

ANÁLISIS DE UN CORPUS DE TEXTOS TURÍSTICOS: LA INCORPORACIÓN, DIFUSIÓN E INTEGRACIÓN DE LOS PRÉSTAMOS INGLESES EN LOS TEXTOS TURÍSTICOS¹

Isabel de la Cruz Cabanillas,
Guzmán Mancho Barés
Cristina Tejedor Martínez¹
Universidad de Alcalá

Resumen

Dada la creciente influencia de la lengua inglesa, el presente trabajo se centra en el estudio de la incorporación de préstamos ingleses en el campo específico de los textos turísticos españoles. Para llevar a cabo este estudio, se ha trabajado con el subcorpus de textos pertenecientes al ámbito del turismo dentro del corpus compilado por el grupo aLiLex sobre distintos campos semánticos en español. Este subcorpus incluye un amplio abanico de tipos textuales: revistas académicas, revistas divulgativas de turismo, portales web, catálogos de agencias, revistas de aerolíneas y folletos. Hemos indagado acerca de la presencia de anglicismos realizando un recuento del número global de unidades, de los tipos de anglicismos y del porcentaje según el número total de palabras. Para analizar la difusión de los términos que se han obtenido, se ha procedido a consultar cuatro obras lexicográficas representativas de la lengua española y a comprobar si los recogen e indican su origen. Finalmente, para constatar la integración de los términos ingleses hemos revisado las diferentes tendencias utilizadas tanto en el aspecto gráfico como en el uso de fórmulas utilizadas para mencionar los anglicismos en los textos turísticos en español.

Palabras clave: anglicismos, corpus, textos turísticos

I. INTRODUCCIÓN.

El trabajo que aquí se presenta, como figura en el título, aborda aspectos diversos relacionados con el ámbito de los préstamos ingleses. En primer lugar, pretende mostrar la adopción de dichos elementos cuantificando la presencia real de elementos anglosajones en un corpus de textos turísticos escritos en español. Por otro, a través de la observación y el análisis de los datos recogidos a partir del corpus textual, se indaga acerca del modo y el grado de difusión que han adquirido dichas palabras en las diversas fuentes textuales y en las obras lexicográficas consultadas. Además, la aparición de los vocablos en las fuentes lexicográficas es uno de los indicadores del grado de integración en el sistema receptor. Por

¹ **Mailing address:** Isabel de la Cruz Cabanillas. isabel.cruz.@uah.es
Guzmán Mancho Barés. guzman.mancho@uah.es
Cristina Tejedor Martínez. cristina.tejedormartinez@uah.es
Dpto. Filología Moderna, c/Trinidad, 3. 28804-Alcalá de Henares; telf.: 918855348/5332
Universidad de Alcalá

último, la investigación aborda igualmente el tratamiento discursivo que los anglicismos han recibido por parte de los autores de los textos. Tradicionalmente se ha aducido que los estudios sobre los anglicismos en la lengua española suelen carecer de un análisis que trate las implicaciones discursivas que se derivan del uso de los mismos (Alejo 1998: 228), de modo que, con el fin de intentar dar cuenta de estos aspectos discursivos, se analizan las fórmulas empleadas en la incorporación de los términos y las expresiones inglesas.

Para lograr los objetivos, nos hemos servido de la Lingüística de Corpus para compilar un corpus de textos escritos que versan sobre el turismo. Además se han tratado los textos y se han aplicado herramientas informáticas que nos permiten listar los anglicismos encontrados. Igualmente, se dispone de una base de datos en la que se incluyen todas las ocurrencias documentadas en los textos. Tanto el corpus textual como la base de datos incluyen más información de la que aquí se ha utilizado para elaborar el trabajo. El grupo de investigación aLiLex (acrónimo de *Análisis Lingüístico del Léxico*) ha dedicado los últimos años a investigar sobre los anglicismos que se documentan en el español peninsular. Para este fin, se comenzó a compilar un corpus cuya temática inicial trataba sobre el lenguaje informático. Además de manuales universitarios, se incluyeron en el corpus revistas de divulgación que leen no sólo técnicos sino público interesado en general, es decir, simples usuarios de ordenador y tecnologías anejas, puesto que publican lo que Posteguillo (2003: 80) denomina “*specialist-non-academic articles*”. Los títulos seleccionados fueron: *PC Actual*, *PC Plus*, *PC World* y *Personal Computer & Internet*.² Igualmente, se está ampliando la temática incorporando textos referentes al campo biosanitario, negocios y economía, ciencia y tecnología, ocio, política, etc. Hasta este momento, gran parte del corpus textual se dedica al turismo en sus ámbitos editoriales más diversos. Hemos seleccionado parte de los textos contemplados en este subcorpus del turismo. Se han elegido muestras de fuentes relativas al ámbito de acción de la industria turística, que, tal y como refiere Calvi (2006: 16), abarca sectores muy variados, pues incluye desde la hostelería; los transportes y seguros; las agencias de viajes, touroperadores y agencias gubernamentales; el marketing, con la promoción y venta de productos turísticos; los encuentros y reuniones profesionales (congresos, ferias, exposiciones) y la producción editorial (guías turísticas, revistas especializadas, páginas web). En esta ocasión, la selección de los textos se ha realizado en función del número de palabras, de forma que fuera posible realizar comparaciones entre los diversos tipos textuales.

Los textos se analizan y la información relativa a los anglicismos encontrados se incorpora a la base de datos diseñada para tal fin. Los criterios para la inclusión de los términos ingleses en la base de datos son los siguientes:

1. Procedencia directa del inglés. Para confirmar dicha procedencia se recurre a la información etimológica proporcionada por obras lexicográficas hispanas como el *Diccionario de la Lengua Española* (DRAE), el *Diccionario del Español Actual* (DEA), el *Diccionario de Uso del Español* (DUE) y el *Diccionario de Usos y Dudas del Español Actual* (DUDEA). Aún así, si no aparece en ninguna de las cuatro fuentes, se consultan diccionarios anglosajones como el *Oxford English Dictionary* (OED), el

Webster's Third New International Dictionary of the English language, el *Bloomsbury English Dictionary* o el *Online Etymology Dictionary*.

2. Inglés como lengua de transmisión. Aunque el inglés puede no ser la lengua originaria, se incluyen también aquellos términos que se han transmitido a través de la lengua inglesa, como es el caso de *jacuzzi*, *trekking* o *safari*.
3. Se recogen igualmente los derivados de raíces inglesas; es decir, puesto que *turismo* es un anglicismo, derivado de éste en español se documenta *turístico/a*.
4. Híbridos o pseudoanglicismos. Por último se recogen lo que se conoce como pseudoanglicismo, como *parking* o mezcla de étimo hispano más un sufijo inglés, como en *puenting*.

II. EL CORPUS DEL LENGUAJE DE TURISMO Y SU TRATAMIENTO.

A diferencia de la investigación del lenguaje de la informática, en esta fase se ha informatizado el proceso de tratamiento de los textos y la búsqueda de anglicismos. De hecho, tras la selección de fuentes textuales más representativas de la industria del turismo, se ha procedido a recopilar los textos e informatizarlos cuando ha sido necesario. Las seis fuentes textuales empleadas aparecen relacionadas a continuación:

En primer lugar, se incluyeron folletos turísticos de carácter general, pero en los que se habla en algún momento del denominado turismo activo. De hecho, se incluyeron datos provenientes de seis folletos que se centran básicamente en deportes de aventura y que registran elementos léxicos de procedencia foránea.

En segundo lugar, se analizaron diez artículos de la revista académica *Cuadernos de Turismo*. Igualmente, se intentó que la temática tuviera que ver con el turismo rural o actividades deportivas que se desarrollan en los núcleos rurales.

En tercer lugar, se consultaron portales web que proporcionan información sobre este tipo de actividades, como Top Rural, Turismoactivo, Turismo Rural y Aventura, Turismo de Madrid, Planeta turismo activo, Planeta action, Urdabai, Aventuras itinerantes, Deportes de Aventura y Turismo y Duaka Adventures.

En cuarto lugar, se recopilaron datos de publicaciones periódicas dentro del ámbito del turismo, que van dirigidas a un público joven o que se mantiene en buena forma física, de distinta procedencia social y económica. El punto común de los lectores puede ser el deseo de contacto con la naturaleza y la práctica de actividades deportivas. Se extrajeron datos de cinco revistas diferentes: *Aire Libre*, *Grandes Espacios*, *Outdoor*, *Turismo & aventura* y *Viajeros*.

En quinto lugar, con el fin de ampliar el espectro de tipos textuales diferentes dentro de la producción editorial relacionada con el turismo, se revisaron catálogos de vacaciones emitidos por distintas agencias de viaje españolas (Halcón Viajes y El Corte Inglés).

Por último, se analizaron revistas de distribución gratuita al pasajero en medios de transporte aéreo pertenecientes a las compañías Iberia, Air Europa y Spanair (*Ronda*, *Spanorama* y *Europa*).

Con respecto a su tratamiento informatizado, los textos recopilados se han grabado para ser *machine-readable* en soporte electrónico. En algunos casos, la conversión de formato papel a digital ha sido manual; y en otros, nos hemos servido de la versión en formato electrónico disponible en el portal electrónico de la empresa. A continuación, cada texto ha sido convertido a versión electrónica .txt, sin incluir ninguna anotación ya que en nuestra investigación los textos no han necesitado de un etiquetado previo con información lingüística.

Seguidamente, hemos seleccionado la aplicación WordSmith Tools 5.0 para conocer el número total de palabras de que constan los textos (mediante la función de WordList). La aplicación también ha permitido realizar un listado de tipos léxicos encontrado en los textos para cribar los préstamos ingleses de las palabras autóctonas o de otras etimologías. De esta forma, se ha obtenido la lista de anglicismos en los textos seleccionados. Mediante WordSmith también ha sido posible conocer la frecuencia con que se utilizan los anglicismos, así como el contexto en qué se utilizan mediante su programa de concordancia cuyas líneas aparecen en formato KWIC (*Key Word in Context*).

III. LOS PRÉSTAMOS INGLESES EN LOS TEXTOS TURÍSTICOS.

La recogida de datos arroja la siguiente información:

Tabla 1. Número total de anglicismos, tipos y porcentajes

Publicación	Nº palabras	Nº ocurrencias anglicismos	% ocurrencias / palabras	Tipos léxicos	Media de ocurrencias / tipos	% tipos / ocurrencias
Aerolíneas	72.878	638	0,88%	259	2,46	40,60%
Catálogos	74.418	1.525	2,05%	115	13,26	7,54%
<i>Cuadernos de Turismo</i>	74.453	1.560	2,09%	91	17,14	5,83%
Folletos	72.601	132	0,18%	20	6,60	15,15%
Portales Web	73.191	1.028	1,40%	184	5,59	17,90%
Revistas de turismo	70.520	748	1,06%	178	4,20	23,80%
TOTAL	438.061	5.631	1,28%	616 ²	9,14	10,94%

En la Tabla 1, se da información parcial de cada tipo textual y del total de seis aspectos: (1) el número de palabras; (2) el número de ocurrencias de anglicismos, independientemente de si se repiten o no; (3) la proporción del número de ocurrencias en relación al conjunto de palabras; (4) el número de tipos léxicos; (5) la media de ocurrencias de anglicismos por tipos léxicos; y (6) el porcentaje de tipos de préstamos según las ocurrencias.

² Este dato recoge todos los tipos diferentes de anglicismos registrados en las seis fuentes. Por tanto, no se corresponde con la suma del total de tipos de anglicismos encontrados.

El corpus textual se acerca al medio millón de palabras. Se ha intentado que el número de palabras fuera similar en cada tipo de fuente textual (entre 70.500 y 74.450 términos). Asimismo, el número total de ocurrencias de préstamos del inglés alcanza las 5.631 unidades, que equivale a un 1,28% del conjunto del léxico. Particularmente, destacan *Cuadernos de Turismo* y los catálogos con más ocurrencias, cuyo valor está casi doblado por la media (con 2,09% y 2,05% respectivamente); mientras que resaltan por su menor número de anglicismos los folletos seguidos de los textos de las aerolíneas (0,18% y 0,88% respectivamente).

Con respecto al número de tipos,³ el hecho de que se registre un número alto de ocurrencias no se correlaciona con la diversidad de tipos diferentes que pueden encontrarse. De hecho, los artículos de *Cuadernos de Turismo* han sido muy poco productivos en términos lingüísticos, ya que la variedad de items encontrada es baja, siendo *turismo* y *turístico/a* las voces más repetidas. De esta forma, para el agrupamiento en las categorías establecidas se manejan tipos distintos y no el número total de unidades léxicas. Así pues, el número global de tipos totales se ofrece por publicación. Dicho número se reduce si se agrupan todos los tipos, al repetirse algunos de ellos en las distintas publicaciones, resultando en 616 tipos léxicos.

Si se compara el número de tipos léxicos con el número de anglicismos en el conjuntos de fuentes textuales, la media total de la comparación llega al 9,14%. De forma parcial, vemos que los textos publicados por las aerolíneas son los que recogen una media más baja de repetición del mismo término (2,46), lo cual significa que la mayor parte de anglicismos registrados es distinta. A su vez, la media más alta se plasma en *Cuadernos de Turismo*, con 17,14, que indica una gran repetición de los mismos términos, tal y como se avanzaba anteriormente. Con respecto a los catálogos, la media de reiteración de tipos léxicos alcanza un valor del 13,26, que demuestra, asimismo, el alto grado de repetición léxica; mientras que los folletos, portales web y revistas de turismo de divulgación muestran una media más baja que la media total, que equivale a un bajo número de reiteración de anglicismos. Expresado en porcentajes, el 40,60% de los anglicismos encontrados en las publicaciones de las aerolíneas son diferentes, seguido por el 23,80% de los anglicismos de las revistas de divulgación de turismo, el 17,90% y 15,15% de los portales web y de los folletos respectivamente; por su parte, tan sólo son distintos el 7,54% y el 5,83% de los anglicismos de los catálogos y de *Cuadernos de Turismo*, lo cual demuestra un gran número de repetición léxica. El Gráfico 1 plasma esta comparación.

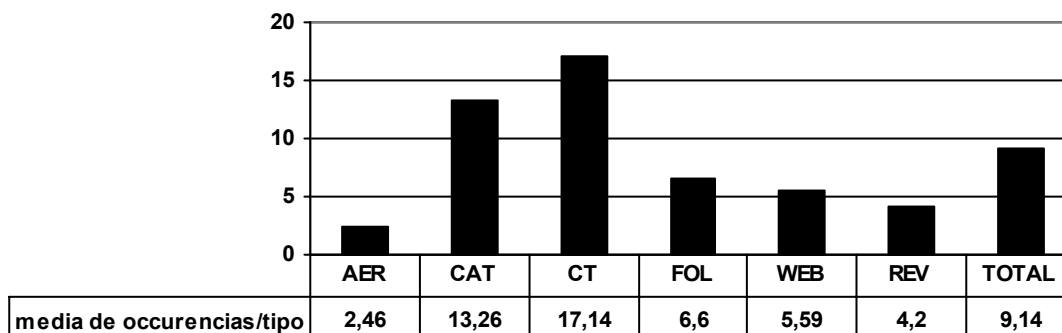


Gráfico 1. Media de ocurrencias de anglicismos por tipos

No sólo es posible la comparación de la media de ocurrencias de anglicismos por tipo léxico entre las seis fuentes textuales, sino también el porcentaje de tipos por ocurrencias de anglicismos en contraposición con el porcentaje de anglicismos por palabras.

En el Gráfico 2 los porcentajes totales ponen de relieve, por un lado, que el porcentaje

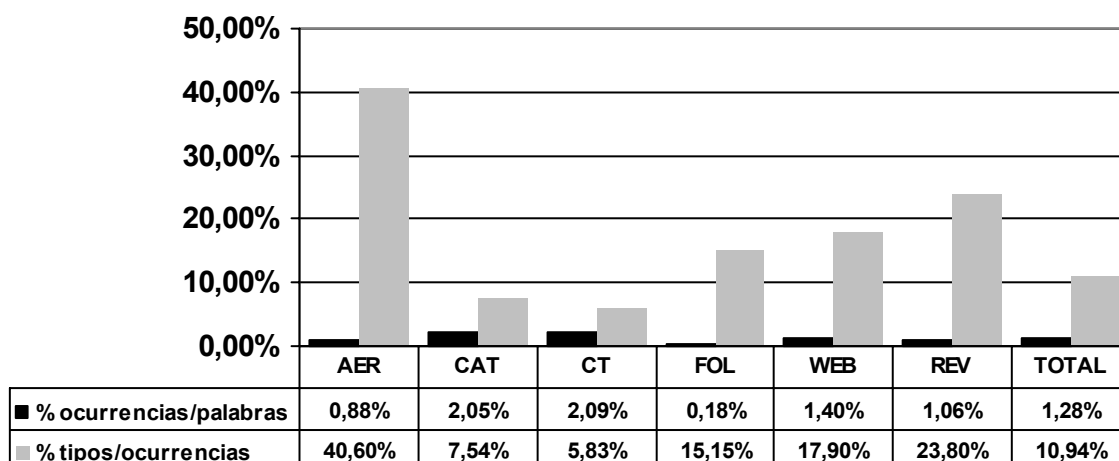


Gráfico 2. Porcentajes de ocurrencias por palabra y tipos por ocurrencias

préstamos ingleses en el conjunto léxico no es muy alto (1,28% del total); y, por otro lado, que el porcentaje de repetición léxica en el conjunto del corpus es moderada, ya que tan sólo 10,94% de los tipos de anglicismos encontrados son distintos. De forma parcial, resulta interesante señalar cómo efectivamente se evidencia una correlación inversamente proporcional entre porcentajes de ocurrencias de anglicismos por palabras en los catálogos y los *Cuadernos de Turismo* y el bajo número de tipos distintos de anglicismos por ocurrencias. En el extremo opuesto, encontramos las publicaciones de las aerolíneas, cuyos porcentajes muestran un menor número de anglicismos en el discurso, pero también un mayor número de tipos de anglicismos y un uso más productivo y menos repetitivo de éstos. Entre ambos, se

encuentran los folletos, con un bajo número de ocurrencias así como de variedad de anglicismos, si bien por encima de la media del 10,94%; con respecto a los portales web y revistas de divulgación cabe señalar que entre un quinto y un cuarto de sus préstamos ingleses son distintos.

Si nos centramos en las fuentes, y con respecto a la frecuencia con se que repiten los 616 tipos de anglicismos registrados en éstas, el Gráfico 3 muestra los siguientes datos:

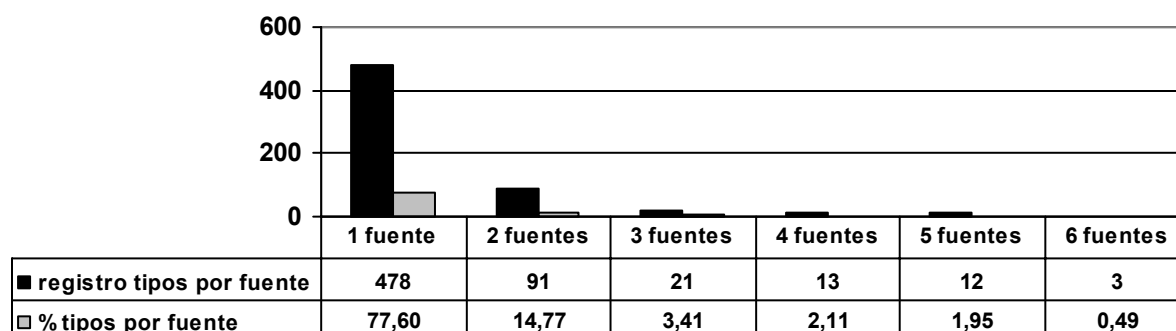


Gráfico 3. Frecuencia de aparición de los tipos léxicos por fuentes

No cabe duda de que la gran mayoría de tipos de préstamos se evidencian tan sólo una vez en las fuentes. Si nos centramos en el rango de frecuencia de ocurrencia de 2 a 6 tipos de fuentes, empezando por la mayor frecuencia, los tipos léxicos son los siguientes:⁴

6 fuentes: *golf, kayak, y turístico/a*

5 fuentes: *bar, club, estándar, fútbol, internet, rafting, surf, trekking, turismo, turista, web, y windsurf*

4 fuentes: *camping, email, freestyle, hidrospeed, mountain-bike, outdoor, paintball, parking, pub, puenting, quad, rappel, relax y snowboard*

3 fuentes: *adrenalina, bungalow, carving, catamarán, cicloturismo, estrés, GPS, kit, logística, mushing, neopreno, pax, snow, spa, surfista, team building, telemark, tenis, ticket, wakeboard y WC.*

2 fuentes: *agroturismo, aluminio, antiestrés, aparthotel, audiovisual, boom, bungee jump(ing), bus bob, business, canyoning, chárter, check-in, chill-out, chip, cicloturista, cóctel, coctelería, dólar, donut esquí, DVD, enoturismo, estandarizados, fax, ferry, filmar, folclore, freeride, fútbolín, gasolina, ghinkana, hidro, hiking, jacuzzi, jogging, kart, kiteboarding, kite surf, knee-board, láser, LCD, líder, logístico, look, lounge bar, licra, mail, marketing, minibar, motocross, non stop, nylon, online, open-kayak, optimist, pack, PC, picnic, poliéster, rádar, raft, raid, rally, rapelar, récord, resort, rol, ski-bus, sláalom, snack, snowboarder, snowpark, sostenibilidad, spot, squash, surfear, surfero/a, tee, test, TFT, touroperador, transfer, túnel, vídeo, VIP, walkie-talkie, wellness, whisky, wi-fi, windsurfing y windsurfista.*

En el siguiente apartado, los datos que se analizan provienen de realizar el corte de rango en los tipos léxicos que se evidencian en dos o más fuentes, cuyo número asciende a 140 tipos de anglicismos.

IV. LOS PRÉSTAMOS INGLESES EN LOS DICCIONARIOS.

La presencia de los tipos de anglicismos en las fuentes consultadas del lenguaje turístico no implica necesariamente que sean asimismo recogidos por los trabajos lexicográficos de referencia sobre el español peninsular. Los diccionarios a los que se ha acudido para confirmar el registro léxico son *Diccionario de la Lengua Española* (DRAE, versión en línea), *Diccionario de Uso del Español* (DUE), *Diccionario del Español Actual* (DEA) y *Diccionario de Usos y Dudas del Español Actual* (DUDEA).⁵ El siguiente gráfico muestra la distribución porcentual:

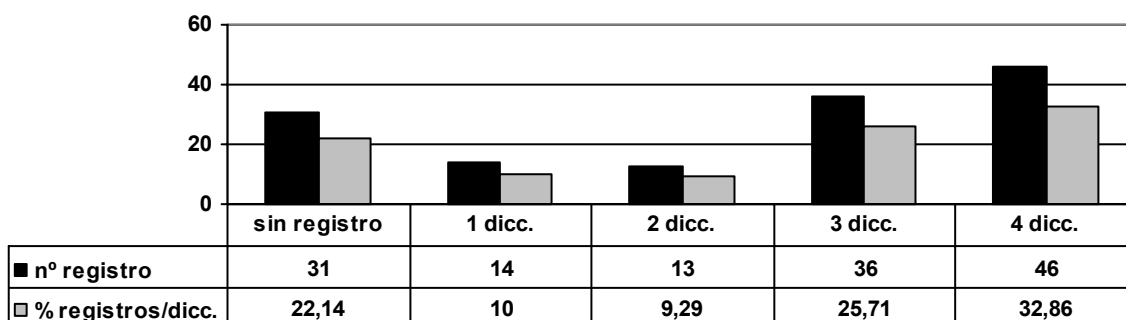


Gráfico 4. Distribución de anglicismos en los diccionarios

Los porcentajes del Gráfico 4 revelan que 95 tipos de los 140 seleccionados se listan en dos o más diccionarios; es decir, dos tercios del conjunto se registran en dos o más obras lexicográficas. Este valor da cuenta de lo innovador del subcampo semántico del turismo activo, ya que 14 tipos léxicos se evidencian en un diccionario (10%), y un poco más del 20% (31 tipos) no se lista en ninguna obra lexicográfica. Los anglicismos que no se recogen en ningún diccionario son: *agroturismo*, *bungee jum(ing)*, *bus bob*, *carving*, *check-in*, *donut esquí*, *enoturismo*, *freestyle*, *freeride*, *hidro*, *kiteboarding*, *kite surf*, *knee-board*, *lounge bar*, *mushing*, *open kayak*, *outdoor*, *paintball*, *pax*, *resort*, *ski-bus*, *snow*, *snowboarder*, *snowpark*, *sostenibilidad*, *surfear*, *team building*, *telemark*, *TFT*, *wakeboard* y *wellness*. Por su parte, los anglicismos que sólo se recogen en uno de los diccionarios son los siguientes: *antiestrés*, *canyoning*, *chill-out*, *hidrospeed*, *hiking*, *LCD*, *mail*, *non stop*, *optimist*, *quad*, *raft*, *rapelar*, *snowboard* y *wi-fi*. Conviene precisar que el DRAE no recoge ninguno de estos 14 términos, mientras que casi un 60% son listados en el DUE, confirmando en ambos casos el carácter normativo del primero y el carácter descriptivo del segundo.

Si excluimos del análisis los tipos de anglicismos que no son mencionados por ningún diccionario, podemos observar con qué frecuencia los tipos restantes registrados (109 en total) son caracterizados como anglicismos o no.

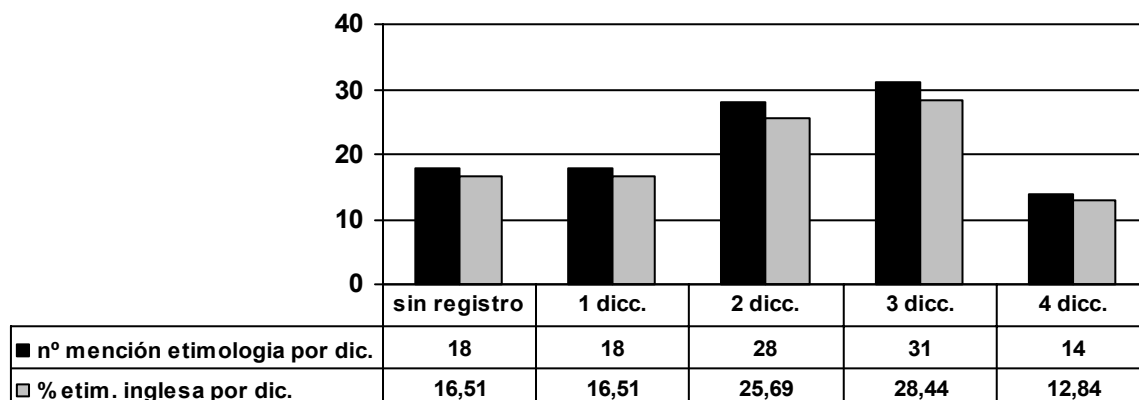


Gráfico 5. Distribución de información etimológica según el nº de diccionarios

Los porcentajes del Gráfico 5 reflejan que el origen inglés de la mitad de los tipos léxicos en más del 50% es mencionado por dos o tres diccionarios. Existe unanimidad en cuanto a la etimología en un 12,84%, pero un tercio o queda sin mención o es comentada por sólo uno de los diccionarios. Esta variabilidad en cuanto a la asignación etimológica refleja la falta de consenso entre los académicos sobre el origen léxico de ciertos elementos de nuestro vocabulario. De hecho, dentro de una misma institución hemos observado variaciones a lo largo de esta investigación, como muestra el DRAE, que indica en su versión electrónica que *piolet* es un galicismo, mientras que en su XXII edición en papel provenía del inglés (2001). En cualquier caso, el *Diccionario de Uso del Español* es la obra lexicográfica que más etimologías inglesas recoge de los tipos léxicos del estudio, aspecto que no es de extrañar, como hemos mencionado, dado el carácter descriptivo del mismo.

Las palabras cuya etimología no se menciona en ningún diccionario son: *antiestrés, audiovisual, cicloturismo, cicloturista, coctelería, estandarizados, fútbolín, hiking, logístico, minibar, motocross, optimist, puenting, rapelar, surfero/a, surfista, turístico/a* y *windsurfista*. Estas tienden a ser morfológicamente derivadas de una raíz anglosajona o compuestas, cuya etimología para la base sí está mencionada, como es el caso de *cóctel* para *coctelería*, o *turismo* para *cicloturismo*, o incluso *estándar* para *estandarizados*. A su vez, los anglicismos cuya etimología sólo se recoge por una de las obras lexicográficas son: *aparthotel, canyoning, chill-out, filmar, gasolina, GPS, hidrospeed, internet, LCD, lycra, mail, non stop, quad, raft, rappel, snowboard, WC* y *wi-fi*. Por su parte, los vocablos sobre las que hay unanimidad acerca de su etimología inglesa son los siguientes: *boom, bungalow, club, jacuzzi, jogging, look, marketing, nylon, rally, spot, test, whisky, windsurf* y *windsurfing*. Al parecer el criterio existente para determinar la etimología de ciertas palabras, y la rapidez con que se les asigna puede depender del grado de implantación del concepto al que hace referencia el término en la

sociedad de habla española. Por tanto, los vocablos cuya etimología inglesa aparece solo en un diccionario o bien designan referentes en proceso de implantación (*aparthotel, canyoning, chill-out...*), bien la lengua española contiene un vocablo autóctono en contraposición al anglicismo (como *WC* e *inodoro*), o bien por procesos de revisión etimológica (el origen de *gasolina* proviene del francés en el DUE y en la XXII edición del DRAE (2001), pero se ha revisado y se le asignado origen inglés en la versión electrónica del DRAE).

Otros aspectos que consideramos importante sobre la información que las fuentes lexicográficas ofrecen son que el término *transfer* se documenta en tres de los diccionarios utilizados (DUE, DUDEA, DEA) y se señala su procedencia de la lengua inglesa, pero el significado recogido en todos ellos es diferente al que realmente esa palabra tiene en los contextos del corpus analizado: en los diccionarios se explica que significa un traspaso en el ámbito del deporte; en cambio en las fuentes analizadas tiene el significado de traslado, transporte de un lugar a otro.

En el caso de los términos *turismo* y *turista*, tanto el DRAE como el DUE indican que provienen del inglés; el DEA, aunque los recoge, no señala nada sobre su origen. Es interesante comparar este par de palabras con otros pares similares: *surf* y *surfista*, *windsurf* y *windsurfista*. En el caso de *windsurf*, las cuatro fuentes señalan que se trata de un anglicismo; en el caso de *surf*, solamente tres indican el origen, la cuarta (DEA) no recoge esta información. En el caso de los derivados, todos los diccionarios contienen los dos términos y ninguno indica nada sobre el origen. Este hecho parece indicar que, una vez asimilado el derivado *turista* en español, se ha aplicado el mismo sufijo a otros términos provenientes de la lengua inglesa y ya se les considera incorporados a la lengua española. Además, el DUDEA remite al *Diccionario Panhispánico de dudas* para recomendar sustituir los términos *surfer* o *surfero* por *surfista*, indicando que es el que está aceptado en la lengua.

Si comparamos los cuatro diccionarios utilizados para comprobar la presencia de anglicismos en la lengua española, nos encontramos con algunas diferencias. En el DRAE y DUE se utilizan dos etiquetas diferentes para señalar el origen de la palabra: DRAE (del ing. y voz inglesa) y DUE (del ing. e ing.). En las otras dos fuentes, solamente una etiqueta es usada en todos los casos. El DUDEA es el que ofrece más explicaciones sobre el origen de las palabras y recomendaciones sobre el uso de términos autóctonos, cuando existen en la lengua. Como comentario general se puede señalar que siempre se pueden detectar inconsistencias en la inclusión y/o consideración de los términos como anglicismos.

V. INCORPORACIÓN DE LOS PRÉSTAMOS.

Se ha revisado el corpus textual para dar cuenta de las distintas fórmulas empleadas para introducir el anglicismo en las fuentes analizadas. A continuación se relacionan las más importantes con ejemplos ilustrativos.

a) Marcas tipográficas (cursiva, comillas y negrita):

- Y si bien la disciplina se practica en toda temporada, es en el verano cuando los «bikers» aparecen por todas partes (CT, 2004: 188)
- **Hidrospeed** consiste en el descenso de ríos utilizando una tabla, denominada «hidros» (CT, 2004, 194)
- Una embarcación o balsa neumática o «raft» (CT, 2004: 193)
- Además de las canciones originales se añaden 8 *bonus track* (Spanorama, 22)
- Cada día se emiten en torno a 12.500 tarjetas de embarque a través del “auto check-in online” (Ronda, 169)
- Una selección de música *chill-out* y *lounge* que forma parte de la colección (Spanorama, 23)
- Varsovia nunca ha sido una ciudad atractiva para gente *cool* (Europa, 53)
- Está prohibido el uso de teléfonos móviles a bordo, incluido su uso en modo *flight mode* (Spanorama, 96)
- sólo cuatro *teams* tienen realmente opciones de victoria (Spanorama, 30)
- Con esquís de tipo alpino “carving” (planetaturismoactivo.es)
- Modelos *carving* ... (Outdoor, invierno 2005: 36)
- Este precioso colgante con cristales de colores en tonos caramelos es el complemento perfecto para todos sus “looks” (Ronda, 213)
- Cuando uno no puede volar a París y siente nostalgia, le queda el consuelo de elegir algún *deuvedé* de la sección París en el cine (Europa, 34)
- Si un astillero presenta un barco con “hard top” y triunfa, todos los demás van a la zaga y el cliente pide que su barco lleve eso (Spanorama, 61)
- Absolute presenta su último crucero, un barco con *hard top* opcional y mucho *glamour* (Ronda, 208)

b) Término inglés acompañado de una explicación, definición o sinónimo en español, a menudo entre comas, guiones o paréntesis:

- Raft o embarcación (Turismoactivo.com)
- Rafting, descenso de ríos (Turismoactivo.com)
- Reverse o 360°: giro de 360° en sentido inverso a la anterior maniobra (Turismoactivo.com)
- Existen otras modalidades de benji o bungee jump que son el scad diving, que consiste en saltar desde una altura de 40 metros (Turismoactivo.com)
- A primeros de los años 40 Sherman Poppen construyó el primer Snurfer o tabla de Snowboard (Turismoactivo.com)
- Stand-up: con los pies sobre la tabla, pero sin aletas (Turismoactivo.com)
- Un grupo de turistas se prepara para emprender una actividad de aventura, el *canopy* o tirolina. (Viajeros, dic-ene 2005-06: 111)⁶
- Mountainbike o lo que es lo mismo ir en bicicleta (Folleto 5)
- **Ciclismo de montaña o mountain bike** (CT, 2004: 188)

- Bus-bob o lo que vulgarmente se conoce como ‘salchichear’ (planetaturismoactivo.es)
- la aparición de la IMRT o radioterapia con modulación de la intensidad de la radiación (*Ronda*, 180)
- Un Quad o ATV (All Terrain Vehicles) es un vehículo de 4 ruedas (planetaturismoactivo.es)
- El smoking es una prenda indispensable para la mujer (*Spanorama*, 93)
- Con respecto a los **camping**, son espacios de terreno públicos o privados dotados de las instalaciones y servicios que marca la legislación para dedicarlos al uso turístico (*CT*, 2005:123)
- Bus bob, o también conocido como hot dog, consiste en descender por aguas bravas sobre una embarcación neumática de forma alargada y voluminosa (Turismoactivo.com)
- El cicloturismo es una modalidad de viaje en el que el cicloturista puede transportar unas alforjas acopladas en la parte trasera de su bicicleta con todo el material que precise (Turismoactivo.com)
- Pequeñas diferencias horarias pueden causarnos “jet lag” (cansancio y somnolencia diurna) y por supuesto, cuando éstas son mayores, son claramente acusadas por el “reloj interno” que nos marca las horas de sueño y vigilia (*Ronda*, 178)
- Donut esquí, gran flotador en forma de donut (Turismoactivo.com)
- El flysurf surge de la combinación del surf con el parapente (Turismoactivo.com)
- Los partidos de Liga Horseball – baloncesto a caballo – (*Aire Libre*, Octubre 2005: 23)
- El bus-bob, que consiste en ir avanzando por el río subido en un neumático con forma de salchicha (*T&A*, octubre 2005: 28)
- Se trata del Bungee Jumping, una modalidad deportiva en la que saltador se lanza al vacío amarrado por una cuerda elástica...y se dispone a rebotar (*CT*, 2004: 191)
- Este *day cruiser* (cruceiro de día) hereda las magníficas cualidades marineras de la marca (*Ronda*, 210)
- Ya sea con una línea de cotas más *carving* (patines más estrechos) o más *fat* (patines más anchos) (*Outdoor*, invierno 2005: 36)
- Donut esquí, gran flotador en forma de donut (*CT*, 2004: 195)
- Busca su clientela entre downsizers (clientes que tuvieron un Primera y ya no necesitan un coche de ese tamaño) (*Ronda*, 162)

c) Empleo del sinónimo español seguido del anglicismo entre paréntesis o no:

- El pueblo se encuentra en una bahía que ofrece tres lugares o spots diferentes (Turismoactivo.com)

- Dentro de los cambios que ha experimentado este deporte hay que resaltar el que ha tenido la tabla o hidros (*CT*, 2004: 194)
- La inmersión con una escafandra autónoma (SCUBA) (Turismoactivo.com)
- En la modalidad de Submarinismo a pulmón libre, o también llamado, en apnea (SKIN) (Turismoactivo.com)
- El snowboard de pista, de parque (freestyle) y fuera de pista (freeride) (*Outdoor*, invierno 2005: 41)
- Conduciendo nuestros divertidos vehículos todo terreno (quads) (Folleto 5)
- Cuando se tratan de marchas cortas realizadas en media montaña o en llanuras pernoctando en casas, hoteles o camping, recibe el nombre en inglés de hiking (senderismo en español) (*CT*, 2004: 186)
- **Travesía (telemark)** se trata de una técnica del descenso muy antigua (*CT*, 2004: 189)
- Una balsa neumática (raft) (h2ur.com)
- Si queremos rendimiento en una competición de sólo subida (*Vertical Race*) utilizaremos un esquí ... (*Outdoor*, invierno 2005: 36)
- La arquitectura se vuelve más humana, con las viviendas típicas de Quebec (condos), de dos plantas y madera pintada de color, jardines ... (*Ronda*, 144)
- Hasta modelos anchos (*fats*) ... (*Outdoor*, invierno 2005: 36)

d) Explicación previa al elemento inglés, que suele aparecer precedido de la conjunción disyuntiva:

- El modelo turístico preponderante en nuestro entorno es el de masas o *fordista* (*CT*, 2005: 28)
- El chárter náutico o alquiler de embarcaciones (*CT*, 2004:153)
- Otra modalidad es el big jump, o salto desde helicóptero a unos 400 metros de altura aproximadamente (Turismoactivo.com)
- El descenso de cañones, barrancos, o también llamado canyoning, es una mezcla de ascensión alpina, espeleología, senderismo, rapel, natación y otras actividades (Turismoactivo.com)
- La tabla tiene unas cintas para poner los pies, se denominan footstraps (Turismoactivo.com)
- Faldones: o también llamado scoops, resguarda que el viento pueda desplazar la llama de los quemadores (Turismoactivo.com)
- Una embarcación neumática, el raft (ur2000.com)
- Preguntas frecuentes-FAQ (ur2000.com)

e) Uso de dobles alternando el término en español y en inglés para evitar la reiteración en un mismo artículo:

Barranquismo/ *canyoning*

Piragüismo/*rafting*

Descenso en canoa/*canorraft*

Garaje/*parking*

Senderismo / *trekking*

Sin embargo, este procedimiento tampoco es homogéneo, pues en una publicación, como *Turismo & Aventura* se utilizan los términos senderismo/*trekking* como sinónimos, mientras que en otra, como *Grandes Espacios*, se consideran dos actividades diferentes, aunque no se explica en qué consiste la diferencia. Según el DUDEA, estas dos palabras son diferentes y señala que el término inglés más parecido a senderismo es *hiking*.

El empleo del término de origen inglés sin explicación o traducción es una práctica frecuente, aunque en ocasiones manteniendo la marca tipográfica, es decir, usando la cursiva o comillas. Generalmente, éste es un procedimiento común, con los términos integrados o casi integrados, como *bar, bungalow, charter, estándar, estrés, picnic, pub, relax, test, ticket y zoom*. Sin embargo, encontramos términos procedentes de la lengua inglesa que también aparecen sin explicación o traducción no siendo quizás tan conocidos por el público general, o por una amplia sección de público, aunque es preciso señalar que se está extendiendo y popularizando la utilización de algunos de estos términos: *agility, backstage, bikejoring, bonus track, buggies, canopy, carving, chokes, finger, freeride, freerider, hiking, kart, kayak, lunch, mus(h)ing, nose, paintball, parascending, racing, rafting, raid, slalom, skate, snorkelling, snow, snurfer, spinner, surf, target, team, trail*.

La observación de los distintos textos analizados nos lleva al convencimiento de que hay una falta total de homogeneización tanto en el aspecto tipográfico, referido al uso de marcas como cursiva, comillas o negrita, como en el aspecto discursivo. No existe una pauta que sigan todos los autores, ni un mismo autor es consistente en el uso de fórmulas para introducir el préstamo.

VI. CONCLUSIONES.

La Lingüística de Corpus ha servido a aLiLex para elaborar un subcorpus textual del cual extraer información. De hecho, nos hemos centrado en textos escritos provenientes del ámbito del turismo, tales como revistas editadas por empresas de aerolíneas y distribuidas para ser leídas durante el viaje, catálogos, la revista académica *Cuadernos de Turismo*, folletos, portales web y revistas de divulgación sobre turismo. Del casi medio millón de palabras de que consta nuestro subcorpus, nos hemos centrado en los anglicismos registrados. La herramienta WordSmith Tools 5.0 nos ha permitido cribar los tipos y conocer el contexto mediante sus funciones de WordList y Concord, respectivamente. El tratamiento estadístico posterior de los resultados pone de manifiesto que el grado de presencia del anglicismo en el corpus no es alto (tan sólo un 1,28%), destacando los catálogos y los *Cuadernos de Turismo* con el porcentaje más alto de presencia léxica. A su vez, la cifra final de ocurrencias de anglicismos, que suma 5.631 ítems, puede agruparse en un total de 616 tipos léxicos, que equivale a que solamente 10,94% de estas palabras son distintas. Por tanto, la variedad léxica de los anglicismos de nuestro corpus no es muy alta.

El carácter innovador del subcampo semántico del turismo activo en el español viene a demostrarse por la falta de registro de forma unánime de estas voces léxicas en las cuatro obras lexicográficas utilizadas. Como se ha visto un tercio de los tipos de anglicismos que se registran en dos fuentes textuales o más, bien no son incorporados en ningún diccionario o tan solo en uno, que suele ser el *Diccionario de Uso del Español* en más de la mitad de los casos, dado su carácter descriptivo.

Con respecto a la caracterización etimológica como anglicismo de nuestro listado léxico, se ha visto que un 50% de los tipos léxicos se caracteriza como préstamo del inglés por dos o tres diccionarios. Sin embargo, distintas razones pueden responder a la falta de unanimidad en la asignación etimológica, entre las que destacan procesos de cambio social por la incorporación de nuevas actividades y referencias de la cultura anglosajona, cuyos referentes originales los autores españoles tienden a mantener, aunque encontramos algunas voces académicas que recomiendan sustitutos autóctonos para algunos anglicismos. Asimismo, el enfoque científico propiamente dicho del diccionario puede justificar la ausencia de consenso entre nuestros académicos a la hora de trazar la etimología de términos que se utilizan en textos españoles.

Sobre el estudio de la incorporación de los préstamos en la lengua española, teniendo en cuenta cómo se utilizan en los textos, se podría señalar que existe una ausencia de homogeneización tanto en el aspecto gráfico como en el uso de fórmulas. Se ha podido comprobar que un mismo término es tratado de forma diferente en distintas fuentes y, además, con bastante frecuencia se constata que se utilizan los anglicismos sin marca tipográfica o explicación de los mismos.

BIBLIOGRAFÍA.

- Alejo González, R. (1998). "Code-Switching in Spanish Economic Discourse, Rhetorical Strategies in Research Articles". En I. Fortanet, J. F. Coll, J. C. Palmer & S. Posteguillo (Eds.), *Genre Studies in English for Academic Purposes*. Castellón, Universitat Jaume I, pp. 227-254.
- Calvi, M. V. (2006). *Lenguaje y comunicación en el español del turismo*. Madrid: Arco Libros.
- De la Cruz, I., C. Tejedor, M. Díez & E. Cerdá (2007). "English Loanwords in Spanish Computer Language". *English for Specific Purposes*, 26:1, 52-78.
- Harper, D. (2001). *Online Etymology Dictionary*, disponible en www.etymonline.com.
- Martínez Sousa, J. (2008). *Diccionario de Usos y Dudas del Español Actual*. Gijón: Trea.
- Moliner, M. (2008). *Diccionario de uso del español*. Madrid: Gredos. 3ª Ed. en DVD.
- Posteguillo Gómez, S. (2003). *Netlinguistics: Language, Discourse and Ideology in Internet*. Castellón, Universitat Jaume I.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la Lengua Española*. XXII Ed. Madrid: Espasa Calpe.

- Real Academia Española. *Diccionario de la Lengua Española*, disponible en www.rae.es (DRAE).
- Rodríguez González, F. (2003). “Orientaciones generales en torno a la elaboración de un corpus de anglicismos”, en M. T. Echenique & J. Sánchez (Coords.), *Lexicografía y Lexicología en Europa y América: Homenaje a Günther Haensch en su 80 Aniversario*, Madrid, Gredos, 559-575.
- Rooney, K. (Ed.) (2004). *Bloomsbury English Dictionary*. Londres: Bloomsbury.
- Seco, M., O. Andrés Puente & G. Ramos González (1999). *Diccionario del Español Actual*. Madrid: Aguilar. (DEA).
- Simpson J. A. & E. S. C. Weiner (Eds.) (1989). *The Oxford English dictionary*. (2ª ed.), disponible en <http://dictionary.oed.com>.
- Tejedor, C., M.R. Cabellos, I. De la Cruz, E. Cerdá & M. Díez (2005-06). “La presencia de préstamos ingleses en las lenguas de especialidad”, *Revista de Lenguas para Fines Específicos*, 11-12, 347-381.
- Webster's Third New International Dictionary of the English language* (2002). Merriam-Webster.

NOTAS

¹ El presente estudio se llevó a cabo gracias a la financiación de la Consejería de Educación de la Comunidad Autónoma de Madrid al proyecto “Estudio lingüístico del anglicismo en las lenguas de especialidad: Su presencia en el sector del Turismo en la Comunidad de Madrid” (CAM-UAH, Ref. CCG07-UAH/HUM-1771).

² Algunos de los trabajos del grupo sobre el campo de la informática aparecen en la bibliografía final. Véase al respecto Tejedor, et. al. (2005-6) y De la Cruz, et al. (2007).

³ En cuanto a los tipos, se han agrupado todas las variantes gráficas encontradas y que hacen referencia a un mismo significante en un único tipo.

⁴ Hay que hacer notar que, aunque la mayoría de los términos encontrados se circunscriben al campo del turismo, en ocasiones, se documentan algunos pertenecientes a otros ámbitos como la tecnología o el lenguaje general.

⁵ Véase Apéndice 1 para consultar la tabla con la distribución de anglicismos en las cuatro fuentes lexicográficas.

⁶ Dos páginas después se invierte el orden y el mismo autor utiliza “tirolina o *canopy*” y, en el mismo artículo, emplea sólo *canopy*.

APÉNDICE 1

ITEM	DRAE	DUE	DUDEA	DEA
1. ADRENALINA	X (del ing.)	X (del ing.)		X
2. AGROTURISMO		X		
3. ALUMINIO	X (del ing.)	X (del ing.)		X
4. ANTIESTRÉS		X		
5. APARTHOTEL	X (del ing.)	X	X	X
6. AUDIOVISUAL	X	X	X	X
7. BAR	X (del ing.)	X (del ing.)		X
8. BOOM	X (voz inglesa)	X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
9. BUNGEE JUMP(ING)				
10. BUNGALOW	X (voz inglesa)	X (del ing.)	X (i.)	X (ing.)
11. BUS BOB				
12. BUSINESS		X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
13. CAMPING	X (voz inglesa)	X (ing.)	X (i.)	X
14. CANYONIG			X (i.)	
15. CARVING				
16. CATAMARÁN	X (del ing.)	X (del ing.)		X
17. CHÁRTER	X (del ing.)	X (ing.)	X (i.)	X
18. CHECK-IN				
19. CHILL-OUT		X (ing.)		
20. CHIP	X (del ing.)	X (ing.)	X (i.)	X
21. CICLOTURISMO	X	X	X	X
22. CICLOTURISTA	X	X	X	X
23. CLUB	X (del ing.)	X (del ing.)	X (i.)	X (ing.)
24. CÓCTEL	X (del ing.)	X (del ing.)	X (i.)	X
25. CÓCTELERÍA	X			X
26. DÓLAR	X (del ing.)	X (del ing.)	X	X
27. DONUT ESQUÍ				
28. DVD	X (sigla ing)	X (sigla del ing.)	X	
29. EMAIL		X (ing.)	X (i.)	
30. ENOTURISMO				
31. ESTÁNDAR	X (del ing.)	X (del ing.)	X (palabra adaptada del ingl)	X
32. ESTANDARIZADOS	X	X		
33. ESTRÉS, STRESS	X (del ing.)	X (del ing.)	X (i.)	X
34. FAX	X (del ing.)	X (del ing.)	X	X
35. FERRY	X (voz inglesa)	X (del ing.)	X (i.)	X
36. FILMAR	X	X (del ing.)		X
37. FOLCLORE/FOLKLORE	X (del ing.)	X (del ing.)	X (i.)	X
38. FREESTYLE				
39. FREERIDE				
40. FÚTBOL	X (del ing.)	X (del ing.)	X	X
41. FUTBOLÍN	X	X		X
42. GASOLINA	X (del ing.)			X
43. GHINKANA, GINKANA, GYMKHANA, GINCANA		X (del ing.)	X (i.)	X
44. GOLF	X (del ing.)	X (ing.)		X
45. GPS	X	X (sigla del ing.)		
46. HIDRO				
47. HIDROSPEED		X (del ing.)		
48. HIKING			X	
49. INTERNET	X	X (ing.)	X	
50. JACUZZI	X (del ing.)	X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
51. JOGGING	X (voz inglesa)	X (ing.)	X (i.)	X (ing.)

52. KAYAK	X (del ing.)	X (del ing.)	X (i.)	X
53. KART		X (ing.)	X (i.)	
54. KIT	X (del ing.)	X (del ing.)	X	X (ing.)
55. KITEBOARDING				
56. KITE SURF, KITE-SURF, KITESURF, KATE SURF				
57. KNEE-BOARD				
58. LÁSER	X (del ing.)	X (sigla del ing.)	X (i.)	X
59. LCD		X (sigla del ing.)		
60. LÍDER(ES)	X (del ing.)	X (del ing.)	X (i.)	X
61. LOGÍSTICA	X (del ing.)	X (del ing.)		X
62. LOGÍSTICO	X	X		X
63. LOOK	X (voz inglesa)	X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
64. LOUNGE BAR				
65. LYCRA, LICRA	X (del ing.)		X	X
66. MAIL		X (ing.)		
67. MARKETING	X (voz inglesa)	X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
68. MINI BAR	X	X		X
69. MOTOCROSS	X	X	X	X
70. MUSHING				
71. MOUNTAIN-BIKE		X (ing.)	X (i.)	
72. NEOPRENO	X (del ing.)	X (ing. am)		X
73. NON STOP				X (ing.)
74. NYLON, NÁILON, NAILON	X (del ing.)	X (del ing.)	X (i.)	X (ing.)
75. ONLINE, ON-LINE		X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
76. OPEN KAYAK				
77. OPTIMIST				X
78. OUTDOOR				
79. PAINTBALL				
80. PACK		X (ing.)		X (ing.)
81. PARKING		X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
82. PAX				
83. PC		X (sigla del ing.)	X (i.)	X
84. Picnic, pic-nic, PicNic		X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
85. POLIÉSTER	X (del ing.)	X (ing.)	X	X
86. PUB		X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
87. PUENTING		X	X	X
88. QUAD		X (ing.)		
89. RADAR	X (del ing.)	X (acron. del ing.)	X (i.)	X
90. RAFT				X (ing.)
91. RAFTING		X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
92. RAID	X	X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
93. RALLY, RALLIES	X (voz inglesa)	X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
94. RAPPEL			X (fr., i.)	X
95. RAPELAR, RAPELEAR				X
96. RÉCORD	X (del ing.)	X (del ing.)	X (i.)	X
97. RELAX	X (del ing.)	X (ing.)	X (i.)	X
98. RESORT				
99. ROL	X (del ing.)	X (ing.)	X (fr., i.)	X
100. SKI BUS				
101. SLALOM		X (ing.)	X (i.)	X (nor-ing)
102. SNACK			X (i.)	X (ing.)
103. SNOW				
104. SNOWBOARD		X (ing.)		
105. SNOWBOARDER				
106. SNOWPARK				

107.SOSTENIBILIDAD				
108.SPA		X (del ing.)	X (i.)	
109.SPOT	X (voz inglesa)	X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
110.SQUASH		X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
111.SURF	X (del ing.)	X (ing.)	X (i.)	X
112.SURFEAR				
113.SURFERO/A		X	X	
114.SURFISTA	X	X	X	X
115.TEAM BUILDING				
116.TEE		X (ing.)		X (ing.)
117.TELEMARK				
118.TENIS	X (del ing.)	X (ing.)	X (i.)	X
119.TEST	X (del ing.)	X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
120.TFT				
121.TICKET		X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
122.T(O)UOPERADOR		X (del ing.)	X (i.)	X
123.TRANSFER		X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
124.TREKKING		X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
125.TÚNEL(ES)	X (del ing.)	X (del ing.)		X
126.TURISMO	X (del ing.)	X (del ing.)		X
127.TURISTA	X (del ing.)	X (del ing.)		X
128.TURISTICO/-A	X	X		X
129.VÍDEO	X (del ing.)	X (del ing.)	X	X
130.VIP	X (del ing.)	X (sigla ing.)	X (de la sigla ing)	X
131.WALKIE-TALKIE		X (ing.)	X	X (ing.)
132.WAKEBOARD				
133.WC		X	X (i.)	X
134.WEB	X (del ing.)	X	X (i.)	
135.WELLNESS				
136.WHISKY	X (del ing.)	X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
137.WI-FI		X (ing.)		
138.WINDSURF	X (del ing.)	X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
139.WINDSURFING	X (del ing.)	X (ing.)	X (i.)	X (ing.)
140.WINDSURFISTA	X	X	X	X