

JAVIER A. GARCÍA Y JOSÉ LUIS SÁNCHEZ

Secretarios generales del PP y del PSOE

Dos partidos, dos modelos distintos para captar el voto de los emigrantes

Desplazarse hasta los lugares de residencia de los almerienses que viven en otros países o destinar una persona para que contacte con ellos desde aquí y ayudarles en la distancia. Son dos estilos diferentes con los que los partidos mayoritarios encaran la búsqueda del voto emigrante para el 20N y no hay que olvidar que son cerca de 30.000.

LUISA MORALES

Festival de Música de Tecla

Un referente en el Levante

Gracias a su calidad y su permanencia en el tiempo, este festival, que arranca el 7 de octubre, se ha convertido en una de las señas culturales del Levante almeriense.

EL ESPAÑOL QUE HABLAMOS

LUIS CORTÉS

CATEDRÁTICO DE LENGUA ESPAÑOLA



La absurda moda de los *kit, set, pack o stock* (I)

La frase *a ojo de buen cubero* tiene su origen, al menos para Candón y Bonnet, en la falta de reglamentación que antiguamente existía en los diferentes reinos, a propósito de las medidas. Las cubas, que eran los recipientes de madera que servían para contener agua, vino, aceite u otros líquidos, tenían unas medidas de capacidad que variaban según que el cubero que la hubiera fabricado perteneciera a uno u otro reino. De aquí que esta "frase hecha" se emplee cuando queremos expresar que una cosa está hecha sin medida, sin peso o sin un criterio regulado.

Nadie con algunas luces puede pretender poner puertas al campo. Nadie, aunque solo posea esas mismas luces, alcanza a imaginar que nuestra lengua pueda sobrevivir muchos años sin los préstamos, sin las palabras que nos llegan procedentes de otras lenguas y que nosotros incorporamos. Pero tampoco a nadie se le puede pasar por la cabeza que tal integración quepa hacerla *a ojo de buen cubero*.

¿Cuándo realmente una palabra extranjera sobra en nuestra lengua, o sea es innecesaria, y cuándo debe ser aceptada, incorporada y empleada? Hay dos condiciones, o al menos eso pensábamos, para que ocurra esto último. La primera es que el vocablo no exista en nuestra lengua y, por tanto, sea imprescindible para poder designar las nuevas realidades, los nuevos conceptos, las nuevas técnicas. La segunda es que su forma interna no vaya en contra de las normas del español (por ejemplo, cuando la representación gráfica es ajena a las convenciones de nuestra lengua: *pizza, pack o stock*). En esta columna y en la próxima nos ocuparemos de ambos límites, si bien antes queremos manifestar nuestra extrañeza ante el hecho de que palabras con uno o con dos de estos impedimentos apa-

rezcan en el diccionario académico y que, sin embargo —con justicia— sea desaconsejado su uso en los diccionarios de dudas y libros de estilo, alguno de ellos también académico.

En cuanto a la primera condición, que no exista ninguna palabra con ese significado en español, recuerdo un texto de F. Fernán Gómez, en el que el actor, director, académico, etc., con su gracejo habitual, lamentaba que el cine español no tuviera otra forma de parecerse al americano sino a través de la

llaman para trabajar lo que estamos es en *stand by*, o sea, *puesto por*.

Como es natural, no cuesta ningún trabajo aprenderse estas palabras, como de chico me aprendí *off side*, aunque dijéramos *orsa y fao*, que quería decir que uno le había puesto la zancadilla a otro. Pero no entiendo por qué los encargados del departamento de producción no pueden decirme que estoy prevenido. Ahora en España en vez de *off side* se dice fuera de juego y el fútbol sigue interesando.

La incorporación de palabras a nuestra lengua no se puede hacer *a ojo de buen cubero*

sustitución de los vocablos españoles por otros ingleses aunque estos no designaran nada nuevo, nada que ya no esté en nuestro vocabulario. Entresacamos unas líneas de su artículo "Palabras cercanas y lejanas", publicado hace algún tiempo en El País Semanal:

Hasta hace pocos años, cuando no se sabía con seguridad si un actor iba a intervenir o no en lo que pensaba rodarse al día siguiente, se le decía que estuviera prevenido hasta determinada hora por si tenía que acudir al estudio. Y a eso se le llamaba estar prevenido. Y uno decía:

- Perdona, Luci, pero no puedo salir de casa porque estoy prevenido.

Creo yo que estaba bastante claro, y que Luci y cualquier persona lo entenderían. Pero ahora en eso también hemos evolucionado mucho, y cuando estamos en casa o donde sea prevenidos por si nos

¿Cómo no vamos a estar de acuerdo con el desaparecido cineasta? ¿Si existe el término en nuestra lengua qué sentido tiene sustituirlo por otro del inglés?

Los mismos periódicos que deberían velar por el buen uso del español, que poseen sus libros de estilo en los que desaconsejan tales usos, no tienen recato alguno en anunciar en sus páginas "un *set* de maletas (o de toallas)", "un *kit* de montaña", o un "*pack* de seis botellines". Y esto, sin encomendarse a Dios ni al diablo. Desgraciadamente, contra el mal gusto lingüístico de la publicidad no puede nadie, ni siquiera el acuerdo que hace algo más de dos años (marzo de 2009) firmaron en defensa del uso del idioma en los anuncios y mensajes comerciales las principales organizaciones publicitarias y la Academia de la Lengua Española. Puede ser cierto aquello de que una cosa, por muy estúpida que sea, si constituye una novedad, se gana la estima de la gente. Y es que, a veces, todos parecemos tan ilusos que por el hecho de poner un nombre nuevo a una cosa vieja, creemos haber concebido algo distinto. ¡Cuántas cosas extravagantes ha hecho decir el afán de decir cosas nuevas! No lo digo yo, lo dijo Voltaire. En tanto... el sol... por Antequera.

OPINIÓN

CARLOS CARNICERO

PERIODISTA

PSOE y PP: la soledad de los grandes

Si de algo estuvimos orgullosos los españoles en los últimos años fue del consenso constitucional. Se construyó sobre el talento y la generosidad de una clase política excepcional y de un pueblo que supo anteponer sus acuerdos a sus diferencias.

Treinta y cinco años después, los dos grandes partidos han roto esa tradición y han aprobado con nocturnidad -en pleno verano- y sin consultar a los ciudadanos una reforma capital de la Constitución. A partir de ahora, los sucesivos gobiernos de España tienen una coartada para limitar sus gastos del estado del bienestar acudiendo a las nuevas disposiciones de la Constitución que limitan su capacidad de endeudamiento.

El asunto es de una gravedad extrema y deja a los ciudadanos indefensos frente a las instituciones. Este cesarismo de los grandes limita la capacidad de decisión de los gobiernos lejos del control de los ciudadanos. Si Zapatero ha gobernado desde el año 2010 en clara contradicción con el programa electoral que presentó a las elecciones del 2008, ¿qué queda del supuesto contrato entre los electores y los elegidos?

Ahora ni siquiera existe la necesidad de que los gobiernos se arroguen la voluntad de salvar a España para darle la vuelta a sus promesas.

Con invocar la prohibición de la Constitución para gastar en sanidad, en educación o en asistencia social, no tendrán que dar más explicaciones.

Es el mejor apoyo que le podía dar el PSOE al PP en la nueva andadura que le espera en el Gobierno de España. La intermediación de los políticos y las instituciones, en la era de Internet, se interrumpe porque los dos grandes partidos, contra el criterio de las minorías y contra el de muchos ciudadanos, ha sido que no había tiempo para organizar un referéndum que permitiera a los españoles decidir por sí mismos en la reforma de la Constitución.

Treinta y cinco años de consenso se han roto. Y con este final, se acredita también el final de ciclo en la conceptualización de la responsabilidad política.

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 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.
La Voz de Almería S.L.U.

DIRECTOR TÉCNICO: Manuel Gázquez. **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 02** Fax: 950 28 20 01. **Clasificados Tel.: 950 28 20 00**

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.