

ANABEL MATEOS
Responsable del IAJ

Los jóvenes y la emancipación

La mayoría de las consultas que los jóvenes realizan al Instituto Andaluz de la Juventud se refieren a las formas de acceso a la vivienda para alcanzar la emancipación.



ANTONIO J. RODRÍGUEZ
Alcalde de Níjar

Nuevas fórmulas para ahorrar

El Ayuntamiento licita los contratos de la telefonía y los seguros municipales para lograr un ahorro de unos 150.000 euros anuales en gastos corrientes.



ARTURO RUIZ SEGURA
Cineasta

Un corto en clave de comedia

El guionista y director madrileño rueda un corto, financiado por el festival Almería en corto, que refleja lo cómico de los rodajes en la mejor época de Almería.



EL ESPAÑOL QUE HABLAMOS

HERRAMIENTAS PARA EL MEJOR USO DEL ESPAÑOL: DICCIONARIOS DE DUDAS Y LIBROS DE ESTILO (I)

“Poner los puntos sobre las íes” es una expresión que todos usamos con el significado de concretar, determinar, aclarar, etc. La adición del punto sobre la *i* minúscula tiene su origen, según Iribarren, en el siglo XVI. Ya, siglos antes, al adaptarse los caracteres góticos, era fácil que dos *i* se confundieran algunas veces con una *u*, y para evitar tal cosa se empezó a implantar la moda de poner encima unas tildes; con el tiempo, esta novedad se extendió a la *i* sencilla; fue en el siglo XVI cuando tales tildes o virgulillas pasaron a ser puntos sencillos, tal y como hoy las conocemos. Como este cambio, adoptado por algunos copistas, parecía quisquilloso a algunos otros, surgió la locución *poner los puntos sobre las íes*, la cual, en un principio, significaba “ser quisquilloso en cosas de poca importancia”, si bien con el tiempo fue tomando la acepción de hacer algunas matizaciones para aclarar algo que no lo está del todo. En el caso que ahora nos ocupa, se trataría de puntualizar sobre dos tipos de libros, que son parecidos pero no iguales: los *diccionarios de dudas* y los *libros o manuales de estilo*. Ambos son útiles que sirven para mejorar nuestro uso de la lengua.

Es posible que todos hayamos oído hablar del famoso *Diccionario panhispánico de dudas*. Tal vez nos resulten más familiares los *libros o manuales de estilo* de algunos periódicos - El País, ABC, El Mundo, etc. - u otros medios de comunicación - TVE, Canal Sur, etc. -. Diccionarios de dudas y libros o manuales de estilo tienen en común dar respuesta a las inseguridades más frecuentes que nos plantea el empleo tanto oral como escrito de nuestro idioma. Podemos decir que para cualquier persona que tenga interés en hablar y escribir bien, tales libros son herramientas tan necesarias como el fonoscopio lo es para el médico, el teodolito para el topógrafo o el nivel de burbuja para el albañil.

Un diccionario de dudas es un texto informativo en el que se abordan todas las

El artículo del día

LUIS CORTÉS

CATEDRÁTICO LENGUA ESPAÑOLA

Para cualquier persona que tenga interés en hablar y escribir bien, estos dos tipos de libros son herramientas necesarias

cuestiones que tienen que ver con las normas de los distintos niveles del español (*acentuación, puntuación, pronunciación, morfosintaxis, léxico y estilo*) y los atentados frecuentes e indiscriminados que estas sufren en el habla o en la escritura. Su contenido se ofrece siguiendo un orden alfabético, lo que favorece la sencillez de su manejo, especialmente a quien busque resolver con rapidez cualquier duda. Imaginemos que en un momento determinado leemos en un artículo la palabra *marketing*, cuyo empleo nos parece dudoso en cuanto a su corrección; basta con buscar alfabéticamente el vocablo en el *Diccionario panhispánico de dudas*, obra publicada en 2005; en este, la voz inglesa *marketing* nos remite mediante este símbolo → al término *márquetin* en cuya entrada se dice que

es una adaptación gráfica propuesta para la sustitución del anglicismo; posteriormente, se indica que el uso del término adaptado se admite, aunque se recomienda usar con preferencia la voz española *mercadotecnia*. Duda resuelta.

Desde 1961, fecha de su publicación, fue otro diccionario, el *Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española* de Manuel Seco, el utensilio de consulta por excelencia del español moderno; sus diez ediciones y repetidas reimpressiones dan fe de ello; algunas de estas ediciones se revisaron y se pusieron al día; la última, en 1998. En él, por ejemplo, aprendimos que era un anglicismo innecesario y absurdo usar la preposición latina *versus* en lugar de la preposición *contra* o la locución preposicional *frente a*, más correctas; nos sorprendíamos con que fuera impropio utilizar *enervar* con el significado de ‘poner nervioso’, pues su significado era el contrario: ‘debilitar’, ‘relajar’; solo en estos últimos años, dado lo extendido que estaba el error, la Academia introdujo el nuevo y ya difundido significado de ‘ponerse nervioso’. Todas las personas preocupadas por estas cuestiones hemos aprendido y seguimos aprendiendo mucho con las consultas a este diccionario.

Sin embargo, la publicación, en 2005, del *Diccionario panhispánico de dudas*, obra de la Asociación de Academias de la Lengua Española, ha puesto en entredicho algunas consideraciones del clásico diccionario de Manuel Seco. Y es que la lengua cambia como si estuviera tocada por esos encantadores quijotescos que mudaban unos rostros por otros, haciendo de lo hermoso feo y de lo feo hermoso. Ya lo decía Dámaso Alonso: “La lengua es como una cinta que se fuera destrabando por uno de sus extremos (los puntos por donde obsolece) y urdiéndose por el otro (por donde se innova)”. Y por esto, porque se destraba y se urde constantemente, necesitamos de estos libros de ayuda, de los que seguiremos hablando en las siguientes columnas.

EL CALEIDOSCOPIO

FAUSTO ROMERO-MIURA GIMÉNEZ

ABOGADO



El beso

No es el de Edith Shain en Times Square, inmortalizado por Alfred Eisenstaedt el 14 de agosto de 1945 ni el celebrísimo de Klimt ni el triunfal de Casillas/Carbonero... No, no. Tiene mucho menos encanto: es el de María Teresa Fernández de la Vega y Cándido Méndez: que la Vicepresidenta Primera del Gobierno y el Secretario General de la U.G.T. se besen afectuosos y hasta con cómplice sonrisa el día siguiente de una desolada y escuálida huelga general, fracasada y caracterizada por la violencia de los piquetes coaccionadores, es la impúdica escenificación de un *tongo* sin sentido, de una huelga que, precisamente por su fracaso, le va a hacer mucho daño a un gobierno ya derrotado y a unos sindicatos incapaces de adecuarse a la crítica situación de un país y a las demandas de los tiempos. Gil de Biedma les recordaría: “*ya y así, no es el vuestro este tiempo*”.

¡Que hasta los chinos, trabajadores indescansantes, cerrasen el 29-S por miedo a los piquetes -se lo he oído decir a muchos de ellos en TV- es la mayor prueba del fracaso sindical de la huelga como *derecho*!

¿A dónde van hoy unos sindicatos mastodónticos, anclados en la lucha de clases y con unas maneras decimonónicas? ¿Cuánto daño le han causado a un país en crisis, cuánto a los trabajadores coaccionados a perder el salario de un día, cuánto a los negocios dañados por la violencia incontentada de los piquetes *convencitivos*... a estacazos?

Creo que, ante la ciudadanía en general y los trabajadores en particular, se han labrado un descrédito absoluto el gobierno hipócrita y pastelón, y los sindicatos, mudos mientras se disparaba el paro.

¡Ellos sabrán...!

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.