

JUANE. VARGAS
Pte. Costa de Almería S. L.

La primera en V gama

La empresa roquera Costa de Almería será la primera alhóndiga que cuente con una fábrica de V gama, una de las opciones de futuro del sector hostifrutícola.



ISABEL DE JUAN
Gerente de Ashal

No a ampliar la Ley Antitabaco

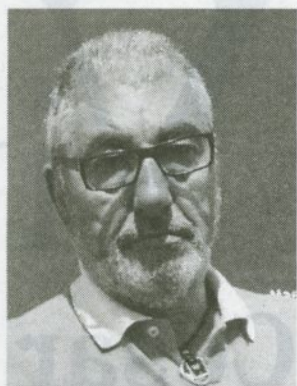
La responsable de Ashal dice que la actual Ley Antitabaco está bien como está y que una reforma causará cuantiosas pérdidas en el sector de la hostelería.



CÉSAR LUCAS
Fotógrafo

Del Che a Marisol en el CAF

Desde hoy, en el Centro Andaluz de Fotografía se puede disfrutar de una exposición que recorre la trayectoria de uno de los fotógrafos más importantes de España.



EL ESPAÑOL QUE HABLAMOS

Sobre frases hechas y refranes (y III)

Con la anterior columna sobre frases hechas y refranes iba a dar por zanjada la cuestión. En el momento en que la concluía los vallisoletanos aguardaban con paciencia que abrieran las puertas de su Ayuntamiento, donde estaba instalada la capilla ardiente, para despedir a Miguel Delibes. Y esto fue lo que me hizo volver al tema, porque ningún novelista contemporáneo ha sabido recrear el habla de sus gentes, rurales y no rurales, como lo hizo el autor de Cinco horas con Mario. Uno de los mecanismos empleados para esa recreación coloquial del lenguaje fue la utilización por parte de sus personajes literarios, generalmente de edad avanzada, de más de mil frases hechas y refranes: "Si hay algo que me hace perder los estribos (Cinco horas con Mario)"; "Cada hora tiene su afán" (Cinco horas con Mario); "Se lo dije a la parienta, pero ella se subió a la parra" (Diario de un jubilado); "Después de Todos los Santos, siembra trigo y coge cardos" (Las ratas); "Recogemos lo que sembramos" (Un mundo que agoniza), etc. etc. Por eso, no nos ha extrañado el reciente anuncio de la celebración de unas Jornadas con el título de "Fraseología y Paremiología en la obra de Miguel Delibes", que se celebrarán en la Universidad Complutense de Madrid, del 9 al 11 de febrero de 2011.

La relación literatura/refranero ha sido dispar, dependiente siempre de movimientos y autores. Entre las obras pioneras y más significativas que los acogieron en sus páginas hasta el Siglo de Oro, cabe citar el Libro de Buen Amor (s. XIV) o el Corbacho y la Celestina (s. XV); en todas ellas, adquirieron un importante protagonismo, cuando se quería imitar la lengua popular, en boca de gente baja, de criados o de las viejas alcahuetas. Si bien, será a partir del siglo siguiente, siglo XVI, cuando van a empezar a proliferar en la prosa narrativa, sobre todo con la aparición de la novela picaresca, en cuyas páginas [Lazarillo de Tormes, Guzmán de Alfarache, el Buscón, Pícaro Justina, La hija de la Celestina, La vida y hechos de Estebanillo González; El diablo cojuelo etc.] se acoge con gusto su presencia. Y es esta

El artículo del día



LUIS CORTÉS
CATEDRÁTICO LENGUA ESPAÑOLA

Por la trascendencia de la obra, es el Quijote el libro en el que los refranes alcanzan un especial protagonismo

presencia la que más ha influido para que dichas novelas unan al calificativo de realistas - porque el ambiente en que se desarrollan es por lo regular el universo de los pícaros, ganapanes y ladrones, mendigos y prostitutas, fregonas y celestinas - el de populares, pues los refranes son, entre otros, mecanismos que ayudan a encontrar esa forma de hablar popular, vulgar. No obstante, por la trascendencia de la obra, es el Quijote el libro en el que los refranes alcanzarán un especial protagonismo; por dos motivos: por su frecuencia (más de cien) y por los juicios que sobre su uso emite el caballero, para quien "no hay refrán que no sea verdadero, porque todos son sentencias sacadas de la misma experiencia, madre de las cien-

cias todas". En varios capítulos de la primera parte (XXI, XXV, XXXIX) y de la segunda (XLIII, LXVII, LXXI) se dan opiniones sobre su concepto y la oportunidad o no de su uso. De ellos, entre otras cosas, se dice que "son sentencias breves, sacadas de la experiencia y de la especulación de nuestros antiguos sabios (cap. LXVII, 2ª parte); si bien; su empleo ha de ser procedente: "el refrán que no viene a propósito, antes es disparate que sentencia (cap. LXVII, 2ª parte) porque "cargar y ensartar refranes a troche y moche, hace la plática desmayada y baja" (cap. XLIII, 2º parte). Nosotros solo nos vamos a fijar en un pasaje en el que se resume todo lo dicho a lo largo de la obra (LXVII, 2ª parte): Don Quijote aconseja a Sancho sobre el uso que se ha de hacer de ellos y los define como sentencias breves, sacadas de la experiencia y especulación de nuestros antiguos sabios: *No más refranes, Sancho -dijo Don Quijote-, pues cualquiera de los que has dicho basta para dar a entender tu pensamiento, y muchas veces te he aconsejado que no seas tan pródigo de refranes, y que te vayas a la mano en decirlos, pero paréceme que es predicar en desierto. Paréceme -respondió Sancho- que vuesa merced es como lo que dicen "dijo la sartén a la caldera: quitate allá ojinegra". Estame reprehendiendo que no diga yo refranes, y ensártalos vuesa merced de dos en dos. Mira, Sancho -respondió Don Quijote-; yo traigo los refranes a propósito, y vienen cuando los digo como anillo al dedo; pero tráelos tan por los cabellos que los arrastras y no los guías; y si no me acuerdo mal, otra vez te he dicho que los refranes son sentencias breves, sacadas de la experiencia y especulación de nuestros antiguos sabios, y el refrán que no viene a propósito antes es disparate que sentencia. Sigamos el consejo de Don Quijote y utilicemos nuestras frases hechas y refranes cuando vengan como anillo al dedo. Por desgracia, hoy, los jóvenes no sólo no los utilizan, sino que los desconocen. Lo sentimos por ellos.*

EL CALEIDOSCOPIO

FAUSTO ROMERO-MIURA GIMÉNEZ
ABOGADO



Llaneza, muchacho

Dicen que está feo autocitarse. No lo comparto: esta columna es -pretendo que sea- una tertulia de papel, y los amigos hablan de todo: del pasado, del presente y del futuro. Y viene esto a cuento porque el año pasado, acabada la Feria Taurina escribí yo de "la actitud de un torero que no sabe serlo -creía que sólo en la Plaza- y, por consiguiente, menos, aún, estar en ésta: Daniel Luque, una promesa que puede quedar en eso a poco que no se enmiende". Explicaba su intolerable falta de respeto a dos Maestros, José Tomás y Ruiz Manuel, y añadía: "y peor aún en un principiante: perder una ocasión maravillosa de aprender... y de ver su Arte, si es que le interesa algo la Tauromaquia... No me consta que fuese apercebido, siquiera, por su nuevo apoderado, José Luis Maca, la persona más ordinaria que he conocido, por lo que es difícil que pueda enseñarle torería...". Al ineducado -tauridamente, digo ahora- y joven aspirante lo encerró su apoderado, en plan presunta figura consagrada, en Madrid con seis toros y salió a fracaso sonado por faena: para escalar el Everest hay que ser muy bueno y entrenado y padecido mucho antes. Fracaso que se ha repetido, en cada uno de sus muchos toros, en la recién acabada Feria de Sevilla. No soy quien para dar consejos, pero sí les sugeriría -a torero y apoderado- que leyeran El Quijote: el sabio Maese Pedro advierte al joven y orgulloso titiritero: "llaneza, muchacho; no te encumbres, que toda afectación es mala...". Puede incluso dejar de ser promesa a poco que, ambos, no se enmienden: el torero es grandeza, no vanidad, falsedad bien ensayada / estudiado simulacro.

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.

Todos los derechos reservados. En virtud de lo dispuesto en los artículos 8 y 32.1, párrafo segundo, de la Ley de Propiedad Intelectual, quedan expresamente prohibidas la reproducción, la distribución y la comunicación pública, incluida su modalidad de puesta a disposición, de la totalidad o parte de los contenidos de esta publicación, con fines comerciales, en cualquier soporte y por cualquier medio técnico, sin la autorización de Novotécnica S.A., empresa editora del diario "La Voz de Almería". E-mail: propiedadintelectual@gruponovotecnica.es