

RAFAEL VILLEGAS
Presidente Asopral

Más centros para el carné de conducir

La Asociación de autoescuelas defiende la necesidad de que Tráfico autorice un centro en el Poniente para poder obtener el carné de conducir.



MARGA GARCÍA
Layout artist

De Almería a los Goya con Planet 51

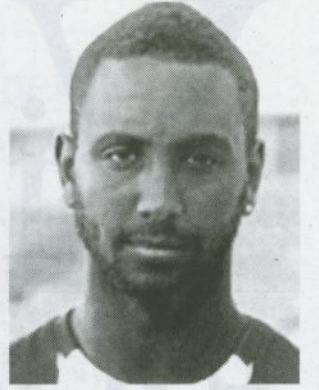
Esta joven almeriense ha trabajado en el departamento de previsualización 3D de la película 'Planet 51', un film español de animación que opta a dos premios Goya.



HENOK GOITOM
Jugador del Almería

Un primer gol que vale un punto

Este delantero centro, casi inédito en esta temporada, resolvió el partido cuando en el minuto 60 marcó el gol del empate. Es su primer tanto en el Almería.



EL ESPAÑOL QUE HABLAMOS

Lenguaje y cortesía (II)

El autor da fórmulas de hablar que mejoran la relación con el interlocutor

Decíamos en nuestra anterior columna que la cortesía resulta siempre eficaz, pues las mismas ideas si van envueltas en un discurso cortés serán juzgadas de manera más positiva por los oyentes. Afirmábamos que dicha cortesía lingüística se podía mejorar con el seguimiento de algunas máximas, de las cuales ya nos ocupamos de dos: la *máxima de tacto* y la *máxima de generosidad*, si bien, también como entonces dijimos, había cuatro más.

La tercera será la llamada *máxima de aprobación*, mediante la cual los interlocutores deben mostrarse generosos con los juicios emitidos por las otras personas; hemos de maximizar nuestra estima de manera que antes de oponernos a lo dicho, si es que hemos de oponernos, conviene considerar las razones del otro; se puede hacer con fórmulas como "sé que tienes tus razones para ver las cosas de esta forma, de todos modos, mi punto de vista es otro"; descortesés será por tanto preámbulos como: "es poco inteligente pensar eso ... porque ...".

Siempre conviene en todos los órdenes de la vida, y la conversación no ha de ser una excepción, minimizar la valoración de uno mismo a la par que maximizar la de la otra persona; por ello, la cortesía lingüística, en esta máxima, sugiere la consideración de los valores de tu interlocutor, de su capacidad y de la importancia de sus conocimientos; en este punto, la cortesía nos podría llevar a inicios de turno del tipo: "tú eso lo conoces bien, eres un experto, pero, a ver, ¿no podría ser que ...?". Es la llamada *máxima de modestia*. Descortesés, sin embargo, serán inicios de este otro tipo: "es que no tienes ni idea ... porque ...".

La *máxima de acuerdo*, que es la quinta, nos invita a destacar, a maximizar lo que puede haber en común con la opinión de nuestro interlocutor, a la par que minimizar lo que hay de desacuerdo; tal actitud hará sentir bien a la otra persona a la par que el juicio que emitimos será mejor considerado; se trataría de iniciar nuestro turno con un acto cortés del tipo: "Estoy de acuerdo

El artículo del día



LUIS CORTÉS
CATEDRÁTICO LENGUA ESPAÑOLA

No olvidemos que preservar la imagen de nuestros interlocutores contribuye a la conservación de la nuestra

con algunas de las cosas que has dicho, pero no olvidemos que...". Todo lo contrario, y por ello exponente de descortesía, sería: "Es inaceptable todo lo que dices, es más ...". Finalmente, como sexta y última, está la *máxima de simpatía*, mediante la cual la cortesía se podrá mostrar mitigando la antipatía e intentando potenciar lo que pueda haber de empatía con la otra persona; se podrá expresar con formas que manifiesten proximidad, simpatía por el interlocutor, expuestas con tono amable: "¡Hombre! ¡No me digas eso que me estás liando un poquito". Descortés será afirmar algo así como "Tú lo único que haces es liar a la gente ...".

Con ser importantes las máximas para guardar la cortesía y hacer nuestra conver-

sación más entrañable, no son las únicas herramientas. También hemos de saber respetar los turnos y no tener la costumbre de interrumpir a nuestro interlocutor; hemos de evitar un vocabulario en que aparezcan términos con connotaciones negativas y, por ende, desprestigiados socialmente; descortés resultará también el empleo de un lenguaje soez; habrá que adecuar los efectos discursivos de nuestro lenguaje -humor, ironía, etc.- a la situación propia del discurso, etc. Todo ello resulta igualmente interesante a la hora de clasificar como lingüísticamente (des)cortés a una persona. Ni más ni menos.

Quienes conocen muy bien todo lo dicho anteriormente son los publicitarios, que hacen de la cortesía un recurso de persuasión para conseguir que sus mensajes sean más eficaces; lo harán buscando que los posibles compradores se sientan cómodos, y de esa manera favorecer su atención y disposición hacia el producto. Por ejemplo, son cada vez más los creadores que, ateniéndose al concepto de la imagen negativa, prefieren sugerir en lugar de proponer o instruir; a modo de ejemplo: para anunciar el nuevo monovolumen Peugeot 5008, se limitan a este breve texto "Felicidad para todos"; no hay imposición alguna; se trata de preservar el territorio del posible consumidor sin que este reciba coerciones por parte de los anunciantes; igual ocurre en aquellas ocasiones en que el producto se presenta como solución a un problema; se trata de que el interlocutor se sienta feliz por el descubrimiento de tan ideal solución; así, parece ser, aunque muchos no lo sabíamos, que el cabello precisa cinco 'acciones': hidratación, fuerza, suavidad, brillo sano y puntas reparadas; pues bien, todo afortunado que esté leyendo el periódico o una revista se encuentra con la feliz noticia de que ese producto existe; se trata de un champú que se llama Elvive y que es de la firma L'oréal. ¡Menudo día para el afortunado lector!

No olvidemos que preservar la imagen de nuestros interlocutores contribuye a la conservación de la nuestra. Es lo mejor, lo más acertado y lo más eficaz. Ah, y repito, con el mismo esfuerzo.

EL CALEIDOSCOPIO

FAUSTO ROMERO-MIURA GIMÉNEZ

ABOGADO



La encuesta

Dos encuestas, realizadas por organismos oficiales, señalan que, de celebrarse hoy Elecciones, las ganaría el Partido Popular: las Generales y las autonómicas andaluzas.

Una encuesta es la fotografía congelada o el termómetro del momento en que se ha hecho: hoy, el enfermo tiene tanta fiebre pero mañana puede subirle o bajarle. Cuando faltan dos años para las elecciones, no cabe proyectar los datos actuales a la lejana jornada electoral. Pero, con esa salvedad, las encuestas revelan una tendencia: si -en el ejemplo de las fotografías- las juntamos en un álbum ideal y contemplamos su secuencia es indudable que pueden servir de base para efectuar pronósticos. Salvo hecatombes imprevisibles.

La más interesante es la que se refiere a la intención de voto en Andalucía que, por primera vez, da la mayoría al PP. Yo, no me quedaría en eso ni en que, desde las últimas elecciones, el PSOE haya bajado 7 puntos y el PP subido 5, pese a ser un vuelco espectacular. Ni me detendría en que los andaluces contemplen el paro como su principal y más dramático problema (89%). Hay dos datos que me llaman más la atención. El primero, el escaso conocimiento que tienen los andaluces sobre quien es el Presidente de la Junta: sólo el 28,7 sabe que es José Antonio Griñán. ¡Que un pueblo no sepa quién es su Presidente...! ¿Se lo apuntamos al Presidente o a los ciudadanos?

Y el segundo dato creo que apunta a la resignación, a un cierto fatalismo: pese a que el 61,7 desea un cambio de gobierno -el 43,2 prefiere que gane el PP frente al 41,6 el PSOE- el 52,1 considera inevitable que el PSOE repita.

Me suena a régimen.

la Voz de Almería

PRESIDENTE: José Luis Martínez.
CONSEJERO DELEGADO: Juan Fernández-Aguilar.
DIRECTOR: Pedro M. de la Cruz.
SUBDIRECTORA: Antonia Sánchez Villanueva.

REDACTORES JEFES: Antonio Fernández Camacho, Antonio Fernández Compán, Manuel León y Leopoldo Nemesio.

JEFES DE SECCIÓN: Evaristo Martínez (Vivir), Eva de la Torre (Ciudades y Fin de Semana) y Eduardo del Pino.

COORDINADOR DE ESPECIALES: Miguel Arranz.
Novotécnica, S.A.

DIRECTOR TÉCNICO: Manuel Gázquez. **DIRECTOR DE EXPANSIÓN Y DELEGADO EN EL EJIDO:** Diego Martínez Masegosa. **DIRECTORA FINANCIERA Y DE CONTROL DE GESTIÓN:** Gemma Salinas. **DIRECTOR DE MARKETING:** Juan Felipe Navarro. **REDACCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y TALLERES:** Avenida del Mediterráneo, 159 - 1ª planta. 04007 Almería - Teléfono 950 18 18 18. Fax: 950 25 64 58. **DELEGACIÓN EN EL EJIDO:** Plaza Zenete, 11 - EL EJIDO. Teléfono 950 57 30 73. Fax 950 48 62 12.

PUBLICIDAD: CM-2000.
DIRECTORA: María José Iglesias.
Teléfono: 950 28 20 00 Fax: 950 28 20 01.
IMPRESIÓN: Servicios de Impresión de Levante, S.A. **DISTRIBUCIÓN:** Distribuidora Almeriense, S.L.
DEPOSITO LEGAL: AL 2-52.
ISSN: 1576-5296. Difusión controlada por OJD.