

**ANAMAZÓN**

Dtora. de Proyecto Hombre

**Adicciones entre los más jóvenes**

Cerca de un centenar de jóvenes menores de 20 años son atendidos por Proyecto Hombre, una organización que ve cómo aumenta el número de personas que asiste.



**ANTONIO TORRES**

Alcalde de Berja

**Buenos hábitos con premio**

La Federación Andaluza de Municipios y Provincias ha premiado al Ayuntamiento virgitano por promocionar hábitos saludables entre sus vecinos.



**KIKO MORA**

Investigador

**Devuelve la vida a 'Carmencita'**

Este investigador de Alicante ha reconstruido la biografía de Carmen Dauset, 'Carmencita', la bailaora almeriense que triunfó en Nueva York en el siglo XIX.



EL ESPAÑOL QUE HABLAMOS

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

**H**ace unas semanas Juan Cruz dedicó su columna de El País a señalar lo manida que está en nuestros días la expresión "Como no podía ser de otra manera". Desde entonces, he venido observando su uso en todo tipo de medios (orales, escritos, públicos, privados) y de personas (cultas o incultas; periodistas o políticos; de derechas o de izquierdas). Esta desmesurada utilización hará que, con toda certeza, en las próximas ediciones de los libros de estilo se añada el consejo de evitar su empleo, por ser ya una frase 'desgastada'. Y es que una de las funciones de estos libros es precisamente esa: recomendar unos usos y vedar otros. Igualmente pienso que va a ocurrir con otra práctica tan reciente como la anterior: el empleo del anglicismo *doméstico* con el significado de 'nacional' o 'de la nación' en sintagmas como *\*vuelos domésticos* o *\*liga doméstica* para referirse a los vuelos aéreos entre ciudades españolas o a cualquier competición entre nuestros equipos. El caso citado por el periodista canario es una simple moda; el segundo, además, una desconsideración con nuestra lengua; y ambos, temas de interés en futuras ediciones de los libros de estilo. Como lo serán también las nuevas normas ortográficas, anunciadas días atrás y cuya justificación, en la mayoría de los cambios, está en el intento de crear de una vez por todas una ortografía panhispánica. El español no es solo el que se habla en España; aquí vivimos el diez por ciento de los hablantes.

Pero ¿qué son los libros de estilo? ¿En qué se diferencian de los diccionarios de dudas? En principio, nos basta con decir que tales libros son también obras de ayuda que, encargadas por determinados medios -periódicos, agencias de prensa, cadenas de televisión, etc.-, tienen como objetivo unificar los criterios de sus trabajadores en aquellos asuntos lingüísticos o profesionales en los que quepa imaginar dudas, incorrecciones, ambigüedades, términos desgastados por el uso, etc. Un libro de estilo persigue primordialmente

**El artículo del día**

**LUIS CORTÉS**



CATEDRÁTICO LENGUA ESPAÑOLA

**Conviene evitar expresiones innecesarias que afean nuestra expresión, como *¿vale?, ¿me entiendes, pura y simplemente, etc.***

preservar una forma de escribir, de expresar las ideas, de transmitir conocimientos, más útil, sencilla y ética. Suelen abarcar dos aspectos diferentes: a) una serie de normas (fonéticas, gramaticales, estilísticas) con las que intentar que el mensaje sea más coherente, eficaz y correcto, y b) determinadas consideraciones relativas al "juicio profesional" tanto en lo referente a su práctica como a su deontología. Por lo que respecta al primer aspecto, el de las normas, los temas son muchos y variados: evitar el extranjerismo si existe el término en español; impedir imágenes cursis y tópicas o un léxico pedante; paralizar la rutina en la utilización de determinadas expresiones de relleno, sin

contenido semántico ni sintáctico, como *¿vale?, ¿me entiendes? pura y simplemente, simple y llanamente, etc.* etc. En cuanto al segundo aspecto, el profesional, estos libros tratarán de manera abreviada cuestiones relacionadas con las cláusulas de conducta que debe presidir la actividad periodística: la necesaria objetividad informativa, la ética de los títulos, la tajante separación entre información, opinión y publicidad; el tratamiento de los rumores, la necesidad de oír a las partes en caso de conflicto o de hacer un uso honesto de las fuentes, entre otras.

En el prólogo a la segunda edición del Libro de estilo de ABC (2001), se justifica la conveniencia de estas obras y su función: "Los grandes diarios tienden a ramificarse. Sus redacciones están cada vez más diseminadas, con la proliferación de delegaciones y corresponsalías. Por este motivo, se perfila como una necesidad la existencia de un manual de uso común del idioma, que unifique criterios, avenge dudas, despeje errores y, en especial, ayude al redactor en las numerosas dudas que le asaltan a la hora de elaborar la información".

Estos libros de ahora nos recuerdan otros 'libros de estilo': los que a lo largo de la historia han pergeñado nuestros literatos con sus consejos y preferencias. ¿Recuerdan al Infante Don Juan Manuel -nuestro mayor prosista del Siglo XIV- cuando considera como una de las características del buen estilo el que este se exprese *en las menos palabras que pueden ser?* ¿Han olvidado a Garcilaso de la Vega, el autor de los mejores sonetos del Siglo XVI, a quien su libro de estilo lo lleva a preferir aquella forma de escritura que consigue *huir del afectación sin dar consigo ninguna sequedad?* ¿Han echado en olvido a Fray Luis de León para quien hablar *no es común, sino negocio de particular juicio, así en lo que se dice como en la manera como se dice; y negocio que de las palabras... elige las que convienen... y las pesa y las mide...* Solo hemos citado tres ejemplos. ¿Acaso no son suficientes?

EL CALEIDOSCOPIO

**FAUSTO ROMERO-MIURA GIMÉNEZ**

ABOGADO



**Cartas a mi prima**

**E**l sábado, mi prima Mar Agüero celebró su cumpleaños e invitó a un grupo de amigos a una cena en su casa. Y, yo, fui feliz: por ella, encarnación de la vitalidad contagiosa; porque la cena fuese precisamente en *su hogar*; lo que la hizo cálida e íntima; y, porque habiendo políticos -cené junto a Carlos Iturgáiz-, no hablásemos de política: la victoria del Athletic de Bilbao, con sólo 9 futbolistas, sobre la U.D. Almería fue uno de los temas estrella: es sabido, los vascos son *chicarrones*. Existe vida sin política: enorme descubrimiento.

...Y su marido, José María Rossell, le entregó, muy discretamente, su regalo: un libro, magníficamente editado, titulado *'Cartas a mi Prima'* en el que, en facsímil, se recopilan todas -y son cientos- las *'Cartas'* escritas por María del Mar en estos años, y muchísimos artículos e imágenes desde su iniciación en la política. Para mí, fue un momento mágico, que me emocionó: una maravillosa prueba de amor, además, confesado expresamente en la 'Introducción'. La idea del libro, el laboriosísimo trabajo de recopilación, el esmero en la edición..., el secreto..., la sorpresa, la sensibilidad, la delicadeza -todo-, fue el amor hecho libro. Lo repitió siempre: los regalos son, sin duda, la fiesta del alma, sobre todo si, como en esta edición de *'Cartas a mi prim'*, es el alma enamorada la que se entrega. De ahí mi emoción: soy un sentimental sin remedio: ¿quién dice que los hombres carecemos de sensibilidad? Fue un hombre -su marido- el que dio esa hermosa lección de amor.

...Y me dormí, de alboreada casi: las *'Cartas'*, enganchan. Y, más, con la envidia de saberlas enamoradas.

**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, Leopoldo Nemesio y Simón Ruiz.

**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.