



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

# **FACULTAD DE EDUCACIÓN E IDIOMAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE IDIOMAS

Aceptabilidad sociolingüística y nivel de reconocimiento de neologismos  
traducidos en textos periodísticos sobre tecnología de la CNN en Pisco, 2016

## **TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE: TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN**

AUTORA:

Clara Odilia Silva Santisteban Panay

ASESORAS TEMÁTICAS:

Mgr. Sally Anchante Terán

Mgr. Silvia Lau Lopez

ASESORA METODOLÓGICA:

Dra. María del Carmen Llontop Castillo

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Traducción y terminología

LIMA – PERÚ

2016

---

Dra. María del Carmen Llontop Castillo

Presidenta

---

Mgr. Betty Maritza Gálvez Nores

Vocal

---

Mgr. Juan Carlos Arrieta Garrido

Secretario

## DEDICATORIA

*A Dios por darme la oportunidad de aprender algo nuevo cada día, a mis padres quienes siempre me brindan su amor y apoyo, y finalmente a mi abuelo quien desde el cielo cuida mis pasos.*

## AGRADECIMIENTO

*A la Dra. María Llontop por su constante apoyo y guía no solo durante este periodo académico sino desde inicios de mis estudios; a mis asesoras Mgtr. Sally Anchante y Mgtr. Silvia Lau quienes me ayudaron a encaminar esta investigación. A todos mis profesores por sus enseñanzas y consejos, y finalmente a mi hermana por su compañía y aliento.*

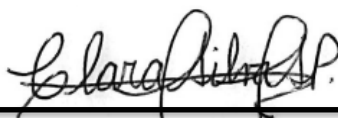
## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Clara Odilia Silva Santisteban Panay con DNI N° 70549668, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Educación e Idiomas Escuela de Traducción e Interpretación declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, diciembre de 2016



---

Clara Odilia Silva Santisteban Panay

## **Presentación**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada «Aceptabilidad sociolingüística y nivel de reconocimiento de neologismos traducidos en textos periodísticos sobre tecnología de la CNN en Pisco, 2016», la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Traducción e Interpretación.

La Autora

## Índice

Página del jurado.....	i
Agradecimiento.....	iii
Declaración de autenticidad.....	iv
Presentación.....	v
Índice.....	vi
Índice de tablas.....	x
Índice de figuras.....	xi
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Realidad problemática.....	1
1.2. Trabajos previos.....	4
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	8
1.3.1. Traducción.....	8
1.3.2. Traducción especializada.....	9
1.3.3. Tipos de textos.....	10
1.3.3.1. Textos científico-técnicos.....	10
1.3.3.2. Textos periodísticos.....	11
1.3.4. Neología.....	11
1.3.5. Neologismo.....	13
1.3.5.1. Clasificación de neologismos.....	13
1.3.5.1.1 Neologismo necesario.....	13
1.3.5.1.2. Neologismo no necesario.....	14
1.3.6. Aceptabilidad.....	14
1.3.6.1. Aceptabilidad sociolingüística.....	16
1.3.6.2. Aceptabilidad de neologismos.....	17
1.3.6.2.1. Criterios de aceptabilidad de neologismos.....	18
1.3.6.2.1.1. Criterio de aceptabilidad lingüística.....	18
1.3.6.2.1.1.1. Valor sociolingüístico.....	18
1.3.6.2.1.1.1.1. Comprensión.....	19
1.3.6.2.1.1.1.2. Frecuencia del uso del término.....	19
1.3.6.2.1.1.1.3. Disponibilidad.....	19
1.3.6.2.1.1.1.4. Irradiación.....	20

1.3.6.2.1.1.1.5. Necesidad .....	20
1.3.6.2.1.1.1.6. Utilidad.....	20
1.3.6.2.1.1.1.7. Riqueza léxica .....	20
1.3.6.2.1.1.1.8. Difusión en el campo al cual hace referencia.....	20
1.3.7. Reconocimiento .....	21
1.3.7.1. Reconocimiento de neologismos.....	21
1.3.7.1.1. Criterio diacrónico .....	22
1.3.7.1.2. Criterio psicológico .....	23
1.3.7.1.3. Criterio lexicográfico.....	23
1.3.7.1.4. Criterio de inestabilidad .....	24
1.3.7.1.5. Difusión del uso.....	24
1.3.8. Cable News Network (CNN) .....	24
1.3.9. Pisco.....	25
1.4. Formulación del problema.....	25
1.4.1 Problema general .....	26
1.4.2 Problemas específicos.....	26
1.5. Justificación del estudio .....	26
1.5.1. Justificación práctica.....	26
1.5.2. Justificación metodológica .....	27
1.5.3. Justificación educativa.....	27
1.5.4. Justificación social.....	27
1.5.5. Justificación económica.....	27
1.6 Hipótesis .....	28
1.6.1 Hipótesis general .....	28
1.6.2 Hipótesis específicas .....	28
1.7 Objetivos.....	28
1.7.1 Objetivo general.....	28
1.7.2. Objetivos específicos .....	29
II. MÉTODO.....	30
2.1. Diseño de investigación .....	30
2.2. Variables y operacionalización de variables.....	31
2.3. Población y muestra .....	31
2.3.1. Unidad de análisis .....	31
2.3.2. Población .....	31



2.3.3. Muestra .....	31
2.3.4. Diseño muestral.....	32
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	32
2.4.1. Técnicas.....	32
2.4.2. Instrumentos.....	32
2.4.2.1. Instrumento 1: «Aceptabilidad sociolingüística de neologismos» .....	32
2.4.2.1.1. Validez del instrumento 1 .....	33
2.4.2.1.2. Confiabilidad del instrumento 1 .....	34
2.4.2.2. Instrumento 2: «Reconocimiento de neologismos».....	35
2.4.2.2.1. Validez del instrumento 2 .....	35
2.4.2.2.2. Confiabilidad del instrumento 2 .....	36
2.5. Métodos de análisis de datos.....	37
2.6. Aspectos éticos.....	38
III. RESULTADOS .....	39
3.1. Prueba de hipótesis .....	39
3.1.1. Hipótesis general.....	39
3.1.2. Hipótesis específica 1 .....	40
3.1.3. Hipótesis específica 2.....	41
3.1.4. Hipótesis específica 3.....	42
3.1.5. Hipótesis específica 4.....	45
3.1.6. Hipótesis específica 5.....	47
3.1.7. Hipótesis específica 6.....	50
3.1.8. Neologismos de tipo necesario menos reconocidos .....	51
3.1.9. Neologismos de tipo no necesario menos reconocidos.....	52
3.1.10. Neologismos de tipo necesario menos aceptados .....	53
3.1.11. Neologismos de tipo no necesario menos aceptados .....	54
IV.DISCUSIÓN .....	56
V. CONCLUSIONES.....	60
VI. RECOMENDACIONES.....	61
VII. REFERENCIAS .....	62
ANEXOS.....	67
Anexo 1: Matriz de consistencia .....	68
Anexo 2: Variable 1 - Aceptabilidad sociolingüística de neologismos.....	70
Anexo 3: Variable 2 - Reconocimiento de neologismos .....	71

Anexo 4: Ficha de análisis de neologismo .....	72
Anexo 5: Instrumento 1 .....	75
Anexo 6: Instrumento 2.....	78
Anexo 7: Instrumento 2 - Confiabilidad de KR 20.....	80
Anexo 8: Validación de expertos instrumento 1 .....	81
Anexo 9: Validación de expertos instrumento 2 .....	84

## Índice de tablas

Tabla 1	Validación de expertos instrumento 1.....	33
Tabla 2	Estadísticos de fiabilidad alfa de Crombach.....	35
Tabla 3	Validación de expertos instrumento 2.....	36
Tabla 4	Baremo aceptabilidad sociolingüística.....	37
Tabla 5	Baremo reconocimiento.....	38
Tabla 6	Hipótesis general.....	39
Tabla 7	Hipótesis específica 1.....	40
Tabla 8	Hipótesis específica 2.....	42
Tabla 9	Matriz de consistencia.....	69
Tabla 10	Matriz de operacionalización variable 1.....	71
Tabla 11	Matriz de operacionalización variable 2.....	72

## Índice de figuras

Figura 1	Esquema de investigación correlacional.....	30
Figura 2	Fórmula de Cochran.....	31
Figura 3	Fórmula de confiabilidad de alfa de Crombach .....	34
Figura 4	Fórmula de confiabilidad de KR20.....	36
Figura 5	Megapíxeles .....	43
Figura 6	Videollamada.....	43
Figura 7	Seflie.....	44
Figura 8	LCD.....	44
Figura 9	Emojis.....	45
Figura 10	Smartphone .....	46
Figura 11	Tweet .....	46
Figura 12	Videollamada.....	47
Figura 13	Seflie.....	48
Figura 14	Captura de pantalla.....	48
Figura 15	Megapíxeles .....	49
Figura 16	LCD.....	49
Figura 17	Smartphone .....	50
Figura 18	Tweet .....	51
Figura 19	Tuitósfera .....	51
Figura 20	DLS .....	52
Figura 21	Trending topics .....	53
Figura 22	Tuitósfera .....	53
Figura 23	DLS .....	54
Figura 24	Trending topics .....	55

## Resumen

El objetivo de esta investigación fue determinar la relación entre el reconocimiento y la aceptabilidad sociolingüística de los neologismos traducidos en los textos periodísticos sobre tecnología de la página web de la CNN en Pisco en el año 2016. La muestra representativa estuvo conformada por los pobladores del distrito de Pisco. El estudio tuvo un diseño no experimental, transversal de tipo correlacional. Para dar respuesta a los objetivos se emplearon dos instrumentos: una encuesta sobre reconocimiento de neologismos y otra encuesta sobre aceptabilidad sociolingüística de neologismos. Para establecer la relación entre los datos obtenidos por cada variable se aplicó la prueba de Rho Spearman. Se concluyó que existe una relación débil pero significativa entre el reconocimiento y la aceptabilidad sociolingüística de los neologismos. Infiriéndose así que el usuario de la traducción no siempre acepta un neologismo en su vocabulario aun cuando este conoce y comprende el significado de la palabra. Los resultados establecieron que los neologismos más reconocidos fueron: *megapíxeles*, *videollamada*, *selfie* y *Smartphone*; mientras que los más aceptados fueron: *videollamada*, *selfie*, *captura de pantalla* y *smartphone*.

**Palabras claves:** Reconocimiento, aceptabilidad sociolingüística, neologismos y textos periodísticos

## Abstract

The main purpose of this research was to determine the relationship between the recognition and the sociolinguistic acceptability of the neologisms translated into journalistic texts on technology of the CNN website in Pisco in the year 2016. The sample was composed of the inhabitants of the district of Pisco. This was a cross sectional study and had a non-experimental design. Two instruments were used in order to respond to the objectives: a survey of recognition of neologisms and a survey of sociolinguistic acceptability of neologisms. To establish the relationship between the data obtained by each variable; the test of Spearman's rho it was applied. It was concluded that there is a significant but low relationship between the recognition and the sociolinguistic acceptability of neologisms. It is inferred that the user of the translation does not always accepts a neologism in his/her vocabulary even when he/she knows and understands the meaning of the word. The results showed that the more recognized neologisms were: *megapixel*, *video call*, *selfie* and *smartphone*; while the most accepted were: *video call*, *selfie*, *screen capture*, and *smartphone*.

**Key words:** Recognition, sociolinguistic acceptability, neologisms and journalistic texts.