

La presencia de préstamos ingleses en las lenguas de especialidad

Cristina Tejedor Martínez

Isabel de la Cruz Cabanillas

María Rosa Cabellos Castilla

Esperanza Cerdá Redondo

Mercedes Díez Prados

Universidad de Alcalá

Resulta evidente que, además de a los procedimientos propios de una lengua para la formación de palabras, el lenguaje tecno-científico recurre a menudo a neologismos ingleses, al ser ésta la lengua de transmisión de cultura y conocimiento en gran parte del ámbito científico. Debido a ello, se suele considerar que la frecuencia de préstamos ingleses es alta en las lenguas de especialidad. Probablemente se trata de una afirmación que precisa de matizaciones. Con el fin de cuantificar la frecuencia real de términos ingleses en esta variedad de lengua, proponemos un estudio que aporta datos fiables sobre la incidencia y la tipología de los mismos. Es posible que un escrito muestre una ocurrencia de anglicismos elevada, pero que, en muchas ocasiones, se trate del mismo vocablo que aparece repetido varias veces. Por tanto, el presente artículo pretende indagar acerca de la presencia de anglicismos en las lenguas de especialidad para determinar si puede considerarse significativa dentro del vocabulario español general y si se trata de una amplia gama de unidades léxicas o si, por el contrario, los tipos de palabras se reducen considerablemente si, como es nuestra hipótesis, se repiten una serie de elementos básicos, especialmente en determinados ámbitos.

1. Introducción

Resulta evidente que, además de a los procedimientos propios de una lengua para la formación de palabras, el lenguaje tecno-científico recurre a menudo a neologismos ingleses, al ser ésta la lengua de transmisión de cultura y conocimiento en gran parte del ámbito científico. Debido a ello, se suele considerar que la frecuencia de préstamos ingleses es alta en las lenguas de especialidad. Probablemente se trata de una afirmación que precisa de matizaciones. Con el fin de cuantificar la frecuencia real de términos ingleses en esta variedad de lengua, proponemos un estudio que aporta datos fiables sobre la incidencia y la tipología de los mismos. Es posible que un escrito muestre una ocurrencia de anglicismos elevada, pero que, en muchas ocasiones, se trate del mismo vocablo que aparece repetido varias veces. Por tanto, el presente artículo pretende indagar acerca de la presencia de anglicismos en las lenguas de especialidad para determinar si puede considerarse significativa dentro del vocabulario español general y si se trata de una amplia gama de unidades léxicas o si, por el contrario, los tipos de palabras se reducen considerablemente si, como es nuestra hipótesis, se repiten una serie de elementos básicos, especialmente en determinados ámbitos.

Para confirmar la hipótesis, centramos el estudio en tres campos diferentes del español para fines específicos:

- El lenguaje de la economía.
- El lenguaje de la informática.
- El lenguaje del turismo.

2. Fuentes y recogida de datos

Para llevar a cabo el análisis en los distintos ámbitos, empleamos fuentes diversas:

- Para el lenguaje de la economía, Alejo (1998), aunque se ha consultado igualmente su trabajo anterior sobre el tema (Alejo, 1993).
- Para el lenguaje de la informática, recurrimos a Gallench y Posteguillo (2001), Posteguillo (2002) y a nuestra propia investigación: Cerdá *et al.* (2005), De la Cruz *et al.* (2005), Díez *et al.* (en prensa).
- Para el lenguaje del turismo, recopilamos un corpus para este fin del que damos cuenta en las páginas siguientes.

2.1. El lenguaje de la economía

Para acometer su investigación Alejo (1998) extrae el corpus del ejemplar de la revista *Información Comercial Española (ICE)* del mes de mayo de 1997. El corpus comprende 9 artículos académicos que abarcan 159 páginas.¹ Se centra en esta publicación porque básicamente trata un único tema, la convergencia regional, de modo que las necesidades terminológicas de los autores, según su premisa inicial, serán similares. Este autor parte de la hipótesis de que los préstamos pueden clasificarse en:

1. Integrados, es decir, aquellos que llevan tiempo afianzados y muestran cierto grado de asimilación al sistema, y que serán, por tanto, utilizados en diferentes artículos.
2. Cambios de código esporádicos que no presentan aclimatación, puesto que mantienen incluso la grafía originaria. Dichos elementos aparecerán, probablemente, en sólo un autor.

Aquí hay que precisar que, en algunos casos, pese a no existir adaptación gráfica, como en el término *club*, el *Diccionario de la Lengua Española (DRAE)* lo

¹ La revista contiene 170 páginas, algunas de las cuales no se analizan; en el trabajo no se explica el porqué se han excluido.

incluye ya en su edición de 1992 y se encuentra plenamente integrado en el sistema (Alejo, 1998: 232).

Asimismo, en la base de datos que diseña para tratar los mismos, incluye información relativa a la frecuencia de los ítems, el número de artículos en los que aparecen, la secuencia gramatical en la que se insertan, el género y el apartado del artículo en el que se encuentra el préstamo.

2.2. El lenguaje de la informática

Para estudiar el lenguaje de la informática se ha consultado, por un lado, el trabajo de Gallench y Posteguillo (2001), continuado en Posteguillo (2002), y, por otro, acudimos a nuestra propia investigación. Con respecto a la propuesta de los dos primeros lingüistas, el corpus se compone de 17 artículos del ejemplar de *Web, la revista de los usuarios de Internet* de agosto de 1998. Se trata de una revista especializada en el mundo de la informática de carácter no académico y dirigida a profesionales y usuarios del ordenador. Contiene, por tanto, lo que estos dos autores denominan *specialist non-academic articles* (2001: 243).

En nuestra investigación, el corpus se recopiló a partir de cinco números diferentes de cuatro revistas informáticas publicadas entre noviembre de 2003 y marzo de 2004. Las revistas están destinadas a un público interesado en los avances informáticos y que posee un buen dominio de la técnica, pero que no es necesariamente experto en la materia: *PC Actual (PCA)*, *Personal Computer & Internet (PCI)*, *PC Plus (PCP)* y *PC World (PCW)*. Se analizaron un total de 80 páginas, cuatro páginas de cada publicación a lo largo de los cinco meses que comprendía la recogida de datos. La investigación se centró únicamente en sustantivos, aunque algunos de ellos se encontraban en función adjetiva. Se descartaron los nombres propios de empresas, programas, aplicaciones y herramientas, a no ser que hayan pasado a utilizarse como nombres comunes, p.ej. *un Mac* por oposición a *un PC*.

El criterio básico de selección estaba en función de, por un lado, cambios de código o anglicismos patentes con escasa o nula adaptación al sistema lingüístico español, y, por otro, préstamos aclimatados. Todos los elementos se contrastaron en el *DRAE*, así como en el *Diccionario del Español Actual (DEA)*.

2.3. El lenguaje del turismo

Para acometer el estudio de este tipo de lenguaje hemos acudido a diversas fuentes. Por un lado, a folletos turísticos con información de carácter general. Los ámbitos que abarca el turismo son diversos y dispares, pues incluyen documentos de tipo legal como contratos, información sobre las características de una zona determinada y de sus monumentos, actividades que se pueden desarrollar allí, medios de transporte, etc. De la amplia gama de material que habíamos recogido —aproximadamente 60 publicaciones² editadas por distintos organismos e instituciones de La Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha—, la variedad temática, así como la práctica ausencia o escasa presencia de préstamos en parte de esta documentación, nos llevó a centrarnos en publicaciones de carácter general, pero en las que se habla en algún momento del denominado *turismo activo*. La lectura de los folletos nos llevó al convencimiento de que debíamos investigar en este terreno, por ser uno de los campos que están experimentando mayor expansión. Si bien Luque Gil (2003: 133) distingue distintos tipos de ocio o turismo activo:

... prácticas con un perfil puramente recreativo (paseos, comidas campestres, contemplación de la naturaleza, etc.), otras de interés interpretativo-educativo (rutas ecológicas, visita a granjas-escuelas, etc.), o aquellas en las que prima la finalidad lúdico-deportiva,

Básicamente, nuestra investigación se ha centrado en deportes de aventura, que en ocasiones se importan del extranjero, por lo que podría encontrarse una mayor incidencia de préstamos.

Por otro lado, hemos recopilado datos de publicaciones periódicas dentro del ámbito del turismo que incluyen artículos sobre estos deportes de aventura. Van dirigidas a un público joven o que se mantiene en buena forma física, de distinta procedencia social y económica, cuyo nexo de unión es el deseo de contacto

² Queremos expresar nuestro agradecimiento a Ricardo Franquelo Morales, Responsable de Calidad, y a Olga Cañas Valcárcel, Responsable de Turismo Rural y Activo, de la Fundación Turismo de Cuenca por proporcionarnos folletos e información turística sobre la Comunidad de Castilla la Mancha para llevar a cabo esta investigación.

con la naturaleza y la práctica de actividades deportivas consideradas de riesgo (*rafting, surf* o *snowboard*) o, al menos, dentro de lo que se denomina turismo activo (senderismo y rutas, por ejemplo) por oposición al turismo tradicional, que suele implicar cierta inactividad física. Se han recopilado datos de cuatro revistas diferentes: *Aire Libre*, *Grandes Espacios*, *Outdoor* y *Turismo & aventura*. Se han analizado entre 5 y 9 páginas de cada revista en función del número de palabras que contenían para intentar conseguir un corpus lo más homogéneo posible, lo que supone un total de 30 páginas.

A su vez, hemos consultado páginas web que proporcionan información sobre este tipo de actividades. Del portal *TopRural.com* se ha seleccionado la sección denominada *Turismo activo*. Se han escogido las primeras 19 actividades de turismo activo.³ De cada una de estas páginas se ha extraído el párrafo en el que se explica cada actividad para su estudio. Igualmente, hemos descartado el resto de los apartados que aparecen en la página: encabezado; columna de la izquierda en la que tenemos varias opciones para buscar información (rutas, alojamientos, anuncios rurales, etc); mapa de España; datos sobre apuntes y enlaces de interés. Hemos considerado que los datos que se pudieran obtener teniendo en cuenta todos estos apartados podrían distorsionar el recuento final porque se repiten mucho los términos y, en muchas ocasiones, fuera de contexto; por ello, parece más apropiado seleccionar un texto completo.

Por último, se han analizado 9 artículos de la revista *Cuadernos de Turismo* publicados entre los años 2001 y 2005 que abarcan 168 páginas. Igualmente, se ha tratado que la temática tuviera que ver con el turismo rural o actividades deportivas que se desarrollan en los núcleos rurales. La elección de esta publicación tiene un doble objetivo: por una parte, contar con una fuente en la que el registro fuera más formal y el estilo más cuidado que en las páginas web o las revistas de turismo activo, lo que posiblemente nos serviría para mostrar las diferencias entre este tipo de fuente y las otras utilizadas en esta investigación sobre el lenguaje del turismo; por otra, al tratarse de una revista académica, los datos obtenidos pueden ser comparables a los obtenidos por Alejo (1998), dada la similitud de los corpus.

³ En el análisis de los datos de estas páginas nos referiremos a ellas por el número que les hemos adjudicado en el estudio. El orden es el que aparecía en la página original del portal web.

Como en el caso de nuestra investigación sobre el lenguaje informático, el criterio de inclusión de un término reside, por un lado, en que la palabra esté registrada en el *DRAE* con etimología anglosajona, aunque se pueda discrepar en algunos casos como *trekking*, cuyo origen último es neerlandés, o *turístico*, que el *DRAE* considera ya una forma derivada no inglesa, aunque sí es anglicismo, según esta fuente, la palabra base, *turismo*; por otro, aunque no estén documentados en el *DRAE*, se incluyen vocablos que pertenecen a la lengua inglesa y que están atestiguados, por ejemplo, en autoridades como el *Oxford English Dictionary*, en su versión *online*, y en diccionarios de anglicismos (Rodríguez y Lillo, 1997; Görlach, 2001).

3. Resultados e interpretación de los mismos

3.1. Economía

El estudio de Alejo muestra un corpus de 182 ocurrencias que corresponden a 23 tipos de unidades diferentes, como puede apreciarse en la tabla 1 (adaptación de Alejo, 1998: 234):

Ítem	Número de ocurrencias
catch-up	3
club	1
cluster	19
core	3
crossing-in	1
dummy	2
extra-regio	1
factor-hoarding	1
filière	1
gap	3

growth accounting	1
high value	1
industrial mix	18
input	6
kernel	3
leitmotiv	1
output	14
ranking	27
shift-share	17
shock	6
spillover	2
stock	50
twin peaks	1

Tabla 1. Frecuencia y tipos de préstamos en Alejo (1998)

Hay que hacer notar que el estudio previo de Alejo sobre el tema (1993) seleccionaba y clasificaba los elementos siguiendo el modelo propuesto por Pratt (1980). Aquí emplea los mismos criterios, de forma que, según la definición propuesta por Pratt (1980: 115),

Un anglicismo lingüístico 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.

El último autor distingue entre *étimo inmediato*, que corresponde a la lengua que suministra directamente el préstamo a otra, y *étimo último*, aquel que remite a la lengua originaria como, por ejemplo, el latín, el griego, el alemán, el francés, etc. Para el caso español, numerosas voces que se han considerado anglicismos

se han transmitido a través del inglés, pero, a su vez, éste las ha tomado de otras lenguas.

Ésta puede ser la razón esgrimida para que elementos como *extra-regio*, *filière* o *leitmotiv* cuyos étimos últimos en terminología de Pratt, son el latín, el francés y el alemán, respectivamente, tengan cabida en su corpus, aunque no procedan todos ellos de la lengua inglesa (Alejo, 1998: 233).

3.2. Informática

En el trabajo de Gallench y Posteguillo (2001) se registran 259 ocurrencias que corresponden a 85 tipos de palabras diferentes. Las más citadas son: *web* (78), *on line* (50), *página web* (49), *site* (43), a las que les siguen *software* y *link* con 17 casos cada una y *módem* con 14.

Al igual que hacía Alejo (1998) en su estudio sobre la economía, estos dos autores combinan la frecuencia de las unidades con el alcance de éstas; es decir, si determinado elemento se documenta únicamente en un artículo o, por el contrario, figura en dos o más. Asimismo, se ocupan del grado de asimilación que presentan los anglicismos clasificándolos como: 1) integrados, si los recoge el *DRAE* en su versión de 1992; 2) no integrados, aquellos no documentados en el *DRAE*, pero sí en el *Nuevo Diccionario de Anglicismos* de Rodríguez y Lillo (1997); y 3) cambios de código, aquellos no registrados en ninguna de las fuentes anteriores. Esta distinción les permite afirmar (2001: 249) que predominan los préstamos no integrados, pese a la inexistencia de vacíos léxicos en español y cuya pervivencia responde a razones estilísticas.

En nuestro caso, la recopilación arrojó un total de 1.286 elementos distribuidos de la siguiente forma:

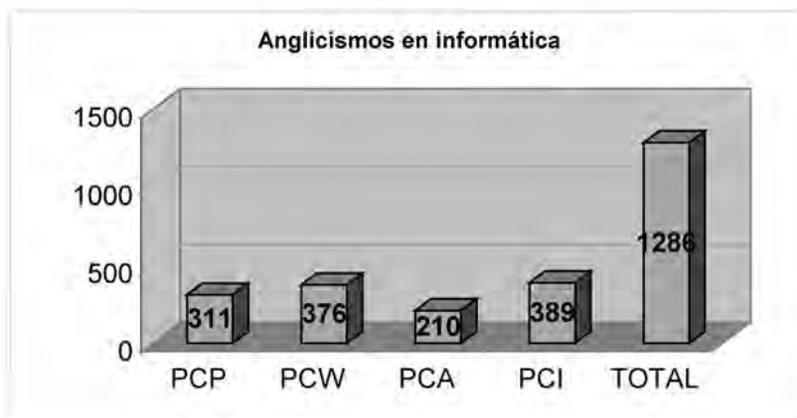


Gráfico 1. Número total de anglicismos en las revistas de informática

Si bien no se contabilizaron las palabras de la totalidad del corpus, los datos referentes al número correspondiente a febrero de 2004 en cada una de las revistas indican que el porcentaje de préstamos ingleses varía notablemente de una publicación a otra, como puede apreciarse en la siguiente tabla:

	PCA	PCI	PCP	PCW	Total
Nº de palabras	2.896	3.358	2.284	2.266	10.084
% anglicismos	1,97	3,78	1,93	3,31	2,74

Tabla 2. Porcentaje de anglicismos en el número de febrero de 2004

Para la recopilación de los datos se buscaron publicaciones que tuvieran características similares en cuanto al formato, extensión y tipo de audiencia, de forma que se trata de revistas de divulgación que leen no sólo técnicos, sino público interesado en general, es decir, simples usuarios de ordenador y tecnologías rela-

cionadas, aunque con un buen conocimiento de la técnica. No obstante, al cotejar la caja de escritura descubrimos que *PCI* usaba un tipo de letra ligeramente más pequeño y el tamaño de las fotos e ilustraciones en general era más reducido que en el resto, lo que explica que el número de palabras contenidas en las cuatro páginas seleccionadas en ese ejemplar sea mayor. Igualmente, comprobamos que *PCA* y *PCP* eran las revistas que más cuidaban el estilo y, pese a recurrir a préstamos ingleses, mostraban una mayor tendencia a emplear expresiones en español que las otras dos. Éste puede ser el motivo de la divergencia entre el porcentaje de anglicismos entre estos dos casos, en los que la presencia de elementos ingleses no llega al 2%, y los otros dos, en los que se supera el 3%.

Pese a la incidencia que se establece en los límites mencionados arriba, un análisis más cualitativo indica que de las 1.286 ocurrencias recogidas en las 80 páginas que componen el corpus global, únicamente se registran 298 tipos diferentes, pues a menudo se repiten las mismas unidades léxicas. Así, los términos que se citan con mayor frecuencia son *DVD(s)* (102), *Internet* (92), *software* (82) y *PC* y *web* con 56 ocurrencias cada uno.

3.3. Turismo

A continuación, vamos a analizar por separado los resultados obtenidos en los cuatro tipos de corpus utilizados.

3.3.1. Folletos

De los 22 folletos seleccionados, no se encuentran préstamos ingleses en aquellos clasificados en nuestro corpus con los números 9, 10, 18, 19, 20, 21 y 22. Así pues, la recopilación se basa en 15 publicaciones, que aparecen relacionadas en el apartado de Referencias Bibliográficas. El número de anglicismos y el número de tipos presentes en estos folletos se recogen en la tabla siguiente:

Folleto	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F11	F12	F13	F14	F15	F16	F17	TOTAL
Número de anglicismos	47	25	16	10	1	19	12	3	1	6	2	3	1	1	2	149
Tipos	12	9	5	6	1	3	6	3	1	3	1	2	1	1	2	22 ⁴

Tabla 3. Ocurrencias y tipos de anglicismos en los folletos turísticos

En estos 15 folletos aparecen mencionados 149 anglicismos, que corresponden a 22 tipos diferentes. Así, nos encontramos con anglicismos como *quad* (42 ocurrencias), *paintball* (27 ocurrencias), *turismo* (22 ocurrencias), *golf* (10 ocurrencias), *turístico* (7 ocurrencias), *mountain bike* (6 ocurrencias), *kayak* (5 ocurrencias), *rafting*, *trekking*, *turística* (4 ocurrencias cada uno), *puenting* (3 ocurrencias), *camping*, *green fee*, *tee*, *transfer* (2 ocurrencias cada uno), *estrés*, *eurobugy*, *motocross*, *open-kayak*, *putting green*, *river trekking* y *team building* (1 ocurrencia cada uno). Como se ve, varios de estos anglicismos son utilizados en más de una ocasión, incluso algunos de ellos aparecen bastante a menudo (por ejemplo, *quad*, *paintball* o *turismo*), lo que hace que se incremente considerablemente el número total de anglicismos en estos folletos, como ya se ha mencionado que sucedía en las revistas de informática analizadas.

3.3.2. Revistas de turismo activo

Si nos centramos en las publicaciones periódicas en papel, la distribución figura en la siguiente tabla:

⁴ Este dato refleja el total de tipos de anglicismos diferentes recogidos en el sub-corpus de folletos; en las casillas correspondientes a cada folleto aparece el número de tipos en esa publicación.

Nombre de la revista	Nº de páginas	Nº de palabras	Nº de anglicismos	Porcentaje de anglicismo
<i>Aire Libre</i>	8	3.418	113	3,31
<i>Grandes Espacios</i>	5	3.447	94	2,73
<i>Outdoor</i>	8	3.680	45	1,22
<i>Turismo & aventura</i>	9	3.358	63	1,88
TOTAL	30	13.903	315	2,27

Tabla 4. Distribución de anglicismos en las publicaciones periódicas

Este segundo tipo de corpus lo integran las publicaciones periódicas, habiéndose analizado artículos sobre turismo activo. En estos artículos encontramos 13.903 palabras, de las que 315 son anglicismos; es decir, un 2,27% de los vocablos empleados en estos artículos son anglicismos. Por otro lado, hemos observado la existencia de 85 tipos diferentes, entre los que cabe destacar *turismo* (28 ocurrencias), *e-mail* (27 ocurrencias), *raid* (21 ocurrencias), *camping*, *trekking* (19 ocurrencias cada uno), *internet*, *kayak* (12 ocurrencias cada uno), *bungalow* (10 ocurrencias), *club* (9 ocurrencias), *rafting*, *snow*, *snowboard* y *web* (8 ocurrencias cada uno). Al igual que sucede en el caso de los folletos turísticos, muchos de estos anglicismos son utilizados en varias ocasiones, lo que incrementa el número total de préstamos ingleses empleados.

El tipo de anglicismos oscila de una publicación a otra, de forma que *Outdoor* contabiliza el menor número con 13 tipos diferentes, frente a los 29 de *Turismo & aventura* y los 32 y 38 de *Grandes Espacios* y *Aire Libre*, respectivamente. Sin embargo, muchos de éstos coinciden en las distintas revistas, por lo que el número total se reduce a 85 tipos diferentes.

No hemos analizado en este trabajo si la diferencia en el número de anglicismos en cada revista se debe solamente al estilo más cuidado de alguna de ellas, como ocurría en las revistas de informática, o al tema de los artículos seleccionados.

3.3.3. Páginas web

En cuanto a las 19 páginas web analizadas, el número total de préstamos ingleses es 64, que se corresponde con 38 tipos diferentes. Estos anglicismos representan un 2,78% de las palabras empleadas en dichas páginas web, puesto que el número total de vocablos utilizados asciende a 2.302. Entre los anglicismos más recurrentes encontramos *neopreno* (10 ocurrencias), *clic* (6 ocurrencias), *paintball*, *surf* (4 ocurrencias cada uno), *rafting* (3 ocurrencias), *benji*, *canyoning*, *puenting*, *raft* (2 ocurrencias cada uno), *adrenalina*, *catamarán*, *kayak*, *kite surf*, *mountain bike*, *rocódromo*, *snorkel*, *snowboard*, *surfista*, *trekking*, *turista*, *turística* o *windsurf* (1 ocurrencia cada uno), entre otros. Al igual que sucede en los dos tipos de corpus ya mencionados, el número total de anglicismos se ve incrementado debido a que algunos de ellos se emplean en más de una ocasión. En una de las actividades, rutas a caballo, no se registra ningún anglicismo. En el resto de sitios web, la relación figura en la tabla que aparece a continuación.

Tema de la página web	Número de palabras	Número de anglicismos	Porcentaje de anglicismos/palabra	Tipos	Anglicismo/Tipo
Senderismo-trekking	106	1	0,94	1	1,00
Rutas a caballo	124	0	0	0	0,00
Bicicleta de montaña - BTT	135	2	1,48	2	1,00
Escalada	127	1	0,79	1	1,00
Espeleología	127	1	0,79	1	1,00
Multiaventura	99	3	3,03	3	1,00
Paintball	111	5	4,50	3	1,67
Puenting y benji	143	6	4,20	4	1,50
Esquí	161	4	2,48	4	1,00
Piragüismo	78	2	2,56	2	1,00

Descenso de Cañones Barranquismo	114	3	2,63	2	1,50
Buceo	115	2	1,74	2	1,00
Rafting	116	7	6,03	4	1,75
Windsurf	118	3	2,54	3	1,00
Vela	135	2	1,48	2	1,00
Rutas en barco	97	2	2,06	2	1,00
Esquí acuático	138	7	5,07	7	1,00
Kite surf	136	8	5,88	7	1,14
Surf	122	5	4,10	4	1,25
TOTAL	2.302	64	2,78	54 ⁵	1,19

Tabla 5. Número de palabras, anglicismos y tipos en las páginas web

Podemos observar en la tabla anterior diferencias entre las actividades atendiendo al número de anglicismos utilizados para su descripción. Así *kite surf*, con 8 anglicismos, se sitúa en primer lugar, seguida de *rafting* y *esquí acuático* con 7, *puenting* y *benji* con 6, y, finalmente, *paintball* y *surf* con 5. Igualmente, el número de tipos es más elevado en esas páginas. Todas estas actividades se han popularizado recientemente, aunque algunas se vienen practicando desde hace tiempo, pero por grupos minoritarios o muy especializados. Es importante señalar el caso de *windsurf*, que posiblemente se encuentra entre el grupo de actividades que hemos comentado de más reciente implantación a nivel general y aquellos deportes ya consolidados en los que, en muchos casos, se podría señalar, además, que muchos términos prestados provinieron de otras lenguas, por ejemplo, del francés, —*râpel* y *arnés*—, y del italiano —*tirolina*.

⁵ Este dato refleja el total de tipos de anglicismos diferentes recogidos en el sub-corpus de páginas web; en las casillas correspondientes a cada página aparece el número de tipos en la misma.

3.3.4. Cuadernos de Turismo

Además de la publicación en papel, esta revista se ofrece en formato electrónico a través de la web, lo que facilita el recuento de palabras y préstamos ingleses. No se han tenido en cuenta para el cómputo de palabras los encabezados y pies de página que incluyen el título de la revista, el título del artículo, el nombre del autor y su dirección postal y el número de la página. Por el contrario, sí se ha contabilizado todo lo que se incluye dentro del cuerpo del artículo a excepción de la bibliografía y el resumen y palabras clave que figuran en inglés. (Existe otro resumen y palabras clave en castellano, que sí se han contabilizado). El resultado se muestra en la tabla 6.

Nombre del artículo ⁶	Nº de palabras	Nº de anglicismos	Nº de tipos	% anglicismos
El turismo rural...	6.277	62	10	1,67
Nuevas tendencias en el desarrollo...	6.714	163	12	2,43
El desarrollo del turismo náutico...	6.052	128	12	2,12
El turista rural en Castilla-La Mancha	6.167	103	10	1,67
La Relevancia del Turismo Náutico	6.792	168	10	2,86
El Turismo Náutico en el Mediterráneo	6.835	194	12	2,46
Características diferenciales	7.340	203	20	2,77
La evaluación del medio para la práctica...	7.218	140	12	1,94
El desarrollo del turismo en el parque natural	7.594	162	8	2,13
TOTAL	60.989	1.323	46⁷	2,17

Tabla 6. Distribución de anglicismos en *Cuadernos de Turismo*

Este cuarto tipo de corpus lo componen los 9 artículos de la revista *Cuadernos de Turismo* analizados. En estos artículos se emplean 60.989 palabras, de las que 1.323 pueden ser consideradas como anglicismos, lo que supone que un 2,17% de los vocablos utilizados por los autores de dichos textos son anglicismos. Por otro lado, es posible distinguir 46 tipos diferentes de anglicismos en estos artículos, de entre los que destacan *turismo* (467 ocurrencias), *turístico* (325 ocurrencias), *turística* (266 ocurrencias), *turista* (101 ocurrencias), *chárter* (34 ocurrencias), *marketing* (18 ocurrencias), *camping* (16 ocurrencias), *bar* (13 ocurrencias), *sostenibilidad* (9 ocurrencias), *surf*, *windsurf* (7 ocurrencias cada uno), *club* (6 ocurrencias), *estándar* (5 ocurrencias), *estandarizado*, *internet* (4 ocurrencias cada uno), *e-mail* (3 ocurrencias), *agroturismo*, *estatus*, *folclore*, *kayak*, *rafting*, *turísticamente* o *web* (2 ocurrencias cada uno).

Aunque el porcentaje de anglicismos con relación al número de palabras total muestra una incidencia de préstamos ingleses del 2,17%, el resultado estadístico precisa de aclaraciones. El término más empleado es *turismo*, con 467 ocurrencias, seguido de *turístico*, con 325 ocurrencias, y *turística*, con 266. Destaca igualmente la frecuencia de *turista*, mencionado en 101 ocasiones. Si obviamos estos vocablos y algunas formaciones derivadas como *agroturismo* (2), *agroturística* (1), *cicloturismo* (1), *PROTURISMO* (1) o *turísticamente* (2), la frecuencia se reduce considerablemente y pasaría a ser significativamente menor. De esta forma, si excluimos el término *turismo*, que se halla plenamente integrado en español, así como sus derivados, se reduce el número de tipos, que inicialmente era de 46, así como el número de ítems: del total de 1.323 elementos resultarían 157 préstamos reales de 37 tipos diferentes.

⁶ El título completo y el autor pueden consultarse en el apartado de Referencias Bibliográficas.

⁷ Este dato refleja el total de tipos de anglicismos diferentes recogidos en el sub-corpus de la revista *Cuadernos de Turismo*; en las casillas correspondientes a cada artículo estudiado aparece el número de tipos encontrados en los mismos.

4. Análisis contrastivo sobre el uso de anglicismos en los tres campos

4.1. Préstamos ingleses en el lenguaje del turismo

Como se ha explicado anteriormente, con el fin de estudiar la presencia de anglicismos en el lenguaje del turismo, nos hemos centrado en cuatro tipos de corpus: folletos generales sobre turismo activo, publicaciones periódicas dentro del campo del turismo que incluyen artículos sobre deportes de aventura, páginas web sobre actividades de turismo activo y artículos de la revista *Cuadernos de Turismo*.

La siguiente tabla compara los resultados obtenidos en los cuatro sub-corpus que forman el corpus recogido del lenguaje del turismo:

Sub-corpus	Nº palabras	Nº anglic.	Nº tipos	% Angl./pal.	Angl./tipo	% Tipos
Folletos	—	149	22	—	6,77	14,77
Revistas	13.903	315	85	2,27	3,71	26,98
Páginas web	2.302	64	38	2,78	1,68	59,38
CT	60.989	1.323	46	2,17	28,76	3,48

Tabla 7. Comparación de los resultados en los sub-corpus del lenguaje del turismo

Como se puede apreciar en la Tabla 7, el número total de anglicismos encontrados en cada fuente varía considerablemente, lo que está en función, naturalmente, del volumen del corpus utilizado. En el caso de los folletos de turismo, no se contabilizó el total de palabras, puesto que el corpus era muy voluminoso (22 folletos) y no estaba digitalizado; tampoco es comparable el número de páginas que ocupan estos folletos con los de los otros sub-corpus, dado que su tamaño y formato cambian notablemente. El único dato comparable entre los cuatro sub-corpus que es, por tanto, digno de mención es la proporción de términos diferentes (tipos) en relación al total de ocurrencias (anglicismos). Para ello hallamos

la media de tipos en relación al total de anglicismos (anglicismos/tipo), así como el porcentaje de tipos de anglicismos en cada sub-corpus.

Si comparamos el número de tipos con el número de anglicismos en los cuatro sub-corpus, la media más baja de repetición del mismo término se recoge en el corpus de páginas web (1,68), lo cual quiere decir que la mayor parte de los anglicismos recogidos es diferente. Por su parte, la media más alta la encontramos en *Cuadernos de Turismo* (28,76), lo que indica una gran repetición de los mismos términos. Entre ambos se encuentran los sub-corpus de las revistas de amplia difusión y los folletos, siendo la media en este último casi el doble (6,77) que en el primero (3,71). Si lo expresamos en porcentaje de términos diferentes o tipos, el 59,38% de los anglicismos encontrados en las páginas web son distintos; el 26,98% de los anglicismos en las revistas de amplia divulgación son diferentes; el 14,77%, en los folletos y tan sólo el 3,48% de los anglicismos de las revistas académicas (*Cuadernos de Turismo*) son de distinto tipo, habiendo, por tanto, una gran repetición de los mismos términos, de los cuales una gran proporción (el 88,13%) son apariciones del término *turismo* y sus derivados. El Gráfico 2 recoge esta comparación:

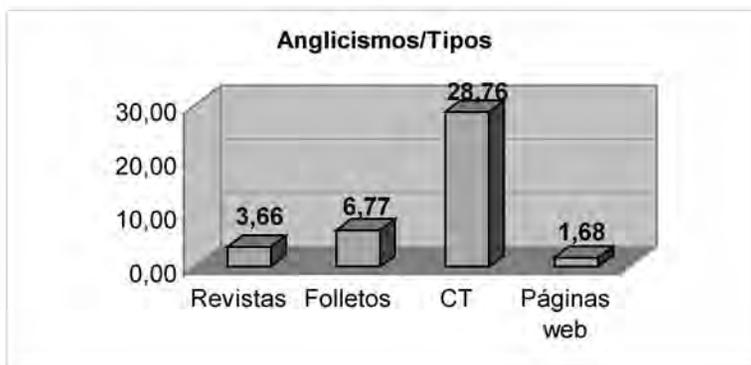


Gráfico 2. Media de anglicismos por tipo en todos los corpus de turismo

Si excluimos el sub-corpus de los folletos, podemos, además, comparar el porcentaje de anglicismos utilizados con relación al total de palabras de los textos en los otros tres sub-corpus.

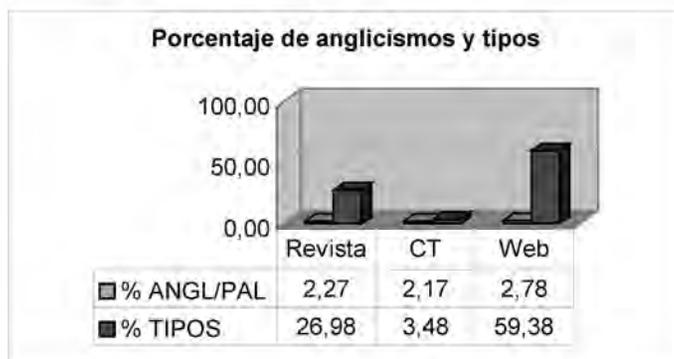


Gráfico 3. Porcentaje de anglicismos por palabra y tipo en tres sub-corpus de turismo

En el gráfico anterior, se observa que no sólo el porcentaje de anglicismos no parece muy elevado en los tres sub-corpus, sino que, asimismo, las diferencias entre ellos son mínimas, siendo el porcentaje más bajo el de las revistas académicas (*Cuadernos de Turismo*, con un 2,17%), seguido de las revistas de amplia divulgación (2,27%) y, por último, las páginas web, con el porcentaje más alto (2,78%). Estos datos, sin embargo, no se deben considerar aisladamente sino que deben asociarse con los datos anteriormente mencionados arrojados por la media de anglicismos/tipo y el porcentaje de anglicismos diferentes o tipos. Así, las páginas web, no sólo tienen el porcentaje más alto de anglicismos, sino que, además, tienen proporcionalmente la mayor variedad de anglicismos diferentes: el 59,38% de los 64 anglicismos encontrados es diferente. En el extremo opuesto, las revistas académicas presentan tan sólo un 3,48% de anglicismos distintos y entre ambos se encuentran las revistas de amplia difusión, cuyo 26,98% de tipos indica que un poco más de un cuarto de los términos son diferentes.

Finalmente, es necesario mencionar que en el corpus del lenguaje del turismo analizado en nuestro estudio es posible distinguir 1.851 anglicismos, que corresponden a 144 tipos diferentes. Como ya hemos comentado anteriormente, varios de estos vocablos de procedencia inglesa son empleados de forma bastante reiterada, lo que supone un incremento considerable del número total de préstamos

ingleses presentes en estas cuatro fuentes. Baste recordar a este respecto que el término *turismo* aparece en 517 ocasiones, *turístico*, en 337 casos, *turística*, en 277 ocasiones, *turista*, en 102 casos, *quad*, en 43 ocasiones, *camping*, en 37 casos, *chárter*, en 34 ocasiones, y *paintball*, en 33 casos. Como se ve, los anglicismos más utilizados en los folletos turísticos, las publicaciones periódicas, las páginas web y la revista *Cuadernos de Turismo* son *turismo*, *turístico*, *turística* y *turista*, los cuatro vocablos más significativos del campo del turismo.

Tras examinar los datos que arroja nuestra investigación sobre el lenguaje del turismo, hemos optado por cotejar los diversos corpus en función del tipo de texto que se toma como base para la extracción de los datos. Así pues, en primer lugar hemos cotejado el estudio de Alejo (1998) con los resultados obtenidos en la revista *Cuadernos de Turismo*, por tratarse en ambos casos de publicaciones académicas. A continuación, comparamos el análisis realizado por Gallench y Posteguillo (2001) y Posteguillo (2002) con nuestro trabajo previo sobre el lenguaje informático (Cerdá, *et ál.*, 2005; De la Cruz, *et ál.*, 2005; Díez, *et ál.*, en prensa) por versar ambos sobre revistas dirigidas a un público interesado en avances informáticos y con buen conocimiento de la técnica, pero que no es necesariamente experto. Y, por último, contrastamos los datos obtenidos en el lenguaje informático con los resultados extraídos del sub-corpus de revistas de turismo en papel y de las páginas web, puesto que están diseñadas para un público interesado en el tema pero que no es profesional del deporte, y que, por el medio de difusión y el tipo de edición, pertenecen a un registro menos formal que las publicaciones académicas.

4.2. Préstamos ingleses en el lenguaje de la economía y el lenguaje del turismo

Pese a las divergencias que pudieran existir con el criterio de selección empleado en nuestra investigación, según el cual únicamente se considera préstamo inglés aquel que procede directamente de la lengua inglesa, el proceso seguido por Alejo (1998) es transparente: análisis de 9 artículos que abarcan 159 páginas de una revista académica. La discrepancia en el resultado según nuestro propio modelo sería mínima, pues, si obviamos los tres elementos foráneos mencionados anteriormente (*extra-regio*, *filière* o *leitmotiv*), que sólo ocurren una vez cada uno, tendríamos 179 ocurrencias en vez de 182 y los 23 tipos se reducirían a 20.

Las diferencias más relevantes entre la investigación de Alejo (1998) y la nuestra se recogen en el siguiente gráfico. En él puede observarse que en las revistas académicas de turismo tanto la media de anglicismos por artículo como la tipología de anglicismos encontrados es bastante más elevada que en las revistas académicas de economía analizadas.

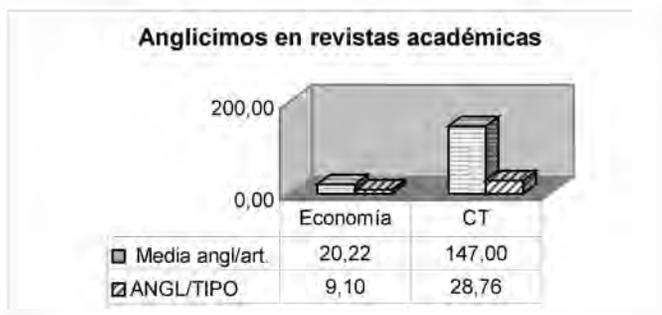


Gráfico 4. Medias de anglicismos por artículo y tipo en revistas académicas

Ahora bien, si se excluyen los términos *turismo*, *turístico/a* y sus derivados, que, como se ha mencionado arriba, se repiten incesantemente, encontramos que las 1.323 ocurrencias se reducen a 157, que corresponden a 37 tipos diferentes. De este modo, puede apreciarse cómo los datos indican una presencia similar en cuanto a la tipología, ligeramente superior en el caso del lenguaje del turismo, si bien Alejo (1998) no proporciona información sobre el número de palabras analizado ni el porcentaje que los préstamos suponen en el volumen total. Consideramos, pues, que el trabajo de Alejo (1998) es comparable con los resultados obtenidos de la revista *Cuadernos de Turismo*, ya que el análisis de los datos refleja que la incidencia de anglicismos no puede considerarse elevada en este tipo de publicaciones académicas.

4.3. Préstamos ingleses en el lenguaje de la informática y el lenguaje del turismo

Al igual que Gallench y Posteguillo (2001) y Posteguillo (2002), hemos tratado de cuantificar el impacto de la terminología inglesa en la lengua española de especialidad. Los trabajos de estos autores intentan determinar la frecuencia de uso de los nuevos términos en un corpus del lenguaje informático recopilado a tal efecto, estableciendo tres categorías para clasificar la adopción de nuevos términos: cambios de código, préstamos no integrados y préstamos integrados, atendiendo a su inclusión en el *Diccionario de la Lengua Española (DRAE)* y el *Nuevo Diccionario de Anglicismos* de Rodríguez y Lillo (1997).

Cuando tratamos de contrastar los resultados de este estudio con el que hemos llevado a cabo en el campo de la informática, las diferencias que debemos señalar son:

- el volumen del corpus, ya que mientras que en el estudio de los autores mencionados solamente se analiza un número de la revista seleccionada, en nuestro caso se trabaja con cinco números diferentes de cuatro revistas de informática; y
- la falta de datos cuantitativos, puesto que no especifican el número de palabras totales del corpus, el número de páginas analizadas y posibles porcentajes, con lo cual consideramos que no es posible contrastar resultados cuantitativos.

Sin embargo, es posible comparar la integración del grado de asimilación de los préstamos, pudiendo afirmar que los resultados de los dos estudios difieren: mientras que Gallench y Posteguillo (2001: 249) concluyen que predominan los préstamos no integrados en su corpus, en nuestro trabajo (Díez *et ál.*, en prensa), el mayor número de términos encontrados pertenece a la categoría cambio de código. Sería necesario conocer más datos, especialmente de carácter cuantitativo, del trabajo de estos autores para analizar y poder explicar las razones de esta diferencia.

Posteguillo (2002: 134) afirma que “el número de términos en cualquiera de las tres categorías consideradas (cambios de código, préstamos no integrados y préstamos integrados) era siempre menor en el ámbito de la economía que en el ámbito de Internet”. Nuestro próximo paso, en un estudio posterior, consistirá en

comprobar si los préstamos encontrados en los diferentes corpus del lenguaje del turismo tienen una mayor o menor integración que el que se ha compilado y analizado en el ámbito del lenguaje informático. Hasta el momento podemos afirmar que el porcentaje de anglicismos en el corpus del lenguaje informático y dos de los sub-corpus del lenguaje turístico —las revistas de turismo activo en papel y las páginas web sobre turismo activo— son bastante similares, como se puede comprobar en la siguiente tabla:

	CORPUS INFORMÁTICA	CORPUS TURISMO	
	REVISTAS Febrero 2004	REVISTAS	PÁG WEB
Nº de palabras	10.084	13.903	2.302
% anglicismos	2,74	2,27	2,78

Tabla 8. Comparación del porcentaje de anglicismos en el lenguaje de la informática y del turismo

Se puede apreciar que el porcentaje de anglicismos por número de palabras es inferior en las revistas de turismo activo que en las revistas de informática. La razón puede estribar en que la presión terminológica es menor y, también, que en muchos ámbitos del turismo activo parte de los préstamos provienen de otras lenguas, no solamente o mayoritariamente de la lengua inglesa, como ocurre en el ámbito de la informática.

Por último, si ponemos en relación los tres ámbitos de lenguas para fines específicos estudiados, tal y como se aprecia en el Gráfico 5, observamos que en el caso del lenguaje informático, el número de tipos es muy variado con respecto al volumen global de ocurrencias. En el extremo opuesto tenemos el lenguaje del turismo, donde la tipología se reduce considerablemente. La elevada media de tipos por anglicismo en este campo se explica debido a la gran repetición de vocablos que se registra, donde la palabra *turismo* y derivados suponen el 67,1% de las ocurrencias totales. No obstante, esta repetición de los mismos tipos no es igualmente alta en todos los textos de turismo. Cabe recordar (cf. Tabla 7) que la media de anglicismos por tipos en los cuatro sub-corpus de turismo es muy diferente dependiendo del género: en las páginas web la media de repetición de anglicismos

del mismo tipo es mucho más baja que en ninguno de los corpus estudiados (1,68 anglicismos/tipo); igualmente, en el género de revistas de turismo de amplia difusión, la media de anglicismos por tipo (3,71) es inferior a la que arrojan los resultados de nuestra investigación en el lenguaje informático (4,32), aunque ligeramente superior a los resultados de otras investigaciones en el mismo campo (3,05). Curiosamente, estos tres últimos corpus están formados por textos del mismo género, las revistas de publicación periódica destinadas a lectores interesados en un tema específico y, previsiblemente, con un nivel cultural medio/alto. Por otro lado, los textos de *Cuadernos de Turismo*, de un género más académico, presentan pocos tipos de anglicismos distintos; de manera semejante, los textos de economía, también de género académico, muestran mayor repetición de los mismos términos que el resto de los sub-corpus de otros lenguajes específicos. Estos resultados parecen demostrar, por tanto, que la variable del género textual es más relevante que el lenguaje específico en cuanto al uso de anglicismos.

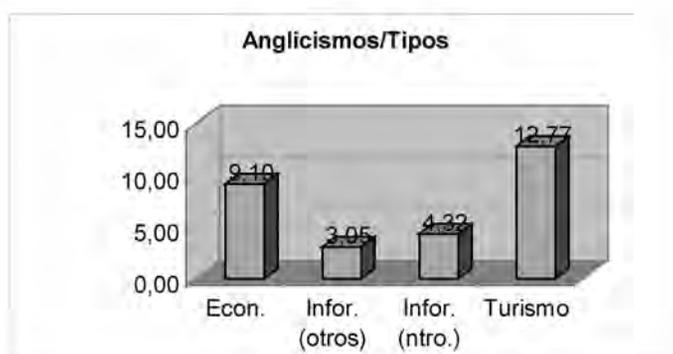


Gráfico 5. Media de anglicismos por tipo en las lenguas de especialidad

5. Conclusiones

En el presente artículo, hemos intentado averiguar si la presencia de préstamos ingleses en las lenguas de especialidad en español puede considerarse significativa y si existe una gran diversidad en cuanto a los tipos que se registran o si,

por el contrario, se trata de la repetición elevada de determinados ítems. Para ello, nos hemos centrado en tres ámbitos concretos: el lenguaje de la economía, de la informática y del turismo. Hemos basado el estudio en varios trabajos anteriores y en textos que cubren diferentes registros y géneros con el fin de establecer la frecuencia de uso, la variedad tipológica y la relevancia de los préstamos en las distintas áreas estudiadas.

Para el análisis del lenguaje de la economía tomamos en consideración los resultados obtenidos a partir de un corpus sobre anglicismos en artículos académicos sobre el tema; para el lenguaje de la informática se pusieron en relación nuestros trabajos anteriores sobre artículos de revistas no académicas con los de otros especialistas que han tratado el mismo campo y el mismo tipo de publicaciones. Finalmente, para el lenguaje del turismo compilamos un corpus que comprende cuatro sub-corpus: folletos turísticos, páginas web, artículos académicos y artículos no académicos; todos ellos versan principalmente sobre el denominado *turismo activo*. Estos cuatro sub-corpus se compararon entre sí y algunos de ellos se cotejaron con los corpus de economía e informática, en función del tipo de género y/o registro que se encuentra en los textos recogidos en los distintos corpus; es decir, los resultados arrojados por el corpus de economía se contrastaron con los obtenidos en las revistas académicas de turismo; los datos referentes a los corpus informáticos (tanto nuestro corpus como el de otros autores) se compararon con los relativos a las revistas no académicas y a las páginas web.

Tras el análisis de los corpus de cada uno de los diferentes campos estudiados y teniendo en cuenta la relación entre el número de anglicismos encontrados y el número de tipos, podemos concluir que se observan ciertas similitudes entre los tres ámbitos del español para fines específicos examinados: pese a que la frecuencia absoluta de préstamos ingleses pudiera parecer elevada en las tres áreas, un análisis más detallado pone de manifiesto que, dado el volumen de los corpus analizados, la presencia de anglicismos no es alta (en ningún caso llega al 3%); asimismo, la tipología de los elementos no es tan variada como cabría suponer. La mayor divergencia residiría probablemente en el hecho de que en informática y en menor medida en economía, además de atestigüarse una tipología más variada, muchos de los términos no nos resultan familiares, mientras que especialmente en el caso del turismo gran número de los elementos foráneos es de uso común y podría decirse que dichos préstamos están aceptados por los hablantes españoles. A esto se suma el hecho de que la mayoría de los términos

corresponden a *turismo*, *turista*, *turística* y *turístico*, que son empleados en numerosas ocasiones, con lo que la presencia de préstamos ingleses en términos relativos en los artículos de turismo no es tan significativa como indican las cifras en términos absolutos, ya que el análisis de los préstamos, sin tener en cuenta estos ítems recurrentes, cambiaría notoriamente. Pero, aún atendiendo a este dato, los préstamos ingleses son algo más frecuentes en el campo del turismo que en el de la economía.

También hemos mencionado que en el ámbito del turismo podemos encontrar préstamos de varias lenguas, no solamente de la lengua inglesa, lo que no ocurre, por ejemplo, en el campo de la informática. Además, en este último ámbito, la rapidez con la que se desarrollan nuevos programas, herramientas, etc., hace que el ritmo de creación de términos sea incesante y el proceso de préstamo directo el más frecuente, lo cual podría también ser comparable con el campo del turismo.

Además, es importante resaltar que, en el campo del turismo, la presencia de anglicismos es ligeramente superior en el caso de los folletos, las publicaciones periódicas y las páginas web con respecto a la revista *Cuadernos de Turismo*. Ésta última, al recoger textos académicos, refleja un estilo más cuidado y, por tanto, cuando es posible, el autor opta por términos puramente españoles, mientras que las otras publicaciones son más proclives a incluir préstamos. Esta correlación se puede establecer igualmente en los otros dos campos, de forma que cabe concluir que el uso de anglicismos es inferior cuando el género textual (revistas académicas) requiere de un contexto formal que cuando el género (textos de amplia difusión) es más proclive a un discurso informal. Por ello, y teniendo en cuenta este factor, podemos afirmar que en las publicaciones académicas la presencia de préstamos ingleses no es significativa en absoluto, especialmente si se tiene en cuenta la escasa variedad de unidades que se registra.

Así pues, el análisis de los datos confirma nuestra hipótesis inicial: la incidencia de préstamos ingleses no puede considerarse elevada en las publicaciones estudiadas. Incluso en aquellos casos en los que se trata de páginas web, revistas de divulgación o dirigidas a un público no experto, el examen de los datos indica que los anglicismos se reducen ostensiblemente, pues a menudo nos encontramos las mismas unidades repetidas incesantemente lo cual demuestra que es necesario un análisis más cualitativo en una investigación posterior. Creemos, asimismo, si nos centráramos en el lenguaje del turismo, un estudio más cualitativo arrojaría

datos interesantes, por ejemplo, sobre el momento en el que se incorporan los anglicismos a los distintos campos, el tiempo que llevan en uso, y relacionarlo con la integración de los mismos, teniendo en cuenta especialmente la grafía. Esta investigación de carácter sociolingüístico podría también arrojar luz a las diferencias planteadas, ya que en los últimos años se ha producido una amplia entrada de anglicismos en la lengua española, especialmente conservando la grafía foránea con pequeñas adaptaciones, que incluso han afectado a procesos de formación de palabras en la lengua española.

En todo caso, es necesario profundizar en el análisis de las causas y, sobre todo, estudiar la integración de los préstamos ingleses en el campo del turismo para poder establecer comparaciones con los otros corpus y poder, así, explicar posibles similitudes y diferencias en el uso de anglicismos en las distintas lenguas de especialidad.

OBRAS CITADAS

Alejo González, R. (1993). *Influencia del vocabulario económico inglés sobre los textos de economía españoles posteriores a la II Guerra Mundial*. Tesis Doctoral inédita. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Alejo González, R. (1998). «Code-Switching in Spanish Economic Discourse, Rhetorical Strategies in Research Articles». En I. Fortanet, J. F. Coll, J. C. Palmer y S. Posteguillo (Eds.), *Genre Studies in English for Academic Purposes*. Castellón: Universitat Jaume I, pp. 227-254.

Cerdá Redondo, E., De la Cruz Cabanillas, I., Díez Prados, M. y C. Tejedor Martínez (2005). «El lenguaje informático: estudio preliminar». En E. Hernández y L. Sierra (Eds.), *Lenguas para Fines Específicos VIII: Investigación y Enseñanza*. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá, pp. 247-254.

De la Cruz Cabanillas, I., Tejedor Martínez, C., Díez Prados, M. y E. Cerdá Redondo (2005). «English Loanwords in Spanish Computer Language». *English for Specific Purposes*.

Díez Prados, M., De la Cruz Cabanillas, I., Tejedor Martínez, C. y E. Cerdá Redondo (En prensa). «La integración de los préstamos ingleses en el léxico informático». *Actas del XXIV Congreso de AESLA*. Madrid: UNED.

- Gallench Pérez L. y S. Posteguillo Gómez** (2001). «English Code-Switching and Borrowings in Specialized Spanish Computer Science Discourse». En I. De la Cruz, C. Santamaría, C. Tejedor y C. Valero (Eds.), *Perspectivas en Lingüística Aplicada a Finales del Siglo XX. Ensayos y Propuestas*. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá, pp. 243-252.
- Görlach, M.** (Ed.) (2001). *A Dictionary of European Anglicism*. Oxford: Oxford University Press.
- Luque Gil, A. M.** (2003). «La evaluación del medio para la práctica de actividades turístico-deportivas en la naturaleza». *Cuadernos de Turismo*, 12, pp. 131-149.
- Posteguillo Gómez, S.** (2002). «La influencia del inglés de Internet en la lengua española». *Revista de Investigación Lingüística*, 2 (V), pp. 117-139.
- Pratt, C.** (1980). *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Madrid: Gredos.
- Real Academia Española.** (2001). *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid: Espasa Calpe. Edición online: www.rae.es (DRAE).
- Rodríguez González, F.** (dir.) y A. Lillo Buades (1997). *Nuevo diccionario de anglicismos*. Madrid: Gredos.
- Seco, M., Andrés, O. y G. Ramos** (1999). *Diccionario del Español Actual*. Madrid: Aguilar. (DEA).
- Simpson, J. A. y E. S. C. Weiner** (Eds.) (2005). *The Oxford English Dictionary online*. Oxford: Oxford University Press. Edición online: <http://dictionary.oed.com>

CORPUS INFORMÁTICO

PC Actual. Noviembre 2003-Marzo 2004. VNU Business Publications.

PC Plus. Noviembre 2003-Marzo 2004. Grupo Zeta.

PC World. Noviembre 2003-Marzo 2004. IDG Communications.

Personal Computer & Internet. Noviembre 2003-Marzo 2004. Hobby Press.

CORPUS TURÍSTICO

1. Folletos

Alcarria Conquense: Rutas Interpretativas de la Naturaleza (Centro de Desarrollo Rural Alcarria Conquense, Unión Europea, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Caja Rural de Cuenca). (F9)

Alcarria Rural y Aventura (Villar del Infantado, Cuenca). (F11)

Buendía Multiaventura. (F8)

Casatur Cuenca (Asociación Sierra, Alcarria y Campichuelo de Turismo Rural de Cuenca) (ASETUR, Asociación Española de Turismo Rural). (F10)

CITAC (Centro de Iniciativas Turísticas de la Alcarria Conquense): Estancias Rurales con Encanto (Centro de Desarrollo Rural Alcarria Conquense, Unión Europea, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Diputación Provincial de Cuenca, Caja Rural de Cuenca). (F3)

Club Deportivo A.R.A. (Aire-Roca-Agua) (Cuenca). (F16)

Crónicas de Cuenca, Especial Naturama 2005 del 9 al 11 de Septiembre (Diputación Provincial de Cuenca). (F6)

Cuenca, Ciudad de Congresos (Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Ayuntamiento de Cuenca, Diputación Provincial de Cuenca, Caja Castilla-La Mancha, Cámara de Cuenca, Federación de Asociaciones de Empresarios Conquenses, Agrupación Provincial de Hostelería y Turismo de Cuenca). (F2)

Cuencaventura 2005. (F14)

Escape Aventura (Hoces del Cabriel). (F12)

Guía de Alojamientos Rurales 2005 Cuenca (Diputación Provincial de Cuenca). (F1)

La Agenda, nº 16, Primavera-Verano 2005, Cuenca (Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha). (F4)

La Alcarria Conquense (Unión Europea, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Centro Desarrollo Rural Alcarria Conquense, Caja Rural de Cuenca). (F5)

Ruta Señalizada para la Bicicleta de Montaña: Enguídanos, Cuenca (BTT-CU-02) (Ayuntamiento de Enguídanos, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha). (F22)

Sendero de Geliberte: Fuentelespino de Haro, Cuenca (PR-CU-60) (Sendero de pequeño recorrido circular) (Ayuntamiento de Fuentelespino de Haro, Unión Europea, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Federación para el Desarrollo de la Sierra y Mancha Conquense, Instituto de Desarrollo Comunitario de Cuenca). (F21)

Senderos de Cardenete: Sendero de “las Fuentes” (PR-CU-51) (Sendero de pequeño recorrido circular, Provincia de Cuenca) (Ayuntamiento de Cardenete, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha). (F18)

Senderos de Enguídanos: Hoz del Agua y Hoz Cerrada, Enguídanos, Cuenca (PR-CU-50) (Sendero de pequeño recorrido circular) (Ayuntamiento de Enguídanos, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha). (F17)

Senderos de Enguídanos: Sendero de las Choreras (PR-CU-53) (Sendero de pequeño recorrido, Provincia de Cuenca) (Ayuntamiento de Enguídanos, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha). (F19)

Senderos de Enguídanos: Sendero de los Cuatro Ríos (PR-CU-54) (Senderos de pequeño recorrido, Provincia de Cuenca) (Ayuntamiento de Enguídanos, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha). (F20)

Turalia Aventura (Cuenca). (F15)

Turismo Activo de Cuenca (Agrupación Provincial de Hostelería y Turismo de Cuenca). (F7)

Villalba de la Sierra, Cuenca. (F13)

2. Revistas de turismo activo

Aire Libre. Octubre 2005. Grupo ARTHAX.

Grandes Espacios. Octubre 2005. Ediciones Desnivel.

Outdoor. Otoño 2005. Ediciones Desnivel.

TURISMO & aventura. Noviembre 2005. GRV Editores

3. Páginas web

1 senderismo - trekking

http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/senderismo_trekking.htm

2 rutas a caballo

http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/rutas_a_caballo.htm

3 bicicleta de montaña – BTT

[http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/bicicleta de montaña - BTT.htm](http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/bicicleta_de_montaña_-_BTT.htm)

4 escalada

<http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/escalada.htm>

5 espeleología

<http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/espeleologia.htm>

6 multiaventura

<http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/multiaventura.htm>

7 paintball

<http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/paintball.htm>

8 puenting y benji

http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/puenting_benji.htm

9 esquí

<http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/esqui.htm>

10 piragüismo

<http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/piragüismo.htm>

11 descenso de cañones – barranquismo

[http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/descenso de-cañones - barranquismo.htm](http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/descenso_de-cañones_-_barranquismo.htm)

12 buceo

<http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/buceo.htm>

13 rafting

<http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/rafting.htm>

14 windsurf

<http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/windsurf.htm>

15 vela

<http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/vela.htm>

16 rutas en barco

http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/rutas_en_barco.htm

17 esquí acuático

http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/esqui_acuatico.htm

18 kite surf

http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/kite_surf.htm

19 surf

<http://www.toprural.com/activo/es.cfm/a/surf.htm>

4. Cuadernos de Turismo

Aparicio Guerrero, A. E. (2004). «El turismo rural: una de las alternativas al desarrollo rural en la serranía de Cuenca». *Cuadernos de Turismo*, 13, pp. 73-89.

Ávila Bercial, R. y D. A. Barrado Timón (2005). «Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión». *Cuadernos de Turismo*, 15, pp. 27-43.

Besteiro Rodríguez, B. (2004). «El desarrollo del turismo náutico en Galicia». *Cuadernos de Turismo*, 13, pp. 145-163.

Cebrián Abellán, A. (2001). «El turista rural en Castilla-La Mancha y el sureste. Tipología frente a infradotación de servicios en las sierras de Murcia y Albacete». *Cuadernos de Turismo*, 11, pp. 59-81.

Ferradás Carrasco, S. (2001). «La relevancia del turismo náutico en la oferta turística». *Cuadernos de Turismo*, 7, pp. 61-80.

Ferradás Carrasco, S. (2002). «El turismo náutico en el Mediterráneo». *Cuadernos de Turismo*, 9, pp. 19-32

García Henche, B. (2005). «Características diferenciales del producto turismo rural». *Cuadernos de Turismo*, 15, pp. 113-133.

Luque Gil, A. M. (2003). «La evaluación del medio para la práctica de actividades turístico-deportivas en la naturaleza». *Cuadernos de Turismo*, 12, pp. 131-149.

Mora Sánchez, A., Such Devesa, M. J. y J. L. Córdoba Leiva (2001). «El desarrollo del turismo en el parque natural del Alto Tajo». *Cuadernos de Turismo*, 7, pp. 111-130.