

## Anglicismos en el léxico de las actividades deportivas de los gimnasios españoles

María Jesús Rodríguez Medina  
*Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*

### RESUMEN

El objetivo de este trabajo es la recopilación y análisis de los anglicismos más frecuentes en el léxico de las actividades deportivas ofrecidas por los gimnasios españoles, pues se trata de un campo inexplorado en la investigación sobre el anglicismo en la lengua española, que, desde hace años, cuenta con estudios centrados en otros ámbitos del deporte como el fútbol (Fernández 1971; Alonso 1996; Rodríguez González 2012). Con tal fin, hemos analizado una muestra de 268 anglicismos detectados en los folletos y webs de 15 gimnasios. Este análisis no solo es cuantitativo, sino que también se describe las distintas funciones pragmáticas de uso, lo que permitirá establecer una serie de conclusiones significativas sobre el grado de madurez del anglicismo en español como fenómeno sociolingüístico y cultural.

*Palabras clave:* anglicismos, léxico, pragmática, deporte

### ABSTRACT

The aim of this paper is to compile and analyse the most frequent anglicisms in the lexicon used in sports activities offered by Spanish gyms. This domain remains unexplored in the research of the phenomenon of anglicisms in the Spanish language, since the published literature has focused so far on the lexicon of other sports such as football (Fernández 1971; Alonso 1996; Rodríguez González 2012). We have studied a sample of 268 anglicisms taken from the brochures and websites of 15 gyms. Our analysis is not only quantitative but also describes different pragmatic functions of

the anglicisms found in the data. This allows us to draw significant conclusions about the evolution of anglicisms as a sociolinguistic and cultural phenomenon in Spanish.

*Keywords:* anglicisms, lexicon, pragmatics, sports

## 1. Antecedentes

Tradicionalmente, el léxico del deporte en español ha estado muy influido por las lenguas extranjeras y, en especial, la inglesa. Casi todas las disciplinas deportivas son de origen británico o estadounidense, por lo que su terminología se ha acuñado, en su mayoría, en inglés (Rodríguez Medina 2003: 10; Kotříková 2008: 25; Rodríguez González 2012: 317). Así, Fernández (1971: 40), en su estudio sobre la llegada a España y posterior popularización de distintos juegos y deportes, y sus denominaciones respectivas, a finales del siglo XIX y principios del XX, recoge testimonios tempranos al respecto:

Lo que sí puede decirse es que el deporte, en el moderno sentido de esta palabra, es casi en su totalidad originario de las islas Británicas y que fue exportado al continente. Por lo que se refiere a España, multitud de textos lo confirman. Queremos destacar uno de 1927 de Tom Ray: “Si se exceptúa la pelota vasca, juego peculiar y clásico, casi todos los deportes popularizados en gran boga, del *tennis* al *rugby*, como del fútbol a su hijo predilecto, el *hockey*, nos vinieron del extranjero”. (40)

Hoy en día, debido a numerosos factores<sup>1</sup>, el deporte se ha convertido en un fenómeno de masas y cada día es mayor el número de aficionados españoles tanto a la práctica como al disfrute de las competiciones y modalidades deportivas más diversas,<sup>2</sup> de forma

---

<sup>1</sup> Por recomendación médica como fuente generadora de salud, bienestar y otros valores beneficiosos para el ser humano, como consecuencia de su fuerte presencia en todos los medios de comunicación, debido a actitudes de esnobismo y mimetismo relacionadas con el culto al cuerpo en la sociedad actual, entre otros.

<sup>2</sup> De hecho, la *Encuesta de hábitos deportivos en España* (2010) del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), presenta los siguientes datos: “Cerca de 16

que el análisis de su léxico y, en particular, de la influencia inglesa en este se ha convertido en objeto de interés para los lingüistas, como se atestigua en numerosas publicaciones (Pratt 1980; Lorenzo 1991; Castañón 1992; Alonso 1996; Luna 1998; Rodríguez Segura 1999; Nomdedeu y Márquez 2001; Rodríguez González 2007, 2012; Kotříková 2008). Sin embargo, llama la atención que no se haya investigado, hasta la fecha, el léxico anglicado de las actividades deportivas que se practican en los gimnasios españoles, pese a su popularidad en este país<sup>3</sup> y al hecho de que, en general, el anglicismo ha ocupado un lugar destacado en la literatura científica sobre la lengua española desde mediados del siglo XX.

Tradicionalmente, el artículo de Ricardo Alfaro, “El anglicismo en el español contemporáneo” (1948), que incluye una clasificación terminológica, se ha considerado el primero en abordar de forma monográfica esta cuestión en el ámbito del español, si bien es tachado de purista y radical por la mayoría de los especialistas (Rodríguez Medina 2000: 99). En España, el pionero en este campo es el profesor y académico Emilio Lorenzo. Su trabajo, “El anglicismo en la España de hoy”, publicado primero en *Arbor* en 1955 e incluido luego en el libro *El español de hoy, lengua en ebullición* (1971), ya planteaba la necesidad de prestar mayor atención a un fenómeno que el autor juzga “de trascendencia lingüística, social y nacional”. Aunque alejado del purismo convencido de Alfaro, critica los

---

millones de personas mayores de 14 años hacen deporte en España (el 43% de la población entre 15 y 75 años practica algún deporte, 6 puntos porcentuales más que en 2000 y en 2005). La práctica deportiva de la población española entre 15 y 65 años ha subido 20 puntos porcentuales de 1980 a 2010. El incremento en el grupo de mayores ha sido mucho mayor que en los jóvenes, con una subida de 18 puntos en la última década. Sube ocho puntos la participación en la práctica deportiva no competitiva. En la última década, se ha incrementado en 9 puntos el número de españoles que estiman que el deporte ocupa un lugar bastante o muy importante. La gran mayoría de los españoles considera el deporte como un instrumento de integración”.

<sup>3</sup> De acuerdo con la encuesta del CIS anteriormente citada, el deporte más practicado en España es la gimnasia de mantenimiento suave en centro deportivo, seguida de la gimnasia de mantenimiento intensiva en centro deportivo, sumando un porcentaje total del 35%.

desplazamientos morfosintácticos, las pérdidas de matices semánticos y los calcos ortográficos<sup>4</sup> que empezaban a aparecer en español por influencia de la lengua inglesa (Lorenzo 1971: 78-82). Entre los autores pioneros de esta primera época, podemos citar también a Stone (1957), Madariaga (1962, 1966), Lapesa (1963, 1966), Estrany (1970), Marcos (1971), England y Caramés (1978);<sup>5</sup> en general, a todos estos autores, en mayor y menor medida, les movía más su gran preocupación por alertar de los peligros de la presencia cada vez más notable y amenazante, según ellos, del inglés en la lengua y la cultura españolas, que la descripción en sí del fenómeno.

Es indudable que el paso decisivo hacia el concepto moderno de anglicismo no se produce hasta 1980, año en que Pratt publica *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Los expertos coinciden en afirmar que esta obra constituye el trabajo académico más innovador y completo de los aparecidos hasta entonces. Su definición del anglicismo es, incluso hoy en día, una de las más citadas y comentadas: “un anglicismo es un elemento lingüístico, o grupo de los mismos [sic], que se emplea en el castellano peninsular contemporáneo y que tiene como étimo inmediato un modelo inglés” (1980: 115). Además de presentar una clasificación bastante exhaustiva, su consabida distinción entre anglicismos patentes y no patentes sigue utilizándose aún en la mayoría de los trabajos de campo (1980: 115-212).

En los años ochenta, decae un tanto el interés científico por el contacto angloespañol, si bien cabe destacar que empiezan a aparecer publicaciones al respecto desde la perspectiva de la sociolingüística, sobre todo en Hispanoamérica (Klein-Andreu 1980; Quilis 1984; López Morales 1987), aunque también salen a la luz otros tipos de estudios (Lorenzo 1987, Smith 1989). A comienzos del decenio de 1990, según Gómez Capuz, “ya se puede hablar con

---

<sup>4</sup> Abuso de la mayúscula, uso del guión en contextos donde en español se prefiere la raya, entre otros.

<sup>5</sup> Para evitar repeticiones, excluimos de este repaso bibliográfico las referencias a los estudios sobre anglicismos deportivos, pues ya se recogen, al tratar este aspecto, al principio del presente epígrafe.

propiedad de una *madurez* del anglicismo en español” (1997b: 30). De hecho, la postura en torno al fenómeno es mucho más moderada en los trabajos de estos años, de índole fundamentalmente descriptiva y académica (Gimeno y Gimeno 1991; Lorenzo 1996; Medina López 1996; Gómez Capuz 1997a; Rodríguez González y Lillo 1997; Riquelme 1998; Rodríguez Segura 1999). De especial interés para nuestro estudio es el trabajo de Rodríguez González (1996) sobre las funciones pragmáticas de los anglicismos, que comentaremos más adelante en el análisis de los resultados.

A partir del año 2000 hasta la actualidad, se ha publicado un número considerable de artículos en revistas y actas de congresos sobre cuestiones relacionadas con el anglicismo en diversos ámbitos especializados del léxico español (medicina, economía, informática, cine, etc.). También han visto la luz en estos años diversas monografías (Rodríguez Medina 2000; Gómez Capuz 2001; Görlach 2001; 2002a y 2002b; San Vicente 2002; Pirulli 2004; Varey 2008; García 2009; González *et al.* 2009), por lo que podemos concluir que el interés académico por el anglicismo no solo no ha decaído, sino que sigue estando muy presente en la investigación sociolingüística.

## 2. Hipótesis, metodología y análisis de los resultados

### 2.1. Hipótesis

Las hipótesis de trabajo de las que partimos son las siguientes:

Hipótesis primera. El número de anglicismos de los textos de las actividades deportivas de los gimnasios es elevado debido al carácter internacional de la mayoría de las modalidades de entrenamiento y ejercicios, diseñados por empresas multinacionales del sector.

Hipótesis segunda. El prestigio lingüístico del inglés en España y diversas funciones pragmáticas asociadas con los anglicismos favorecen su uso en este ámbito, en detrimento de sus equivalentes en español.

Hipótesis tercera. Los anglicismos puros son más frecuentes en estos textos que los asimilados o en proceso de españolización, pues los hablantes que acuden a estos establecimientos suelen estar

familiarizados con el inglés y no tienen dificultades para manejarlos en su discurso.

## 2.2. Metodología y análisis de los resultados

Para contrastar las hipótesis de este estudio, realizamos un trabajo de campo en el que incluimos la totalidad de los gimnasios de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria<sup>6</sup> abiertos al público en el primer semestre de 2013. Según el último censo del 2011, publicado por el propio ayuntamiento,<sup>7</sup> con 383 343 habitantes es la urbe más poblada del archipiélago canario y la octava del territorio español en número de habitantes. Para localizar todos los gimnasios que se ubican en ella, empleamos los listados publicados en las *Páginas Amarillas*, además del pertinente rastreo en buscadores de Internet especializados en este ámbito.<sup>8</sup> Tras obtener y confirmar estos datos, procedimos a comprobar cuáles contaban con página web o blog propio o, en su ausencia, folletos informativos sobre sus actividades deportivas y las características de estas y del establecimiento, que recogimos personalmente en las empresas.

Así, finalmente el corpus quedó constituido por 15 gimnasios (véase anexo). Se trata de centros muy representativos de este sector en España y cabe destacar que la mayoría ofrece modalidades de entrenamiento y ejercicios que responden a franquicias internacionales con una misma política de marketing y una terminología idéntica a nivel internacional (nombres en inglés patentados por cuyo uso se paga un canon<sup>9</sup> sin posibilidad de modificación o adaptación a otras lenguas), por lo que los patrones lingüísticos que

---

<sup>6</sup> A título de curiosidad, indicamos que quedó la novena en un ranking de once ciudades del ámbito hispánico en las que se midió el grado de uso de los anglicismos deportivos en la norma culta (Luna 1998-99: 710).

<sup>7</sup> [www.laspalmasgc.es](http://www.laspalmasgc.es).

<sup>8</sup> En especial, destacamos el siguiente: [www.sportlife.es/fitness/busca-gimnasio/articulo/gimnasios-las-palmas](http://www.sportlife.es/fitness/busca-gimnasio/articulo/gimnasios-las-palmas).

<sup>9</sup> Un ejemplo claro es la multinacional Les Milles, que cuenta con numerosas marcas registradas de patentes de entrenamientos y ejercicios, cuyos términos están muy extendidos en este sector, ya que numerosos gimnasios pagan por utilizar sus programas.

utilizan son muy similares en todo el país. Por ello, y con el fin de que el análisis resultara abarcable, decidimos limitar el corpus, en la presente investigación, a los casos de una sola ciudad. Una vez recopilados todos los textos publicados por estas empresas en formato digital o en papel, realizamos la recopilación y análisis de los anglicismos detectados.

En nuestro trabajo, consideramos anglicismos los términos ingleses o aquellos de otras lenguas llegados al español a través del inglés que se emplean en su forma original, o bien adaptados mediante cualquier tipo de procedimiento de asimilación: naturalización, calco formal o calco semántico (Rodríguez Medina 2000: 43).

Partiendo de esta definición del concepto de anglicismo<sup>10</sup> y atendiendo a las características particulares del léxico estudiado y sus fuentes, clasificamos los 268<sup>11</sup> anglicismos recogidos en nuestro corpus de la siguiente manera:<sup>12</sup>

1. Anglicismos puros: aquellos utilizados en su forma original sin ningún tipo de adaptación a la lengua receptora
2. Anglicismos híbridos: aquellos que se componen de dos términos, uno de los cuales está en inglés y el otro en español
3. Anglicismos asimilados o naturalizados: aquellos completamente adaptados a la lengua receptora desde el punto de vista morfológico
4. Pseudoanglicismos o falsos anglicismos: aquellos de apariencia anglosajona, pero inexistentes en inglés. Algunos se

---

<sup>10</sup> Se trata de un concepto amplio del anglicismo, generalmente aceptado y seguido por los especialistas como explica Luna (1998-1999: 696).

<sup>11</sup> No se ha contabilizado el número de repeticiones del mismo anglicismo en cada fuente, pues, en estos textos, no constituye un dato significativo, dado que aparecen normalmente una sola vez cuando se explican las actividades del gimnasio o se exponen los horarios.

<sup>12</sup> La distinción entre anglicismos puros, asimilados y pseudoanglicismos es nuestra (Rodríguez Medina 2000), aunque debemos aclarar que se basa en el modelo taxonómico de Lorenzo (1996) y las aportaciones de Gómez Capuz (1998). Por otro lado, hemos de constatar que la clasificación completa adaptada a las características del lenguaje analizado es también aportación nuestra, ya que no existen estudios previos en este campo léxico.

acuñan en otros países europeos, desde donde llegan al español, y otros son de creación propia. Gómez Capuz explica que este fenómeno es uno de los principales indicadores “del grado de ‘madurez’ del influjo extranjero” (1998: 254).

Antes de abordar el análisis de los anglicismos recopilados, cabe destacar el propio nombre de los gimnasios, cuya lista completa especificamos en el anexo. De los 15, todos, excepto tres, contienen uno o dos anglicismos puros:<sup>13</sup> *Club La Cornisa*, *Crossfit Canarias*, *Zenith Fitness Center*, *Gimnasio Silhouette*, *Good Look Gym*, *Vico Gym*, *Centro Deportivo Oasis Center*, *Energy Center*, *Stylo Gym*, *Training Room*, *Zero Espacio Pilates*, *Athletic Gym*.

La explicación de esta tendencia tan generalizada la encontramos en dos factores fundamentales: el prestigio lingüístico del inglés y las funciones pragmáticas del anglicismo en el español actual. Por diversos motivos de índole sociolingüística, el inglés es una lengua de prestigio para los españoles,<sup>14</sup> al igual que ocurre en multitud de países de todo el mundo. En palabras del especialista en el contacto angloespañol Rodríguez González: “in our times English [...] confers a prestige and a positive connotation to its borrowings” (1996: 114). En otra de sus obras, este investigador se muestra rotundo al afirmar que “la aureola y el prestigio de esta lengua en el mundo de hoy contribuyen al mantenimiento de la mayoría de los anglicismos en su forma directa y cruda” (2012: 326-327). Por ello, no es de extrañar que se adopte tan frecuentemente como fuente inspiradora de nombres comerciales en todo tipo de establecimientos españoles

<sup>13</sup> Llama la atención el caso del Gimnasio Silhouette. Aunque de origen francés, *silhouette* es un término que se utiliza también en inglés y, por la pauta observada en el resto de los gimnasios, todo parece indicar que su inclusión en el nombre del local responde más a la evocación del uso anglosajón que a la intención de recurrir a exotismos galos.

<sup>14</sup> Lejos de ser de una pauta reciente, ya desde los años setenta explicaba Guardia (1976: 23) “la asociación mental de los conceptos ‘calidad’ y ‘garantía’ que un anglicismo sugiere, debido a que se considera superdesarrollado al mundo anglosajón”. Según Riquelme (1998: 78), “es determinante la xenofilia sociológica cuando el producto y el nombre se unen a una procedencia de élite (‘número uno en USA’, ‘tecnología alemana’, ‘los japoneses’)”.

(Medina López 1991), pues el marketing de las estrategias publicitarias avala el inglés como indicador de clase o estatus y modernidad.

Por otro lado, el prestigio de la lengua anglosajona en español ha originado diversos usos pragmáticos descritos por Rodríguez González (1996) en un artículo pionero basado en el modelo de Halliday. En él, se señala la importancia de dos de los tres componentes funcionales identificados por Halliday dentro del sistema semántico del lenguaje, en concreto, la función interpersonal y la textual. Así, en González y Rodríguez Medina, leemos:

Según Halliday, la función interpersonal tiene que ver con el uso de unidades o estructuras lingüísticas que de alguna manera marcan las relaciones sociales o personales. Se trata de una función que es realizada por aquellas palabras o expresiones que están marcadas sintácticamente y tienen connotaciones emotivas. Con frecuencia sucede que los préstamos, sobre todo cuando no se han integrado completamente o no son reconocidos como tales y debido a su naturaleza foránea, son muy proclives a desarrollar este significado emotivo, es decir, un significado que expresa ciertos sentimientos o actitudes por parte del hablante, tales como ironía, desprecio, esnobismo o algún tipo de afectación. (2011: 15)

Exceptuando *Crossfit* (marca registrada), el resto de estos anglicismos puros responde a dicha función pragmática interpersonal o expresiva que busca transmitir connotaciones positivas, agradables y de prestigio, tan típicas, como hemos explicado, de las estrategias comerciales que rozan el esnobismo lingüístico:<sup>15</sup> *Fitness Center*, *Good Look*, *Oasis Centre*, *Energy Center*, *Training Room*, *Zero*, *Athletic*. Un caso aparte es el de *gym*, el anglicismo puro que más se repite en estos nombres, cuyo uso está más relacionado con otro

---

<sup>15</sup> Rodríguez Segura describe así el esnobismo lingüístico: “hay veces en que un hablante o escritor español prefiere utilizar una expresión en inglés, habiendo una equivalente en español, sin otro propósito que el de demostrar su conocimiento o dominio del idioma extranjero. Otras veces lo que hace es imitar con afectación los modos de hablar de la cultura que admira [...] (ser *fashion*, ser *cool* [...] hay que darse un *touch* de *blush* en las mejillas)” (1999: 22).

tipo de función pragmática dentro de la textualidad, denominada simplificación (Rodríguez González 1996: 116), muy cercana a la economía lingüística. Se trata de un término más corto que el equivalente español que se adopta “por una tendencia hacia la economía de expresión y la ley del mínimo esfuerzo” (González y Rodríguez Medina 2011: 15), aunque no descartamos que el prestigio y el esnobismo lingüísticos estén también presentes entre los motivos de elección de *gym* como parte del nombre de un negocio, como ocurre en el caso del Club La Cornisa, que eleva sus instalaciones deportivas a la categoría de club. En resumen, en palabras de Castañón,

se crea un lenguaje para la industria del ocio en el que se conjugan necesidades de carácter práctico —novedad y precisión— y emotivo, en el que destacan aspectos como el afán por la expresividad, cierto grado de esnobismo y presencia de términos de moda. (1997: 145)

Por último, detectamos aquí también un caso curioso de hiper-caracterización ortográfica: *Stylo Gym* (*stylo*, híbrido entre el inglés *style* y el español *estilo*, en el que se opta por una grafía próxima a la inglesa). Medina López explica que “se trata de que el mensaje ‘suene’ más inglés o, por lo menos, que tenga un marcado carácter internacional” (1991: 126). Este investigador añade que, en ciertos ámbitos, algunos anglicismos son muy usuales en los rótulos publicitarios y señala *sport* como ejemplo del mundo deportivo, a lo que añadiríamos *gym* en el sector de los gimnasios.

A continuación, analizamos los 268 anglicismos detectados según la taxonomía anteriormente expuesta y descrita. Desde el punto de vista estadístico, los resultados obtenidos son los siguientes:

**Tabla 1. Total de casos recopilados en cada tipo de anglicismo**

Tipo de anglicismo	Casos	Porcentaje
1. Anglicismos puros	211	78.75%
2. Híbridos	43	16.04%
3. Pseudoanglicismos	12	4.47%
4. Anglicismos asimilados	2	0.74%

Como se puede observar en la tabla 1, el predominio de los anglicismos puros en este corpus es muy significativo, pues constituyen el 78.75% de los casos recopilados. Seguidamente, en orden de importancia, aparecen los compuestos híbridos, que representan el 16.04%, y, posteriormente, los pseudoanglicismos, que ocupan un 4.47%. Con tan solo el 0.74%, los anglicismos asimilados apenas cuentan con dos apariciones testimoniales en el corpus. Comentamos todos estos datos en el estudio pormenorizado que hemos llevado a cabo.

### 1. *Anglicismos puros*

Se trata, como ya indicamos, del tipo de anglicismo más frecuente en las fuentes estudiadas, pues se detectaron un total de 211 casos, que subdividimos para su análisis en diversas áreas temáticas:

**Tabla 2. Porcentajes de anglicismos puros detectados clasificados por áreas temáticas**

Tipo	%
1.1. Ejercicios que son marcas registradas	15.16%
1.2. Ejercicios que no son marcas registradas	40.29%
1.3. Aparatos o material deportivo	11.84%
1.4. Léxico deportivo	9%
1.5. Léxico común	23.71%

### 1.1. Ejercicios, modalidades de entrenamiento o baile y deportes que son marcas registradas<sup>16</sup>

Por el uso de estas marcas registradas, se paga un canon,<sup>17</sup> así que estos términos se utilizan como anglicismos puros siempre en mayúscula y sin ningún tipo de adaptación al español. En este grupo, abundan las siglas y pueden constar de un solo elemento o ser bimbres. Por otro lado, el hecho de que sean internacionalismos, es decir, términos que reconocen hablantes de todo el mundo, les confiere también un halo de prestigio que origina que estas empresas se precien de ofrecer estos servicios, que suelen aparecer, en general, en letras grandes y destacadas. Tal como señala Rodríguez González, las denominaciones deportivas en inglés “poseen gran fuerza de arrastre, sobre todo si tienen pretensiones de internacionalización, por las ventajas que supone para las comunicaciones utilizar una terminología unívoca en una lengua franca” (2012: 318). En total, hemos recogido 32 (15.16%):

Body attack (1, 4), Body balance (1, 4, 11), Body combat (4, 11), Body jam (4), Body pump (1, 4, 11), Body tonic (9), Body wellness (1), Crossfit (3, 8), Cross-fit (8), Crossfit Endurance (3), CXWorx (1, 8, 11), Functional wod (3), Gant’s Hybrid (3), Reprocessing Soft Fitness (RSF) (13), Sh’bam (1), Studio Pilates (1), Suspension training (1, 9), Trainingym (7), TRX-Tonic (9), Wod (3), You’re10 (14), Zumba Fitness (11).

Destacan los compuestos por *body* + *sustantivo* de la multinacional Les Mills, que dan lugar hasta siete formaciones distintas. Los demás términos están muy relacionados con el tipo de entrenamiento propuesto y son, en general, muy expresivos y evocadores tanto de la buena forma física como mental: *attack*, *combat*, *jam*, *pump*, *tonic*, *balance*, *wellness*, *fit*, *endurance*, *fitness*, *training*.

<sup>16</sup> Entre paréntesis aparece la fuente de donde se ha extraído el anglicismo, es decir, el número corresponde al que se le ha asignado a cada gimnasio. Por ejemplo, el número 1 sería el Club Deportivo La Cornisa (v. anexo 1).

<sup>17</sup> Véase nota a pie 8.

Por último, llama la atención el uso vacilante de *Crossfit* (*Crossfit*, *Cross-fit*), infrecuente en el caso de las marcas registradas.

## 1.2. Ejercicios, modalidades de entrenamiento o baile y deportes que no son marcas registradas

En este grupo, hallamos 56 casos:

aerobic (1, 2, 4, 8, 9), battle rope (3), B-boying (6), breakdance (6), *burpee* (3), *clean* (3), core (14), core training (3), crossfitness (11), cross training (7), cross wellness (1), cycling indoor (4), dance (9), double under (3), energy cycling (4), farmer's walk (3), fitness (1, 3, 8, 10, 12, 13, 14, 15), flexions kipping (3), flying (7), funk (4), funky (1), grappling (5, 7), groove (4), hero workouts (3), hip-hop (1, 4, 5, 6), hot cycling (4), indoor bike (4), indoor cycling (4), jam stretching (4), jazz (4), kick boxing (7), lift training (5), MCing (6), multitraining (9), muscle clean (3), muscle snatch (3), oly-lifts (3), overhead squats (3), personal training (1, 11), power-dune (7), power pump (7), PT<sup>18</sup> solutions (1), Samson stretch (3), shape experience (1), show dance (1, 11), snowboarding (3), spin bike (4), spinning (1, 4, 5, 9, 12), step (1, 2, 4, 5, 7, 9, 11), street dance (4), stretch (7), stretching (1), techno (4), total training (1, 13), walker (7), xtreme abs (11, 12).

De todo el corpus, constituyen el grupo de anglicismos más extendido en todas las fuentes, lo que era de esperarse dado que muchos deportes, ejercicios, entrenamientos y bailes, aunque no estén patentados, tienen origen angloamericano y, en consecuencia, su léxico en español está poblado de anglicismos (Rodríguez González 2007: 1). De los 85 casos (40.29%), los que más se repiten, ordenados de mayor a menor, son los siguientes: *fitness* (8), *step* (7), *training* (6), *spinning* (5), *aerobic* (5) y *cycling* (4).

Los datos nos permiten afirmar que estos seis términos son los más frecuentes en esta modalidad de anglicismos puros debido, probablemente, a la popularidad y relativa antigüedad de los conceptos

---

<sup>18</sup> Personal Trainer

a los que aluden. Resultan especialmente productivos, desde el punto de vista lexicogenésico, los anglicismos *training* y *cycling*, que han dado lugar a numerosas denominaciones: *core training*, *cross training*, *lift training*, *personal training*, *total training*; *cycling indoor*, *indoor cycling*, *energy cycling*, *hot cycling*. Asimismo, cabe destacar también, en este grupo, otras formaciones acabadas en *-ing*: *flexions kipping*, *jam stretching*, *kick boxing*. Buscan también imitar<sup>19</sup> formas ya patentadas estos 8 elementos: *cross wellness*, *crossfitness*, *power-dune*, *power pump*, *shape experience*, *PT solutions*, *xtreme abs*. Nótese la función pragmática claramente expresiva de estos términos: *wellness*, *power*, *shape*, *solution*, *xtreme*,<sup>20</sup> que evocan sensaciones e imágenes tan perseguidas por los amantes de la buena forma física. El resto de anglicismos se refiere a ejercicios menores que forman parte de actividades o entrenamientos más amplios y generales (*battle rope*, *overhead squats*, *hero workouts*, *double under*, etc.), además de varios estilos y clases de coreografías musicales (*hip-hop*, *showdance*, *street dance*).

### 1.3. Aparatos o material deportivo

En este conjunto, encontramos los siguientes casos:

cold roller (14), dune (7), exercise mat (14), fit ball (1, 12, 13), flex-band (13), GHD<sup>21</sup> (3), grid 2.0 extended (14), kettle bells (3, 13), medicine ball (3), Pilates Power Plate-Zero (14), plyo box (3), Power Plate (1), Power Plate HP<sup>22</sup> (14), Power Plate post Pregnancy (14), Power Plate Ski Advance (14), Power plate Ski Basic (14), pull boy (1), step (1, 2, 5, 7), slidisk (7).

De los 25 anglicismos (11.84%), los más extendidos son los siguientes: *step* (4; no utilizados con referencia al entrenamiento

<sup>19</sup> Como explica Kotříková (2008:25), la creatividad y adaptabilidad del inglés facilitan su penetración en el sector deportivo.

<sup>20</sup> Obsérvese la pérdida de la *e-* inicial de *extreme*, lo que le confiere mayor expresividad.

<sup>21</sup> GHD: Glute-Ham Developer.

<sup>22</sup> High-performance.

homónimo, sino al aparato empleado con tal fin), *fit ball* (3) y *kettle bells* (2). Hay que resaltar que ninguno de ellos cuenta con equivalentes en español. Además, nueve son marcas registradas (*slidisk*, *GHD*, *gris 2.0 extended* y todos los relacionados con *Power Plate*). El resto (7) es material deportivo que tampoco presenta equivalente español (*cold roller*, *dune*, *pull boy*, *flexband*, *plyo box*), excepto *exercise mat* (*colchoneta*, *esterilla*) y *medicine ball* (*pelota medicinal*), lo que nos lleva a concluir que, en este apartado, el uso de anglicismos por esnobismo lingüístico es muy poco significativo, pues solo se detectan dos casos y los demás responden a marcas registradas o términos aún no adaptados o traducidos a la lengua española.

#### 1.4. Léxico deportivo

Incluimos aquí los 19 anglicismos puros del léxico común (9%) que están relacionados directamente con los deportes y las prácticas deportivas, pero que no pertenecen a los apartados anteriores:

club (1), coaching (13), crossfitter (3), doping free (14), golf (14), group training (14), gym (4, 5, 10), master trainers (14), performance (14), personal trainer (12), pistols (3), PT (12), pull-ups (3), snatch (3), sport (1), trigger point (14), windsurf (13).

Destaca, en particular, *gym*, cuyo empleo en los textos estudiados,<sup>23</sup> como ya hemos señalado, no solo se debe a la economía lingüística, sino también a actitudes de índole esnob y la búsqueda de valores expresivos y afectivos (p. ej., *ven a nuestro gym, no dejes de pasar hoy por el gym*), al igual que *club*, aunque este aparece solo en un solo centro. Otro tanto le sucede a *sport* que, en uno de los establecimientos analizados, en concreto, el primero, se emplea como punto de partida de las actividades que suponen un reto. Otros ejemplos en la misma línea son *performance*, *PT*, *coaching*, *doping free*, *group training*, *pistols*, *pull-ups*, *snatch*, *master trainers*

<sup>23</sup> Se ha excluido el uso como parte de la denominación del centro deportivo, ya analizado.

y *trigger point*; todos ellos disponen de equivalentes en español que no se emplean nunca en las fuentes. Resulta muy llamativo que tan solo dos términos (*golf*, *windsurf*) escapen de esta tendencia.

### 1.5. Léxico común

A este grupo pertenecen 50 anglicismos puros que no están directamente relacionados con el mundo del deporte:

app (10), antistress (5), awareness (12), balance (1), beauty (14), card (12), consulting (5), DJ (2), DJing (6), email (1, 2), endurance (3), fun (1), gadget (10), health (12), heavy (3), jet (1), kit (14), level (14), lift (5), link (10), low cost (5), move (1), news (14), online (12, 13), outlet (14), pack (12), personal shopper (13), planning (10), post (10), power (1), relax (1), set (14), spa (1), shape (1), shorts (12), slogan (5), software (10), staff (12), stress (1, 6), tips (12), turtablism (6), web (4, 12), wellness (1, 12, 14), wifi (1).

Se trata de uno de los apartados con más casos (23.71%) y, además, cabe destacar que la función pragmática expresiva está presente en casi todos aquellos que buscan transmitir connotaciones positivas, agradables y de prestigio en relación con los siguientes ámbitos:

- Belleza, salud y mejora de la condición física (9): *beauty, endurance, health, move, personal shopper, planning, power, shape, tips*
- Bienestar y relajación (11): *antistress, balance, fun, jet, relax, spa, stress, wellness*
- Informática y nuevas tecnologías (12): *app, email, gadget, link, online, post, software, web, wifi*
- Ofertas y ahorro (5): *card, consulting, low cost, outlet, pack*
- Música (4): *Dj, DJing, heavy, turtablism*
- Otros (9): *awareness, kit, level, lift, news, set, shorts, slogan, staff*

En contenidos diseñados con estrategias de marketing, como las fuentes que hemos estudiado, no es de extrañar que sean la belleza

física y el bienestar (20), y la informática y las nuevas tecnologías (12), muy presentes en las vidas de gran parte de los usuarios de estos establecimientos, los campos con mayor número de anglicismos, cuyo uso responde claramente a una función pragmática de prestigio, pues todos cuentan con equivalentes españoles que se prefiere evitar. También se decantan por este tipo de anglicismos (18) para exponer otros aspectos tratados con frecuencia en estas fuentes, como el coste de las actividades ofertadas, la música (muy cercana a la práctica deportiva en estos centros) y el nivel de preparación de sus monitores. En definitiva, los datos indican que, en este ámbito, se recurre al inglés no solo en lo que respecta al léxico deportivo, sino también, de forma notable, al vocabulario común por los motivos señalados.

## 2. *Anglicismos híbridos*

A este grupo corresponden los siguientes casos:

accesorios power (14), ciclo abs (11), ciclo indoor (1, 7, 8, 11, 13), cyclo indoor (5), ciclo-indoor (5), cicloindoor (5), ciclismo indoor (4), circuito balance (1), circuito move (1), circuito shape (1), clases express (7), gimnasio express (12), kit de recuperación (14), perfil shape (1), planes PT (12), power natación (1), powershield plataforma (14), privados kids (1), programa antiaging (14), programa on-ramp (3), PT Mejora (11), PT Programas (11), PT Readaptación (11), sala balance (1), sala de fitness (1, 5), sala fun (1), sala shape (1), semiprivados kids (1), sesión de coach (5), taller de running (11), Tatán Anti-Stress (5), terapia antiaging (14), test de salud (5), trabajo (del) core (1), zona chill-out (7), zona core (1), zona fitness (1), zona spa (1).

De nuevo, nos encontramos con usos lingüísticos que obedecen a estrategias de marketing. En este grupo de anglicismos, muy numeroso (43), un elemento está en español (generalmente el primero) y el otro en inglés, con lo cual se busca otorgar prestigio al concepto

al que se refieren. La elevada cantidad de casos recopilados muestra que se trata de una pauta lexicogenésica muy empleada en este sector:

- Programas de entrenamiento o actividades (29): destacan los formados con *ciclo*<sup>24</sup> (10), y *circuito* (3), entre otros
- Nombres de salas: 8 (*sala balance*, *sala fun*, etc.)
- Aparatos, pruebas y material deportivo: 4 (p. ej., *accesorios power*)
- Otros: 2, *perfil shape* (define un tipo de usuario de gimnasio), *gimnasio express* (único caso de anglicismo con función humorística detectado en el corpus, referido a la flexibilidad del horario)

Llama la atención que, para los entrenamientos y actividades, los híbridos sean un recurso tan socorrido en este ámbito, quizá por lo llamativas y curiosas que resultan estas formas léxicas en español y debido también a la evidente función de prestigio lingüístico, tan presente siempre en este campo. Además del caso de función expresiva humorística ya comentada, también observamos la función eufemística en otro de estos híbridos (*programa antiaging*), pues el vocabulario relacionado con el proceso de envejecer o mostrar una mala apariencia física puede considerarse tabú en estos centros.

### 3. Pseudoanglicismos

Hemos recopilado doce:

aquagym (1, 13), agua gym (7), acua gym (7), aquarelax (1), aquastretching<sup>25</sup> (1), acquaball (7), cyclo (2), fisiotraining (14), tataning (5), tatanclass (5), totalabd (9).

En el caso de *aquagym* y sus variantes (los intentos insólitos de naturalización *agua gym* y *acua gym*), no hemos podido cons-

<sup>24</sup> Obsérvese que el híbrido más utilizado y extendido (*ciclo indoor*, sinónimo de *spinning*) presenta una marcada inestabilidad gráfica o uso vacilante: *ciclo indoor*, *ciclo-indoor*, *cyclo indoor*, *cicloindoor*, *ciclismo indoor*.

<sup>25</sup> Nótese la alteración gráfica de *stretching*.

tatar la supuesta etimología inglesa de estas lexías, utilizadas mucho más en países como España e Italia que en los anglófonos, donde el término que prevalece parece ser *water gym*. Tanto *aquagym* como los compuestos derivados por analogía *aquarelax* y *aquastretching* se han acuñado sobre la base latina *aqua* y anglicismos como *gym*, *relax* y *stretching* que, como hemos constatado en los apartados anteriores, desempeñan una función pragmática de prestigio lingüístico. En definitiva, con estos falsos anglicismos se quiere reforzar la idea de que se trata de actividades de origen extranjero y, con ello, parecen darse ya por garantizados la conveniencia y el éxito de la actividad. Al mismo fin, responden ciertos usos —que pueden resultar extraños para quienes sepan inglés— como *cyclo* (con hipercaracterización ortográfica), *fisiotraining* (prefijo de base latina unido a una forma inglesa) y *totalabd* (compuesto formado por el adjetivo *total*, que goza de mucha popularidad en este sector para indicar que una actividad es muy fuerte o completa, y la forma abreviada de *abdominales*).

También resulta llamativa la forma *acquaball*, un tipo de pelota de uso deportivo denominada *water ball* en inglés. Por último, llaman la atención los dos pseudoanglicismos creados por el Gimnasio Tatán, en los que se juega con el nombre del propio gimnasio para referirse a una actividad exclusiva de ese centro (*tatanclass*) o el simple hecho de disfrutar de sus instalaciones (*tataning*)<sup>26</sup> con el fin evidente de aumentar su prestigio o calidad (Kotříková 2008: 28).

#### 4. Anglicismos asimilados o españolizados

El hecho de que solo aparezcan dos casos en todo el corpus (*crossfitero* (3), naturalización parcial de *crossfitter*; y *pádel* (1), naturalización total de *paddle*) es una prueba contundente del

---

<sup>26</sup> Recordemos que algunos autores, como Congost, han señalado que, desde hace años, goza de gran éxito en español la creación de pseudoanglicismos acabados en *-ing*, por analogía a formas llegadas a esta lengua a través del francés como *footing*: *puenting*, *edredoning*, etc. Según Congost, “los vocablos terminados en *-ing* están a la orden del día y se imponen en la sociedad actual como signo de progresismo y modernidad” (1994: 45).

escaso interés que existe en este sector por adaptar la terminología inglesa, lo que contrasta con la tendencia creciente de la lengua española, descrita por algunos especialistas, “a proporcionar o consagrar un término sustitutivo, a modo de reacción frente al anglicismo” (Rodríguez González 2012: 329). Como hemos comprobado, el marketing y el afán de conferir prestigio comercial llevan a los responsables de estos centros más bien a lo contrario, es decir, a intentar ofrecer las actividades y eventos organizados utilizando el mayor número posible de términos en inglés, recurriendo a los pseudoanglicismos o falsos anglicismos si es necesario como se demuestra en el apartado anterior. Además, a esto hay que sumar que, en dichos locales, el uso de esta terminología en inglés tiene lugar, sobre todo, en folletos informativos más bien cortos y concisos y en escuetos paneles horarios, puesto que suele existir rechazo en estos medios, por sus fines y características, a los textos largos redactados. Por lo tanto, a diferencia de lo que ocurre en otras esferas deportivas (Rodríguez González 2012: 334), estos usos no están sujetos a condicionamientos de tipo textual, por ejemplo, variación estilística con equivalentes en español, aspecto que repercute, sin duda, en la escasa presencia de formas naturalizadas o en proceso de asimilación.

Por último, también ha contribuido a ello la relativa novedad de estas denominaciones deportivas frente a otras de deportes ya consagrados en España desde el siglo XX y el hecho de que no se trate de modalidades tan populares y extendidas entre hablantes de todas las edades y sociolectos. Como resultado de todos estos condicionantes, no es de extrañar, en consecuencia, que apenas se haya detectado casos en este grupo, lo que confirma la pauta generalizada a favor del empleo del inglés en estas fuentes.

### 3. Conclusiones

En general, las cifras estadísticas y el total de datos y casos analizados indican una clara preferencia, en este sector, por el uso de anglicismos puros, sin ningún tipo de adaptación, y el rechazo a la

naturalización o asimilación de estos a la morfología española, lo que confirma la primera y la tercera hipótesis. El número de anglicismos utilizados en las actividades deportivas de los gimnasios es elevado debido, en parte, al carácter internacional de la mayoría de las modalidades de entrenamiento y ejercicios, diseñados por empresas multinacionales del sector. En este sentido, los términos recogidos están muy relacionados con el tipo de entrenamiento propuesto y son, en general, bastante expresivos y evocadores tanto de la buena forma física como mental (*balance, wellness, fit, endurance, fitness, training, tonic*). Entre los anglicismos que no pertenecen a los nombres patentados, los más frecuentes resultaron ser *fitness, step, spinning, training, cycling* y *aerobic*, que, debido al prestigio lingüístico del inglés y a diversas funciones pragmáticas expresivas, se resisten a la naturalización, por lo que se cumple también la segunda hipótesis planteada.

Con respecto al material deportivo, en general, solo se recurre a los anglicismos puros cuando el concepto no cuenta con equivalente en español, así que parece ser la única área temática de este ámbito que se aleja un poco de la receptividad generalizada hacia el inglés. No ocurre lo mismo con el léxico deportivo y común, donde los anglicismos desempeñan una función pragmática expresiva evidente. Así, prácticamente todos ellos buscan transmitir connotaciones positivas, agradables y de prestigio en relación con aspectos muy importantes para los usuarios de este sector como la belleza o la imagen (*beauty, personal shopper*), y el bienestar y la relajación (*fun, relax, spa*), en la línea de lo que Gómez Capuz denomina “el atractivo del lexema exógeno” (1997a: 668), lo que confirma de nuevo la hipótesis segunda.

Por otro lado, también se observa que la creación de híbridos en los que un término en inglés se pospone a otro en español es una pauta lexicogenésica muy empleada (*perfil shape, sala balance*) e incluso también se recurre con cierta asiduidad a la propia invención o acuñación de falsos anglicismos (*tataning, tatanclass*), si bien estas dos tendencias se producen en un grado de frecuencia mucho menor que la adopción de los anglicismos puros. Todos estos fenómenos

prueban la importancia que posee la lengua inglesa en el lenguaje propio de estos centros deportivos como ha quedado ampliamente demostrado en el presente trabajo.

Por último, apenas se detecta casos de formas asimiladas o en proceso de españolización (*crossfitero*, *pádel*), datos que avalan también la tercera hipótesis, por las causas ya señaladas y, además, porque los hablantes que acuden a estos establecimientos suelen estar familiarizados con el inglés (Rodríguez González 2007: 1) y lo utilizan con relativa facilidad en su discurso, hecho que favorece aún más que los anglicismos puros se introduzcan fácilmente en la terminología de estos centros y permanezcan inalterados. Como afirma Rodríguez González en relación con la terminología deportiva, estos nombres “una vez puestos en circulación, resultan difíciles de erradicar pues los hablantes, sobre todo los que los practican, se aferran a la denominación inglesa” (2012: 318). Desde estos lenguajes especializados, suelen dar el salto a los medios de comunicación, a la publicidad y, en definitiva, al resto de los hablantes, aunque su grado de presencia y arraigo en el repertorio léxico de estos aún no se ha estudiado. Esperamos que, en un futuro próximo, nuevos trabajos de investigación sociolingüística aporten más luz en este campo interesante y novedoso, aunque hasta el momento casi inexplorado.

## Referencias bibliográficas

- ALFARO, Ricardo J.  
1948 “El anglicismo en el español contemporáneo”. *Thesaurus. Boletín del Instituto Caro Cuervo*. 4, 102-128.
- ALONSO PASCUAL, José  
1996 *Anglicismos deportivos: uso y abuso en la información española*. Valladolid: Consejería de Educación y Cultura.
- CASTAÑÓN RODRÍGUEZ, Jesús  
1992 “Anglicismos de fútbol en el periodismo deportivo español”. *Notas y estudios filológicos*. 7, 128-147.

CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS

s/a 2010 *Encuesta de hábitos deportivos en España*. Consultado: 20 de febrero de 2013. <<http://planamasd.es/sites/default/files/recursos/dossier-avance-encuesta-habitos-deportivos.pdf>>.

CONGOST, Nereida

1994 *Problemas de la traducción técnica*. Alicante: Universidad de Alicante.

ENGLAND, John y José Luis CARAMÉS LAGE

1978 “El uso y abuso de anglicismos en la prensa española de hoy”. *Arbor*. 100, 77-89.

ESTRANY, Manuel

1970 “Calcos sintácticos del inglés”. *Filología Moderna*. 38, 199-203.

FERNÁNDEZ GARCÍA, Antonio

1971 “*Sport* y deporte: compuestos y derivados”. *Filología Moderna*. 40-41, 93-110.

GARCÍA MORALES, Goretti

2009 “Análisis de los anglicismos léxicos del lenguaje cinematográfico registrados en muestras escritas entre 2002 y 2006”. Tesis doctoral. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

GIMENO, Francisco y M. Victoria GIMENO

1991 “El estado de la cuestión sobre el anglicismo léxico”. En *Actas del III Congreso Internacional del español de América*. Ed., César Fernández Alonso. Valladolid: Universidad de Valladolid, 741-749.

GÓMEZ CAPUZ, Juan

1997<sup>a</sup> “Anglicismos en español actual: su estudio en el registro coloquial”. Tesis doctoral. València: Universitat de València.

1997<sup>b</sup> “La madurez del anglicismo en español actual: el ejemplo de la lengua juvenil”. En *Actas del V Encuentro de la Asociación de Jóvenes Lingüistas*. Eds., Rocío Lineros et al. Murcia: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia, 29-39.

1998 *El préstamo lingüístico: conceptos, problemas y métodos*. València: Universitat de València.

2001 *Anglicismos léxicos en el español coloquial: análisis semántico de los anglicismos y sus equivalentes españoles en un corpus*

*de lengua hablada*. Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.

GONZÁLEZ CRUZ, Isabel, María Jesús RODRÍGUEZ MEDINA y María Jesús DÉNIZ SANTANA

2009 *Anglicismos en el habla juvenil de Las Palmas de Gran Canaria*. Madrid: La Factoría de Ediciones.

GÖRLACH, Manfred (ed.)

2001 *A Dictionary of European Anglicisms: a Usage Dictionary on Anglicisms in Selected European Languages*. Oxford: Oxford University Press.

2002a *English in Europe*. Oxford: Oxford University Press.

2002b *An Annotated Bibliography of European Anglicisms*. Oxford: Oxford University Press.

KLEIN-ANDREU, Flora

1980 “La cuestión del anglicismo: apriorismo y métodos”. *Boletín de la Academia puertorriqueña de la lengua española*. 8, 2, 58-71.

KOTRÍKOVÁ, Barbora

2008 “Anglicismos en el deporte”. Tesis doctoral. Brno: Masaryk University.

LAPESA, Rafael

1963 “La lengua desde hace cuarenta años”. *Revista de Occidente*. 8-9, 193-208.

1966 “Kahlahtayood, Madariaga ha puesto el dedo en la llaga”. *Revista de Occidente*. 36, 373-380.

LÓPEZ MORALES, Humberto

1987 “Anglicismos en Puerto Rico: En busca de los índices de permeabilización del diasistema. Diseño de investigación”. En *Dialectología y sociolingüística. Temas puertorriqueños*. Ed., Humberto López Morales. Madrid: Playor, 101-106.

LORENZO, Emilio

1971 [1955] “El anglicismo en la España de hoy”. *El español de hoy, lengua en evolución*. Madrid: Gredos, 70-93.

1987 “Anglicismos en la prensa”. En *Actas de la I Reunión de Academias de la Lengua Española sobre el Lenguaje y los Medios de Comunicación*. Madrid: Real Academia Española, 71-79.

- 1996 *Anglicismos hispánicos*. Madrid: Gredos.
- LUNA TRAILL, Elizabeth  
 1998-1999 “Anglicismos deportivos en el léxico culto de once ciudades hispánicas”. *Boletín de Filología de la ciudad de Chile*. 37, 693-711.
- MADARIAGA, Salvador de  
 1962 “El español, colonia lingüística del inglés”. *Cuadernos del Congreso por la libertad de la cultura*. 59, 45-49.  
 1966 “¿Vamos a Kahlahtahyood?”. *Revista de Occidente*. 36, 365-373.
- MARCOS PÉREZ, Pedro Jesús  
 1971 *Los anglicismos en el ámbito periodístico: algunos de los problemas que plantean*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- MEDINA LÓPEZ, Javier  
 1991 “Los anglicismos: a propósito de los rótulos publicitarios”. *Lexis*. 15, 1, 119-128.  
 1996 *El anglicismo en el español actual*. Madrid: Arco Libros.
- NOMDEDEU RULL, Antoni y Melva J. MÁRQUEZ ROJAS  
 2001 “Los anglicismos en la terminología del fútbol: motivaciones y consecuencias lingüísticas”. En *Perspectivas recientes sobre el discurso*. Eds., Ana I. Moreno y Vera Colwell. León: Universidad de León, 174-187.
- PIRULLI, Marina  
 2004 “La influencia de la lengua inglesa en el español contemporáneo”. Tesis Doctoral. Bari: Università degli Studi di Bari.
- PRATT, Chris  
 1980 *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Madrid: Gredos.
- QUILIS, Antonio  
 1984 “Anglicismos en el español de Madrid”. En *Satura grammatica in honorem Francisco Rodríguez Adrados*. Vol. I. Ed., Alberto Bernabé Pajares. Madrid: Gredos, 413-423.
- RIQUELME, Jesucristo  
 1998 *Los angli(ci)smos: anglistmos y anglicismos, huéspedes de la lengua*. Alicante: Editorial Aguaclara.

- RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, Félix  
 1996 “Functions of Anglicisms in Contemporary Spanish”. *Cahiers de lexicologie*. 68, 1, 107-128.
- 2007 *Variaciones en el uso de anglicismos deportivos*. Madrid: Fundéu.
- 2012 “Anglicismos en el mundo del deporte: variación lingüística y sociolingüística”. *Boletín de la Real Academia Española*. 92, 306, 317-341.
- RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, Félix y Antonio LILLO BUADES  
 1997 *Nuevo diccionario de anglicismos*. Madrid: Gredos.
- RODRÍGUEZ MEDINA, María Jesús  
 2000a “Los anglicismos de frecuencia sintácticos en los manuales de informática traducidos”. Tesis doctoral. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- 2000b “El anglicismo en español: revisión crítica del estado de la cuestión”. *Philologia Hispalensis*. 14, 99-112.
- 2003 “La presencia del inglés en España: antecedentes y panorama actual”. *Analecta Malacitana*. 13, 50-85.
- RODRÍGUEZ SEGURA, Delia  
 1999 *Panorama del anglicismo en español*. Almería: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Almería.
- SAN VICENTE, Félix (ed.)  
 2002 *L'inglese e le altre lingue europee. Studie sull'interferenza linguistica*. Bolonia: Clueb.
- SMITH, Colin  
 1989 “The Anglicism: No Longer a Problem for Spanish”. En *Actas del XIII Congreso de AEDEAN*. [s/ed.] Tarragona: Universidad de Tarragona, 119-136.
- STONE, Howard  
 1957 “Los anglicismos en España y su papel en la lengua oral”. *Revista de filología española*. 41, 141-160.
- VAREY, Gabriela  
 2008 “An Investigation into the Use of English in Marketing Communications in Spain”. Tesina. Oxford: Oxford Brookes University.

## Anexo

### Relación de gimnasios estudiados:

1. Club Deportivo La Cornisa
2. Stylo Gym
3. Crossfit Canarias
4. Zenith Fitness Center
5. Gimnasio Tatán
6. Gimnasio Las Palmas
7. Good Look Gym
8. Gimnasio Silhouette
9. Gimnasio Lagoa
10. Vico Gym
11. Centro Deportivo Oasis Center
12. Energy Center
13. Training Room
14. Zero Espacio Pilates
15. Athletic Gym