

El uso de anglicismos en *El Financiero* y *Semanario Universidad*

KARINA ROLDÁN SEGURA
Universidad Nacional, Costa Rica

Resumen

Este artículo recopila y analiza los anglicismos léxicos presentes en la versión digital de los semanarios *El Financiero* y *Semanario Universidad* durante el mes de mayo de 2016. Con tales propósitos, se compiló un corpus con los artículos periodísticos digitales de los dos semanarios y se extrajeron los anglicismos léxicos encontrados. Con la ayuda de la metodología propuesta por Alicia Bolaños Medina y Carmen Luján García, se realiza un diagnóstico cuantitativo de los resultados. Los anglicismos encontrados se analizaron según su frecuencia de aparición, la sección del semanario donde ocurrieron, características ortográficas y ortotipográficas, categoría gramatical, número y si venían acompañados de una traducción o explicación en el artículo periodístico. Al realizar el diagnóstico se encuentran 175 anglicismos que aparecieron en 704 ocasiones en ambos semanarios. Al final, se realiza un análisis cualitativo de los resultados donde se explican algunas hipótesis de la aparición de anglicismos en *El Financiero* y *Semanario Universidad*.

Palabras clave: anglicismo, extranjerismo, préstamo, prensa escrita

Abstract

This article compiles and analyzes the lexical anglicisms found in the digital versions of two of Costa Rican's weekly newspapers *El Financiero* and *Semanario Universidad* during May of 2016. With such objective in mind, a corpus of all the digital journalistic articles of the two newspapers was compiled and the lexical anglicisms were extracted. A quantitative study was conducted based on the

methodology proposed by Alicia Bolaños Medina and Carmen Luján García. The quantitative study found 175 anglicisms that appeared 704 times in both newspapers. The anglicisms found in the study were analyzed according to their frequency of appearance, the section of the newspaper where they occurred, their orthographic and orthotypographic features, the grammatical categories they belonged to such as lexical category and number, and if they were presented in the newspaper articles with a Spanish translation or explanation. As a conclusion, a qualitative analysis of the results is conducted and some hypotheses of the appearance of anglicisms in *El Financiero* and *Semanario Universidad* are explained.

Keywords: anglicism, foreign word, borrowing, written press

Introducción

Actualmente, es notable la presencia de anglicismos en muchos campos y áreas de conocimiento del idioma español, debido a la influencia de los Estados Unidos en prácticamente todos los ámbitos. En el caso del campo periodístico, los medios de comunicación, en su rol de informar a las masas, utilizan de igual manera anglicismos en sus artículos, notas y columnas. Elena Domínguez Mejía (2002), en su artículo «Los anglicismos en el Diccionario de la RAE», comparte esta aseveración al sostener que los medios de comunicación han desempeñado un papel significativo en la introducción de nuevos vocablos al idioma español (p. 28). Además, Domínguez menciona que el uso de anglicismos por parte de los medios de comunicación masiva ha dado lugar a muchas equivocaciones debido a «la mala interpretación del inglés y al desconocimiento del español» (p. 28). La prensa escrita posee una cuota de responsabilidad a la hora de formar los hábitos lingüísticos de sus lectores y sus periodistas fungen como mediadores culturales. Esto lo explica Dunia Hourani Martín (2012) en el artículo «El tratamiento ortográfico,

ortotipográfico y lexicográfico de los extranjerismos crudos en la prensa escrita española», al sostener que:

En todo este proceso, el papel divulgativo de los medios de comunicación, en general, y de la prensa escrita, en particular, es esencial. El lenguaje periodístico, además de abarcar numerosos ámbitos de conocimiento (política, economía, deporte, etc.), es creativo, produce neología, acuña extranjerismos y marca tendencias en los hábitos lingüísticos de los hablantes (p. 126).

Es por tales razones que se decidió analizar e investigar el uso de anglicismos por parte de la prensa escrita costarricense. En este artículo, se presentará un diagnóstico cuantitativo del uso de anglicismos por parte de los semanarios *El Financiero* y *Semanario Universidad*, en su versión en línea, durante el mes de mayo de 2016. Para la realización de tal diagnóstico, se tomó como referencia el estudio «Disponibilidad léxica y anglicismos informáticos en los centros de interés: internet, *software* y *hardware*» elaborado por Alicia Bolaños Medina y Carmen Luján García,

pues proporciona una metodología vigente en cuanto a la recolección y presentación de anglicismos.

Asimismo, se contó con la ayuda del programa de creación de corpus *TextS-TAT* para recopilar y almacenar todos los artículos digitales de los semanarios. Los resultados se presentarán según las siguientes categorías: frecuencia de uso en total, frecuencia de uso por semanario, frecuencia de uso por sección del semanario, variable según Hourani (características ortográficas y ortotipográficas con las que aparecieron los anglicismos), categoría gramatical, número y traducción o explicación proporcionada para el anglicismo por los semanarios. El objetivo principal que se espera lograr con este diagnóstico es proporcionar información actual y relevante sobre el estado del uso de anglicismos por parte de la prensa escrita costarricense que pueda ser de utilidad para el estudio de estos vocablos.

Antecedentes

Extranjerismo

Los anglicismos son un ejemplo de las distintas clases de extranjerismos que existen en el idioma español. En su libro, *Teoría y práctica de la traducción*, Valentín García Yebra (1982) sostiene que un extranjerismo es un vocablo proveniente de otra lengua que es admitido sin ningún cambio en una nueva lengua (p. 340). El autor Guillermo Latorre Ceballos aporta otra definición más detallada, en el artículo «Anglicismos en retirada: contacto, acomodación e intervención en un sistema léxico», al indicar que los extranjerismos son «formas léxicas cuya ortografía incluye

combinaciones ausentes o desusadas en castellano, aun cuando ellas hayan sufrido un proceso de aclimatación...» (citado en Medina, 2004). Según los autores, un extranjerismo es una palabra proveniente de otra lengua con características ortográficas inhabituales que es integrada al léxico del idioma español. Al respecto, la Real Academia Española (2010) indica, en el libro *Ortografía*, que el idioma español contiene diversas clases de extranjerismos, como los arabismos, galicismos, indigenismos, italianismos y anglicismos (p. 596). En el caso de los anglicismos, la RAE afirma que la inserción de estos vocablos al idioma español se debe al dominio político, económico y cultural del «mundo anglosajón» a partir del siglo XIX (p. 596). Es debido al aumento del uso de anglicismos durante los últimos años que se decidió estudiar la presencia de anglicismos en la prensa escrita costarricense.

Anglicismo

Diversos autores han proporcionado definiciones sobre anglicismos según su época y modelo de estudio. Un autor que ha sido referencia para muchas investigaciones ha sido Chris Pratt con su libro *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Pratt sostiene que un anglicismo «es un elemento lingüístico, o grupo de los mismos, que se emplea en el castellano peninsular contemporáneo y que tiene como étimo inmediato un modelo inglés» (citado en Medina, 2004). El autor proporciona una definición desde el punto de vista lingüístico y delimita los anglicismos como palabras de origen anglosajón. De igual manera, el autor José Martínez de Sousa (2015), en el

Diccionario de redacción y estilo, define anglicismo como un vocablo o «frase inglesa» utilizada en un lenguaje diferente (p. 69). Además, Martínez de Sousa indica que un anglicismo también puede considerarse como un «barbarismo que consiste en el empleo de voces o giros procedentes de la lengua inglesa» (p. 69). Ambos autores sostienen que un anglicismo es un vocablo extranjero con características propias de la lengua inglesa que se puede encontrar en el idioma español. Para efectos de este artículo, no se tomará en cuenta el anglicismo como proceso, sino como producto a la hora de ser utilizado.

Existen distintas clases de anglicismos en el idioma español. Por ejemplo, Fernando A. Navarro (2006), en el artículo «La anglización del español: mucho más allá de *bypass*, *piercing*, *test*, *airbag*, *container* y *spa*», menciona que existen anglicismos fonéticos, ortográficos, tipográficos, sintácticos y léxicos (pp. 213-231). Este diagnóstico investigará solamente los anglicismos léxicos, cuya definición se presenta a continuación.

Anglicismo léxico

En el libro *El anglicismo en el español actual*, Javier Medina López (2004) sostiene que el anglicismo léxico ha sido el más estudiado, ya que es el más apreciable (p. 18). Medina define el anglicismo léxico como «la influencia ejercida por la lengua inglesa en el terreno del vocabulario (o componente léxico) de una lengua, con variadas manifestaciones (puede incorporar nuevos significados en la lengua receptora, matiza o añade otros ya existentes, calca expresiones en su forma...)» (p. 18). Así como su nombre lo indica, un anglicismo

léxico está relacionado con el vocabulario y la terminología de un lenguaje determinado, por lo que solo lidia con palabras o vocablos provenientes de la lengua inglesa.

Los anglicismos y las reglas ortográficas y ortotipográficas de la RAE

Al estudiar los anglicismos léxicos presentes en la prensa escrita nacional, se describirán las reglas ortográficas y ortotipográficas que cada medio de prensa utiliza a la hora de presentar los anglicismos léxicos. Según la RAE, la ortografía es el compuesto de reglas que «regula la correcta escritura de una lengua» y la ortotipografía es el compuesto de «usos y convenciones particulares por las que se rige en cada lengua la escritura mediante signos tipográficos» (citado en Claros, 2008). La RAE (2010) postula normas específicas para utilizar extranjerismos (entre los cuales se incluyen los anglicismos) y latinismos (p. 599). La RAE especifica que los extranjerismos se deben escribir con una «marca gráfica que muestre su condición de vocablo propio de otro idioma» (p. 601). Esta marca consiste en escribir el vocablo en cursiva cuando el texto esté escrito en redonda (p. 601). Las comillas solo se pueden utilizar en textos manuscritos donde no se pueda establecer la diferencia entre la letra redonda y la letra cursiva (p. 601). Estas normas serán tomadas en cuenta en la investigación para determinar si los semanarios estudiados las cumplen cuando utilizan anglicismos léxicos en sus artículos.

Para poder determinar si cada anglicismo encontrado en esta investigación sigue las reglas de la RAE, se utilizará el modelo propuesto por Hourani (2012). En su estudio, la autora analiza

los extranjerismos encontrados en la edición del 22 de enero de 2012 de los periódicos españoles *El País*, *Público*, *ABC*, *El Mundo* e *Ideal*, y las revistas *Muy Interesante*, *Monde Diplomatique*, *Actualidad económica* y *Geo* (p. 128). Hourani establece dos variables dependientes para su estudio: la primera, para investigar las normas académicas ortográficas y ortotipográficas, y la segunda, para las normas académicas lexicográficas (p. 129). En este artículo, se utilizará la primera variable, la cual se muestra a continuación:

Variable 1: Norma académica ortográfica y ortotipográfica

0. Sigue la norma académica ortográfica y ortotipográfica

1. No sigue la norma ortográfica

2. No sigue la norma ortotipográfica

3. Se trata de una forma híbrida (p. 129).

Según la autora, la variante 0 corresponde a la «situación ideal», en la cual el extranjerismo sigue las normas ortotipográficas de la RAE y aparece en cursiva o entre comillas (por ejemplo, *ranking*). En la variante 1, el extranjerismo no sigue ninguna norma de la RAE (por ejemplo, ranking). La variante 2 significa que el vocablo aparece «hipercharacterizado» o con más normas de la cuenta (por ejemplo, «*ranking*»). La variante 3 corresponde a los casos en los que la composición del extranjerismo cambió, pero no se acopló totalmente a las reglas del idioma español (por ejemplo, ránking) (p. 129). Para efectos de este trabajo, no se utilizará la variante 3 debido a que solo se tomaron como anglicismos aquellos vocablos con apariencia

anglosajona cuya fisonomía no hubiera sido adaptada al español. Se considera que esta clasificación de reglas ortográficas y ortotipográficas es adecuada para la investigación debido a que proporciona un modelo de clasificación sistemático y exhaustivo que abarca todas las posibles variantes que se puedan encontrar en el diagnóstico de los anglicismos léxicos.

Metodología

Se tomaron en cuenta los artículos periodísticos digitales de todas las secciones de los semanarios para extraer los anglicismos léxicos, con excepción de la publicidad. Para recopilar los artículos se accedió la página en línea de cada semanario y se procedió a filtrar las noticias por fecha. La versión en línea de los dos semanarios posee la opción de filtrar las noticias por rangos de tiempo específicos. Una vez que se identificaron todos los artículos digitales de los dos semanarios durante el mes de mayo, se guardó cada artículo en un documento *Word* por separado. Luego, se añadió cada documento *Word* al programa informático de corpus lingüísticos *TextSTAT*. Una vez añadidos los documentos al programa, se buscaron los anglicismos léxicos al revisar la lista de frecuencia proporcionada por *TextSTAT*. Esta lista muestra las palabras más utilizadas en forma descendente, junto con la frecuencia de aparición de la palabra en el corpus. Se tomaron como anglicismos todas aquellas palabras provenientes del idioma inglés, sin importar si ya habían sido aceptadas o no por fuentes de autoridad del idioma español, debido a las definiciones propuestas por Pratt y Martínez de Sousa presentadas anteriormente. Además, se descartaron aquellos

anglicismos que fueran nombres de personas, instituciones, organizaciones, programas gubernamentales, programas de televisión, títulos de películas, revistas o libros, ya que se consideraron como nombres propios.

Cuando se tuvo la lista final de los anglicismos, se analizaron las siguientes características de cada vocablo: la frecuencia de aparición, la sección del semanario donde ocurrió, las características ortográficas y ortotipográficas (variable de Hourani), el género y el número. Esto se logró al revisar el contexto donde apareció cada anglicismo mediante *TextSTAT*, ya que el programa muestra el documento *Word* en el que aparece el anglicismo y proporciona el hipervínculo para accederlo directamente.

En cada sección de este artículo se mostrarán los resultados tanto de *El Financiero* como del *Semanario Universidad* para establecer una comparación y determinar diferencias. Al final, se realizará un análisis cualitativo de los resultados encontrados.

Resultados

Como se mencionó anteriormente, se analizaron los artículos en línea de los semanarios *El Financiero* y *Semanario Universidad* durante el mes de mayo de 2016. Para efectos de este artículo, el número total de unidades léxicas que apareció en el corpus se denominará «formas». Cada vocablo

que apareció en el corpus (sin tomar en cuenta la frecuencia) se denominará «forma distinta». Estas denominaciones fueron tomadas del artículo «Funciones retóricas en la comunicación académica», escrito por Carmen López Ferrero (2005).

En total, se recolectaron 436 artículos de los dos semanarios: 277 de *El Financiero* y 159 del *Semanario Universidad*. A la hora de agregar los artículos al programa *TextSTAT*, se determinó que los artículos contenían un total de 305 624 formas y 33 565 formas distintas. El semanario *El Financiero* presentaba 169 656 formas y 16 878 formas distintas, mientras que en el *Semanario Universidad* había 135 968 formas y 16 687 formas distintas.

Anglicismos y la frecuencia de uso en general

En términos de frecuencia de uso de anglicismos, en los dos semanarios se recabaron en total 704 formas y 175 formas distintas. En otras palabras, en todo el mes de mayo del año 2016, 175 anglicismos aparecieron 704 veces en la versión en línea, tanto de *El Financiero* como del *Semanario Universidad*.

A continuación, en el cuadro 1, se presenta una lista más detallada de los anglicismos que presentaron una mayor frecuencia de aparición en ambos semanarios.

Cuadro 1. Anglicismos según semanario

Anglicismo	Semnario				Total	
	Financiero		Universidad		Cantidad	Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
internet	150	24,9%	13	12,9%	163	23,2%
web	51	8,5%	11	10,9%	62	8,8%
software	33	5,5%		0,0%	33	4,7%
startup	29	4,8%		0,0%	29	4,1%
ranking	21	3,5%		0,0%	21	3,0%
drones	19	3,2%		0,0%	19	2,7%
datacenter	12	2,0%	1	1,0%	13	1,8%
smartphone	13	2,2%		0,0%	13	1,8%
app	12	2,0%		0,0%	12	1,7%
coaching	2	0,3%	10	9,9%	12	1,7%
offshore	1	0,2%	11	10,9%	12	1,7%
mall	10	1,7%	1	1,0%	11	1,6%
blog	9	1,5%	1	1,0%	10	1,4%
streaming	10	1,7%		0,0%	10	1,4%
brexit	8	1,3%		0,0%	8	1,1%
hacker	8	1,3%		0,0%	8	1,1%
whistleblowers		0,0%	8	7,9%	8	1,1%
gamer	6	1,0%	1	1,0%	7	1,0%

wifi	7	1,2%		0,0%	7	1,0%
click	5	0,8%	1	1,0%	6	0,9%
coach	5	0,8%		0,0%	5	0,7%
ecommerce	5	0,8%		0,0%	5	0,7%
millenials	5	0,8%		0,0%	5	0,7%
panama papers	2	0,3%	3	3,0%	5	0,7%
marketing	3	0,5%	1	1,0%	4	0,6%
project finance	4	0,7%		0,0%	4	0,6%
rating	4	0,7%		0,0%	4	0,6%
retail	4	0,7%		0,0%	4	0,6%
robot	4	0,7%		0,0%	4	0,6%
snacks	3	0,5%	1	1,0%	4	0,6%
teleprompter		0,0%	4	4,0%	4	0,6%
bots	3	0,5%		0,0%	3	0,4%
call center	3	0,5%		0,0%	3	0,4%
chips	3	0,5%		0,0%	3	0,4%
cluster	3	0,5%		0,0%	3	0,4%
crowdfunding	3	0,5%		0,0%	3	0,4%
hobby	3	0,5%		0,0%	3	0,4%
on premise	3	0,5%		0,0%	3	0,4%
project manager	3	0,5%		0,0%	3	0,4%
reality show	3	0,5%		0,0%	3	0,4%

reality-politics	3	0,5%		0,0%	3	0,4%
shock	3	0,5%		0,0%	3	0,4%
stand	3	0,5%		0,0%	3	0,4%
wearable	3	0,5%		0,0%	3	0,4%
2 o menos	119	19,7%	34	33,7%	153	21,7%
Total	603	100,0%	101	100,0%	704	100,0%

En el cuadro 1 se muestran los anglicismos según frecuencia de uso en cada semanario y se presentan aquellos casos con repetición mayor a tres. El vocablo *internet* es el que tiene mayor frecuencia; aparece 150 veces en *El Financiero* y representa el 24,9% del total de anglicismos encontrados en ese semanario. En el caso del *Semanario Universidad*, el vocablo *internet* se encuentra en 13 ocasiones y representa el 12,9% de casos. A nivel general, dicha palabra fue presentada 163 veces en ambos semanarios, lo que representa un 23,2% del total de 704 anglicismos encontrados. La palabra *web* ocurre 62 veces en total; 51 veces en *El Financiero* (8,5%) y 11 veces en el *Semanario Universidad* (10,9%).

De igual manera, se puede apreciar que son pocos los anglicismos que aparecen en los dos semanarios de forma simultánea. Aparte de *internet* y *web*, algunos ejemplos de otros vocablos anglosajones que aparecieron en los dos semanarios son *coaching*, *mall*, *blog*, *gamer*, *panamá papers* y *marketing*.

Para poder determinar cuál semanario utilizó más anglicismos proporcionalmente, se procedió a determinar la cantidad total de palabras de cada semanario; luego se comparó el total de palabras con el total de anglicismos de cada semanario; y, por último, se calculó cuántos anglicismos aparecieron por cada 10 000 palabras. Los resultados se presentan en el cuadro 2, a continuación.

Cuadro 2. Cantidad de anglicismos por cada 10 000 palabras

	Financiero	Universidad
Total de palabras	169 656	135 968
Total de anglicismos	603	101
Cantidad de anglicismos por cada 10 000 palabras	35,54	7,43

El cuadro 2 muestra que el *Semanario Universidad* utilizó 7,43 anglicismos por cada 10 000 palabras, mientras que *El Financiero*, 35,54. Esto evidencia que, en proporción con el número de palabras y los anglicismos recolectados, *El Financiero* presentó más anglicismos que el *Semanario Universidad*.

Frecuencia de uso por sección de los semanarios

Se debe tener en cuenta que los semanarios escogidos para esta investigación tienen diferentes audiencias y, por lo tanto, diferentes secciones en cada semanario. En el caso de

El Financiero, el asesor de marca Christian Inneckenn expresó en una entrevista telefónica que este semanario se centra en publicar noticias de economía, negocios, finanzas y tecnología (Inneckenn, comunicación personal, 11 de noviembre de 2016). Por otro lado, el *Semanario Universidad* es redactado por periodistas de la Universidad de Costa Rica y sus artículos tratan sobre noticias universitarias, nacionales e internacionales (Salazar, 2015). A continuación, en el cuadro 3, se mostrarán las secciones de los dos semanarios en las que aparecieron los anglicismos encontrados.

Cuadro 3. Cantidad de anglicismos según sección del semanario

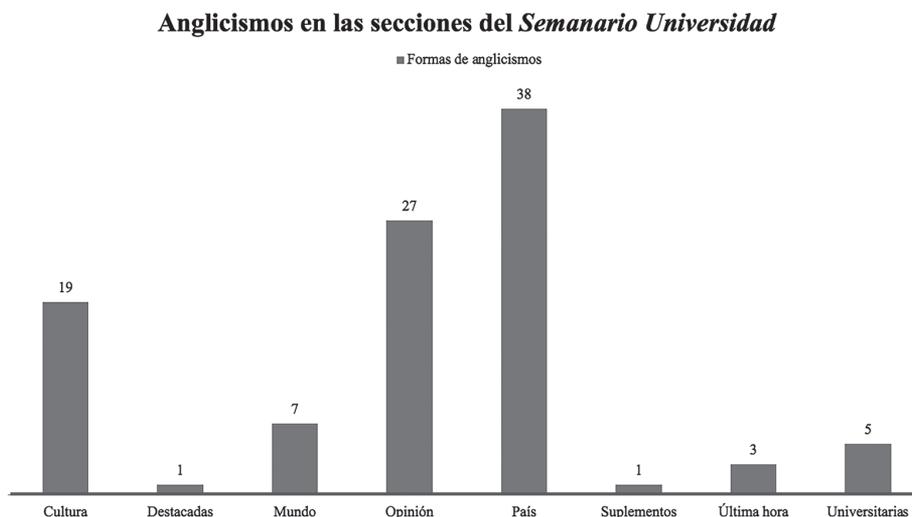
Sección	Semnario				Total	
	Financiero		Universidad		Cantidad	Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
«Blog»	57	9,5%	0,0%	57	8,1%	
«Cultura»		0,0%	19	18,8%	19	2,7%
«Destacadas»		0,0%	1	1,0%	1	0,1%
«Economía y política»	29	4,8%	0,0%	29	4,1%	
«Finanzas»	7	1,2%	0,0%	7	1,0%	
«Gerencia»	35	5,8%	0,0%	35	5,0%	
«Mercadeo digital»	2	0,3%	0,0%	2	0,3%	
«Mundo»		0,0%	7	6,9%	7	1,0%
«Negocios»	36	6,0%	0,0%	36	5,1%	

«Opinión»	23	3,8%	27	26,7%	50	7,1%
«País»		0,0%	38	37,6%	38	5,4%
«Pymes»	19	3,2%		0,0%	19	2,7%
«Suplementos»		0,0%	1	1,0%	1	0,1%
«Tecnología»	395	65,5%		0,0%	395	56,1%
«Última hora»		0,0%	3	3,0%	3	0,4%
«Universitarias»		0,0%	5	5,0%	5	0,7%
Total general	603	100,0%	101	100,0%	704	100,0%

En el caso de *El Financiero*, la sección donde más se presentaron anglicismos fue «Tecnología», con 395 formas, lo cual representa un 65,5% del total de 603 anglicismos encontrados en el semanario. Le sigue la sección «Blog», donde se encontraron 57 casos (9,5%). Por otro lado, el *Semanario Universidad* presenta la mayor cantidad de anglicismos en la sección «País», con 38 casos,

para un 37,6% del total de 101 anglicismos. Seguido se encuentra la sección de «Opinión», con 27 casos (26,7%). Debido a que las secciones son diferentes en ambos semanarios, son pocas las coincidencias de sección para la columna total, a excepción de la sección «Opinión». En los gráficos 1 y 2 se mostrará la distribución de los anglicismos encontrados por sección en cada semanario.

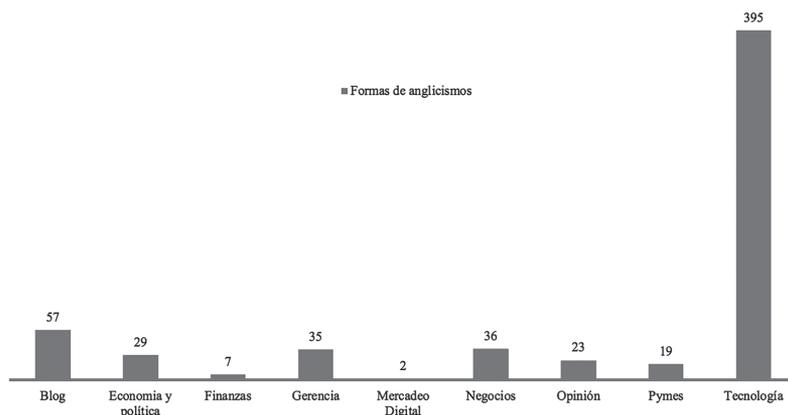
Gráfico 1. Anglicismos encontrados en las secciones del *Semanario Universidad*



De todas las secciones que posee *El Financiero* en su página en línea, solo nueve de ellas contenían anglicismos. Algunos de los anglicismos encontrados en la sección «Tecnología» son *on premise*, *roaming* y *streaming*.

Gráfico 2. Anglicismos encontrados en las secciones de *El Financiero*

Anglicismos en las secciones de *El Financiero*



En el caso del *Semanario Universidad*, los anglicismos se encontraron en ocho secciones. Curiosamente, la sección «País» presenta más anglicismos, la cual debería ofrecer noticias locales y recurrir menos a anglicismos. Entre los ejemplos de anglicismos encontrados en la sección «País», están *datacenter*, *duty free* y *holding*.

Anglicismos y sus características ortográficas y ortotipográficas

En este diagnóstico, se decidió analizar las características ortográficas y ortotipográficas de cada anglicismo para determinar si cumplían con las reglas emitidas por la RAE. Así como se mencionó anteriormente, se consideraron como anglicismos todos aquellos vocablos provenientes del inglés, según las definiciones propuestas por Pratt y

Martínez de Sousa. En este apartado, se decidió investigar cuáles de las 175 formas distintas de anglicismos ya habían sido aceptadas en su forma cruda por la RAE en el Diccionario de la Lengua Española (DLE) y en el Diccionario Panhispánico de Dudas (DPD), así como por la Fundación del español urgente (Fundéu). El motivo de esta decisión radica en que se consideró pertinente analizar el tratamiento ortográfico y ortotipográfico por parte de los semanarios solamente a los anglicismos que no han sido aceptados aún por fuentes de autoridad. Al buscar las 175 formas distintas de anglicismos en el DLE, DPD y la página en línea de la Fundéu, se encontró que 36 formas distintas ya habían sido aceptadas en su forma cruda. Los 36 anglicismos crudos son: *baby boom*, *baby sitter*, *backstage*, *blog*, *bonus*, *bots*, *brexit*, *chat*,

chips, cluster, drones, fan, golf, hacker, hobby, holding, iceberg, internet, jeans, lobby, parking, podcast, reality show, reggae, robot, shock, sketches, software, spam, spots, surf, terabytes, web y wifi. Una vez identificados los anglicismos crudos aceptados, se procedió a

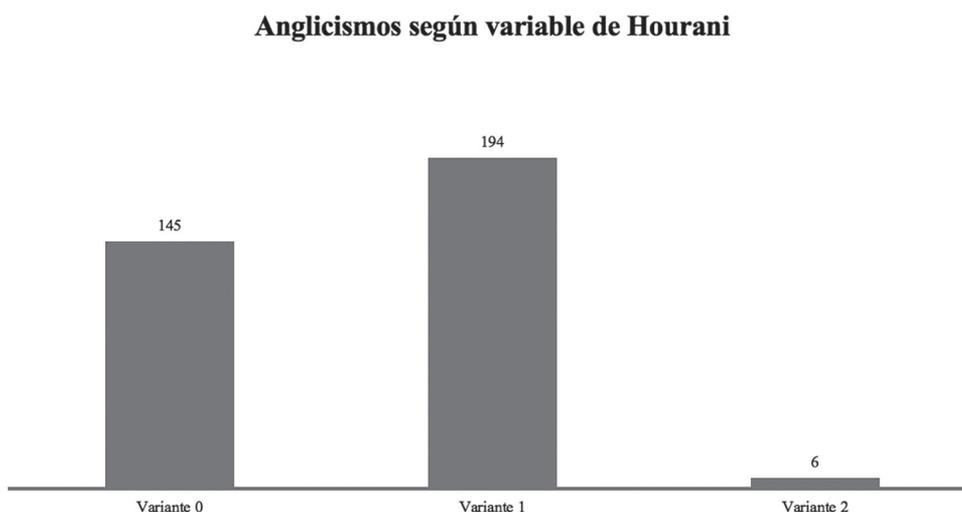
retirarlos de la lista de 704 formas. La lista final de formas de anglicismos que no han sido aceptados aún por la RAE o por la Fundéu es de 345 formas. En el cuadro 4 se muestran las características gráficas de cada una de las 345 formas de anglicismos encontradas.

Cuadro 4. Características ortográficas y ortotipográficas de los anglicismos

	Semnario				Total	
	Financiero		Universidad		Cantidad	Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
crudo	164	60,3%	30	41,1%	194	56,2%
cursiva	102	37,5%	32	43,8%	134	38,8%
comillas	4	1,5%	7	9,6%	11	3,2%
hipercharacterizado	2	0,7%	4	5,5%	6	1,7%
Total general	272	100,0%	73	100,0%	345	100,0%

Se puede observar que, en el caso de *El Financiero*, lo común es que un anglicismo se presente en su forma cruda, sin ningún tipo de marca gráfica que lo distinga como un vocablo extranjero. Esto ocurrió con 164 anglicismos (60,3%) del total de 272 que no han sido aceptados por fuentes de autoridad y que aparecieron en el semanario. Por su parte, el *Semanario Universidad* mostró 30 anglicismos en su forma cruda, lo cual representa el 41,1% de los 73 anglicismos que no han sido aceptados y que fueron encontrados en *Semanario Universidad*. En cuanto a los anglicismos en cursiva, los dos semanarios siguieron las reglas de la RAE y

mostraron los anglicismos en cursiva 194 veces (56,2% de los casos): *El Financiero* 102 veces (37,5%) y el *Semanario Universidad* 32 veces (43,8%). Vale recalcar que el *Semanario Universidad* mostró más anglicismos en cursiva que en su forma cruda y, por ende, siguió en mayor proporción las reglas de la RAE para el tratamiento de extranjerismos. Por otro lado, los semanarios presentaron los anglicismos en comillas en solo 11 ocasiones (3,2%) e hipercharacterizados en 6 ocasiones (1,7%). A continuación, se mostrarán las características ortográficas y ortotipográficas de los anglicismos encontrados según la variable de Hourani en el gráfico 3.

Gráfico 3. Frecuencia de anglicismos según la variable de Hourani

Los anglicismos que aparecieron entre comillas o en letra cursiva están ubicados en la variante 0. Aquellos que se encontraron en su forma cruda se colocaron en la variante 1 y los hipercaracterizados en la variante 2. Se evidencia que, en total, la mayoría de los anglicismos tienden a aparecer en su forma cruda (variante 1), ya que 194 anglicismos pertenecieron a esta variante según sus características ortográficas y ortotipográficas.

Anglicismos y categoría gramatical

Con el fin de conocer más a fondo el comportamiento de los anglicismos en

la prensa escrita costarricense, se decidió identificar la categoría gramatical de cada uno. Para identificar la categoría gramatical, se procedió a revisar el contexto en el que aparecía cada anglicismo. Al revisar el contexto, se pudo determinar la categoría gramatical a la cual pertenece el vocablo. Las categorías de sustantivos y adjetivos fueron las únicas categorías gramaticales encontradas en el corpus de 704 formas de anglicismos. En el cuadro 5 se presentan los resultados.

Cuadro 5. Cantidad de anglicismos según categoría gramatical

Categoría	Semnario				Total	
	Financiero		Universidad		Cantidad	Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
adjetivo	34	5,6%	20	19,8%	54	7,7%
sustantivo	569	94,4%	81	80,2%	650	92,3%
Total general	603	100,0%	101	100,0%	704	100,0%

En el total de anglicismos hallados en ambos semanarios, el 92,3% de los anglicismos fueron sustantivos, mientras que el 7,7% adjetivos. En el caso de *El Financiero*, se observa que la mayoría de anglicismos fueron sustantivos, ya que de 704 formas solo 34 eran adjetivos (5,6%). De igual manera, el *Semanario Universidad* mostró más cantidad de sustantivos (80,2%) sobre adjetivos (19,8%). Es notable la diferencia entre los dos semanarios, ya que se observa que el *Semanario* sí utilizó más adjetivos (19,8%) en comparación con *El Financiero* (5,6%). Los datos evidencian que los anglicismos eran utilizados por los semanarios para referirse a conceptos u objetos o para calificar otros sustantivos. Es por esta razón que se concluye que solo aparecieron estas dos categorías gramaticales.

Anglicismos según número

A la hora de estudiar el número de todas las formas de anglicismos también se procedió a identificar las partículas gramaticales que precedían cada anglicismo. En la gran mayoría

de ocasiones, se logró determinar el número de cada forma de anglicismo al identificar el número del pronombre, artículo o adjetivo en función de pronombre que le precedía. Un ejemplo es el de *software*, que apareció cinco veces en el artículo «Atienda a su cliente con inteligencia artificial» de *El Financiero* (Chacón). En una de las cinco ocurrencias, el anglicismo apareció en contexto de la siguiente manera: «Los software de inteligencia artificial...» (Chacón). Pese a que *software* está en modo singular según las reglas gramaticales del idioma inglés, aparece precedido en el artículo por «los», por lo que se consideró como plural para efectos de este trabajo. Luego, en el mismo artículo, *software* aparece como parte de una enumeración donde no se logró determinar el número, por lo que se clasificó como «no se especifica». Para todas las formas de anglicismos encontradas en el corpus se realizó el mismo procedimiento. Los resultados del número de cada forma de anglicismo se muestran en el cuadro 6.

Cuadro 6. Cantidad de anglicismos según número

Número	Semenario				Total	
	Financiero		Universidad		Cantidad	Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
no especifica	18	3,0%	0	0,0%	18	2,6%
plural	125	20,7%	24	23,8%	149	21,2%
singular	460	76,3%	77	76,2%	537	76,3%
Total general	603	100,0%	101	100,0%	704	100,0%

Es notable que la gran mayoría de formas de anglicismos encontrada apareció en su forma singular con 535 casos de un total de 704 (76,3%). Esta proporción es muy similar en ambos semanarios, ya que las formas de anglicismos singulares ocurrieron 460 veces en *El Financiero* (76,3%) y 77 veces en *Semanario Universidad* (76,2%). Esto muestra que los autores de los dos semanarios tienden a mostrar los anglicismos de forma similar. En el caso de formas de anglicismos plurales, estos se encontraron en los dos semanarios en 149 ocasiones (21,2%). Las formas de anglicismos plurales fueron halladas 125 veces en *El Financiero* (20,7%) y 24 veces en el *Semanario Universidad* (23,8%). Fueron pocas las formas de anglicismos en donde no se especificaba el número y solo ocurrieron en 18 ocasiones (2,6% del total) en ambos semanarios.

Anglicismos con traducción o explicación

Se decidió analizar cuáles anglicismos venían acompañados de una traducción o explicación en los artículos periodísticos de ambos semanarios. Para ello, se revisó cada forma específica de anglicismo y se analizó si venía acompañada de una traducción (generalmente entre paréntesis) o explicación por parte de los autores de los artículos. En los cuadros anteriores se mostraron los resultados según el total de formas del corpus (704); no obstante, en el siguiente cuadro se mostrarán según el total de formas específicas (175). Esto para poder mostrar los resultados según cada semanario de forma clara y que no se preste a confusiones. Los anglicismos que presentaban una traducción se muestran en el cuadro 7 a continuación.

Cuadro 7. Anglicismos con traducción o explicación

Anglicismo	Semenario	
	Financiero	Semenario
benchmarking	1	
bots	1	
bottom line	1	
bring your own device	1	
chips	1	
coachee		1
coaching		1
cost drivers	1	
crowdfunding	1	
driver	1	
elevator pitch		1
entrepreneurship	1	
flanker	1	
long form		1
offshore		1
offside	1	
on premise	1	
outsourcing	1	
panama papers		1

phishing	1	
smartphone	1	
spam	1	
spots	1	
wearable	1	
Total	18	6

Fueron pocos los anglicismos que estuvieron acompañados de una traducción o explicación en los dos semanarios, pues solo se encontró 24 formas específicas con traducción del total de 175. Específicamente, *El Financiero* presentó 18 formas específicas de anglicismos con traducción, mientras que el *Semanario Universidad* presentó 6.

Conclusiones

Tras recolectar, clasificar y presentar todos los datos de los dos semanarios, se puede llegar a algunas conclusiones cuantitativas:

- El vocablo *internet* fue el que apareció con más frecuencia, al ocurrir 163 veces en ambos semanarios, lo que representó un 23,2% del total de 704 anglicismos encontrados.
- Se determinó que *El Financiero* fue el semanario que utilizó más anglicismos, al presentar 35,54 anglicismos por cada 10 000 palabras, frente a los 7,43 anglicismos del *Semanario Universidad*.
- La sección en la cual fue más común encontrar anglicismos en *El Financiero* fue «Tecnología», con el 65,5% de los anglicismos encontrados en dicho semanario. En el caso del *Semanario Universidad*, el 37,6% de anglicismos se halló en la sección «País».
- En términos de reglas ortográficas y ortotipográficas, *El Financiero* presentó la mayoría de anglicismos en su forma cruda. De 345 formas de anglicismos que no habían sido aceptados por fuentes de autoridad, el 60,3% (164) fueron anglicismos crudos. Cabe recalcar que el *Semanario Universidad* mostró una proporción menor de anglicismos crudos (41,1%) frente a *El Financiero*, al mostrar más anglicismos en cursiva (43,8%). Según estos datos, el *Semanario Universidad* siguió en mayor proporción las reglas de la RAE.
- La mayoría de anglicismos encontrados en ambos semanarios fueron sustantivos (92,3%), mientras que el resto fueron adjetivos (7,7%).
- Los anglicismos utilizados por los semanarios tendieron a estar en singular: 537 casos de un total de 704 (76,3%).

- Solo 24 del total de 175 formas específicas aparecía con una traducción o explicación.

Tomando en cuenta los resultados cuantitativos obtenidos a partir de los datos recolectados se puede realizar un análisis cualitativo. Primero, *El Financiero* fue el semanario que más presentó anglicismos proporcionalmente (por cada 10 000 palabras). Se debe tener en consideración que es un semanario dedicado a redactar noticias relacionadas con las áreas de finanzas, negocios y tecnología, y estas son áreas muy propensas a presentar anglicismos. Esta idea es respaldada por Carmen Álvarez García (2011) en el artículo «Estudio del lenguaje de especialidad económico»; ella sostiene que el lenguaje comercial «se caracteriza por cumplir fundamentalmente una función explicativa o exhortativa y la alta frecuencia de siglas, adjetivos y términos procedentes del inglés» (p. 287). Tal situación ocurre de igual manera en el área de la tecnología, en la cual muchos términos nuevos provienen del inglés. Elena de la Cova (2015) comparte este punto de vista en el artículo «Lenguaje tecnológico y problemas para el traductor», en el cual menciona que «el castellano está plagado de préstamos de procedencia inglesa, o anglicismos, como *software*, *web* o *chat*» (p. 2). Debido a la proliferación de anglicismos en el área de tecnología, no es de asombrarse que la sección que mostró más anglicismos en los dos semanarios fue «Tecnología» en *El Financiero*. Las áreas de finanzas, negocios y tecnología tienden a presentar términos nuevos provenientes del idioma inglés que pueden representar un reto de traducción.

No obstante, en varias ocasiones, se evidenció que *El Financiero* presentó algunos anglicismos para los que ya existían equivalentes en el idioma español. Por ejemplo, en el artículo «Netflix anuncia nuevos contenidos para EE. UU. y América Latina», Carlos Cordero (2016) presenta a Ted Sarandos como el *Chief Content Officer* de Netflix, cargo que cuenta con un equivalente en español y no era necesario usar el término en inglés.

Otra razón por la que se deduce que *El Financiero* presenta la mayor cantidad de anglicismos es por su público meta. Así como se mencionó anteriormente, este semanario redacta noticias sobre finanzas, negocios y tecnología, y su público meta podría estar más familiarizado con los términos o vocablos propios de esas áreas, incluidos los anglicismos. Adriana Russo (2002), revisora y terminóloga de la división de Español del Fondo Monetario Internacional, explica en el artículo «Préstamos del inglés en la jerga económica: ¿Es posible evitar el sobreendeudamiento lingüístico?» que los expertos en el área de la economía están familiarizados con términos de procedencia anglosajona. Russo explica que «[...] la experiencia me ha demostrado, y las críticas constructivas de algunos economistas me han confirmado, que los expertos “no perciben como error” algunas expresiones» (p. 195). Debido a esta situación, se puede inferir que una de las razones por las que *El Financiero* utiliza más anglicismos es porque los periodistas consideran que su público meta está familiarizado con tales vocablos. Además, este hecho también puede contribuir a que *El Financiero* no ofrezca la traducción o explicación de ciertos anglicismos en sus artículos, como sí lo hace el *Semanario Universidad*.

El *Semanario Universidad* utiliza menos anglicismos en proporción que *El Financiero*. Se puede deducir que esto se debe al tipo de noticias y secciones que ofrece el semanario, ya que presenta noticias universitarias, nacionales e internacionales, de temática general. Debido a que estas noticias no contienen tanto lenguaje técnico como las noticias de *El Financiero*, se infiere que esta es una de las razones por las que el *Semanario Universidad* utiliza menos anglicismos. Además, también se debe tener en consideración el enfoque periodístico que tiene el *Semanario Universidad*. En su página en línea, el semanario sostiene que su objetivo es «[...] informar de manera crítica, formativa, independiente y pluralista, para la construcción de una sociedad más justa mediante un equipo de trabajo profesional comprometido» (*Semanario*). En otras palabras, el *Semanario Universidad* desea formar y educar a sus lectores, razón por la cual este semanario podría estar explicando o traduciendo con más frecuencia ciertos anglicismos.

Una particularidad que se observó en ambos semanarios es que no pareciera existir un consenso en cuanto a las reglas ortográficas y ortotipográficas por seguir; en algunas ocasiones, un mismo artículo presentaba el mismo anglicismo de distintas maneras. Un ejemplo de estas inconsistencias se puede observar en el artículo de opinión de *El Financiero*, denominado «El bluyín, el jersey y el órsay». En el artículo, aparecen en cursiva anglicismos como *offside* y *sweater*, pero luego se encuentran otros anglicismos en su forma cruda, como *baby sitter parking* y *backstage* (Garnier, 2016). Con esto se podría inferir que tal vez los semanarios no posean un manual

de estilo propio que el equipo de trabajo siga de forma metódica.

En términos de las secciones de los semanarios que mostraron anglicismos, tanto *El Financiero* como el *Semanario Universidad* presentaron anglicismos en la sección «Opinión». Esta sección posee la particularidad de que los autores cambian periódicamente y no siempre son periodistas quienes redactan los artículos. Una de las interrogantes que lanza este diagnóstico es si los semanarios revisan el contenido de los artículos antes de lanzar cada número. Esta hipótesis, así como las mencionadas anteriormente, no pueden ser corroboradas con los datos recolectados, pero podrían ser objeto de estudio en otras áreas de investigación.

Una de las finalidades de este diagnóstico es proporcionar información vigente y actual que sea de utilidad para el estudio de anglicismos. Se consideró que analizar la presencia de anglicismos en la prensa escrita nacional es una buena fuente de información para conocer el grado de interferencia lingüística que existe en el español de Costa Rica en la actualidad. Es posible suponer que, en algunos casos, las noticias provengan de cables redactados originalmente en inglés y que los periodistas tengan que realizar ciertas tareas de adaptación o traducción. Pese a que no fue uno de los objetivos ni alcances de este diagnóstico, se considera que este podría ser un tema de investigación para determinar el rol de los periodistas como traductores y mediadores culturales. Asimismo, también se podría suponer que los periodistas se ven influenciados por el uso extendido de ciertos anglicismos y continúan usando tales vocablos en las notas periodísticas que redactan.

No obstante, dichas unidades léxicas podrían ser traducidas al español o adaptadas a las normas de estilo para su publicación en la etapa de revisión y corrección. En algunas ocasiones es difícil encontrar soluciones aceptadas y en otras se puede topar con términos anglosajones que ya son utilizados en su forma cruda en la lengua meta. Esto causa que se debata entre utilizar el anglicismo crudo (debido a su factor comunicativo) o si busca otras opciones de traducción para el vocablo anglosajón. Se considera que se le debe dar la oportunidad a la traducción de los vocablos o expresiones cuando las condiciones (público meta, por ejemplo) lo permitan. En los casos donde se deba utilizar el anglicismo, se recomienda colocar el anglicismo acompañado de una opción de traducción entre paréntesis. De esta forma se logra cumplir con el factor comunicativo, sin dejar de lado el aspecto traductológico. Los anglicismos son útiles para denominar objetos o situaciones que no existen en la lengua meta; sin embargo, se deben utilizar con prudencia, ya que su presencia perjudica la fisonomía del lenguaje.

Bibliografía

- Álvarez García, C. (2011). Estudio del lenguaje de especialidad económica: el lenguaje del comercio internacional. *Entreculturas*, 3(1), pp. 279-290. Recuperado de <http://www.entreculturas.uma.es/n3pdf/articulo15.pdf>
- Bolaños Medina, A. y Luján García, C. (2010). Análisis de los anglicismos informáticos crudos del léxico disponible de los estudiantes universitarios de traducción. *Revista de Lingüística y Literatura*, 34(2), pp. 241-274. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/lexis/article/view/1511>
- Claros, G. M. (2008). Un poco de estilo en la traducción científica. *Panacea@*, 9(28), pp. 145-158. Recuperado de http://www.tremedica.org/panacea/IndiceGeneral/n28_revisitilo-claros.pdf
- Cordero, C. (2016, 24/05). Netflix anuncia nuevos contenidos para EE. UU. y América Latina. *El Financiero*. Recuperado de <https://www.elfinancierocr.com>
- Chacón Jiménez, K. (2016, 08/05). Atienda a su cliente con inteligencia artificial. *El Financiero*. Recuperado de <https://www.elfinancierocr.com>
- De la Cova, E. (2015). Lenguaje tecnológico y problemas para el traductor: el caso de la traducción de neologismos de inglés a español en la localización web. *E-Aesla* (1), pp. 1-9. Recuperado de <https://cvc.cervantes.es/lengua/eaesla/pdf/01/69.pdf>
- Domínguez Mejías, E. (2002). Los anglicismos en el diccionario de la RAE. *Panacea@*, 3(8), pp. 28-33. Recuperado de <http://www.medtrad.org/panacea/IndiceGeneral/n8-DominguezMejias.pdf>
- El Financiero (s. f.). Búsqueda avanzada. *El Financiero*. Recuperado de <https://www.elfinancierocr.com>
- García Yebra, V. (1982). *Teoría y práctica de la traducción*. Madrid: Editorial Gredos.
- Garnier, L. (2016, 07/05). El bluyín, el jersey y el órsay. *El Financiero*. Recuperado de <https://www.elfinancierocr.com>
- Hourani Martín, D. (2012). El tratamiento ortográfico, ortotipográfico y

- lexicográfico de los extranjerismos crudos en la prensa escrita española. *Normas* (2), pp. 125-156. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4057421>
- López Ferrero, C. (s. f.). Funciones retóricas en la comunicación académica: formas léxicas de modalidad y evidencialidad. *Signo y Seña*, 14(1), pp. 1-20. Recuperado de <https://media.utp.edu.co/referencias-bibliograficas/uploads/referencias/articulo/707-funciones-retoricas-en-la-comunicacion-academica-formas-lexicas-de-modalidad-y-evidencialidadpdf-TfHha-articulo.pdf>
- Martínez de Sousa, J. (2015). *Diccionario de redacción y estilo*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Medina Lopez, J. (2004). *El anglicismo en el español actual*. Madrid: Arco Libros.
- Navarro, F. (2006). La anglización del español: mucho más allá *de bypass, piercing, test, airbag, container y spa*. En L. González & P. Hernández (Presidencia). Simposio llevado a cabo en el III Congreso el español, lengua de traducción, Puebla. Recuperado de https://cvc.cervantes.es/lengua/esletra/pdf/03/017_navarro.pdf
- Real Academia Española (2010). *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Planeta.
- Russo, A. (2002). Préstamos del inglés en la jerga económica: ¿Es posible evitar el sobreendeudamiento lingüístico? En P. Hernández & L. González (Presidencia). Simposio llevado a cabo en el I Congreso internacional el español, lengua de traducción, Almagro. Recuperado de https://cvc.cervantes.es/lengua/esletra/pdf/01/015_russo.pdf
- Salazar Murillo, D. (2015, 30/09). ‘El periódico más libre’ cumple 45 años de información alternativa. *Semanario Universidad*. Recuperado de <https://semanariouniversidad.com>
- Semanario Universidad (s. f.). Acerca de. *Semanario Universidad*. Recuperado de <https://semanariouniversidad.com>

Anexo

Lista completa de anglicismos encontrados en el diagnóstico

Anglicismo	Semnario		Total general
	El Financiero	Semnario Universidad	
app	12		12
baby boom		1	1
baby sitter	1		1
back end development	1		1
back office	1		1
background check	1		1
backstage	1		1
backup	1		1
benchmarking	1		1
bitcoins	1		1
blog	9	1	10
bonus	2		2
boom	1		1
bots	3		3
bottom line	1		1
brand planning	1		1
branding cultural		1	1
brexite	8		8

bring your own device	1		1
browser	1		1
business schools	1		1
call center	3		3
chats	1		1
chief content officer	1		1
chief information security officer	1		1
chips	3		3
christmas	1		1
click	5	1	6
cloud computing	2		2
clown		1	1
cluster	3		3
coach	5		5
coachee		1	1
coaching	2	10	12
commanders-in-chief	1		1
commodities	2		2
cost drivers	1		1
crowdfunding	3		3
curiosity clicks	1		1
dark protagonist	1		1

datacard	1		1
datacenter	12	1	13
design thinking		2	2
driver	1		1
drones	19		19
dub		1	1
dutty free		1	1
ecommerce	5		5
elevator pitch		1	1
entertainers-in-chief	1		1
entertainment		1	1
entrepreneurship	1		1
fact checking	1		1
fan	2		2
fashion week	1		1
feedback	1		1
flamboyant	1		1
flanker	1		1
flat tax	2		2
freelancers	1		1
funk		1	1
game over		1	1
gamer	6	1	7

gaming	1		1
gays		1	1
golf	1		1
hacker	8		8
hobby	3		3
holding	1	1	2
hub	1		1
huge	1		1
iceberg	2		2
impeachment		1	1
inbox	1		1
indie rock		2	2
infotainment	2		2
internet	150	13	163
jeans	1		1
lean startup		1	1
likes		1	1
lobby	2		2
lol	1		1
long form		1	1
loungewear	1		1
mall	10	1	11
malware	1		1

management	2		2
marketing	3	1	4
mentoring	1		1
millennials	5		5
must		1	1
off		1	1
offensive Security Certified Professional	1		1
offensive Security Wireless Professional	1		1
offshore	1	11	12
offside	1		1
on premise	3		3
online		2	2
open innovation		1	1
outlet	1		1
outsourcing	1		1
panama papers	2	3	5
parking	1		1
password	1		1
performance		2	2
performer		1	1
phishing	1		1
player	2		2

podcast	1		1
president	1		1
project finance	4		4
project manager	3		3
puzzle	2		2
ranking	21		21
rating	4		4
reality show	3		3
reality-politics	3		3
reggae		1	1
regional country manager	1		1
retail	4		4
roaming	1		1
robot	4		4
rust belt	1		1
senior IT Recruiter Specialist	1		1
senior security strategist	1		1
sexy		1	1
shadow banking	1		1
sheriff	1		1
shock	3		3
shopper	2		2
show business	1		1

showroom	1		1
ska		1	1
sketches	1		1
smartgrid	1		1
smartphone	13		13
snacks	3	1	4
softball	2		2
software	33		33
software as a service	1		1
spam	1		1
spin-off	1		1
spots	2		2
stand	3		3
stand	1		1
standard	1		1
startup	29		29
stock	1		1
storage	1		1
storyteller	2		2
strategy managing partner	1		1
streaming	10		10
surf	1		1
sweater	1		1

switches	1		1
talk show	1		1
teleprompter		4	4
terabytes	1		1
terrible	1		1
the boss	1		1
the worst	1		1
top	2		2
tracks		1	1
trade-off	1		1
tremendous	1		1
trust	1		1
tweets	1	1	2
wearable	3		3
web	51	11	62
web services	1		1
webcams		1	1
whistleblowers		8	8
wifi	7		7
win-win	1		1
wow	1		1
Total general	603	101	704
