extranjerismos presentes en nuestra lengua. Con la contribución de cada una de las Academias y los trabajos que, con tanto acierto, han realizado algunos investigadores como Rivadeneira Prada, pudimos contar, en poco tiempo, con una descripción general y actualizada de los anglicismos, galicismos y otros préstamos de las lenguas modernas que ha adoptado el español y la distribución de los mismos en ese vasto dominio de nuestra geografía lingüística a la que hacía referencia Günther Haensch en el ensayo mencionado.

Por supuesto, hablar de extranjerismos en general -anglicismos, galicismos, portuguesismos, italianismos, etc. -es una abstracción o un recurso didáctico. Los extranjerismos siempre cobran particularidades allí donde se realizan en el uso, en un aquí y un ahora concretos. De ahí que tiene más sentido hablar de anglicismos en España, en Colombia, en Bolivia, etc., o, por regiones, de anglicismos en Centroamérica, en el Caribe, en América Meridional, etc. Es bien conocido que un extranjerismo puede ser adoptado sin modificaciones por una lengua receptora y entonces estamos ante un préstamo lingüístico estricto sensu: integración de un elemento léxico foráneo en otra lengua. Esta integración puede realizarse "de muy diversas maneras, según sean las palabras y las circunstancias".² La integración supone siempre grados y matices, que van desde la ausencia total de integración fonética y morfológica (préstamo no naturalizado) hasta una integración parcial (préstamo naturalizado), así, en bote tomado del inglés medio *bót* -inglés moderno *boat*-, seguramente a través del francés medio *bot* y del gascón *bot*. La ausencia total de integración es más bien rara, porque siempre subyacen rasgos fonéticos de la lengua receptora en el préstamo. De otra parte, el préstamo trata de reproducir, al menos en la intención, los rasgos más relevantes del extranjerismo adoptado, a diferencia del calco, que siempre implica una adaptación semántica (así, acordar en el sentido de 'conceder' calco del francés *accorde*), morfosintáctica (visión del mundo que es calco del sustantivo alemán *Weltanschauung*) o fonética de la lengua receptora (*hot dog*, pronunciado [jádok]).

En sentido opuesto, una comunidad lingüística, como la peninsular, sometida a la autoridad prescriptiva de la Academia, prefiere adaptar los extranjerismos a la fonética española antes de incorporarlos al Diccionario de la Lengua Española. Por esta razón, encontramos en el DRAE voces extranjeras adaptadas que suenan extrañas a nuestros oídos, como: bikini, brevete,

1 Günther Haensch, "Anglicismos y galicismos en el español de Colombia", en *Lenguas en contacto en Hispanoamérica. Nuevos enfoques*. Klaus Zimmermann (ed.), Frankfurt am Main: Vervuert; Madrid: Iberoamericana, Sonderdruck aus: Bibliotheca Ibero-Americana Vol. 54, 1995, pág. 217-253.

2 Cfr. Dubois et. alia. *Diccionario de Lingüística*, Madrid: Alianza Editorial, 1979.

bumerán, buqué, carné, casete, disquete, güisqui -lejos del original *whisky*-, etc., pero no están *amateur*, *antidoping*, *average*, *baby-doll*, *baby-shower*; *beetle*, *bicicross*, *bladder*, *blue-jean*, *bluff bond*, *bowling*, *boyscout*. *by-pass*, y un largo etc. Lo cual no quiere decir que los españoles no utilicen algunos o muchos de estos préstamos, como se puede establecer por la consulta del Diccionario del Español Actual (Seco/Andrés/Ramos, 1999).

Nuestra comunidad hispanoamericana es muy tolerante, permisiva o condescendiente con respecto a los extranjerismos, a los que asume como préstamos, rehuyendo, generalmente, el calco. En el fondo de estas posiciones subyace una actitud lingüística que podemos caracterizar como prescriptiva y normativa, por una parte, y como descriptiva, por otra. A pesar de lo que pudiera creerse, no son posiciones totalmente antagónicas, porque la primera también supone un esfuerzo de descripción, por lo menos en el primer momento: el de aprehender una realidad lingüística exógena dada; y porque la segunda no es totalmente ajena al carácter correctivo o, por lo menos, didáctico del fenómeno. De otra parte, la aceptación o el rechazo de los extranjerismos es parte de la política lingüística de un país, del Estado, si es que la tiene. En todo caso, nadie puede negar hoy la necesidad que tienen las lenguas -de cualquier latitud del planeta- de recurrir a los préstamos o/ya los calcos, porque en el mundo dinámico que nos ha tocado vivir, sobre todo en el del postmodernismo, negarse, sistemáticamente, a aceptarlos equivaldría a vivir en un aislamiento total, a encerrarse en otra muralla china, a meter la cabeza en la tierra, como el avestruz, para soslayar la realidad. El cuidado, la vigilancia consciente que debe existir con respecto de la lengua materna debe buscar un justo medio, un equilibrio con la tendencia a la incorporación indiscriminada de préstamos lingüísticos, vengan de donde vinieren. Como sostiene Raúl Rivadeneira Prada en la Introducción de este libro, "si una lengua carece de un término, es legítimo que lo tome a préstamo de otra y la adopte ya sea íntegramente, en su forma oral y escrita, o adaptándola a su naturaleza gráfica y fonética, esto en razón del genio y carácter de cada lengua. El criterio rector de préstamos o adopciones tendrá que conciliarse con la eficiencia comunicativa, pues un idioma es, fundamentalmente, un instrumento de comunicación".

EXTRANJERISMOS EN BOLIVIA -volumen que reúne *Anglicismos en Bolivia*, *Galicismos y Extranjerismos en el castellano boliviano*, de Raúl Rivadeneira Prada-, contiene tres capítulos que corresponden a los tres trabajos de investigación lexicográfica mencionados y realizados para la Academia Boliviana de la Lengua, correspondiente de la Real Española. Este volumen está constituido por glosarios que contienen 693 voces inglesas, 193 francesas y 174 de otros extranjerismos, incluyendo algunos americanismos que se emplean usualmente en el castellano o español boliviano actual. Un muestrario de palabras publicadas en los periódicos nacionales examinados ilustra cada una de estas partes.

Por supuesto, el trabajo no es exhaustivo. La procedencia de las voces es diversa. El autor las ha recogido de títulos de noticias, avisos comerciales y publicitarios de periódicos, libros, guías, carteles, letreros, rótulos callejeros, de vitrinas y escaparates; de propaganda radial, televisiva y de carteles cinematográficos; también de cartas gastronómicas, de programas de radio y TV, de relatos y comentarios deportivos y de otras fuentes. Pero, la fuente principal son 2000 números de varios periódicos nacionales, publicados en dos períodos: 1997-1999 y 2006-2008, y 550 emisiones de televisión en ambos períodos. La selección del universo examinado es, por cierto, arbitrario, pero nos parece representativo, y los criterios de selección, empleados por el autor, aunque convencionales, son idóneos y convincentes. Por cierto, este trabajo es pionero en el terreno del estudio de los extranjerismos en nuestro país. Pero es una inquietud compartida hoy por otras personas que se dedican a la enseñanza del inglés y a las investigaciones lexicográficas. Un trabajo que he dirigido hace algunos años y que pasó por una consistente defensa es el "Glosario de préstamos ingleses para El Diario y La Razón: Propuesta metodológica", de María Alejandra Alcoreza³.

3 Publicado en la revista Lexi-Lexa No. 2. La Paz: Instituto Boliviano de Lexicografía y otros Estudios a Lingüísticos, 2001, págs. 44-50.

También en el Instituto Boliviano de Lexicografía recogimos, asistemáticamente, los anglicismos que son usuales en Bolivia, pero que no se emplean en España, para el *Diccionario de bolivianismos*, que se halla en la etapa de redacción final. Existe, además, una bibliografía sobre extranjerismos en el español, más actualizada -aunque escasa todavía-, que se suma a la que teníamos en curso, y que está ya bastante desactualizada.⁴

No es la primera vez que Raúl Rivadeneira Prada encara una tarea del campo lingüístico. En 1995 publicó un pequeño y sustantivo opúsculo sobre Hipocorísticos, con la pertinencia propia de un trabajo especializado. Ahora contamos con este volumen que acopia préstamos tomados de otras lenguas extranjeras, entre ellas, un selecto repertorio de galicismos, germanismos, italianismos, portuguesismos, japonesismos, a los que se suman muestras de argentinismos, mexicanismos, peruanismos y otros con los que nos aproximamos al diseño del universo léxico del país, enriquecido por los préstamos que provienen de nuestras lenguas nativas, que empleamos los bolivianos hoy.

El requerimiento de Raúl Rivadeneira Prada para que escriba unas líneas prologales a este volumen me ha dado ocasión para releer y actualizar los datos y juicios expuestos para su libro *Anglicismos en Bolivia*, del año 2000. Después de ocho años, encuentro que los datos han sido decantados, corregidos y ampliados por el autor de modo considerable, no sólo por la inclusión de los galicismos y otros extranjerismos, sino por el enriquecimiento de los anglicismos incluidos en esta obra que, estamos seguros, se abrirá paso, en medio del enjambre bibliográfico actual sobre el tema, por mérito propio. Sobre los juicios expuestos entonces, me reafirmo y creo que podemos decir que la producción lexicográfica boliviana está presente en una nueva trinchera de avanzada.

CARLOS COELLO VILA

4 Al trabajo ya mencionado de Haensch, cabe añadir (sólo algunos títulos producidos en los últimos veinte años): Bernal, Labrada, Emilio, "Influencias anglicizantes en el español contemporáneo", en *Boletín de la Academia Colombiana* 33, págs. 235-250, 1983. Gobello, José, *Diccionario de voces extranjeras usadas en la Argentina*, Bs. As., 1988. Goddard, K. S. A., "Loanwords in Spanish. A Reappraisal", en *Bulletin of Hispanic Studies* 57, págs. 1-16, 1980. Lorenzo, Emilio, "Anglicismos en el español de América", en *El Español en las Agencias de Prensa*, Madrid: Fundación Sánchez Ruipérez- A. Efe., págs. 66-82, 1990. Montes, José Joaquín, "Calcos recientes del inglés en español", en *Thesaurus* 11, págs. 17-50, 1985. Pratt, Chris, *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*, Madrid, 1980. Vaquero, María, "Anglicismos en la prensa: una cala en el lenguaje periodístico de San Juan". En: *Lingüística española actual* 12/2, 275-288, 1990.

INTRODUCCIÓN

Una historia cotidiana

Johnny Condori Quispe y *Melany* Chuquimia Poma se conocieron *chateando on line* por *Internet*. Se citaron en un *snack*, donde se sirvieron: ella, un *cheesburger*, él, un pollo a la *broaster* con abundante *ketchup*, bebieron *Sprite* y *Orange Crush*. Ella llegó atrasada porque fue con su madre al *Shopping Norte* y después al mercado *Nylon* a buscar algo para el *baby shower* de su amiga *Jenny*. También compró un *CD* de *rap* para obsequiarle a su prima *Diana*, por su *happy*, y para sí misma un *blue jean*, dos *shorts* y un par de *tops* bien *sexis*. Su madre adquirió un juego de *pyrex*.

Después de jugar *bowling*, *Johnny* y *Melany* se fueron a un *Pub* de bajo *cover* (15 bolivianos), donde escucharon *jazz*, bebieron dos *drinks* de *scotch on the rocks* y un *sunrise con cherry*. Conversaron animadamente. *Johnny* le contó que, de día, *chequea stocks* de *software* en una *Computer Shop*, y de noche trabaja como *disc jockey*. *Melany* le dijo que ella estudia *marketing*; le habló de sus preferencias por el *spinning*, y el *beach volly* los *videoclips* de *Ricky Martin*, los programas del *Discovery Channel* y de su sueño de llegar a ser una *top-model*. Poco después de las doce, pagaron *cash* y se fueron.

El español que hablamos y escribimos en Bolivia está invadido por vocablos ingleses. Podría afirmarse que nuestro lenguaje está plagado de anglicismos, pero también, aunque en menor medida, recibimos importantes contribuciones, en forma de préstamos necesarios.

Tal vez la llamada globalización tenga que ver con esta avalancha anglicana. El hecho es que cada vez más términos y giros británicos y angloamericanos están presentes en nuestra conversación doméstica, en las noticias y comentarios, en la publicidad, en los discursos políticos, en las conferencias científicas y aun en la producción literaria.

Los mensajes multimedia nos tienen más familiarizados con el inglés comercial que con el español culto. Los niños y sus padres entendieron y entienden perfectamente este abrumador anuncio publicitario que, entre los años 1996 y 2004 se difundió profusamente por la radio, la televisión y los periódicos:

"Compra tu *pack* de *stickers pickers* de *Pokemon*".

En contraste, veamos una palabra castiza que a esos mismos receptores ha de parecerles idioma extranjero. La palabra es *reclame*, definida como: "cajera con roldanas en los cuellos de los *masteleros* por donde pasan las *ostagas* de las *gavias*".

Puestos en comparación, *pack*, *stickers* y *Pokemon* son para muchos bolivianos más usuales e inteligibles que *masteleros*, *ostagas* y *gavias*. Para comprender el significado de *reclame*, necesitamos una explicación más larga, con la ayuda de un glosario: *mastelero*, palo o mástil menor; *gavia*, vela que se coloca en el *mastelero*; *ostaga*, cabo que sirve para izar las velas.

El inglés se nos ha metido hasta en la sopa, con las latitas de *Campbell* y los sobres *Maggi*. Tenemos a flor de labios el *okay*, como una manía de aceptar y afirmar todo lo que se nos ofrece y pregunta.

Hace poco, se ha inaugurado una cancha de béisbol. Con este juego, muy pronto se popularizarán términos como *hit*, *strike*, *jon ron* (*home ron*), *baseman*, *pitcher*, *catcher* y otros.

En algunos programas de televisión, se suele expresar con luces intermitentes: ¡Sorry, Sorry, Sorry!, cuando el concursante yerra en la respuesta. El adjetivo sorry, además de arrepentimiento y disculpa, significa también: pésimo, despreciable, malo y ridículo. ¿No sería más amable para el concursante poner en español: ¡erróneo!, ¡incorrecto! o ¡equivocado!?

En materia de lenguaje, todos los pueblos son prestamistas y prestatarios. Los romanos adoptaron la voz gala *carrus* (carro de cuatro ruedas), porque la que tenían, *curros*, nominaba a un vehículo de solo dos ruedas.

Los hablantes intercambian términos, giros idiomáticos, y con ellos formas de vida. Al comunicarse por medio de las palabras, se imitan e influyen mutuamente. Muy lejos y sólo en el predio de la utopía está la bíblica unidad lingüística anterior a la confusión de lenguas, en la Torre de Babel. Aun admitiendo que en un principio hubo un solo idioma, éste por la irresistible fuerza de su propia evolución, en un escenario de dinámicas relaciones humanas, tuvo que fragmentarse, dividirse y subdividirse en otras lenguas y dialectos, como ha sucedido con el desarrollo de las lenguas romances desde su tronco común, el latín vulgar.

En el mundo actual, cada vez más integrado por las telecomunicaciones y la facilidad con que las personas pueden transportarse de un país a otro y de un continente a otro, es más activo e inevitable el intercambio y más frecuente el entrecruzamiento de palabras en sus diversas acepciones. El fenómeno se presenta principalmente como adopciones o préstamos necesarios, útiles y enriquecedores; como imitaciones y modas pasajeras o como importaciones innecesarias, desconcertantes y empobrecedoras. Al respecto, conviene recordar las palabras de Pedro Salinas:

"Pongamos por ejemplo el caso de la introducción de giros y voces extranjeras en un idioma. Fenómeno es éste naturalísimo. Por el, todos los idiomas han ganado en amplitud, en color y en gracia. Pero no conviene a una lengua adoptar en este punto una postura pasiva, tragándose todo lo que le echen encima los ignorantes o los desaprensivos; la postura de una comunidad lingüística consciente, ante este caso, debe ser capitalmente selectiva. Esto es, inteligente; tomar lo necesario, rechazar lo superfluo, distinguir. Mucho importa esto, porque si se distingue y, guiados por la inteligencia de la lengua y la sensibilidad para ella, aceptan las gentes de un país los neologismos útiles, los complementarios, los fecundos, la resultante será, como probarían tantos ejemplos históricos, una tonicidad mejor del idioma. Pero si se abandona esa influencia de la corriente extranjera al tuntún, al arbitrio de gentes que ni conocen ni quieren a su idioma y que, por pereza, lo plagan de expresiones torpes e innecesarias, se ve la lengua en mucho riesgo de llenarse de cuerpos extraños que deformen sus rasgos naturales y estorben la soltura y gracia de sus movimientos". (Salinas, Pedro. *Defensa del Lenguaje*. Ed. Amigos de la Real Academia. Madrid, 1991; p. 53).

Igual atención merece lo escrito por Carlos Joaquín Córdova:

"Así como el ingreso del neologismo constituye un hecho natural para el enriquecimiento legítimo de una lengua, asimismo, la entrada del barbarismo -sin dejar de ser también fenómeno corriente- provoca el incremento lexicográfico por medios que en veces deslucen la pureza y el buen gusto. Si la aparición de un barbarismo es incómodo, reprochable se vuelve la penetración y el uso de formas sintácticas advenedizas que minan la estructura gramatical del idioma afectado, en el presente caso, el castellano". (Córdova, Carlos Joaquín. *Un millar de anglicismos*. Ed. Universidad del Azuay. Ecuador, 1991, p. XV). Córdova se refiere particularmente a la influencia que ejerce el inglés en el uso del gerundio, hecho que malogra el buen estilo en español.

La presencia de términos extraños en una lengua puede compararse con la calidad de las corrientes migratorias y flujos turísticos: los hay deseables e indeseables y aun los que resultan indiferentes. Si una lengua carece de un término, es legítimo que lo tome a préstamo de otra y la adopte ya sea íntegramente, en su forma oral y escrita o adaptándola a su naturaleza gráfica y fonética, esto en razón del genio y carácter de cada lengua. El criterio rector de préstamos o

adopciones tendrá que conciliarse con la eficiencia comunicativa, pues un idioma es, fundamentalmente, un instrumento de comunicación.

Como es sabido, el español o castellano se ha construido fundamentalmente con los materiales del latín, el griego, el mozárabe y los dialectos peninsulares. A esta estructura, se añaden voces de las lenguas autóctonas de Hispanoamérica y préstamos del francés, el portugués, el italiano, el alemán, el inglés y otros idiomas.

Con el término *extranjerismo* se designa a toda palabra, frase o giro que un idioma toma para sí, de otro extranjero. Los extranjerismos tienen diversas denominaciones, por ejemplo, galicismo (francés), germanismo (alemán) o anglicismo (inglés).

Una palabra extranjera, no incorporada totalmente al idioma, es decir, no tomada oficialmente a préstamo, se califica, desde un punto de vista normativo o preceptivo, como *barbarismo* y, en consecuencia, lleva el estigma de elemento corruptor del lenguaje.

El *préstamo*, en cambio, como lo define Tagliavini, es "una palabra de una lengua que proviene de otra lengua distinta de la que constituye la base principal del idioma que recibe o que, si procede de dicha lengua base, no es por transmisión regular, continua y popular, sino por haber sido tomada posteriormente" (Tagliavini, Carlo. *Orígenes de las lenguas neolatinas*. Ed. F.C.E. México, 1973, p. 368). El DRAE (Ed. 22a.) registra: "// 4. Ling. Elemento, generalmente léxico, que una lengua toma de otra, y que no pertenece al conjunto patrimonial". Por esta razón, no pueden considerarse préstamos las voces latinas, griegas, árabes o americanas que integran el patrimonio léxico del español, reunidas en el diccionario. Queda claro que el préstamo se refiere a un nombre o concepto inexistente en la lengua que lo toma.

Anglicismos

Se entiende por anglicismo: "Giro o modo de hablar propio de la lengua inglesa. II 2. Vocablo o giro de esta lengua empleado en otra. II 3. Empleo de vocablos o giros ingleses en distintos idiomas". (DRAE, Ed. 22a.) La Enciclopedia Salvat añade esta acepción: "3. Costumbres, usos, maneras, etc., de los ingleses y manía de imitarlos". (Barcelona, 1976).

El inglés, como lo conocemos hoy, proviene del anglosajón, derivado del idioma anglico, perteneciente al grupo anglofrisón. Fue llevado a Britania, alrededor del siglo V, por los anglicos, un pueblo germano.

La influencia del inglés en el español, como en casi todas las lenguas románicas, se produce de manera lenta, pero creciente. Probablemente los primeros préstamos del anglosajón o inglés antiguo sean palabras del léxico geográfico y marítimo, por ejemplo norte, (de *nord*, después *north*) o bote, (de *bât*, después *boat*), según informa Tagliavini. Un informe que cursa ante la Real Academia Española anota que las voces *batel* y *bote* se incorporaron al diccionario de 1726-39, pero no revelaron su origen inglés sino mucho más tarde: en 1884, en el caso de *bote*; en 1970, en el de *batel*, cuyo origen se relacionó hasta entonces con el de *bajel*.

Durante el siglo XIX, al calor de la industrialización y el creciente intercambio comercial de Inglaterra y los Estados Unidos de América con países de habla hispana, se produjo un mayor flujo de anglicismos que después serían incorporados al diccionario, entre otros *revólver*, *rifle*, *tranvía*, *túnel*, *vagón*, *vatio*, *whisky* y *yankee*. Estas palabras, sumadas a las deportivas *foot-ball* y *lawn tennis*, se hallan ya en noticias y avisos comerciales de los periódicos bolivianos entre 1860 y 1900, alternando con los términos periodísticos *reporter* e *interview*. Lucas Jaimes (Brocha Gorda) utiliza, en su celebre cuento "La Mansión Celestial", publicado en 1905, las palabras *sports*, *interviews* y *reporters*, en tono de crítica.

A fines del siglo XIX, la construcción del ferrocarril a Oruro trajo consigo nuevos anglicismos, comenzando por la denominación de la empresa: *The Antofagasta and Bolivia*

Railway Company Limited: Más adelante se impondría la costumbre de poner nombres ingleses a instituciones industriales, comerciales y deportivas. El primer equipo de fútbol, fundado el 26 de mayo de 1891, se bautizó con el nombre de *Oruro Royal Foot-ball Club*. La organización directriz de este deporte, en la sede del gobierno, se denominó, hasta bien entrado el siglo XX, *La Paz Foot-ball Association*. La empresa proveedora de energía eléctrica se llamó hasta 1970 *The Bolivian Power Company*.

En el siglo XX, aumenta considerablemente la influencia léxica del inglés, por conducto de la cinematografía, las revistas, las agencias noticiosas monopolistas de la información, la radio, la televisión y otros medios; asimismo, por la enseñanza del inglés en institutos británicos o estadounidenses.

Para mediados de siglo, ya se han popularizado las voces *fox-trot*, *speaker*, *broadcasting*, *goalkeeper* y *hobby*. Durante la segunda mitad de siglo, se incrementa considerablemente el uso de anglicismos, con la adopción de términos relativos a los espectáculos, la música, la moda, la tecnología, el comercio, la gastronomía y los deportes. Se imponen rápidamente las denominaciones de *rock and roll* y variantes; *panties*, *shorts*, *technicolor*, *bytes*, *stock*, *stockamiento*, *snack* y *cheesburger*. Con el uso creciente de las computadoras y teléfonos celulares, hacia fines del siglo XX y comienzos del XXI, se ponen en boga términos como *blog*, *chat*, *datashow*, *hacker*, *on line*, *website* y otros.

En el largo trayecto recorrido desde la adopción y adaptación del término *boat*, de hace 1500 años, hasta el *best-seller*, admitido en el DRAE en 1992, al castellano se han incorporado aproximadamente cuatro mil vocablos ingleses y angloamericanos. Pero, hay varios miles más, dispersos en el mundo hispanoamericano. Algunos son insustituibles, como *rock*, pero otros se hallan enquistados, como incordios, por ejemplo *abstract*, *doping* y *sponsor*. Cuéntese también aquellas palabras que se han arraigado en la mentalidad del hablante, como *living*, difícilmente reemplazable por su equivalente en español "sala de estar". No faltan los que se ponen de moda e impregnan a una generación para después desaparecer sin dejar huella. Hace poco más de dos décadas, reinaban los *Thundercats*, después, los niños deliraban con los *Pokemons*, frente a las pantallas de televisión. Estas palabras se han ido perdiendo en el olvido, al desaparecer los programas que les daban vida.

EXTRANJERISMOS EN BOLIVIA contiene 693 voces inglesas que se usan actualmente en el español escrito y hablado en las principales ciudades del país, ochenta y ocho más que las registradas en la primera edición de este libro.

Hay anglicismos originados en palabras latinas como *junior*, *senior* y *versus*. Asimismo, voces procedentes de otros idiomas, como *bikini*, *brochure*, *shampoo*, *travesti*, ingresados en el léxico español de la mano del inglés, en frases y giros de esta lengua.

No faltan devoluciones de palabras castizas, con nuevos significados, por ejemplo, *convertible* (automóvil de techo desmontable) o *transparencia* (diapositiva).

Figuran en este glosario fusiones de palabras o expresiones anglicadas con la terminología popular y aun con voces de lenguas autóctonas, principalmente el aimara y el quechua. En un barrio de La Paz, de predominante población mestiza e indígena, puede leerse un cartel que anuncia: *Johnny Ticona's Barber Shop*. O una pizarra de restaurante popular que, escrita con tiza, ofrece en el menú del día: *Chairo y bistec a la cacerola*. En otros locales se anuncia servicio de "Teé", una deformación de *tea* (te).

Una prestigiosa marca de galletas lleva en el envoltorio de celofán la siguiente inscripción: *Galletitas cream cracker caserita*, en que se asocian el anglicismo *cream cracker* y el bolivianismo "caserita".

En un diario paceño, la sección de avisos de lupanares, llamadas telefónicas eróticas y material pornográfico, se identifica con la marca *Hot line*.

Los snacks ofrecen, junto a *hot-dogs* y *donuts*, "cuñapeses" y "pucacapas".

En los mercados de abasto, es fácil encontrar en venta cajas de utensilios con la denominación *kitchen tools*, y junto a esa mercancía importada, también cucharas de palo o vasijas de barro.

La fonética de palabras inglesas varía, en las expresiones que comienzan con el dígrafo *sh*. En las zonas del altiplano y los valles, se las pronuncia con sonido palatal fricativo sordo: *shampoo*, *shopping*, *short*, *show*; en cambio, en los llanos orientales, se las pronuncia con sonido palatal africado sordo: *champu*, *chópin*, *chort*, *chow*, respectivamente.

Registramos voces originadas en deformaciones fonéticas, por ejemplo *coptél* (de *cocktail*) y *queque*(de *cake*); las que vienen de traducciones literales: *cientista* y *concretizar*, que tratan de reemplazar a términos ya existentes; o traducciones con significados distintos a los que tenemos en español, por ejemplo, asumir, *puntualmente* y *transparencia*.

La cantidad de términos y expresiones ingleses que se usan en Bolivia es muchísimo mayor que la registrada en este libro. Es mayor aún la cantidad de palabras inglesas que el término medio de la gente conoce por cultura general, pero la mayor parte de ellas no entra en el uso cotidiano. Son ampliamente conocidas, por ejemplo, las palabras *the*, *pencil* y *table*, pero nadie dice: "El *pencil* rojo está sobre *the table*", salvo que se trate de alguien habituado a expresarse en la jergonza llamada *espanglish*, donde se mezclan vocablos del inglés y el español. El *espanglish* es casi desconocido en Bolivia.

El trabajo de acopio y aceptación para incluir anglicismos en este glosario ha seguido un criterio selectivo, prefiriendo los más usuales o más conocidos, calidad que resulta de la frecuencia en que aparecen en las fuentes de la investigación. La selección no toma en cuenta:

1. Nombres y apellidos ingleses.
2. Nombres de personajes de ficción (*Rocky*, *Batman*).
3. Siglas y abreviaturas, excepto las de K.O. (*knock out*), *VIP* y *WC*. (*water close*) por su amplia difusión, especialmente en forma escrita. Entran también algunas abreviaciones o siglas convertidas en voces, por ejemplo, *yuppie*.
4. Nombres de instituciones, empresas comerciales o asociaciones civiles (*American Institute*, *City Bank*, etc.).
5. Marcas de fábrica y nombres de productos como *General Electric*, *Goodyear*, *Westinghouse*, excepto aquellas que, por el uso común y prolongado, se han convertido en sustantivos genéricos, entre los más usuales, incluimos *gillette*, *frigidaire*, *jacuzzi* y *quáker*.
6. Los préstamos que del inglés ha tomado el idioma oficialmente y que se hallan en los diccionarios, principalmente en la 22a. edición del DRAE, de 2001. En este caso, hay excepciones. Entran algunas voces que se escriben o pronuncian de modo diferente al registrado en el DRAE, por ejemplo: *chutear*, *flash*, *jazz*, *shampoo*.
7. Términos científicos y técnicos, excepto los que han alcanzado un alto grado de difusión. Se incluyen, por lo tanto, varias voces del léxico informático actual.
8. Palabras escritas en letreros de aeropuertos, hoteles y otros lugares de afluencia turística, por ejemplo, *postal cards*, *customs*, *open*, *push*, *breakfast*, *orange juice*, *dinner*, *drugstore*, *bookstore*, a menos que también se hallen en medios masivos de difusión y de manera más o menos constante, como en los casos de *exit*, *bell-boy*, *souvenirs* y otros.

Del enorme repertorio turístico se han recogido algunas voces, aquellas que, además de llevar un propósito de información turística, se usan también en forma coloquial entre los bolivianos, por ejemplo las palabras *duty free*, *drinks*, *show*, *snack*.

Procedencia

Las voces reunidas en esta obra han ingresado por diversas vías, las principales son:

1. Los avisos comerciales y propagandísticos publicados en periódicos, revistas, guías telefónicas, guías comerciales y turísticas, hojas volantes, carteles, letreros, rótulos callejeros, radio, televisión y salas cinematográficas.
2. Vitrinas y escaparates del comercio.
3. Cartas de gastronomía y bebidas (menú) de bares y restaurantes.
4. Notas informativas y artículos de opinión de los diarios y revistas.
5. Programas de la radio y la televisión, principalmente los de presentación de noticias, comentarios, novedades musicales, telenovelas y series policiales.
6. Relatos y comentarios de competencias deportivas.
7. Conferencias públicas y de prensa, ofrecidas por personajes relacionados con la política, la economía y el desarrollo, así como materiales de lectura y audiovisuales difundidos por organismos internacionales, gubernamentales y no gubernamentales.

Material analizado

En Bolivia, no hay precedente bibliográfico alguno sobre el uso de anglicismos. Esa carencia le otorga al presente trabajo la calidad de primera aproximación a dicho fenómeno, sin pretensiones de constituirse en un estudio lexicográfico completo.

El propósito central de esta obra, a tiempo de llenar ese vacío es contribuir, al conocimiento del español hablado y escrito en Bolivia. Y llamar la atención acerca del uso indiscriminado de extranjerismos, principalmente anglicismos, hecho que demanda una política de protección a nuestra lengua.

Hemos dicho antes que los préstamos son legítimos, pero moderada y selectivamente para que podamos acrecentar con ellos el caudal de nuestro idioma. Mas, como escribe Juan Eugenio Hertenbusch, en el prólogo al "Diccionario de galicismos" de Rafael María Baralt, debemos conocer bien nuestra lengua: "Necesitamos, lo primero, saberla bien: mal podemos conocer qué le falta, si no averiguamos con escrupulosidad qué es lo que tiene". Sólo así sabremos tomar lo útil y desechar lo innecesario.

Este libro está destinado al usuario común, que todos los días sufre la avalancha de términos ingleses y otros extranjerismos, en una suerte de activo comercio lingüístico, sin regulación ni control de calidad. A los periodistas, cuyos productos impresos y audiovisuales han servido como materia prima, para que vean cómo usan el lenguaje en la elaboración de sus mensajes dirigidos a la opinión pública. A los estudiantes e investigadores de lexicografía boliviana, para que tengan un punto de partida hacia mejores y más profundas indagaciones en este vasto y atractivo territorio lingüístico. Ellos advertirán, por ejemplo, cómo en el uso popular se deforman la grafía y la fonética de expresiones anglicanas, y de esa corrupción resultan neologismos que pronto se transforman en bolivianismos de origen inglés, por ejemplo, cachascanista (de *catch as catch can*) o jailón, na procedente de (*high life*), o, sin deformaciones, se les otorga otro sentido, en un acto de recreación semántica, como en *kids* (zapatillas de tenis) o *cowboy* (piloto de aviones que transportan cocaína).

En los artículos de los glosarios, hemos visto por conveniente suprimir la marca *Pron.*, porque en Bolivia hay diferencias fonéticas regionales, por ejemplo, *shopping*, *hot dog* y *sandwich* se pronuncian al menos de tres formas distintas, en el altiplano, los valles y los llanos orientales,

amén de las influencias fónicas de las lenguas nativas, lo que dificulta una adecuada escritura fonética convencional.

Se han señalado ya los criterios de selección que guiaron el acopio de las 693 voces que, por ahora, se las puede considerar como las más usuales. Es importante anotar que este número corresponde a las palabras registradas en dos períodos: uno de octubre de 1997 a octubre de 1999; el otro, de febrero de 2006 a febrero de 2008, en las fuentes que a continuación se mencionan:

1. Periódicos de circulación nacional: 2000 ejemplares, sumados los dos períodos: del primero 1500 y del segundo 500, con el siguiente detalle:

La Razón	Domingo, lunes y jueves	400 Ejs.
El Diario	Domingo, martes y jueves	400
Presencia	Miércoles, viernes y sábado	300
La Prensa	Domingo y jueves	200
Los Tiempos	Domingo, lunes y jueves	350
El Deber	Domingo, miércoles y jueves	350

Para esta edición, permanecen los datos obtenidos del periódico *Presencia* en la primera etapa; para la segunda se han tomado en su lugar muestras de La Prensa, al haber desaparecido del escenario periodístico nacional el mencionado matutino católico.

Predominan las ediciones de jueves y domingo (el 54 por ciento de los ejemplares revisados), porque en ellas hay varias secciones que ofrecen abundante material de noticias, comentarios, entretenimiento y publicidad.

2. Programas noticiosos de las redes nacionales de televisión: 400 emisiones en la primera etapa y 150 más en la segunda, totalizando 550, con el siguiente detalle:

Red ATB	150 emisiones matutinas y vespertinas
Red Uno	150 emisiones meridianas
PAT	125 emisiones nocturnas
TVB	125 emisiones meridianas

Las 550 emisiones constituyen aproximadamente el 12 por ciento del volumen total de noticieros difundidos en los lapsos de dos años. Se sometieron a monitoreo y revisión cuatro informativos semanales (aproximadamente cinco horas/semana), de lunes a viernes, alternadamente, entre los mencionados sistemas de televisión.

3. Bloques publicitarios de las redes y de *Teleshopping*, sistema de televisión por cable "Multivisión", a razón de una media hora de avisos cada día, de martes a domingo, también de forma alternada. Esta área representa un volumen de 6 horas semanales.
4. Guías telefónicas de Cotel y Entel, ediciones de 1997, 1998, 2006 y 2007.
5. Guía de Compras del Comercio. La Paz, 1997 y 1998.
6. Guía de Turismo, ediciones de 1998, 2006 y 2007.
7. Comprobación de letreros y pizarras comerciales; folletos y volantes de publicidad callejera.

Fuentes consultadas

En el proceso de elaboración de ANGLICISMOS EN BOLIVIA, 1ª. y 2ª ediciones, han sido especialmente útiles las fuentes de consulta que se mencionan a continuación:

- Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, Eds. 21a. y 22ª. Espasa Calpe, Madrid, 1992 y 2001, respectivamente
- The Shorter Oxford English Dictionary, London, 1972, 3a. Ed.
- Webster's Dictionary, London, 1975, 2a. Ed.
- Diccionario Inglés Español/Spanish English, de The Bentam New College, de Edwin B. Williams. New York, 1990.
- Diccionario Inglés-Español/Spanish-English, de M. Velásquez de la Cadena. Ed. Vytautas Babusis M.A., Chicago, 1974.
- Diccionario Collins. Español Ingles/English Spanish. Ed. Grijalbo. Barcelona, 1997, 5a. Ed.
- Diccionario Francés-Español y Español-Francés, de Alcalá Zamora. Ed. Sopena, Barcelona, 1976.
- Development Glossary. Ed. United Nations, TN/1999/1.

Abreviaturas

Abrev.	Abreviación
adj	adjetivo
adj/sust.	adjetivo y sustantivo
adv,	adverbio
Dim.	diminutivo
DRAE	Diccionario de la Real Academia Española
excl.	exclamación
f.	femenino
fr.	francés
intelj.	interjección
loc.	locución
loc. adv.	locución adverbial
m.	masculino
m/f.	masculino y femenino
m/pl.	masculino plural
Obs.	Observación
p.p.	participio pasivo
pl.	plural
v.	verbo
V.	Véase

GLOSARIO DE ANGLICISMOS

893 vocablos ingleses, los más usuales en el
en el castellano hablado y escrito en Bolivia.

A

abstracto (De *abstract*) m. Síntesis, sumario, compendio. Aplícase a los resúmenes que se redactan sobre el contenido de obras literarias, técnicas o científicas. II 2. Servicio de resúmenes que ofrecen revistas y folletos especializados, así como páginas de Internet.

aftershave. (De *alter* y *shave*) m. Loción para después de afeitarse.

airbus. (De *air* y *bus*) m. Avión comercial grande, para vuelos intercontinentales. *Obs.* Palabra importada al léxico común por la publicidad de las agencias de viajes y compañías aéreas. Su equivalente en español es aerobús.

¡aló! (Abrev. de *Hallo*) interj. Voz usada para responder o iniciar una conversación telefónica.

amateur. (Del francés *amateur* y de éste al inglés) adj/sust. Aficionado. Aplícase sólo a los deportes, principalmente al fútbol. En este sentido, llega al español hablado y escrito procedente del inglés.

amateurismo. (De *amateurism*) m. Práctica del deporte de aficionados o principiantes. *Obs.* Su significado contrasta con el de profesionalismo.

antidoping. (De *anti* y *doping*) m. Aplicase a los sistemas de control de dopaje en las competencias deportivas. *Obs.* Su equivalente en español es antidopaje.

apartheid. (De *apartheid*) m. Política de segregación racial predominante en Sudáfrica hasta fines del siglo XX.

aparthotel. (De *apartment* y *hotel*) m. Hotel que alquila departamentos. *Obs.* Anglicismo formado por combinación de la voz italiana *appartamento* y la francesa *hotel*. Ingresa al español por medio de la publicidad comercial, turística y hotelera.

appeal. (De *appeal*) m. Atractivo físico. *V. sex appeal*.

asumir. (De *to assume*) v. Suponer, dar por sentado. *Obs.* Traducción directa de la segunda acepción del verbo inglés.

autopark. (De *automóvil* y *park*) m. Lugar, generalmente abierto, donde se exponen vehículos usados para su venta.

average. (De *average*) m. En competencias deportivas, promedio de puntos resultante de la relación entre tantos a favor y tantos en contra.

B

baby-doll. (De *baby* y *doll*) m. Ropa de dormir, de mujer, compuesta de calzón y un camisón corto y escotado.

baby-shower. (De *baby* y *shower*) m. Agasajo con obsequios para el bebé, que ofrecen las amigas a una mujer embarazada.

baby-sister. (De *baby-sitter*) f. Niñera. Persona, generalmente muchacha, que cuida niños por horas. *Obs.* Cruce semántico de la palabra *sister* (hermana) con *sitter* (cuidadora).

back. (De *back*) m. Zaguero en un equipo de fútbol. *Obs.* En desuso.

background. (De *background*) m. Antecedente, fondo, contexto, historial. *Obs.* Término de uso corriente en la teoría y práctica del periodismo.

backup. (De *backup*) m. Copia de seguridad de los programas (*software*) de una computadora.

bailey. (De *Bailey*) m. Puente metálico de fácil instalación. *Obs.* Lleva el nombre de su diseñador, el ingeniero inglés Donald Bailey.

banana split. (De *banana* y *splitted*) m. Helado de crema sobre una pieza de plátano a la que se le ha hecho una hendidura.

bancable. (De *bankable*) adj. Aceptable por un banco. Dícese de los proyectos cuyo financiamiento ha sido aprobado por la banca.

banner. (De *banner*, bandera, insignia) m. Un tipo de publicidad por Internet, que consiste en un aviso o propaganda que circula *on line* a través de una página especialmente diseñada para ese fin.

barber-shop. (De *barbery shop*) m. Barbería. II 2. Peluquería. *Obs.* Abundan letreros con esta denominación en hoteles y calles de zonas concurridas por turistas, principalmente en La Paz.

barman. (De *bar* y *man*) m. Cantinero, mozo que sirve a los clientes en un bar. *Obs.* El uso de esta palabra disminuye paulatinamente y va cediendo su lugar a las palabras mozo y *garzón*.

baucher. (De étimo desconocido) m. Comprobante de compra de un servicio o un producto, generalmente acompañado de manuales de uso y garantía de funcionamiento. II 2. Documento que certifica la entrega a domicilio de un producto adquirido por el sistema de telecompras u otro similar.

beach-volley. (De *beach* y *volley*) m. Voleybol de playa. *Obs.* Deporte ampliamente practicado en el país, pese a la carencia de playas marinas.

beauty shop. (De *beauty* y *shop*) m. Salón de belleza. *Obs.* Se usa más en forma escrita, en anuncios comerciales de prensa y letreros en vía pública.

beeper. (De *beeper*) m. Intercomunicador inalámbrico para llamadas telefónicas, antecesor del teléfono celular. *Obs.* En desuso.

beatle. (De *beatle*) f. Chompa de lana con cuello alto doblado hacia afuera, en forma de cuello de tortuga. *Obs.* Proviene de la forma de vestir de los miembros del famoso grupo musical *The Beatles*.

bell-boy. (De *bell*, campanilla y *boy*, muchacho) m. Mozo cuyo trabajo consiste en ayudar en todo lo que se necesite dentro de un hotel. Botones.

bicicross. (De bicicleta y *to cross over*) m. Carrera de bicicletas en terreno escabroso, que se atraviesa con dificultad.

bikini. (De *Bikini*) m. Traje de baño, de dos piezas diminutas, para mujeres. *Obs.* Lleva el nombre de un atolón del archipiélago de Marshall, en el océano Pacífico. Aunque no es propiamente un anglicismo, entra en el español de la mano de la propaganda y otras formas comunicativas en inglés.

bladder. (De *bladder*) m. Vejiga, cámara neumática para balones de fútbol y ruedas de bicicleta.

blaster. (De *blaster*, infame, perjudicial) m. En computación, gusano de red que arruina el sistema *Windows* e infecta a otros de manera automática.

blazer. (De *blazer*) m/f. Prenda de vestir, chaqueta deportiva liviana, con botones metálicos, que usan hombres y mujeres. II 2. Cierta tipo de camioneta de doble tracción.

blefeador. (De *bluff*) adj: Tramposo. Jugador que frecuentemente recurre al engaño sobre la calidad de su juego, en partidas de póquer.

blefear. (De *bluff*) v. En el juego del póquer, engañar, simular ante los demás apostadores que se tiene un buen juego.

bleff. (De *bluff*) m. Engaño, timo. En el póquer, simulación de tener un buen juego, realizando fuertes apuestas, para que los adversarios abandonen la partida. *Obs.* En español, equivale a camelo.

blog. (Abrev. de *weblog*). Página electrónica de textos colocados sucesivamente, por orden cronológico.

bloominista. (De *Blooming*) sust/adj. Socio o simpatizante del club deportivo *Blooming*.

bloopers. (De *blooper*) m/pl. Defectos de una filmación, generalmente en video, que no fueron eliminados en el proceso de edición. II 2. Colección de imágenes de caídas, golpes, peleas y otros sucesos divertidos o sorprendentes, principalmente de competencias deportivas.

blue-jean. (De *blue* y *jean*) m. Pantalones de mezclilla, tipo vaquero, que usan hombres y mujeres.

blue-ray. (De *blue ray*) m. En computación, formato de disco óptico de nueva generación, tiene el mismo diámetro, del CD y el DVD.

bond. (De *bond*) m. Papel blanco más fino que el papel periódico, elaborado para dibujos lineales en negro y color.

boogie. (Abrev. de *boogie-boogie*) m. Baile de origen estadounidense, muy popular hasta mediados del siglo XX. *Obs.* De uso reducido.

boom. (De *boom*) m. Éxito, auge súbito de una obra musical o literaria. *Obs.* Aplícase preferentemente al movimiento literario de los años sesenta: El *boom* latinoamericano.

boomerang. (De *boomerang*) m. Acción cuyo resultado perjudicial se vuelca contra quien la realiza, p. ej., una campaña publicitaria, destinada a incrementar las ventas de un producto, hace que éstas disminuyan (efecto boomerang). *Obs.* Aunque de origen australiano, esta voz ingresa en el español procedente del inglés. El DRAE registra bumerán, solamente en la acepción de "arma arrojadiza formada por una lámina de madera encorvada de tal manera que, lanzada con movimiento giratorio, puede volver al punto de partida".

botox. (De *botox*) m. Tratamiento por medio de inyecciones para eliminar arrugas faciales. *Obs.* Esta palabra abunda en la profusa propaganda de salones de servicios de cosmética y salones de belleza, en páginas de periódicos.

bowling. (De *bowling*) m. Juego de bolos o bochas.

box. (Abrev. de *boxer*) m. Caja. Cabina en el cuarto de baño que aísla la ducha, la tina o ambas del resto de la pieza.

boxer. (De *boxer*) m. Perro de raza, parecido al dogo. Se lo conoce también como perro guardián.

boxer. (De *boxer*) m. Pantalón corto, de hombre, semejante al que usan los boxeadores. *Obs.* Se usa más en plural.

boxístico. (De *boxing*) adj. Perteneciente o relativo al boxeo.

boy scout. (De *boy* y *scout*) m. Explorador. Muchacho que practica el escultismo. *Obs.* El DRAE registra escultista, pero muy pocos usan este término.

brassier. (Del fr. *brassières*: correas de mochila, andadores de niño, sujetadores) m. Portasenos o sostén. *Obs.* Ha pasado del francés al inglés, en singular: *brassier*, y de éste al español.

break. (De *break*) m. Interrupción. Separación. Voz con que el árbitro de un combate de boxeo ordena que los pugilistas se separen cuando, abrazados, entran en la pelea. II 2. En el juego del tenis, romper el servicio ganando un juego frente al saque del adversario. II 3. Intervalo, corto período de descanso en el curso de un seminario, conferencia o debate, generalmente para servirse un refrigerio.

break point. (De *break* y *point*) m. En una competencia de tenis, límite de jugada en que uno de los contendores está a un solo punto de ganar el partido.

bridge. (De *bridge*) m. Juego de cartas.

briefing. (De *briefing*) m. Conjunto de instrucciones breves. II 2. Operación destinada a abreviar un relato, p. ej. el resumen de una conferencia. II 3. Reunión de información u orientación.

broadcasting system. (De *broadcasting* y *system*) m. Sistema de radiodifusión.

broaster: a la. (De *roaster*) loc. adv. Técnica de cocción de presas de pollo, condimentadas y apanadas, en aceite hirviendo, de modo que adquieran una coloración dorada y una textura crocante. *Obs.* En las calles de las ciudades abundan negocios que ofrecen pollo "a la broaster" y otros que identifican su producto simplemente como *broaster*.

broastero, ra. (De *broaster*) m/f. Persona especialista en pollos a la broaster. *Obs.* Avisos de la bolsa laboral registran frecuentemente, en los periódicos, demandas y ofertas de esta especialidad. II 2. *m.* Aparato y utensilios para freír con esta técnica.

brochure. (De *brochure*) m. Folleto, librito de pocas páginas. Aplícase a publicaciones de esas características, con fines informativos, publicitarios o propagandísticos. *Obs.* Aunque de origen francés, esta palabra entra en el español hablado y escrito a través de textos y manuales de publicidad en inglés.

broil. (De *broil*) m. Parte superior de un horno eléctrico, donde se doran las viandas o soasan las carnes.

broiler. (De *broile*) m. Parrilla para asar carne, especialmente de pollo.

budget. (De *budget*) m. Índice o resumen de informaciones que transmiten las agencias o que entregan los redactores a sus jefes para planificar el trabajo de edición de noticias.

bull-dog. (De *bull-dog*) m. Perro de presa, llamado también dogo.

bulldozer. (De *bulldozer*) m. Maquinaria niveladora utilizada para mover tierra. *Obs.* Se conoce también como topadora.

business. (De *business*) m/pl. Asuntos, ocupaciones, negocios. *Obs.* Se usa mayormente en el lenguaje coloquial, entre personas que simulan una posición ejecutiva, p. ej. ¿Cómo están tus *business*?

business class. (De *business* y *class*) m. Cabina de clase preferencial, en las aeronaves comerciales.

Business man. (De *business* y *man*) Hombre de negocios, empresario.

by-pass. (De *by-pass*) m. Desviación. En cardiología, puente, conducto artificial, generalmente de teflón, que me la circulación aórtica y pulmonar o aórtica y coronaria.

byte. (De *byte*) m. Secuencia de bits informativos en un sistema de computación.