

memoria

FUNDACIÓN DEL ESPAÑOL URGENTE / 09



fundéu BBVA

2000-2009

20 NEOLOGISMOS PARA UN DECENIO

fundéu BBVA



índice

Página 4 Presentación. *Página 6* Memoria lingüística: «20 Neologismos para un decenio» y Recomendaciones.
Página 38 Actuaciones. *Página 70* Contratos y convenios. *Página 90* El equipo de la Fundéu BBVA. *Página 92* Cuentas.

PATRONATO DE LA FUNDÉU BBVA

Presidente Víctor García de la Concha. ***Vicepresidente primero*** Álex Grijelmo. ***Vicepresidente segundo*** Javier Ayuso.

Patronos Carmen Caffarel, Luis Ángel de la Viuda, César Antonio Molina y Pedro Sanz.

JOAQUÍN MÜLLER-THYSSEN
BERGARECHE

*Director general de la
Fundéu BBVA*



«Dadme los cinco primeros años de la vida de un niño y tendréis el resto». Tomo prestada esta frase de Rudyard Kipling en *Algo de mí mismo* para aventurar la vida de una institución, como la Fundación del Español Urgente, que ha cumplido su primer lustro.

Si un hombre se hace fundamentalmente en los cinco primeros años de su vida, por qué no pensar que una entidad como la Fundéu BBVA construye su principal estructura y se define también en ese mismo periodo. Es lo hecho, la imagen lograda en estos cinco años, lo que nos permite hablar del futuro de esta institución como un órgano vital para el periodismo que habla y escribe en español.

Cinco años que nos dejan entrever una fundación práctica, rápida, rigurosa, cercana, accesible y fiable, con unos servicios plenamente incorporados a los útiles de trabajo de los periodistas americanos y españoles. Cinco años en los que hemos aprendido también qué es lo que tenemos que hacer, rehacer o mejorar para aumentar nuestra capacidad de respuesta a las demandas que, en materia lingüística, nos plantean los profesionales de la comunicación.

Con el apoyo de Efe y BBVA hemos podido crecer mucho. Basta con dar un vistazo a las memorias de la fundación para comprender la magnitud del trabajo realizado.



Si en el 2005 apenas nos mostrábamos confiados en que seríamos capaces de despertar el interés de, al menos, alguno de los grandes medios de comunicación españoles, un año después ya estábamos hablando de dar el salto a América.

Y es que en muy poco tiempo no solo hemos conseguido crear interés en España, sino que hemos gestado una fundación «hermana» en México y, sobre todo, y lo que es más importante, hemos logrado que periodistas de todo los países hispanohablantes sigan y atiendan nuestro trabajo, gracias a la difusión que de nuestra labor hace la Agencia Efe todos los días del año. Un apoyo, el de Efe, que a lo largo de este lustro ha sido fundamental para que nuestra presencia en las redacciones haya aumentado tanto que a finales del 2007 pudiéramos sentirnos, de la mano de las distintas Academias de la lengua, el principal referente lingüístico de los medios hispanos de comunicación.

Con todo lo andado en este tiempo podemos decir que la Fundación del Español Urgente ya se ha construido, que tiene una estructura sólida sobre la que edificar su futuro y que incluso está en condiciones de redirigir sus pasos, vaciar la mochila de aquello con lo que no debe cargar y centrar su foco de atención en el lenguaje periodístico.

Por eso ahora, ante nosotros, está el reto de mantener la imagen, las expectativas creadas y el respeto conseguido entre los miles de periodistas de prensa, radio y televisión de todo el mundo hispano. Para lograrlo, la Fundéu BBVA, que es inmediatez, anticipación y urgencia, ha encontrado tiempo para reflexionar sobre cómo hacemos las cosas y, muy particularmente, sobre cómo tenemos que hacerlas para convertirnos en esa herramienta única que queremos ser para los periodistas.

Esta reflexión nos ha llevado a cerrar el 2009 con un plan estratégico para el periodo 2010-2012 que nos va a permitir situarnos en el universo del español como la institución que, en el ejercicio de velar por el buen uso del idioma en los medios de comunicación, mejor analiza y observa la evolución de nuestra lengua en el mundo del periodismo.

Un tiempo —cinco años— que nos ha dado muchas satisfacciones, pero que también nos obliga a emplear nuevas fórmulas de trabajo que nos permitan llegar más y más lejos. En resumen, cinco años de la Fundéu BBVA que han resultado ser el mejor aval para su futuro.

memoria lingüística

Durante el 2009, la Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA) continuó con la revisión del uso del español en los medios de comunicación, tanto escritos como audiovisuales (y por primera vez también algunos electrónicos), y preparó informes sobre las noticias emitidas por la Agencia Efe y Servimedia, los noticiarios de Televisión Española, Telecinco, Cuatro, La Sexta, CNN en Español, Radiotelevisión Madrid, Radio Nacional y Radio Nederland, y la información publicada en los diarios *20 Minutos* (Madrid), *El Periódico de Catalunya* (Barcelona), *La Vanguardia* (Barcelona), *Heraldo de Aragón* (Zaragoza), *La Tribuna* (Tegucigalpa), *El Tiempo* (Bogotá), *Tal Cual* (Venezuela) y *Prensa Libre* (Guatemala).



En estos informes se recogieron los errores más destacados que el equipo de correctores de la Fundéu BBVA detectó en los medios mencionados y se adjuntaron las explicaciones y recomendaciones oportunas para atajarlos, intentar que no se siguieran cometiendo y evitar que se difundieran entre los hispanohablantes. Las observaciones se les hicieron llegar a los interesados mediante la página de Internet de la Fundéu BBVA.

Otro de los servicios de la Fundéu BBVA, el de atención a consultas lingüísticas, tanto a través del correo electrónico como del teléfono, experimentó un gran aumento de usuarios a lo largo del 2009. Una de las razones de este importante incremento fue el hecho de que se ampliara a 24 horas, todos los días de la semana, el horario de atención a las consultas, de modo que, desde entonces, quien hace una consulta el sábado por la tarde tiene una respuesta ese mismo día, sin tener que esperar al lunes por la mañana. Esa ampliación del horario se aplicó por igual a la atención telefónica y al correo electrónico, y se recibieron una media de 30 consultas diarias.

LA FUNDÉU Y LA TELEVISIÓN

La Fundéu BBVA continuó en el 2009 con los análisis del español que se emplea en los noticiarios de las dos cadenas de televisión de RTVE, así como en los de Cuatro, Telecinco, La Sexta y Telemadrid.

En general, pudo constatarse que continúan expresándose en un español de notable calidad y que en la mayor parte de los casos las recomendaciones recogidas en nuestros informes no han caído en saco roto.



Los principales problemas detectados afectaron sobre todo a la redacción, la ortografía y la ortotipografía de los rótulos, aunque en el 2009 se hizo patente un notable esfuerzo por mejorar estos aspectos; por ejemplo, el error de no tildar las mayúsculas que deben llevar acento gráfico prácticamente desapareció.

Por otra parte, sería conveniente que las cadenas de TV siguieran prestando atención al empleo impropio de las preposiciones, las concordancias y el gerundio; al uso de palabras y expresiones con un significado distinto del que les es propio; al abuso de «verbos comodín» (*realizar, iniciar, finalizar...*) o a la utilización excesiva de extranjerismos o de términos en inglés que tienen equivalentes adecuados en español.

También se apreció una disminución de construcciones confusas o impropias, aunque se trata de un asunto en el que debe seguirse trabajando, dado lo desconcertantes que pueden resultar para los espectadores.



LA FUNDÉU Y LA PRENSA ESCRITA

Tradicional

En los análisis de los diarios *20 Minutos*, *Heraldo de Aragón*, *Canarias 7*, *La Vanguardia*, *El Periódico de Catalunya*, *El Tiempo*, *Prensa Libre*, *La Tribuna* y *Tal Cual* se pudo observar que se hace un buen uso del español en la prensa escrita.

Los errores no fueron abundantes, aunque se siguieron detectando los derivados de una reproducción automática de la jerga de los informes que sirven de base para redactar las noticias, que en muchas ocasiones se toma tal cual, con el consiguiente empobrecimiento de la claridad informativa.

Además, en la búsqueda de términos alternativos para evitar repeticiones, siguió siendo más frecuente de lo deseado que se tomaran como sinónimos términos que no lo son, como *captor* por *secuestrador* o *sahariano* por *saharaui*, entre otros.

Digital

Para muchas personas, los medios digitales han pasado a ser la principal vía para informarse sobre lo que ocurre en el mundo. Al contrario que la edición impresa, los sitios web necesitan tener una inmediatez no muy distinta a la de una emisora de radio o una agencia de noticias, por lo que es natural que pueda haber más fallos; uno de los más habituales es la mezcla de construcciones, pues se empieza pensando en una y se termina en otra, algo frecuente en la lengua oral espontánea, pero incorrecto en la lengua escrita, que ha de estar más cuidada.

A diferencia de la forma impresa, la edición en Internet se puede corregir a posteriori, y se deberían eliminar los errores que pueda haber en un principio para que permanezca una versión revisada. Por desgracia, no es raro que no se retoquen y los errores sigan ahí incluso durante años.



Por otra parte, el hecho de que se trate de páginas electrónicas no implica que no se deban seguir las normas ortotipográficas correctas. Las posibilidades que ofrece hoy Internet, a pesar de ciertas limitaciones, se deben aprovechar, y hay que tratar de evitar cierto descuido que hace que los textos tengan una apariencia desaliñada. En particular, no es raro ver espacios de más o de menos, rayas remplazadas por guiones y comillas rectas en lugar de tipográficas. Por ser textos pensados para su lectura en la pantalla, es lógico que estilos como la cursiva y la negrita se empleen de forma algo distinta, pero se ha podido apreciar que se hace a menudo sin un criterio uniforme, cuando los sitios han de atenerse, al igual que ocurre con los textos impresos, a un manual de estilo, si bien ha de estar ajustado, como es lógico, a las necesidades propias del medio.

LA FUNDÉU Y LA RADIO

Durante el año 2009 la Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA) continuó con la revisión de los informativos de Radio Nacional de España y de Radio Nderland (Países Bajos) en español, y comenzó a revisar los de Onda Madrid, perteneciente a Radiotelevisión Madrid (RTVM).

Algunos errores son comunes a todos los medios de comunicación, como la eliminación del artículo o los errores léxicos, pero otros son específicos de los audiovisuales. Así, durante el 2009 pudimos volver a detectar algunas redundancias propias de la improvisación a la que se ven obligados los medios radiofónicos. También se repitieron algunos anglicismos (como «Volvemos en cinco minutos», en lugar de «Volvemos dentro de cinco minutos»), y se produjeron alteraciones en el orden de los elementos de la oración.



LA FUNDÉU Y LAS AGENCIAS DE NOTICIAS

La Fundéu continuó con la revisión del servicio de las agencias Efe y Servimedia, y a pesar de ser de bastante calidad se detectaron, al igual que en informes anteriores, errores comunes a otros medios de comunicación escritos, especialmente los ortotipográficos (mal uso de las comas, abuso de las comillas, mayúsculas innecesarias, palabras con acentuación incorrecta, mezcla de números cardinales escritos con cifras y con letras en una misma información, etc.).

También se percibió el abuso de términos comodines (*realizar, iniciar, efectuar*, etc.) y de verbos supuestamente de moda que desplazan totalmente a otros, como *contemplar, provocar o incrementar*, entre otros.

HITOS LINGÜÍSTICOS DE LA ACTUALIDAD INFORMATIVA

La Fundéu continuó durante el 2009 con la distribución a los medios de comunicación españoles e hispanoamericanos, dos veces por semana, a través de la línea de abonados de la Agencia Efe, de consejos sobre el uso correcto del idioma, de los que a continuación destacamos los más importantes.

En enero se produjo un suceso aeronáutico poco habitual: el aterrizaje forzoso de un avión de pasajeros en el río Hudson, y la Fundación del Español Urgente aprovechó para recordar que en español existen cuatro verbos para la acción de posarse un avión sobre el agua: *amerizar, amarizar, amarar y acuatzar*. En esa misma nota lingüística se explicaba que los dos primeros, *amerizar* y *amarizar*, aparecen en el *Diccionario esencial de la lengua española*, de la Real Academia, pero que este nos remite al tercero, *amarar*, y también prefiere el sustantivo *amaraje* a *amerizaje* o *amarizaje*. Y se añadía: «También está en el diccionario *acuatzar*, y su definición es casi exacta a la de los tres anteriores. En los cuatro casos el diccionario hace referencia a los hidroaviones, pero por extensión esos verbos se usan también en español para cualquier tipo de avión que se posa en el agua por causas imprevistas. Aunque los cuatro verbos signifiquen lo mismo, lo habitual en español es usar *amerizar, amarizar* o *amarar* cuando el avión se posa sobre el mar, mientras que *acuatzar* se utiliza cuando se trata de otras superficies de agua, como lagos o ríos».

En marzo se celebró una reunión entre el presidente Barak Obama y el primer ministro británico Gordon Brown para afrontar la crisis económica internacional. Durante el encuentro bilateral se rememoró el conjunto de medidas económicas que el presidente de los Estados Unidos, Franklin D. Roosevelt, puso en marcha entre 1933 y 1937 y que se conoció con el nombre de *New Deal*. Esta expresión volvió a tomar fuerza en los medios, pero como para el público en general esta expresión podía resultar desconocida, la Fundéu BBVA recomendó utilizar algunas de las posibles traducciones: *nuevo pacto global*, *nuevo pacto mundial* o *acuerdo para un nuevo pacto*.

También en marzo la Fundación del Español Urgente volvió a recordar que no debe emplearse el término *efectivos* con el significado de ‘soldados’, como se utilizó en muchas de las informaciones relacionadas con el anuncio de la retirada de las tropas españolas de Kosovo. El DRAE define *efectivos*, cuando se usa en plural, como ‘la totalidad de las fuerzas militares o similares que se hallan bajo un solo mando o reciben una misión conjunta’. También puede hablarse de *efectivos* de un ejército cuando nos estamos refiriendo al material bélico (camiones, tanques, cañones...). Puesto que se habla de ‘todas las fuerzas’ (y el singular *efectivo* no significa ‘individuo que forma parte de las fuerzas’), no debe anteponerse una cifra al término *efectivos* (*200 efectivos*) y deberá sustituirse por *soldados*, *militares*, *miembros*, *combatientes*, etc., según el caso. Así pues, no es correcto decir que «España mantenía más de 600 efectivos en Kosovo», sino que «España mantenía más de 600 militares en Kosovo».

En el mes de abril la Fundéu detectó el uso habitual de un neologismo en los medios y envió una recomendación al respecto. Se trataba del término *malgasto*, en frases como las siguientes: «El Gobierno busca soluciones para reducir el malgasto de agua»; «Un grupo de investigadores crearán un aparato que disminuye el malgasto energético»; «Uno de los problemas del Ayuntamiento es el malgasto del dinero público», etcétera. *Malgasto* es, en opinión de la Fundéu BBVA, un sustantivo bien formado en español a partir del verbo *malgastar*, y su uso con letra redonda y sin comillas es, por tanto, correcto.

Un mes más tarde se comentó repetidamente la noticia de la decisión del Gobierno de España de dispensar sin receta la píldora que sirve para evitar el embarazo si se toma al día siguiente de haber mantenido relaciones sexuales, y en ese contexto la Fundéu detectó un uso poco propio del español: «la píldora del día después». Ese «día después» es un calco (mala traducción) de la expresión inglesa *the day after*, que en español debe traducirse por *el día siguiente*. Por ello La Fundéu aconsejó que, aunque la forma *píldora del día después* ya esté muy extendida en todo el ámbito hispanohablante, y recogida como admisible en el *Diccionario panhispánico de dudas*, se prefiera, por ser más propia del español culto, *píldora del día siguiente*.



Con la llegada de la primavera llegó también a Madrid, como cada año, la Feria del Libro, y con ella las noticias en las que aparecía la voz inglesa *stand*. El término *stand* puede tener, según los contextos, diferentes traducciones en español: *pabellón*, *puesto* e incluso la forma españolizada *estand*, que la Academia ha incluido recientemente en su Diccionario. En el caso que nos interesaba (la Feria del Libro), la Fundéu aconsejó que la forma más adecuada era *caseta*.

Con la muerte del cantante Michael Jackson apareció en los medios de comunicación una construcción redundante: *autopsia de un cadáver*. La definición de *autopsia* es ‘examen anatómico de un cadáver para determinar las causas de su muerte’, por lo que este término ya lleva implícito en su significado que solo puede hacerse a un cadáver. Y al ver que en las noticias se decían cosas como «La autopsia al cadáver de Michael Jackson ha concluido poco después de la medianoche» o «Los familiares de Michel Jackson piden que se haga una segunda autopsia al cadáver», la Fundación del Español Urgente avisó de que lo correcto era decir «La autopsia de Michel Jackson ha concluido poco después de la medianoche» o «Los familiares de Michel Jackson piden que se le haga una segunda autopsia».

Ante el uso cada día más habitual del elemento compositivo *narco*, la Fundación del Español Urgente recomendó que se escribieran en redonda y sin comillas aquellas palabras formadas con el acortamiento de narcótico (*narco*) seguido de los sustantivos relacionados con el comercio de dicha sustancia. En las noticias sobre el tráfico de drogas o narcóticos han ido apareciendo nuevas palabras formadas con *narco*, algunas ya registradas en los diccionarios, como



narcotraficante o *narcodólar*, y otras aún no, pero que son de uso corriente, como *narcoavioneta*, *narcolancha*, *narcocorrido*, *narcosequestro*... La Fundéu BBVA explicó que esas palabras, aunque no figuren en los diccionarios, deben escribirse con letra redonda y sin comillas pues están bien formadas y su significado está claro para quienes las oyen o leen.

También en el 2009 se dio repetidamente en los medios el uso del verbo *inmolarse* en las noticias sobre atentados terroristas, y la Fundación del Español Urgente recomendó que no se emplease para referirse a la acción suicida de un terrorista que busca originar una matanza. Los principales diccionarios de español definen el verbo *inmolar* como ‘Dar la vida, la hacienda, el reposo, etc., en provecho u honor de alguien o algo’, ‘Sacrificarse o dar la vida, generalmente por una causa o por una persona’ o ‘Dar la vida o sacrificarse por un ideal, por una causa o por el bien de otras personas’. Todas estas definiciones reflejan una acción individual que en ningún caso conlleva provocar daño o dolor a terceros, por lo que resulta incorrecto usar el verbo *inmolarse* para referirse a las actuaciones de los terroristas suicidas, que con su acción de quitarse la vida persiguen la muerte de otras personas y atemorizar a la población. Al hablar, por tanto, de las acciones provocadas por terroristas suicidas conviene evitar —recomendó la Fundéu— el uso de *inmolarse* o *inmolación*, y en su lugar deben utilizarse otras expresiones como *suicidarse*, *acción suicida* o *acción terrorista*.

Con las noticias sobre la epidemia de gripe A se abusó en los medios de comunicación del término *patología*, y la Fundéu BBVA recordó que no debe emplearse como sinónimo de *enfermedad*, pues según el Diccionario de la Real Academia Española, *patología* significa ‘parte de la medicina que estudia las enfermedades’ y ‘conjunto de síntomas de una enfermedad’. Pese a que el uso cotidiano también le ha dado a *patología* el significado de ‘enfermedad’, y así lo recogen ya algunos diccionarios de uso, es mejor reservarlo para hablar de los síntomas de una enfermedad y no de la enfermedad en sí. Así, en el caso de la gripe A, esta es la enfermedad, mientras que la *patología* de la enfermedad son sus síntomas: fiebre, tos, dolores musculares, malestar general, etc. Así pues, es preferible decir «Fallece un enfermo de gripe A que ya padecía diversas enfermedades, entre ellas diabetes», que «Fallece un enfermo de gripe A que ya padecía diversas patologías, entre ellas diabetes».







El verbo *remasterizar*, tan citado con ocasión del 40.º aniversario de la publicación del álbum *Abbey Road*, de los Beatles, alude a un proceso técnico muy concreto en el que se toma una grabación, ya sea de audio o de vídeo, y se mejora la calidad de su sonido o de su imagen empleando la tecnología digital actual. El nombre *remasterización* designa el proceso por el que se crea un nuevo máster o matriz, es decir, una nueva copia de la que se obtienen los ejemplares que se comercializan. Como tantos neologismos relacionados con el léxico tecnológico, la voz *remasterizar* procede del inglés, en concreto de *to remaster*, que viene, a su vez, del sustantivo *master*, en español *máster*, tal y como ya lo recoge el *Diccionario panhispánico de dudas*. Se trata de un neologismo adaptado a nuestra lengua, formado según las reglas propias del español y que tiene un significado propio que lo diferencia de otros términos cercanos: *remasterizar* no es *reeditar* (pues para reeditar una obra lo único que se precisa es haber agotado la edición anterior); ni es *regrabar* (ya que se trata de mejorar la grabación existente de una obra, no de volver a grabarla), y tampoco es *remezclar* (pues la base de la obra musical o la película no se modifica para obtener una versión diferente). Aunque la remasterización a veces coincide con una reedición, y otras, aunque menos, con una remezcla o un remontaje, es un proceso distinto que hay que diferenciar de los otros. Visto lo anterior, la Fundéu BBVA recomendó que *remasterizar* se emplease allí donde correspondiera sin titubeos ni vacilaciones, pues es un término adaptado a nuestra lengua con un significado propio y una voz avalada por el uso.



En las informaciones relacionadas con el tsunami que asoló las islas de Samoa se confundieron los términos *tsunami* y *maremoto*, que se usaron como sinónimos debido al desconocimiento de sus respectivos significados. Un maremoto es un terremoto que se produce en el fondo del mar, es decir, que su epicentro está en la tierra sumergida, y ese movimiento sísmico, si es muy potente, genera una gran marea que se manifiesta con olas muy altas que inundan y arrasan los territorios costeros. Esa marea y esas grandes olas es lo que se conoce como *tsunami*. *Tsunami*, aunque no aparece en los diccionarios generales de uso del español, debe escribirse con letras redondas y sin comillas pues se trata de una palabra propia de una jerga técnica y se escribe igual en todas las lenguas que usan el alfabeto latino. La Fundéu BBVA advirtió de esa diferencia de significados para evitar que en las noticias se confundiesen los maremotos con los tsunamis.

El secuestro de un barco de pesca español frente a las costas de Somalia hizo que se usaran como sinónimos los términos *pirata* y *corsario* sin tener en cuenta sus significados. Un pirata es la ‘persona que, junto con otras de igual condición, se dedica al abordaje de barcos en el mar para robar’. Sin embargo el corsario, aunque practique la misma actividad, lo hace protegido por una patente de corso (de ahí su nombre), una licencia concedida por un determinado Gobierno para saquear embarcaciones que se consideran enemigas. Así, la Fundéu señaló que en las informaciones sobre el secuestro del pesquero español *Alakrana* en aguas del océano Índico, debía tenerse en cuenta que, si se hablaba de corsarios, se estaba dando a entender que los asaltantes actuaban con el aval —directo o tácito— de, en aquel caso, el Gobierno de Somalia.

20 NEOLOGISMOS PARA UN DECENIO

EL TÉRMINO «NEOLOGISMO» ES UN VIEJO AMIGO DE NUESTRA LENGUA FORMADO POR LA UNIÓN DE TRES ELEMENTOS, AÚN MÁS VIEJOS, PROCEDENTES DEL GRIEGO CLÁSICO: «NEOS» (NUEVO), «LOGOS» (PALABRA) E «ISMOS» (SUFIJO EMPLEADO EN LA FORMACIÓN DE TÉRMINOS CIENTÍFICOS).



Pero la palabra *neologismo* también fue en algún momento un neologismo. Se incluyó por primera vez en 1843 en el Diccionario académico, que entonces le atribuía el significado de ‘vicio que consiste en introducir voces nuevas en un idioma’.

Este vicio de las lenguas, o mejor, de sus hablantes, surge por la necesidad de dar nombre a nuevas realidades, pero también por modas que prefieren unas denominaciones a otras. Hay neologismos que se forman con elementos ya existentes; otros que se toman prestados de otros idiomas y se adaptan, y palabras que no son nuevas pero que comienzan a usarse con un significado que antes no tenían. Muchos de ellos tienen una vida efímera, se utilizan mientras continúa la moda que los creó o mientras se refieren a una realidad cotidiana. El tiempo dirá cuáles de los neologismos seleccionados en esta lista pasarán al Diccionario y cuáles serán olvidados.



Remasterizar

Se refiere al procedimiento técnico en el que se toma una grabación, ya sea de audio o de vídeo, normalmente anterior a los años 90, y se la restaura empleando la tecnología actual. El nombre *remasterización* se debe a que este proceso crea un nuevo *master de grabación*, una nueva grabación original de la que luego se obtienen las copias que se comercializan. Como tantos neologismos del léxico tecnológico, este también procede del inglés *remastering* que, a su vez, viene del sustantivo *master* (*master copy* o *master disk*).

«Pen drive»

En 1996 algunas de las principales empresas del sector informático se unieron para crear el Universal Serial Bus, popularizado como USB. Las primeras unidades que se fabricaron tenían entre 8 y 64 MB y fueron comercializadas como los sucesores del disquete. Las memorias USB que utilizamos actualmente, las llamadas 2.0, llegan a tener una capacidad hasta 1000 veces mayor que sus precursoras y comenzaron a fabricarse en el 2009.

Libro electrónico

El libro digital o electrónico empezó a desarrollarse a principios de la década de los 70 con el llamado Proyecto Gutenberg, una biblioteca digital gratuita. Diez años después apareció el primer libro electrónico, titulado *Random House's Electronic Dictionary*. Pero la gran expansión de los *ebooks* no llegó hasta el 2001, cuando Stephen King publicó en la red su novela *Riding de Bullet*.

Botellón

Aunque en España siempre han existido fiestas y celebraciones populares en las que el consumo de alcohol ha sido habitual, la costumbre de los jóvenes de reunirse en plazas o parques para consumir bebidas alcohólicas en grupo parece originarse en los años 80. En los últimos años se ha convertido en una práctica tan frecuente que incluso algunas ciudades han destinado lugares específicos para este fin, los *botellódromos*.

Mp3

Aunque el formato ya había sido probado y registrado antes, no fue hasta julio de 1995 cuando la extensión *mp3* se usó por primera vez en el nombre de un archivo. Internet y el intercambio de archivos musicales hizo que este sistema de compresión se popularizara rápidamente, gracias también a la cantidad de reproductores musicales que, desde la aparición del primer iPod en 2001, están concebidos para leer este formato.

Wifi

En 1999 se creó la WECA (Wireless Ethernet Compatibility Alliance), con el objetivo de fomentar la tecnología inalámbrica y la compatibilidad de equipos. Este objetivo se consiguió en abril del 2000 y la certificación de interoperatividad pasó a denominarse Wi-Fi.

«Mobbing/bulling»

En la década de los 80, el científico sueco Heinz Leymann empleó por primera vez el término *mobbing* para referirse al acoso laboral, a la hostigación moral que se produce en el lugar de trabajo. En claro paralelismo con este término, es también frecuente oír hablar del *bulling* o acoso escolar para referirse al maltrato psicológico que se produce en la escuela.







«*Campus party*»

El origen de estos encuentros de entretenimiento basados en la tecnología en red se sitúa en el año 1996, cuando una asociación juvenil de Málaga hizo pública su «Lan Party». Dos años después, este tipo de reuniones ya habían alcanzado una expansión internacional, una notoria repercusión en los medios de comunicación y habían creado, además, términos derivados como *campusero*.

Altermundismo

Esta palabra surge del lema «Otro mundo es posible». Se trata de un conjunto de diversos movimientos (ecologistas, feministas, pacifistas, campesinos...) que están en contra de la globalización. Sus partidarios critican este proceso porque provoca una precarización del trabajo mientras que favorece a las multinacionales y a los países más ricos.

«*Low cost*»

Esta expresión define a las aerolíneas que ofrecen vuelos con un precio inferior al de compañías tradicionales. En Europa surgen a principios de 1990 y en España en 1999, debido a la privatización de una de las empresas de aviación más importantes, lo que liberó el mercado aéreo. Se puede traducir por *bajo coste*.

Mileurista

Esta palabra surge en España, en el 2005, cuando un diario publica una carta de Carolina Alguacil titulada «Yo soy ‘mileurista’». Se refiere a la persona que, generalmente con estudios, desempeña un trabajo que no siempre está acorde con su preparación y que percibe un salario que está por debajo de los mil euros mensuales.

Sudoku

Término de origen japonés que designa a un pasatiempo que consiste en rellenar con números una cuadrícula siguiendo unas normas. En Japón se empieza a conocer en el año 1986 pero no llega a España hasta el 2005.

Euríbor

El euríbor es la denominación de un tipo de interés concreto (formado como acrónimo de Europe Interbank Offered Rate) y solo se aplica en los bancos de los países miembros de la Unión Europea que forman parte de la zona del euro. Es el más utilizado para préstamos en España desde el 1 de enero del 2000.

Cambio climático

El conocido documental que Al Gore dirigió en 2006 revitalizó y popularizó una corriente de concienciación ecológica que ha hecho muy frecuentes términos que antes tenían menos notoriedad o que ha dado nuevos significados a palabras ya existentes: *ecoturismo*, *biomasa*, *biocombustible*, *sostenibilidad*, *agricultura ecológica*, *ecotasa*, *impacto ambiental*, etc.

Blogosfera

La palabra *blogosfera*, nombre genérico bajo el que se agrupan todos los *blogs*, deriva de la palabra inglesa *blogosphere*. El *blog*, a su vez, procede del inglés *weblog* (de *web* y *log*, ‘diario’), acuñado en 1997, aunque parece haber un acuerdo en señalar que el primer *blog* fue el diario personal que Justin Hall escribió desde 1994. En los años sucesivos se multiplicaron las herramientas que permitían alojarlos y estas fueron rápidamente ganando popularidad.

Tanorexia

Es la adicción al bronceado. Las personas obsesionadas con ponerse morenas abusan de tomar el sol en la playa o de los rayos UVA en cabinas. Este término, que fue acuñado por dermatólogos estadounidenses, es reciente y aún no está muy extendido.





Trikini

Nombre del traje de baño en el que se unen las dos piezas del bikini (sujetador y braga) mediante uno o varios trozos de tela. Este tipo de bañadores ya lo usaban las mujeres en los años 70, pero el término surge en el 2008, cuando regresa la moda.

Friqui

Este término procede del inglés *freak* y significa ‘raro, extravagante’. En principio hacía referencia a los aficionados a los tebeos, los cómics, los videojuegos, la informática... Actualmente su uso se ha extendido y se aplica a las personas muy aficionadas a cualquier actividad.

Top manta

Esta expresión hace referencia a la actividad de vender en la calle copias ilegales y no autorizadas de películas, música, bolsos, relojes, gafas de sol... expuestas en una sábana o manta, de ahí el nombre. El precio de estos artículos es mucho más bajo que el de los originales.

Customizar

Con este verbo se hace referencia a la personalización de un objeto (normalmente una prenda de vestir), recortándola, pintándola... Es una adaptación del inglés *to customize*, que significa ‘personalizar’, ‘adaptar al gusto del cliente’.

EJEMPLOS DE RECOMENDACIONES

MÁSTERES Y NO *MASTERS*

BACKSTAGE ES 'ENTRE BASTIDORES'

ANOREXIA, NEOLOGISMOS DERIVADOS

ALTURA Y *ALTITUD*

MUTUO NO ES 'COMPARTIDO', SINO 'RECÍPROCO'

PEN DRIVE; DEBE ESCRIBIRSE EN CURSIVA O

ENTRE COMILLAS

VUELO DOMÉSTICO NO SIGNIFICA 'VUELO NACIONAL'

CÓRNER, EVITARLO EN EL ÁMBITO COMERCIAL

TROPAS, TÉRMINO NO CONTABLE

SAHARIANOS Y *SAHARAUIS*

FRÍO GLACIAL, NO *GLACIAR*

GRADOS *BAJO CERO*

SECUESTRADORES, NO *CAPTORES*



«*másteres*» y no «*masters*»

La Fundación del Español Urgente explicó que el plural de *máster* es *másteres* y no *masters*, como aparece escrito en muchos medios de comunicación.

Ocurre con cierta frecuencia que los hispanohablantes, al percibir una palabra como extranjera, forman su plural siguiendo el de la lengua originaria, y eso es lo que ocurre con *máster*, tomada del inglés *master* y adaptada a la ortografía española poniéndole una tilde en donde corresponde según las normas de acentuación de nuestra lengua.

Y si esa palabra se escribe con tilde y en letra redonda (sin comillas ni cursiva) debe tratarse como cualquier otra palabra española, por lo que su plural natural es *másteres* y no *masters*, que es su plural en inglés.

Visto lo anterior, la Fundéu BBVA advirtió del error que se comete al usar ese plural ajeno al español, como sucede también con otras formas como *póster* (*pósteres*) o *dosier* (*dosieres*).

Por último, la Fundéu BBVA recordó que en la mayoría de los países hispanohablantes no se utiliza el término *máster* y en su lugar se emplea la voz española *maestría*.

«*backstage*» es ‘entre bastidores’

La Fundación del Español Urgente advirtió sobre el uso innecesario del término inglés *backstage*, que en español puede traducirse por *entre bastidores*.

Tanto en las informaciones relacionadas con la semana de la moda Cibeles, en Madrid, como en las referidas a conciertos, es habitual el empleo de ese término inglés que nada dice a muchos hispano-hablantes, desconocedores de su significado.

Si bien en español no hay una palabra que sirva para traducir *backstage*, sí tenemos algunas expresiones que se usan para referirse exactamente a lo mismo, y son *entre bastidores*, *entre bambalinas* y *tras el telón*.

La Fundéu BBVA llamó la atención sobre el uso innecesario del sustantivo *backstage* y recomendó que se sustituyera por cualquiera de las expresiones mencionadas.

«*anorexia*», neologismos derivados

La Fundación del Español Urgente advirtió de la aparición de algunos neologismos como *vigorexia*, *ortorexia*, *ebriorexia*, *megarexia* o *tanorexia*, inspirados por el término *anorexia*.

La palabra *anorexia* tiene dos significados: ‘pérdida anormal del apetito’ y ‘síndrome de rechazo de la alimentación por un estado mental de miedo a engordar, que puede tener graves consecuencias patológicas’. Esta palabra procede del término griego *anorexia* (‘inapetencia’), y este a su vez del prefijo *an-* (que indica negación o privación) y del sustantivo *órexis* (‘apetito, hambre’).

Así pues, la Fundéu BBVA quiso aclarar que la terminación *-orexia* se ha convertido en un falso sufijo que se añade cuando se habla de trastornos alimentarios o preocupación exagerada por la apariencia física. De este modo, han nacido los términos *ortorexia* (obsesión por eliminar cierto tipo de alimentos por considerarlos perjudiciales para la salud), *ebriorexia* o *drunkorexia* (rechazo a la alimentación para compensar las calorías que aporta el alcohol), *megarexia* (disfunción de algunas personas obesas que no se ven como tales y no se alimentan adecuadamente), *vigorexia* (obsesión por conseguir una buena forma física) o *tanorexia* (adicción al bronceado).



«*altura*» y «*altitud*»

La Fundación del Español Urgente explicó que las palabras *altura* y *altitud* no significan lo mismo cuando se habla de aviones, aunque en lenguaje coloquial, según el Diccionario de la Real Academia Española, puedan tenerlo.

En las noticias relacionadas con temas aeronáuticos se confundieron con cierta frecuencia las palabras *altura* y *altitud*, pues no se conocen bien sus significados precisos y se piensa que funcionan como sinónimos; pero no es así.

Según la Dirección de Operaciones y Explotación de Sistemas de Navegación Aérea, la *altura* es la distancia vertical entre el avión y la superficie terrestre, mientras que la *altitud* es la distancia entre el avión y el nivel del mar. Así, cuando un avión vuela sobre un continente, lo hace a una *altura* y una *altitud* diferentes, y cuando vuela sobre el mar lo único que se mide es la *altitud*, pues no hay otra referencia.

Para evitar esas confusiones, la Fundéu BBVA recomienda que se tengan en cuenta los significados exactos en aeronáutica de las palabras *altura* y *altitud*.

«*mutuo*» no es ‘*compartido*’, sino ‘*recíproco*’

La Fundación del Español Urgente previene contra la confusión entre *mutuo* y *compartido* o *común*.

Un locutor radiofónico habló a mediados de septiembre de «la mutua animadversión de Chávez y Oliver Stone contra EE. UU.», y en la prensa escrita pudimos leer que «EE. UU. y China comparten un interés mutuo en afrontar amenazas transnacionales».



Puesto que *mutuo* significa ‘que se hace de manera recíproca entre dos o más personas, animales o cosas’, «la mutua animadversión de Chávez y Oliver Stone» sería la antipatía que cada uno tiene hacia el otro, no su supuesta antipatía común a EE. UU. Y en el segundo ejemplo se estaría aludiendo al interés de este país por China y al de China por EE. UU., no al interés que ambos comparten en afrontar las amenazas transnacionales.

La Fundéu BBVA señaló que para evitar esta confusión podría haberse empleado *compartido* («la compartida animadversión de Chávez y Oliver Stone contra EE. UU.»), *común* («EE. UU. y China comparten un interés común en afrontar amenazas transnacionales») u otros términos que no incluyan, como *mutuo*, un sentido de reciprocidad.

«*frío glacial*», no «*glaciar*»

La Fundación del Español Urgente recordó que *glacial* es un adjetivo que significa ‘helado, muy frío’, mientras que *glaciar* solo se puede aplicar a lo relativo a los ríos de hielo que se forman en las laderas de las montañas.

La oleada de frío que recorrió la península Ibérica a mediados de diciembre dio pie, en los medios de comunicación, a frases como «Aranjuez no escapó tampoco al frío glacial» o «El frío glacial que asoló ayer Barreiro acabó por congelar las ideas de los jugadores locales», en las que se confundía el significado de los adjetivos *glaciar* y *glacial*.

La Fundéu BBVA advirtió que un glaciar, según el *Diccionario panhispánico de dudas*, es una ‘masa de hielo acumulada en zonas de alta montaña que tiene un lento movimiento de descenso’, y como adjetivo designa a lo relacionado con estas masas de hielo, como en «casquetes glaciares», mientras que el adjetivo *glacial* significa ‘extremadamente frío’.





grados «bajo cero»

La Fundación del Español Urgente advirtió que es redundante hablar de *menos quince grados bajo cero*, como se pudo leer y escuchar en muchas de las noticias que informaron de la ola de frío que afectó en diciembre a varias zonas de Europa y América.

El error se derivó de la lectura equivocada de datos como -15°C , que es la representación en cifras de *quince grados bajo cero* o de *menos quince grados*, que son las formas correctas de expresar esas temperaturas, y no *menos quince grados bajo cero*.

«pen drive» debe escribirse en cursiva o entre comillas

La Fundación del Español Urgente advirtió que el anglicismo *pen drive* o *pendrive* debe aparecer en cursiva o entrecomillado.

Con motivo de la presentación, a finales de septiembre, en el Congreso de los Diputados del Proyecto de Ley de Presupuestos Generales del Estado, que entregó la vicepresidenta segunda del Gobierno español, Elena Salgado, en un *pendrive* al presidente de la Cámara, la Fundéu BBVA consideró necesario recordar que este es un término inglés y que, por lo tanto, no debe escribirse en letra redonda.

Además, la Fundéu BBVA señaló que en español existen expresiones que tienen el mismo significado y pueden emplearse en su lugar, como *memoria externa*, *memoria USB*, *memoria flash*, *lápiz USB*, *lápiz de memoria* o *lápiz digital*.

«*saharianos*» y «*saharauis*»

La Fundación del Español Urgente consideró necesario explicar que los términos *sahariano* y *saharauí* no son sinónimos.

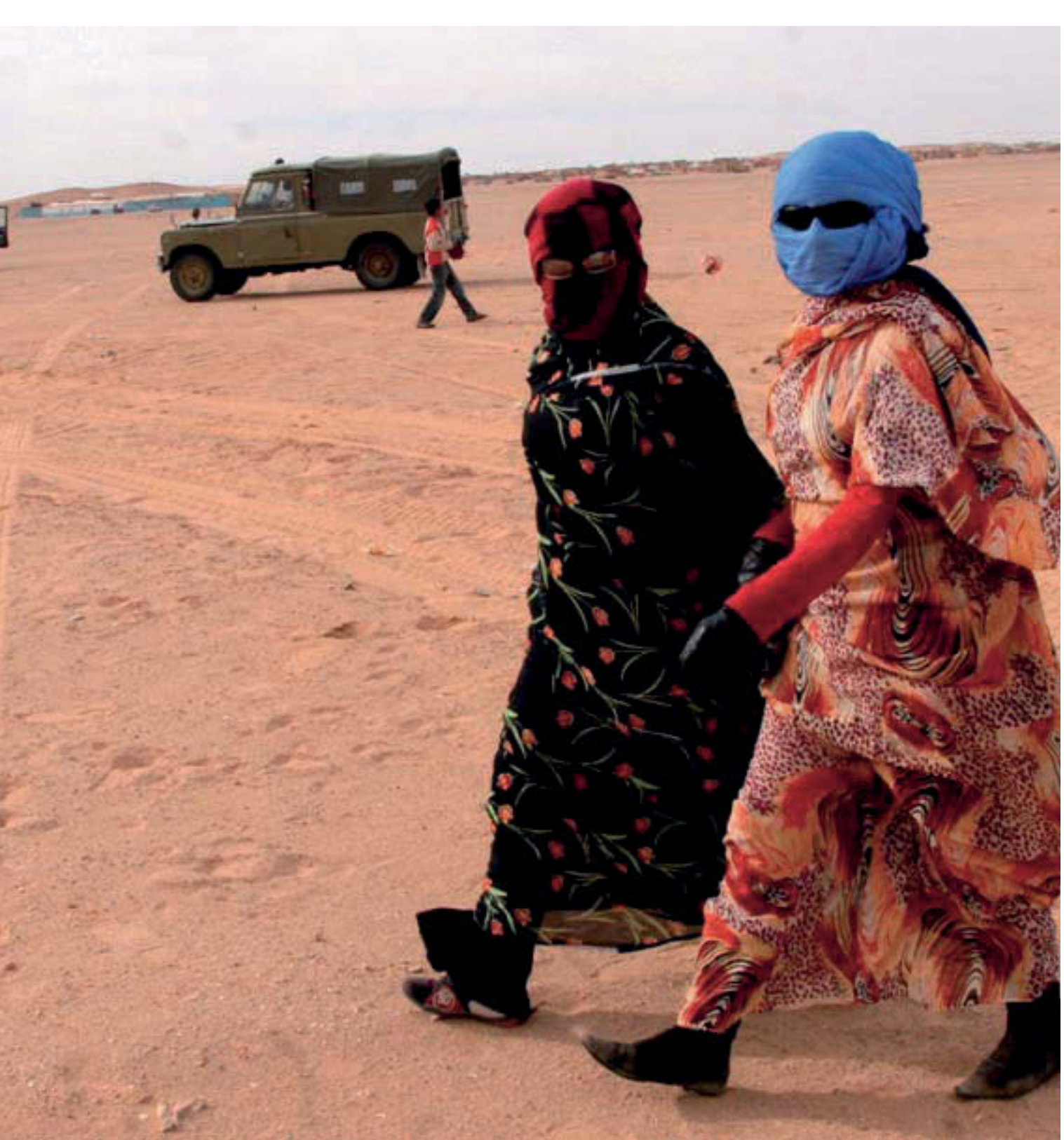
En las noticias sobre la huelga de hambre de la activista Aminatu Haidar en el aeropuerto de Lanzarote y también en las informaciones relacionadas con el secuestro de tres españoles de una ONG en Mauritania aparecieron continuas menciones al desierto del Sáhara, y en ocasiones se produjeron vacilaciones en el uso de los adjetivos *sahariano* y *saharauí*.

En español llamamos *sahariano* a lo que tiene relación con el desierto del Sáhara, mientras que reservamos el término *saharauí* para referirnos a lo relacionado con la antigua provincia española del Sáhara Occidental, hoy República Árabe Saharaui Democrática.

Así, pues, todo lo que se incluye en *saharauí* puede incluirse también en *sahariano*, puesto que ese territorio antes español está dentro del desierto de Sáhara; pero no puede hacerse al revés, es decir, no todo lo *sahariano* es *saharauí*.

Además, la Fundéu BBVA aclaró que el nombre *Sáhara* puede escribirse así, con tilde, y también sin ella, *Sahara*, y recomendó que se prefiera la primera forma por ser la tradicional en español.





«*secuestradores*», no «*capttores*»

La Fundación del Español Urgente aclaró que los autores del secuestro de tres cooperantes españoles en Mauritania no eran sus *capttores* sino sus *secuestradores*.

Una de las características de la redacción periodística es la búsqueda de sinónimos para evitar la repetición de una misma palabra varias veces en una misma noticia, y esa búsqueda propicia que algunas veces se caiga en el error de usar como sinónimas palabras que no lo son.

La Fundéu BBVA detectó que en algunos medios de comunicación, al informar sobre la situación de los tres miembros de una ONG española secuestrados en el Sáhara, se utilizó la palabra *capttores* como sustituta de *secuestradores* o *rapttores*, y si bien estas dos últimas sí tienen el mismo significado, eso no ocurre con *capttores*.

Los verbos *secuestrar* y *raptar* significan lo mismo en español: ‘retener indebidamente a una persona para exigir dinero por su rescate, o para otros fines’. Mientras que *capturar* es ‘aprehender, apoderarse de cualquier persona, animal o cosa que ofrezca resistencia’.

Vistas esas definiciones, la Fundéu BBVA explicó que fue la policía o el ejército los que capturaron a los *secuestradores*, pero estos últimos no *capturaron*, sino que *secuestraron* o *raptaron* a los cooperantes españoles.





«tropas», término no contable

La Fundación del Español Urgente recordó que en español no pueden contarse las tropas, sino los soldados.

En las noticias de primeros de diciembre sobre la decisión del presidente Obama de enviar más soldados a la guerra de Afganistán volvió a aparecer el error de utilizar la palabra *tropa* como un sustantivo contable, y se informó de que los Estados Unidos enviarían 30.000 tropas más para pacificar aquel país.

La Fundéu BBVA indicó que no se puede contar *una tropa*, *dos tropas*, *trescientas tropas* o *30.000 tropas*.

Tropa, en singular, se refiere a los miembros del ejército que no son mandos con rango de oficial ni de suboficial, y comprende a los cabos y soldados. Y en plural, *tropas*, puede utilizarse para mencionar a las de diferentes secciones del Ejército o a las de distintos países: «Desfilaron las tropas del Ejército del Aire y de la Legión»; «Se produjeron escaramuzas entre tropas de Colombia y Venezuela».

No fueron correctas, por tanto, frases como: «Obama enviará 30.000 tropas a Afganistán»; «Los Estados Unidos reforzarán su presencia militar en Afganistán con 30.000 tropas más», etc. En esos casos debieron usarse las palabras *soldados* o *militares*.



«córner», evitarlo en el ámbito comercial

La Fundación del Español Urgente recomendó que se evitase el uso de la voz inglesa *corner* para definir un espacio comercial ubicado en el interior de un gran establecimiento y que se recurriese a otras expresiones como *tienda de marca* o *isla comercial*.

Cuando en los medios de comunicación se mencionan los proyectos de expansión de marcas comerciales, es frecuente leer y escuchar frases como «En esa tienda hay varios corners de diseñadores conocidos» o «De las aperturas, diez corresponden a corners en El Corte Inglés».

Un *córner* (también llamado *franquicia córner*) es un espacio franquiciado, habitualmente de pequeña extensión, ubicado en un gran establecimiento. En español podemos denominar este modelo de negocio como una *tienda de marca* o una *isla comercial*, por lo que en los ejemplos mencionados lo más apropiado hubiera sido decir «En esa tienda hay varias islas comerciales de diseñadores conocidos» o «De las aperturas, diez corresponden a tiendas de marca en El Corte Inglés».

Si se prefiere mantener la forma *córner*, debe escribirse en redonda y con tilde en la o, y su plural es *córneres*, como queda recogido en el *Diccionario panhispánico de dudas*.

«vuelo nacional», no «vuelo doméstico»

La Fundación del Español Urgente insistió en que no debe emplearse la palabra *doméstico* con el sentido de *nacional*, *interior* o *interno*.

En las noticias relacionadas con la huelga del personal de cabina de Iberia convocada a finales de octubre aparecieron informaciones en las que *doméstico* se usó de manera incorrecta: «Gran parte de los vuelos cancelados afectan a rutas domésticas», «Se anularán unos 360 vuelos domésticos y unos 70 vuelos internacionales».

Según el *Diccionario panhispánico de dudas*, en español *doméstico* significa ‘de la casa o del hogar’ y ‘[animal] que vive en compañía del hombre’. Por eso debe evitarse su empleo metafórico con el sentido de ‘nacional o de la nación’, claramente influido por el inglés, en el que *domestic* tiene el sentido de *nacional*.

Así en los ejemplos anteriores debió escribirse «Gran parte de los vuelos cancelados afectan a rutas nacionales» y «Se anularán unos 360 vuelos nacionales y unos 70 vuelos internacionales».

En consecuencia, la Fundéu BBVA quiso llamar nuevamente la atención sobre este error, recordando que no debe trasladarse al español el sentido que *doméstico* tiene en inglés, y que se pueden usar otras formas como *interno*, *interior* o *nacional* que son más apropiadas para estos casos.



actuaciones

LA WIKILENGUA DEL ESPAÑOL

Pasado un año desde que, allá por el mes de enero del 2008, la *Wikilengua* se presentase en la Casa de América de Madrid, en el 2009 se llegó a un millar de artículos escritos por los usuarios, por lo que fue el momento de dar por cerrada una primera fase en la que la idea primordial era dar a conocer el sitio y dotarlo de cierto contenido que sirviese de base para la construcción del conocimiento compartido que se pretendía transmitir. Conscientes de la importancia de proyectos como este para acercar el mundo digital a la sociedad española, red.es (del Gobierno de España) renovó el patrocinio de este sitio web que ya había asumido en su lanzamiento.

El día 11 de marzo se celebró en Madrid, en el salón de actos de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), un acto presidido por Francisco Ros, secretario de Estado de la SETSI, Víctor G.^a de la Concha, director de la Real Academia Española y presidente de la Fundéu BBVA, y Álex Grijelmo, presidente de la Agencia Efe y vicepresidente de la Fundéu, para hablar del primer año de vida de la *Wikilengua*, de las ampliaciones previstas y los trabajos futuros. El acto tuvo un gran eco en los medios de comunicación, mucho mayor del esperado, lo que dio muestra del interés e importancia que se le da a este ciber sitio de la lengua española y al concepto de obra cultural libre que representa. El acto estuvo centrado en el uso de la wiki como herramienta didáctica, uno de los aspectos en los que se está trabajando más intensamente.

El éxito en esta primera fase quedó reflejado en febrero, un mes antes de la celebración de su aniversario oficial en la SETSI, cuando la revista *Personal Computer & Internet* la seleccionó entre las seis wikis (enciclopedias de acceso libre en Internet) más representativas en español. La publicación situó a esta web colaborativa tras la



Wikipedia y la *Frikipedia* y al mismo nivel que *WikiTravel* y la *Enciclopedia libre universal*. En el informe publicado los autores señalaron que el contenido de la *Wikilengua del español* es de gran calidad y destacaron el enfoque práctico, la facilidad de navegación, el diseño, la elaboración de los textos, la abundancia de bibliografía y de enlaces externos, las opciones de búsqueda, los tipos de directorios, los portales temáticos, las descargas y la ayuda. Como aspecto negativo se mencionó que algunas categorías aún tenían lagunas, pero que se justificaban por su juventud (se trata de la más joven de las wikis seleccionadas).

Novedades

Así, en el año 2009, tras la primera etapa, los nuevos objetivos para la *Wikilengua* se centraron en mejorarla y darle un mayor dinamismo con una serie de cambios que se fueron incorporando gradualmente y que se basaron en los comentarios de los medios de comunicación, los foros y la comunidad de la propia wiki.

Uno de los primeros cambios fue la portada, para la que se buscó un estilo «más wiki», pues la información de presentación del sitio dejó de tener la importancia que tenía en un principio para cedérsela a los contenidos. Pero los cambios no solo fueron estilísticos: a partir de esta segunda etapa la portada también mostró más información. En particular, se añadieron dos secciones:

- Miniaturas (extractos de los muchos cuadros con informaciones de todo tipo que se desarrollan en el interior).
- Artículo destacado (el que destaca, por alguna razón, en un momento determinado).

Paralelamente a este cambio se crearon mecanismos para facilitar la navegación por los artículos, mecanismos que fueron muy celebrados por una gran parte de los usuarios.

Otra de las novedades fue la integración en el sistema de un programa de composición tipográfica, lo que permitió un mayor grado de precisión y la posibilidad de ofrecer ejemplos de carácter ortotipográfico. Así, ya no debía haber dificultades para mostrar conceptos empleados en programas de procesamiento de textos y de maquetación (tan esenciales hoy en día en la escritura de textos, pero para los que los medios habituales en los sitios web [HTML] se muestran insuficientes).

Al igual que en el 2008 y por decisión de la comunidad, en el 2009 se volvieron a suavizar las condiciones para el registro y, atendiendo a diversas sugerencias y peticiones, se abrió a todos los usuarios, que desde entonces pudieron participar anónimamente. Como contrapartida se hizo necesario desarrollar un sistema de supervisión más elaborado, pues abrir las puertas de la wiki de par en par incrementaba considerablemente el riesgo de vandalismo, y había que atajarlo.



Javier Bezos, coordinador de la *Wikilengua del español*



Otra adición importante fue emplear un editor gráfico, al estilo de los procesadores de texto, de forma que las modificaciones se fueran viendo tal como quedaban en la página. El sistema de marcas resultaba complicado para muchas personas, y con este editor se facilitaba la participación.

Finalmente, con el objetivo de presentarlo en el 2010, en el 2009 se comenzó a trabajar en el soporte técnico de un atlas oral. Gracias a este *mapa interactivo* de hablas hispanas, y, sobre todo, gracias a las aportaciones desinteresadas de los usuarios, pronto podremos conocer a golpe de clic los múltiples y variados acentos de la comunidad mundial que se expresa en español. Obviamente, aún quedan muchas aportaciones (muchos acentos) por recoger, pero la puerta ya está abierta.



Véctor G.^a de la Concha se dirige a los asistentes al acto de conmemoración del primera año de vida de la *Wikilengua*

Cifras

Gracias a las colaboraciones de los usuarios, que ya son cerca de 9.000, la *Wikilengua del español* cuenta con más de 30.000 páginas en sus ciberarcas. Además, solo en el 2009 recibió 2,5 millones de visitas, es decir, algo más de 200.000 visitas al mes, lo que significó un incremento del 184 % con respecto al 2008.

Por último, hay que mencionar que desde su lanzamiento en enero del 2008 la *Wikilengua* ha superado los once millones de páginas visitadas, visitas que se han producido desde 185 países.

La publicidad, con la Fundéu BBVA, por un buen uso del español

Los responsables de la industria publicitaria española, en un manifiesto promovido por la Fundación del Español Urgente, se comprometieron a fomentar el uso correcto del español en el ejercicio de su actividad profesional. La lectura del manifiesto tuvo lugar el 17 de marzo del 2009 en el transcurso de un acto que presidieron José Ignacio Goirigolzarri, consejero delegado del BBVA; Víctor García de la Concha, presidente de la Fundéu BBVA y director de la Real Academia Española (RAE), y Ángel del Pino, presidente de la Federación Nacional de Empresas de Publicidad (España).

Goirigolzarri destacó la importancia de la lengua española por su valor cultural y económico y resaltó el hecho de que un sector como el publicitario, que en el 2008 había facturado en España casi 15.000 millones de euros, se comprometiera a defender el buen uso de nuestro idioma.



José Ignacio Goirigolzarri, ex consejero delegado del BBVA, en su intervención durante el manifiesto por un buen uso del español en la publicidad española



De izda. a dcha.: Víctor G.^a de la Concha,
Francisco Ros y Álex Grijelmo

En su intervención, Víctor García de la Concha subrayó la necesidad de «anunciar calidad en un español de calidad». Para el director de la RAE, el uso de extranjerismos es uno de los signos más llamativos de la publicidad española, que busca la desviación del lenguaje ordinario para llamar la atención, con peligro de apartarse de la norma con construcciones incorrectas, ortografías heterodoxas o expresiones banales. García de la Concha destacó que el español es un patrimonio formidable y que a todos nos atañe la responsabilidad de mantenerlo y enriquecerlo.

Ángel del Pino, que entre otras cosas afirmó que «la defensa del buen uso del español por parte de los publicistas supondrá una mejora de su imagen en los mercados y un argumento novedoso para distinguirse, competir y lograr la complicitad de los consumidores», fue el encargado de dar lectura al documento en el que las empresas e instituciones del sector hacían pública su apuesta decidida por el buen uso de la lengua española.

El manifiesto, que fue firmado por veintisiete entidades vinculadas a la industria publicitaria, destacaba la necesidad de que el uso correcto de nuestro idioma fuera un referente para la comunidad hispanohablante y que su defensa por parte de los publicistas sirviese de ejemplo para quienes nos expresamos en español.

ANGELA MERKEL
2020



“I’M SORRY.

WE COULD HAVE STOPPED
CATASTROPHIC CLIMATE
CHANGE... WE DIDN’T.”



COPENHAGEN 2009 ACT NOW - CHANGE THE FUTURE

tcktcktck GREENPEACE



MANIFIESTO DE LA FUNDEÚ BBVA Y LA INDUSTRIA PUBLICITARIA EN DEFENSA DEL USO CORRECTO DEL ESPAÑOL EN LA COMUNICACIÓN COMERCIAL Y EN LA PUBLICIDAD

La Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA) y los representantes de la industria publicitaria española, reunidos hoy en Madrid, hacen pública su decisión firme de fomentar en el ejercicio de su actividad empresarial el buen uso del idioma español.

Por ello, las organizaciones empresariales y las instituciones que conforman el sector —agencias de márketing, de medios y de publicidad, medios de comunicación, empresas de soportes publicitarios, anunciantes y empresas de investigación— manifiestan su apuesta decidida por el buen uso de la lengua.

La publicidad española quiere plasmar en hechos los principios lingüísticos que deben regir los mensajes publicitarios y sensibilizar a quienes se dedican a la actividad publicitaria en la necesidad de utilizar correctamente nuestro idioma.

En virtud de lo anterior, todas las partes declaran su voluntad de firmar este documento de interés general en apoyo de la lengua española y para ello manifiestan lo siguiente:

1.º *Dentro de la libertad de expresión y del respeto a la creatividad de los agentes involucrados en el proceso de elaboración de los anuncios y campañas publicitarias, se pretende poner de manifiesto la importancia y relevancia de tales mensajes y su repercusión en la sociedad.*

2.º *Dada la significación que el idioma español tiene en el mundo y su reconocimiento como valor económico, se quiere destacar la necesidad de que su correcta utilización sea un referente para la comunidad hispanohablante.*

3.º *Para alcanzar los objetivos formulados en este manifiesto se requiere un apoyo incondicional a nuestra lengua frente a la influencia de lenguas foráneas, de modo que la comunicación publicitaria cumpla su principal misión, que es la de hacer llegar su mensaje de forma clara y correcta.*

4.º *El empleo de extranjerismos innecesarios y de malas traducciones de giros y vocablos extranjeros empobrece y deslucе el mensaje publicitario, por lo que se recomienda la utilización de locuciones y términos españoles.*

5.º *La defensa de un buen uso del español por parte de los creadores publicitarios supondrá una mejora de su imagen en los mercados que les son propios y un argumento novedoso para distinguirse, competir y lograr la complicidad de los consumidores.*

6.º *La Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA), que trabaja con la Real Academia Española, se ofrece a prestar a las empresas relacionadas con la publicidad la ayuda lingüística necesaria y a colaborar con ellas en el desarrollo de libros de estilo que ayuden a que los mensajes publicitarios sirvan de ejemplo de corrección lingüística para quienes nos expresamos en español.*



Firman en Madrid, a 17 de marzo del 2009

- Academia de la Publicidad.
- Asociación Española de Anunciantes (AEA)
- Asociación General de Empresas de Publicidad (AGEP)
- Asociación Española de Agencias de Publicidad (AEAP)
- Asociación de Agencias de Medios (AM)
- Asociación de Empresas de Estudios de Mercado y Opinión (ANEIMO)
- Asociación de Productoras de Cine Publicitario (APCP)
- Asociación Española de Titulados y Profesionales de Comunicación (ATP)
- Asociación de Directivos de Comunicación, Dircom
- Associació Empresarial Catalana de de Publicitat
- Asociación de Agencias de Publicidad de la Comunidad Valenciana
- Asociación de Agencias del Principado de Asturias
- Asociación de Empresarios Salmantinos de Publicidad
- Asociación de Empresas de Publicidad de La Coruña
- Asociación de Medios y Agencias de Publicidad de Aragón
- Asociación de Empresas de Publicidad de Guipúzcoa
- Asociación General de Empresas de Publicidad de Valladolid
- Asociación de Agencias de Publicidad de Pontevedra
- Asociación de Empresarios de Publicidad de Castellón
- Asociación Riojana de Agencias de Publicidad
- Federación de Asociaciones de empresas de publicidad de Andalucía
- Federación Regional de Agencias de Publicidad de Castilla y León
- Club de Creativos (CdeC)
- Internacional Advertising Association (IAA)
- InfoAdex.
- Interactive Advertising Bureau (IAB-España)
- Federación Nacional de Empresas de Publicidad (FNEP).
- Fundación del Español Urgente (FUNDEÚ BBVA)

Seminario internacional

SAN MILLÁN DE LA COGOLLA

Durante los días 6, 7 y 8 de mayo del 2009, una treintena de especialistas de España y América debatieron sobre la presencia de la mujer en el español usado en la prensa y sobre el tratamiento que se hace de lo femenino en los medios de comunicación. El Seminario, titulado «Mujer y lenguaje en el periodismo en español», tuvo una gran repercusión en los medios nacionales e internacionales.

Al acto inaugural, celebrado en el Salón de la Lengua y presidido por Pedro Sanz, presidente de la Comunidad Autónoma de La Rioja, asistieron el director de la Real Academia Española y presidente de la Fundéu BBVA, Víctor García de la Concha; el presidente de la Agencia Efe y vicepresidente de la Fundéu BBVA, Álex Grijelmo; la directora del Instituto Cervantes, Carmen Caffarel; el presidente del BBVA, Francisco González, y el director de la Academia Chilena de la Lengua, Alfredo Matus.

Siguió un diálogo entre la española Montserrat Domínguez y la chilena Mónica González, en el que ambas periodistas evidenciaron los cambios sociales que se han producido en los últimos tiempos, gracias a los cuales la mujer ha conquistado terrenos que tradicionalmente han estado reservados a los hombres. También destacaron la importancia del lenguaje para mostrar esta nueva realidad y la responsabilidad de los medios de comunicación en el uso adecuado de ese lenguaje.

El seminario se articuló mediante tres mesas redondas y un debate, que se celebraron en el Centro de Investigación de la Lengua (Cilengua). Fueron las siguientes:

- «Lenguaje y mujer en los medios de comunicación»
- «¿Hablan igual las mujeres y los hombres? ¿Los y las periodistas escriben igual?
¿Hablan los periodistas igual para los hombres que para las mujeres?»
- «Los diccionarios, las gramáticas y el femenino»
- «¿Hay que forzar el cambio?» (debate)



Entre los participantes en las mesas redondas y el debate final estuvieron periodistas reconocidos como Pepa Fernández (España), Magí Camps (España) o Mónica González (Chile); lingüistas como Eulalia Lledó (España), Ana María Vigara (España), Daniel Samper (Colombia), María Josefina Tejera (Venezuela) o Violeta Demonte (España), y profesores universitarios como María Elena Gómez, Marina Fernández Lagunilla o Susana Guerrero (España).

Conclusiones

Durante los tres días que duró el seminario, los expertos reunidos en el monasterio de San Millán de la Cogolla defendieron diferentes posturas. Estas fueron las conclusiones más destacadas, extraídas de las intervenciones de los profesionales participantes:



Joaquín Müller durante la presentación a los medios del Seminario Internacional de San Millán de la Cogolla

- El ejercicio del periodismo exige una responsabilidad social y cultural a la hora de elaborar las informaciones, pues las decisiones lingüísticas que se adoptan desde las redacciones de los medios de comunicación repercuten directamente sobre quienes usan el lenguaje. Sin embargo, en ocasiones se teme forzar el uso de determinadas voces para que empiecen a ser utilizadas, ya que estas se pueden convertir en ruido informativo y deformar el mensaje.
- Los cambios tienen que producirse de una forma natural, no forzada. A medida que cambia la conciencia social y se consiguen avances en el terreno de la igualdad, dichos cambios deben generarse del mismo modo en la lengua, lo que responde a la función representativa del lenguaje como vehículo para referirse a la realidad. Esta es la forma de que los usos no discriminatorios vayan siendo asumidos por la sociedad de manera natural.

- Sobre el asunto de cómo suceden y se asumen los cambios, se pueden encontrar dos puntos de vista. Hay quienes afirman que el periodismo, como la realidad, cambia y se adapta. El lenguaje forma parte, por tanto, de la realidad. Contenido y forma son un todo. Cuando la forma designa algo tiene el poder de que su contenido se fortalezca. Otras posiciones defienden la idea de que el lenguaje no cambia la realidad, sino que la realidad cambia el lenguaje.
- Existen diferentes visiones sobre cómo se usa el lenguaje en los medios de comunicación, especialmente en el tratamiento que se hace de la información sobre las mujeres y la que se dirige a ellas. Por un lado, la visión periodística defiende el hecho de que ciertas formas de presentar la información son necesarias para llamar la atención de la audiencia y dar fuerza a la noticia. En este sentido, algunas personas reconocen que a veces estos usos pueden resultar discriminatorios, pero que siempre estarán sujetos a la interpretación. Por otro lado, la visión lingüística afirma que hay maneras de tratar la información que pueden evitar el sexismo y que, por ello, es necesario que los medios las utilicen para que el público las asuma.
- No hay que olvidar que el lenguaje puede usarse como trampa para encubrir una visión machista. Se debe diferenciar, por tanto, entre lenguaje sexista, discurso sexista y visión sexista. La imagen que se da de la mujer tiene que acompañar al lenguaje que se utiliza para referirse a ella e intentar salir de los estereotipos existentes en la actualidad.
- Es necesario romper el círculo vicioso en el que a veces se encuentra la lengua. En muchas ocasiones, los hablantes no utilizan ciertos términos por no estar muy extendidos, lo que al mismo tiempo frena su posible conversión en norma. En este sentido, los medios de comunicación pueden trabajar no solo para difundir la información, sino para extender los usos lingüísticos más correctos. Ahí reside una de sus responsabilidades con el lenguaje.



Foto izda.: la periodista chilena Mónica González durante su intervención en el seminario



Foto dcha.: Víctor G.ª de la Concha, en la mesa presidencial, se dirige a la audiencia durante el acto de apertura del seminario



- Son importantes los avances conseguidos por las mujeres en el terreno laboral. Si bien es cierto que en el periodismo actual las mujeres forman una parte cada vez más activa de las redacciones, no ocurre lo mismo en los puestos directivos. La conquista de estos espacios permitiría dar un nuevo enfoque lingüístico al tratamiento de ciertos temas informativos en los que no habría discriminación.
- No se puede afirmar que exista un lenguaje femenino y otro masculino, pero sí es posible hablar de discursos distintos. Se encuentran géneros periodísticos que son abordados de diferente forma (como la columna de opinión), dependiendo de si quien firma es hombre o mujer. En muchos casos lo que influye o marca el contenido en la forma de expresarse es el tipo de público o audiencia al que se dirige la información. También influyen los estereotipos, que pueden afectar al lenguaje que se usa en el periodismo.
- Los cambios son necesarios no solo en los medios generalistas, sino en aquellos dirigidos específicamente a hombres y mujeres por separado. A pesar de tener un alcance menor que los generalistas, contribuyen con su lenguaje a perpetuar los estereotipos que han llevado a la discriminación. De poco sirve analizar y mejorar el discurso de los medios si, por otro lado, otros medios con destinatarios específicos mantienen formas lingüísticas excluyentes y acentúan las diferencias entre hombres y mujeres.
- La adecuación de la lengua a la realidad de la mujer es posible e inevitable, ya que se ha producido un gran cambio en las últimas décadas que permite que esto suceda.
- Son admisibles las nuevas formas que se introducen en la lengua siempre que no atenten contra las leyes de la gramática. Asimismo, hay unanimidad en que es fundamental que los diccionarios y las gramáticas incorporen esos cambios que se han producido en la sociedad.
- Lo importante es la calidad de la información, que no es una cuestión que dependa de la identidad de género. El objetivo del periodismo es informar, y para que esto se haga correctamente hay que atender a la no discriminación. Lo fundamental es que la comunicación no falle y la información llegue al colectivo de un modo preciso.

Congresos, seminarios, cursos y comisiones

XXX CURSO DE VERANO DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ EN SAN ROQUE

El lenguaje de los jóvenes

La Fundación del Español Urgente participó por tercer año consecutivo en los cursos de verano que la Universidad de Cádiz (UCA) organiza en el campus de San Roque, en Cádiz. Estos cursos, que cumplieron su trigésima edición en el 2009, se desarrollan en colaboración con el Ayuntamiento de la ciudad campogibraltareña y la Fundación Municipal de Cultura Luis Ortega Bru, y cuentan con el apoyo de la Junta de Andalucía, el Instituto Cervantes y Canal Sur, entre otras instituciones. En esta ocasión la Fundéu BBVA acudió con la propuesta «El lenguaje de los jóvenes», que fue acogida con gran interés por parte de las instituciones organizadoras.



Alberto Gómez Font, coordinador de la Fundéu BBVA, durante una de su intervenciones en el curso de verano de San Roque



El coordinador de los cursos y secretario general de la Fundéu BBVA, Francisco Muñoz, destacó la participación del alumnado en este curso, clausurado por las profesoras Isabel Hernández e Isabel Molina y el escritor José Ángel Mañas, y puso el acento en la «comunicación especial» que se produjo entre ponentes y alumnos, quienes mostraron un gran interés en cada uno de los aspectos analizados.

El curso concluyó con un análisis, por parte de los ponentes, del lenguaje juvenil en la publicidad, el habla de las jóvenes madrileñas, y el tema del escritor y la jerga callejera.

La profesora de Filología Española de la Universidad Complutense Isabel Hernández hizo reflexionar a los asistentes sobre el estereotipo juvenil que refleja la publicidad y cómo la mayoría



Francisco Muñoz, secretario general de la Fundéu, en un momento de su actuación en el curso de verano de San Roque, Cádiz

de los jóvenes no se sienten identificados con él. «La juventud se identifica con los anuncios elocuentes de las grandes campañas en los que se juega con el humor y hay elementos novedosos que sorprenden», concluyó Hernández, quien puso el acento en la limitación que existe en este tipo de lenguaje.

Por su parte, Isabel Molina, profesora de Lengua Española en la Universidad de Alcalá de Henares, dio a conocer un estudio acerca del habla de las jóvenes madrileñas, y llamó la atención sobre cómo las mujeres «son más receptivas a los cambios lingüísticos» y sobre la evolución que se ha producido desde los años 70.

El escritor José Ángel Mañas, autor de libros como *Historias del Kronen*, *Mensaka* o *Ciudad Rayada* tuvo la oportunidad de contar sus vivencias a los cuarenta matriculados de este curso, para lo que recordó sus inicios e hizo hincapié en las diferentes voces que debe emplear el escritor en las novelas, que «ha de meterse en la piel de sus personajes».

Mañas destacó lo difícil que resulta publicar un libro y explicó que «si difícil es publicar, tener éxito y mantenerse, más aún lo es aprender a caer», tras lo que recordó que su etapa de auge fue en los años 90, tras publicar *Historias del Kronen*, su primera novela, que fue finalista del Premio Nadal.

Los alumnos valoraron muy positivamente el desarrollo del curso, por lo que los organizadores mostraron su intención de mantener esta línea para la edición del próximo año.



Foto izda.: Francisco Muñoz, en representación de la Fundéu BBVA, recibe el Premio a la Promoción del Español de manos de Ignacio Mosso, consejero delegado de TÜV Rheinland España



Foto dcha.: Alberto Gómez Font, coordinador general de la Fundéu, durante la jornada «El universo del idioma y la literatura en español», celebrada en Costa Rica



Otros congresos y seminarios

Durante el 2009 la Fundéu BBVA estuvo representada por su coordinador general, Alberto Gómez Font, en los siguientes cursos, talleres y congresos celebrados en España, resto de Europa y América:

ESPAÑA

Madrid

- V Máster de Periodismo de Agencia.
Organizado por la Agencia EFE y la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Rey Juan Carlos.
- Maestría «Experto en lenguaje y medios de comunicación».
Organizada por la Universidad Complutense de Madrid. La directora de la maestría, Ana María Vigara Tauste, y sus alumnos visitaron la sede de la Fundéu BBVA y recibieron una clase sobre el buen uso del idioma.
- Presentación «La Fundéu: una plataforma de recursos lingüísticos para la edición».
Celebrada en la feria LIBER 2009 (XXVII Feria Internacional del Libro).

Comillas (Santander)

- Encuentro ELE «Nuevas tecnologías de la información y la comunicación».
Organizado por la Fundación Comillas.

San Millán de la Cogolla (Logroño)

- Curso «Los caminos de la lengua».
Organizado por la Fundación San Millán de la Cogolla y Editorial SM.

Cádiz

- Curso taller «El buen uso del español».
Organizado por la Asociación de la Prensa de Cádiz.

ARGENTINA

Buenos Aires

- Encuentro Lingüístico.
Organizado por la Fundación Litterae, con la participación de la profesora de la Universidad Complutense de Madrid Ana María Vigara.

BULGARIA

Sofía

- Mesa redonda «Lenguaje y medios de comunicación».
Organizada por el Instituto Cervantes de Sofía.

PAÍSES BAJOS

Utrecht

- Seminario «Uso y abuso del español en los medios de comunicación».
Organizado por el Instituto Cervantes de Utrecht.

ALEMANIA

Tubinga

- XVII Congreso de la Asociación Alemana de Hispanistas.
Organizado por la Universidad de Tubinga.



COSTA RICA

San José de Costa Rica

- Jornada «El universo del idioma y la literatura en español».

Organizada por la Embajada de España y la Universidad Nacional de San José de Costa Rica.

EE. UU.

Nueva York

- Reunión sobre herramientas en Internet para la enseñanza del español.

Organizada por el Instituto Cervantes de Nueva York.

Por su parte, el secretario general de la Fundéu BBVA, Francisco Muñoz Guerrero, representó a la fundación en los siguientes actos:

- Comité Técnico de Terminología de la Agencia Española de Normalización y Certificación (AENOR).
Francisco Muñoz asistió, en su calidad de vocal del comité, a las diversas reuniones convocadas por AENOR. Este comité tiene como cometido la adaptación de las normas ISO a las normas UNE.
- Presentación «La Fundéu: una plataforma de recursos lingüísticos para la edición».
Francisco Muñoz participó junto con Alberto Gómez Font, en representación de la Fundéu BBVA, en el acto celebrado en la feria LIBER 2009 (XXVII Feria Internacional del Libro) en calidad de ponente. Al acto asistieron representantes de diversas editoriales españolas e hispanoamericanas.
- Director del Curso taller « El buen uso del español» (Cádiz).
Organizado por la Asociación de la Prensa de Cádiz, el curso, que se celebró los días 9, 10 y 11 de noviembre y cuyo objetivo era mejorar la calidad lingüística en la redacción de documentos, tuvo una duración de 11 horas y fue impartido por Francisco Muñoz, Alberto Gómez Font y Xosé Castro.
- III Jornadas de Terminología y Traducción Institucional (Madrid).
Celebradas el 29 de mayo en las oficinas de la Representación de la Comisión Europea en España, la Fundéu acudió representada por su secretario general, Francisco Muñoz, quien junto con Teresa Cabré, presidenta de la Asociación Española de Terminología (AETER), y Gonzalo Sotorrío, director de la División de Normalización de AENOR, presentó el proyecto TERMINESP.

EN INTERNET

- «El uso correcto del español en los medios de comunicación».
Curso en línea organizado por la Fundéu BBVA y la Fundación CEDDET.

SOPORTES DE COMUNICACIÓN DE LA FUNDÉU BBVA

Boletín Donde dice...

En el 2009 se redujo la periodicidad del boletín de la Fundéu a un número por cuatrimestre, por lo que fueron tres los números publicados. No obstante, al igual que en el 2008 todos ellos fueron de carácter monográfico y trataron los siguientes temas:

- N.º 14 (enero - abril): *Corregir*
- N.º 15 (mayo - agosto): *Academias de la Lengua Española*
- N.º 16 (septiembre - diciembre): *Mujer y lenguaje en el periodismo en español*

Como viene sucediendo desde que se creó *Donde dice...* continuó cosechando una gran aceptación por parte de los usuarios de la Fundéu BBVA. Y hubo una entrevista en profundidad del director del boletín, Francisco Muñoz, y la periodista colombiana y becaria de la Fundéu, Alejandra Lopera, al director de la RAE, Víctor G.^a de la Concha, en el número de *Donde dice...* dedicado a las Academias de la Lengua Española (n.º 15) que fue especialmente bien recibido por los lectores del boletín.



Portadas de los tres números de *Donde dice...* publicados en el 2009

CIBERSITIO <www.fundeu.es>

El 2009 supuso para la web de la Fundéu el año de la gran actualización de una de sus herramientas más valoradas, el *Vademécum de español urgente*, que se revisó a conciencia desde principios de año y se sintonizó con las otras tres grandes herramientas de consulta de la ciberpágina: las recomendaciones de buen uso del español, las consultas y el *Manual de español urgente*.

Estos cambios, sin duda, tuvieron mucho que ver con el espectacular incremento de visitas y usuarios que se registró en el 2009, comparados con el año anterior. Así, los datos de la web <www.fundeu.es> auditados por la herramienta de medición de audiencias en Internet Google Analytics arrojaron los siguientes resultados:

- Visitas: **571.686** (314.658 en el 2008)
- Usuarios únicos: **387.540** (190.630 en el 2008)
- Páginas vistas: **2.221.808** (1.472.291 en el 2008)



Portadas de los tres números de *Donde dice...* publicados en el 2009

CIBERSITIO <www.fundeu.es>

El 2009 supuso para la web de la Fundéu el año de la gran actualización de una de sus herramientas más valoradas, el *Vademécum de español urgente*, que se revisó a conciencia desde principios de año y se sintonizó con las otras tres grandes herramientas de consulta de la ciberpágina: las recomendaciones de buen uso del español, las consultas y el *Manual de español urgente*.

Estos cambios, sin duda, tuvieron mucho que ver con el espectacular incremento de visitas y usuarios que se registró en el 2009, comparados con el año anterior. Así, los datos de la web <www.fundeu.es> auditados por la herramienta de medición de audiencias en Internet Google Analytics arrojaron los siguientes resultados:

- Visitas: **571.686** (314.658 en el 2008)
- Usuarios únicos: **387.540** (190.630 en el 2008)
- Páginas vistas: **2.221.808** (1.472.291 en el 2008)

La variación porcentual del 2008 al 2009 fue, por tanto, la siguiente:

- Visitas: **+82 %** (variación 2007–2008: +66 %)
- Usuarios únicos: **+103 %** (variación 2007–2008: +65 %)
- Páginas vistas: **+51 %** (variación 2007–2008: +63 %)

Estos datos hacen pensar que el 2009 fue un año de descubrimiento de nuestra ciberpágina para muchísimos usuarios de la red.



Las visitas a la web de la Fundéu BBVA aumentaron un 82 %

En cuanto a las secciones más visitadas en el 2008, fueron las siguientes:

- VADEMÉCUM: 311.843 páginas vistas
- PORTADA: 229.850 páginas vistas
- CONSULTAS: 175.156 páginas vistas
- BUSCADOR: 121.340 páginas vistas
- RECOMENDACIONES: 83.385 páginas vistas



LISTA DE DISTRIBUCIÓN «APUNTES»

Durante su decimocuarto año de vida, Apuntes incrementó ligeramente el número de mensajes acogidos en su servidor, llegando a una cifra cercana a los 16.000, es decir, apenas un 7 % más que en el 2008.

También el 2009 fue el año en que la lista de distribución de la Fundéu se integró en la Red Iris, la red académica y de investigación española, aunque este cambio se produjo a finales de noviembre por lo que los resultados no serán perceptibles hasta mediados del 2010.

Red Iris (<http://www.rediris.es>) proporciona servicios avanzados de comunicaciones a la comunidad científica y universitaria de España. Está financiada por el Ministerio de Ciencia e Innovación e incluida en su mapa de Instalaciones Científico Tecnológicas Singulares. Se hace cargo de su gestión la entidad pública empresarial red.es, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

«COLECCIÓN ESPAÑOL URGENTE»

En el 2009, en colaboración con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), se publicaron dos nuevos libros de la «Colección español urgente», cuyo contenido se centra en recopilaciones de artículos sobre el uso del español que han sido publicados en la prensa en América y España.

Estos dos volúmenes hacen el quinto y el sexto de una colección que comenzó en el 2007 y en la que se editan dos títulos cada año. Los recién llegados son *El decir de las palabras*, del lingüista y periodista mexicano Ricardo Espinosa, y *Una palabra ganada*, del catedrático canario de Lengua Española Humberto Hernández.

ECO DE LAS RECOMENDACIONES EN LOS MEDIOS DIGITALES

En el 2009 se experimentó un extraordinario crecimiento en cuanto al número de diarios electrónicos, blogs de noticias, páginas de lengua y cultura y portales de redes sociales que decidieron incluir en sus páginas las recomendaciones de buen uso del español de la Fundéu BBVA. Así, si hacemos una búsqueda en Google, encontramos más de 180.000 resultados, entre cuyos primeros puestos están los diarios digitales de *La Vanguardia* (Cataluña), *El Periódico* (Cataluña), *Canarias 7* (Islas Canarias), *ABC* (Madrid), *Las Provincias* (Valencia), *Diario Montañés* (Cantabria), *Diario Sur* (Málaga), *Ideal* (Granada), *La Verdad* (Murcia), *Hoy* (Extremadura), *El Norte de Castilla* (Castilla y León), etc.

Y uno de los aspectos más novedosos lo han constituido las redes sociales y profesionales como Facebook, Twitter, LinkedIn, etc., que también comenzaron a colgar en sus páginas, a partir del 2009, las recomendaciones de la Fundéu.

LAS RECOMENDACIONES DE LA FUNDÉU EN LAS REVISTAS *PAISAJES*, DE RENFE, Y *RONDA*, DE IBERIA

Tanto la revista *Paisajes*, que distribuye Renfe en sus trenes de Alta Velocidad y Larga Distancia, como *Ronda*, la publicación señera de Iberia que se entrega gratuitamente en los vuelos de la compañía, siguieron publicando las recomendaciones y consejos lingüísticos de la Fundéu durante el 2009, y con unos excelentes resultados para su imagen de compromiso con el buen uso del español.



En el 2009 los medios digitales comenzaron a publicar los consejos lingüísticos de la Fundéu



Acuerdos y colaboraciones



Foto izda.: Víctor G.^a de la Concha e Isabel Linares firman el convenio de colaboración entre Radiotelevisión Madrid y la Fundéu BBVA

Foto dcha.: Pedro Díez Orzas y Joaquín Müller, directores generales de Linguaserve y la Fundéu, respectivamente, tras firmar el convenio de colaboración

MEDIOS Y EMPRESAS QUE FIRMARON UN ACUERDO CON LA FUNDÉU BBVA EN EL 2009

Radiotelevisión Madrid (RTVM)

En el mes de mayo, el presidente del Patronato de la Fundación del Español Urgente, Víctor García de la Concha, y la directora de RTVM, Isabel Linares, firmaron un convenio de colaboración para fomentar el uso correcto del español en los espacios informativos de Telemadrid y Onda Madrid.

Linguaserve

A mediados del mes de junio Linguaserve, una empresa de traducción, servicios lingüísticos y soluciones multilingües de última generación, y la Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA) suscribieron un acuerdo de colaboración por el que esa entidad se convertía en patrocinadora de la fundación.

El convenio fue firmado en la sede de la Fundéu BBVA por Pedro Luis Díez Orzas, presidente de Linguaserve, y Joaquín Müller–Thyssen Bergareche, director de la Fundéu BBVA. Con la firma de este acuerdo, Linguaserve se comprometía a fomentar el buen uso del idioma en su ámbito empresarial, a la vez que la Fundación del Español Urgente ampliaba su labor en pro del correcto uso del español en el sector de la traducción.

Cámara de Comercio de Madrid

La Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA) y la Cámara de Comercio de Madrid firmaron un acuerdo a finales del 2009 para hacer llegar a las empresas madrileñas las recomendaciones sobre el buen uso del español que diariamente elabora la fundación.

La cámara madrileña comenzó a publicar estas recomendaciones en su revista mensual *Cámara Madrid*, que cuenta en la actualidad con una tirada de más de 30.000 ejemplares y una audiencia de 200.000 lectores.

A principios del 2007, la Fundéu BBVA y el Consejo Superior de Cámaras de Comercio firmaron un convenio para la publicación de recomendaciones lingüísticas en sus boletines de noticias y hasta el momento se habían adherido las cámaras de Álava, Alicante, Granada, Lanzarote, Murcia, Oviedo, Santiago de Compostela, Toledo, Vigo y Zaragoza.

La Cámara de Comercio de Madrid, al unirse a esta iniciativa se suma a la lista de estos organismos que defienden y difunden el buen uso del español.



Los miembros del jurado del X Concurso Hispanoamericano de Ortografía durante el acto de la final de la fase española



Otras actuaciones y noticias

LA FUNDÉU EN EL X CONCURSO HISPANOAMERICANO DE ORTOGRAFÍA

La Fundéu BBVA estuvo presente en el X Concurso Hispanoamericano de Ortografía, cuya fase española, celebrada el 19 de noviembre del 2007, fue organizada por el Ministerio de Educación. El jurado lo presidió el académico de la RAE Salvador Gutiérrez Ordóñez, y entre sus miembros estuvieron la directora general de Evaluación y Cooperación Territorial del ministerio, Rosa Peñalver, y Javier Bezos López, de la Fundéu BBVA, así como otros representantes del ministerio. El acto se celebró en el salón de actos del Consejo de Educación, con la conducción de Pepa Fernández, directora y presentadora del programa «No es un día cualquiera», de Radio Nacional de España.

Este año no solo se premió la capacidad de memorizar palabras del diccionario, sino que los alumnos también tuvieron que puntuar correctamente una serie de oraciones, por lo que en algunos casos tuvieron que escribir frases completas. Los empates se deshicieron con vocablos aislados cuya ortografía dependía de la definición que se leía en la última edición del Diccionario de la Academia. En la final, el ganador, Pablo Gomi, y la segunda finalista, Clara Fernández Cordon, tuvieron que escribir «aldehyuela», «huy» y «atrición», y frases como la siguiente: «¿Por qué lo dices? Porque mostraron su interés por que Luis explicara el porqué de su conducta».

La fase final se celebró el día 9 de diciembre en La Habana (Cuba) con la victoria de la uruguaya María Teresa Ambrosoni frente a los finalistas Ariela Daneira Madera, de la República Dominicana, y Pablo Gomi, el representante de España.

En la clausura, el ministro de Educación de España, Ángel Gabilondo, afirmó que la lengua es un espacio para compartir y enfatizó que las palabras están «vivas» y las faltas les hacen «daño»; cada palabra ajustada, añadió, hace el mundo más justo. También destacó el esfuerzo de su gabinete por difundir el español en el mundo, que en el concurso se materializó con la participación de un gran número de estudiantes de los centros dependientes del Ministerio de Educación español en el extranjero, y que es la categoría por la que participaba el ganador de la fase española, nacido en Argentina.

IV CONCURSO LITERARIO DE HIPERBREVES MOVISTAR

La Fundéu BBVA, representada por su secretario general, Francisco Muñoz, participó en la entrega de premios de la cuarta edición de este concurso que convoca Telefónica Movistar desde el 2006 y en el que colabora la fundación.

La novedad del certamen del año 2009 radicó en que la organización decidió editar un libro electrónico, que pudo descargarse de forma gratuita, con los mejores relatos recibidos.

Junto con Paco Muñoz participaron en el acto de entrega Lorenzo Silva, como presidente del jurado, Magí Camps, de *La Vanguardia*, y Patricio Pron, de Editorial Bubok. Y en representación de Telefónica Movistar, actuó como secretaria del jurado sin derecho a voto Norma Dragoevich, responsable de Relaciones Sectoriales.

La salmantina Gloria Rivas Muriel, profesora de Literatura Española, ganó la cuarta edición de este singular concurso literario, premiado con 1.500 €.

Cuando Helena tuvo dinero se compró las fases de la luna. A la semana siguiente se le murieron todos los caracoles de su huerto.

Ese fue el texto del relato premiado en el citado concurso, que pretende fomentar el buen uso de la lengua castellana en todos los soportes.



Foto izda.: un momento en la entrega de premios del IV Concurso Literario de Hiperbreves Movistar

Foto dcha.: Joaquín Müller, detrás de la princesa de Asturias y de Fernando Glez. Urbaneja, durante la recepción en el Palacio de la Zarzuela con motivo del décimo aniversario de los Premios Accenture

LA FUNDÉU BBVA EN LA RECEPCIÓN DE LA PRINCESA LETIZIA A LOS «PREMIOS ACCENTURE DE PERIODISMO ECONÓMICO»

La princesa de Asturias recibió en el Palacio de la Zarzuela a una representación del Grupo Accenture y de los ganadores de los premios de periodismo económico que anualmente concede esta consultoría, cuya última edición ganó Manuel Ángel Méndez, colaborador del diario *El País*.

Además del presidente de la compañía, Vicente Moreno, y del vencedor de la convocatoria, también participaron en la audiencia Fernando González Urbaneja, presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid; Sebastián Muriel, director general de red.es, y Joaquín Müller, director general de la Fundéu BBVA, que forma parte del Consejo Asesor del premio.





uración

guració

uration

FUNDÉU BBVA: PREMIO A LA PROMOCIÓN DEL ESPAÑOL EN EL 2009

La Fundación del Español Urgente, el Instituto Cervantes y Universia recibieron el 29 de septiembre del 2009 el Premio a la Promoción del Español, concedido por primera vez con motivo de la celebración del Día Internacional de la Traducción en España.

La Asociación de Empresas de Traducción (ACT) y la Federación Española de Globalización, Internacionalización, Localización y Traducción (FEGILT) quisieron reconocer con este galardón la labor que la Fundéu BBVA desarrolla en pro del buen uso de la lengua española. El jurado consideró que nuestra fundación era merecedora del premio por «haber acompañado al sector de la traducción y de la industria de la lengua desde sus orígenes y a sus más importantes empresas, destacando por sus esfuerzos por normalizar el uso correcto del español en los medios de comunicación mundiales y por su apoyo lingüístico a traductores, revisores, escritores y periodistas». El premio, una reproducción a escala de la piedra Roseta, fue recogido por Francisco Muñoz, secretario general de la Fundéu BBVA, en el transcurso de un acto celebrado en el Club Financiero Génova de Madrid, al que asistieron numerosos profesionales de la traducción y de entidades relacionadas con las industrias de la lengua.

contratos y convenios

PATRONATO

BBVA, Agencia Efe, Real Academia Española, Instituto Cervantes, Fundación San Millán de La Cogolla.

MEDIOS

TVE, Telecinco, Cuatro, La Sexta, Telemadrid, CNN en Español (Atlanta, EE. UU.), RNE, Onda Madrid, Radio Nederland (Países Bajos), Servimedia, *Canarias 7, 20 Minutos, El Periódico de Catalunya, Heraldo de Aragón, La Vanguardia, Tal Cual* (Caracas, Venezuela), *Prensa Libre* (Guatemala), *El Tiempo* (Bogotá, Colombia), *La Tribuna* (Tegucigalpa, Honduras).



EMPRESAS E INSTITUCIONES

Universidad de Castilla-La Mancha, Universidad Complutense de Madrid, Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid, Fundación Litterae, Cedro, Fundación Ceddnet, Red Eléctrica de España, El Corte Inglés, Gómez-Acebo & Pombo, Iberia, Federación Nacional de Empresas de Publicidad, Celer Soluciones, Linguaserve, Accenture España, Hermes Traducciones, Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Red.es, Telefónica Empresas, Telefónica Móviles, S. A., Abengoa, Unión Profesional, AECID, Fundación Municipal de Cultura Luis Ortega Bru.

Patronato



«La Fundéu BBVA es una institución sin ánimo de lucro cuyo objeto fundacional es la defensa del idioma español y de su uso correcto en los medios de comunicación [...]». La Agencia Efe continuó en el 2009 con su compromiso de ceder sus instalaciones a la Fundéu y realizar aportaciones económicas para contribuir a que cumpla sus fines fundacionales.



Como patrocinador principal de la Fundéu, el BBVA contribuye de una manera fundamental a que se cumplan los objetivos altruistas de la fundación, centrados principalmente en la defensa de un buen uso del español en los medios de comunicación que se expresan en nuestro idioma.



REAL ACADEMIA ESPAÑOLA

La Real Academia Española, entre cuyos objetivos figura el de velar por que los cambios que experimenta la lengua española, en su constante adaptación a las necesidades de sus hablantes, no quiebren la unidad esencial que mantiene en todo el ámbito hispánico, asesora a la Fundéu BBVA desde su creación en febrero del 2005.



La institución pública, creada en 1991 para la promoción y enseñanza del español y para la difusión de la cultura española e hispanoamericana, siguió colaborando con la Fundéu BBVA durante el 2009.



Por quinto año consecutivo la Fundación San Millán de la Cogolla, cuyo presidente, Pedro Sanz, forma parte del Patronato de la Fundéu, patrocinó el congreso anual de San Millán de la Cogolla, que en el año 2009 versó sobre el el papel de la mujer en los medios de comunicación.

Medios



Los editores, redactores y locutores de TVE usaron regularmente los servicios lingüísticos de la Fundéu durante el 2009, lo que se tradujo en una nueva mejora, muy significativa, en el tratamiento del lenguaje hablado y escrito (créditos, titulares, locución...) de sus servicios informativos.



Por quinto año consecutivo la Fundéu BBVA supervisó el lenguaje de los servicios informativos de Telecinco, labor que la cadena supo aprovechar magníficamente, a juzgar por las mejoras, evidentes, en la calidad lingüística de sus mensajes, cada día más fieles a la norma culta del español.



Por cuarto año consecutivo los redactores de Cuatro recibieron con periodicidad trimestral los informes lingüísticos de la Fundéu BBVA, informes que sus responsables de informativos supieron aprovechar para mejorar así la calidad lingüística de sus noticiarios.



En su segundo año de convenio con la Fundéu, La Sexta continuó recibiendo los informes lingüísticos de la fundación e implicándose cada vez más en la labor de mejorar el uso de nuestro idioma en sus informativos.



La cadena de televisión autonómica de Madrid, Telemadrid, firmó un convenio de colaboración con la Fundéu BBVA en el mes de mayo por el cual manifestaba su interés por contar con la colaboración de la fundación para mejorar la calidad lingüística de sus espacios informativos.



La Fundéu BBVA suscribió en el 2007 un convenio de colaboración con el canal de televisión CNN en Español, con sede en Atlanta (Georgia, EE. UU.), por el cual este medio reconocía a la fundación como un organismo capacitado para formar a sus profesionales en el correcto uso del idioma y para velar por los buenos usos idiomáticos en sus productos.



«En RNE conocemos muy bien el valor de las palabras, y por tanto, de la obligación de usarlas con rigor y exactitud. Nuestro compromiso con el idioma y sus normas no admite excepciones. Nos gusta la autocritica. Nos gusta que la Fundéu BBVA nos recuerde que no somos infalibles. Y que lo haga ofreciendo siempre una alternativa correcta».



El convenio firmado con la Fundéu en mayo del 2009 ha permitido que los locutores, editores y demás profesionales de la cadena de radio autonómica reciban periódicamente los informes lingüísticos de la fundación y puedan aplicarlos en sus programas informativos.



Ya han pasado dos años desde que Radio Nederland Wereldomroep, con domicilio social en Hilversum, Países Bajos, firmara un convenio de colaboración con la Fundéu BBVA. Los resultados, a juicio de la emisora, siguen siendo muy buenos.



Hace dos años que la Fundación del Español Urgente suscribió un convenio de colaboración con la agencia de noticias madrileña Servimedia, por el cual este medio manifestaba su disposición a atender las sugerencias y recomendaciones que la Fundéu BBVA le hiciera tendentes a conseguir un mejor uso del español por parte de sus redactores y profesionales.



A mediados de febrero del 2009 se cumplió un año desde que la Fundéu suscribiera un convenio de colaboración con Informaciones Canarias S.A., editora del diario *Canarias 7* y la *Revista C7*, por el cual este grupo de comunicación reconocía a la fundación como un organismo capacitado para formar a sus profesionales en el correcto uso del idioma y para velar por los buenos usos idiomáticos en sus publicaciones.





En el 2009 la Fundéu continuó con el análisis periódico de los contenidos de *20 Minutos*. E hizo las recomendaciones que, en contrapartida, el diario se había comprometido a seguir desde que se firmó el acuerdo de colaboración. El diario gratuito continuó con la publicación semanal de sus «píldoras lingüísticas», pensadas para el gran y variado público que constituyen sus lectores.



El 2009 supuso el tercer año de colaboración de la Fundéu BBVA con *El Periódico de Catalunya*. En el convenio, firmado en el 2007, el diario reconocía a la fundación como un organismo capacitado para formar a sus profesionales en el correcto uso del idioma y para velar por el buen uso del castellano en sus productos.



HERALDO
DE ARAGON

En el 2007 la Fundación del Español Urgente suscribió un convenio de colaboración con el diario *Heraldo de Aragón*, con sede en Zaragoza (España), por el cual este medio reconocía a la Fundéu como un organismo capacitado para formar a sus profesionales en el correcto uso del lenguaje y para velar por los buenos usos idiomáticos en sus productos.



LA VANGUARDIA

En el 2007 la Fundación del Español Urgente suscribió un convenio de colaboración con el diario *La Vanguardia*, con sede en Barcelona (España), por el cual este medio reconocía a la Fundéu como un organismo capacitado para llevar a cabo las revisiones lingüísticas de sus productos.



Tal Cual

A principios de abril del 2008 la Fundación del Español Urgente suscribió un convenio de colaboración con el diario *Tal Cual*, con sede en Caracas (Venezuela), por el que este medio reconocía a la Fundéu como un organismo capacitado para velar por los buenos usos idiomáticos en sus productos. *Tal Cual* fue el primer medio venezolano que firmó un convenio con la Fundéu BBVA.



EL TIEMPO

La Fundéu BBVA suscribió en el 2007 un convenio de colaboración con el diario *El Tiempo*, con sede en Bogotá (Colombia), por el cual este medio reconocía a la Fundéu como un organismo capacitado para formar a sus profesionales en el correcto uso del idioma y para velar por los buenos usos idiomáticos en sus productos.

PRENSA LIBRE

En el 2007 la Fundación del Español Urgente suscribió un convenio de colaboración con el diario guatemalteco *Prensa Libre*, por el cual este medio reconocía a la Fundéu como un organismo capacitado para formar a sus profesionales en el correcto uso del idioma y para velar por los buenos usos idiomáticos en sus productos.

La Tribuna

La Fundéu BBVA suscribió un convenio de colaboración con el diario hondureño *La Tribuna*, con sede en Tegucigalpa, por el cual este medio reconocía a la Fundéu como un organismo capacitado para formar a sus profesionales en el correcto uso del idioma y para velar por los buenos usos lingüísticos en sus publicaciones.

Empresas e instituciones



La firma del convenio suscrito por la UCLM con la Fundéu en el 2005, que se renovó en los años 2006, 2007, 2008 y 2009, ha sido altamente provechoso para concretar el compromiso de la universidad manchega con la formación lingüística e idiomática de sus estudiantes, con el fin de fijar y desarrollar los criterios de corrección y propiedad en el uso del español.



La Fundación Luis Ortega Bru, dedicada al fomento de la cultura en el municipio de San Roque (Cádiz), lleva a cabo cada año, en colaboración con la Universidad de Cádiz, los cursos de verano que se celebran en el campus sanroqueño. La Fundéu BBVA llegó a un acuerdo de colaboración con esta fundación y con la universidad gaditana por el cual la Fundación del Español Urgente se comprometía a organizar, dentro del programa de cursos, un seminario anual sobre buen uso del español.



La Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid, creada con el objetivo de promover la investigación científica y técnica y que tiene como misión fundamental servir de puente entre la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) y la sociedad, siguió promoviendo, junto a la Fundéu BBVA, la defensa del buen uso del español durante el 2008.



FUNDACIÓN *LITTERAE*

El convenio firmado con la Fundéu el 25 de mayo del 2005 permite a la Fundación Litterae expedir el título de Corrector Internacional de Textos en Lengua Española y organizar la Diplomatura Internacional en Calidad Idiomática, con programas avalados por la institución española



La colaboración con CEDRO permite que todos sus autores y editores asociados puedan recibir de la Fundéu asesoría lingüística y solución a sus dudas sobre cuestiones léxicas y gramaticales. Por otra parte, mediante este convenio la Fundéu BBVA se compromete a respetar los derechos de autor al obtener la licencia que concede CEDRO para fotocopiar páginas de libros y de otras publicaciones protegidas.



Durante el 2009 la Fundéu BBVA colaboró con la Fundación CEDDET en el desarrollo de la cuarta edición del curso «El uso correcto del español en los medios de comunicación», que se imparte por Internet. Un año más el curso, dirigido a periodistas hispanoamericanos, tuvo una gran aceptación entre las instituciones de los países latinoamericanos y unos resultados muy positivos entre los participantes.



Red Eléctrica, comprometida con el fomento de la cultura y, muy especialmente, con el uso correcto del lenguaje, dejó en manos de la Fundéu BBVA, por quinto año consecutivo, la revisión de sus textos estratégicos, a los que la Fundéu otorgó una vez más su Certificado de Calidad Lingüística.



Los grandes almacenes españoles están comprometidos con la labor de la Fundéu BBVA desde su fundación en el año 2005, y desde entonces colaboran con la Fundéu patrocinando el boletín informativo trimestral *Donde dice...*, que durante el 2009 mantuvo sus estándares de calidad habituales.



El gabinete jurídico Gómez-Acebo & Pombo, uno de los más prestigiosos de España, consciente de que el idioma es uno de los activos más importantes de un país y, en el caso del español, el principal vehículo de comunicación de una comunidad con más de cuatrocientos millones de hablantes, siguió contribuyendo a los fines de la Fundéu BBVA en el 2009.



En el 2009 se cumplieron cuatro años desde que la Fundéu firmó un convenio de colaboración con Iberia. En él, a cambio de su apoyo y de su compromiso con el buen uso del español, la fundación se comprometió a ceder sus recomendaciones de uso del español a su revista *Ronda*, que las publica mensualmente.



Desde la firma del acuerdo de colaboración entre la Fundación del Español Urgente y la Federación Nacional de Empresas de Publicidad (FNEP), allá por el 2005, se han ofrecido los servicios de consultoría lingüística de la Fundéu a casi dos mil empresas de publicidad, lo que ha sido de gran ayuda para los redactores publicitarios de toda España.



CELER Soluciones, empresa establecida en la industria de la lengua desde hace más de veinte años, hace suyos los objetivos de la Fundéu BBVA en lo concerniente a la defensa del buen uso del español, cuyo espíritu amplía, además, al resto de idiomas. Esta defensa supone su razón de ser como empresa y la meta que se ha de alcanzar en todos los proyectos de traducción y documentación que desarrolla.



Linguaserve, compañía líder en soluciones y servicios de traducción, localización y gestión de contenidos multilingües para la Sociedad de la Información en más de 30 lenguas, firmó un convenio con la Fundéu en junio del 2009. Desde ese momento se comprometió con el objetivo principal de la fundación: la defensa de la unidad y el buen uso del español en su ámbito de influencia.



Esta compañía global de consultoría, que edita la revista bianual *Outlook* y organiza anualmente el Premio de Periodismo Accenture sobre Economía, Innovación y Tecnología, viene colaborando con la Fundéu BBVA desde el año 2006 y desde entonces se ha distinguido por su interés en fomentar el buen uso del español entre sus más de diez mil empleados y en el entorno internacional que le es propio.



Hermes Traducciones y Servicios Lingüísticos es una empresa española de traducción con un firme compromiso de respeto a la comunidad de hablantes de las lenguas que traduce. En su doble condición de miembro benefactor de la Fundación Pro Real Academia Española y de socio colaborador de la Fundéu BBVA, considera un deber la defensa del mejor uso posible de nuestra lengua.



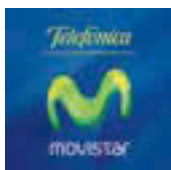
Desde el año 2006 el Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España viene colaborando con la Fundéu BBVA poniendo a disposición de los departamentos de comunicación de cada cámara provincial una selección de las recomendaciones de buen uso del español de la fundación.



Red.es, dependiente de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), lleva colaborando con la Fundéu desde enero del 2008. Conscientes de la importancia de proyectos como la *Wikilengua del español*, promovida por la Fundación del Español Urgente, para acercar el mundo digital a la sociedad española, Red.es renovó su patrocinio de este sitio web en el 2009.



Telefónica Empresas firmó a comienzos del 2009 un contrato de servicios con la Fundéu BBVA en virtud del cual el equipo de correctores de la fundación comenzó a revisar y corregir la revista *Pulso*, de periodicidad trimestral y una tirada que supera los 15.000 ejemplares.



Telefónica Movistar, en su ánimo de proteger y estimular el buen uso de la lengua española, solicitó a la Fundéu BBVA su participación en calidad de asesor lingüístico en el Concurso Literario de Hiperbreves Movistar, cuya cuarta edición tuvo lugar en el 2009.



En el mes de abril del 2009 la Fundación Focus-Abengoa, perteneciente a ABENGOA, firmó un contrato de servicios con la Fundéu BBVA para que los lingüistas de esta última revisaran los textos de su informe anual del año 2008. Demostraba así Focus-Abengoa su sensibilidad y compromiso con el idioma español.

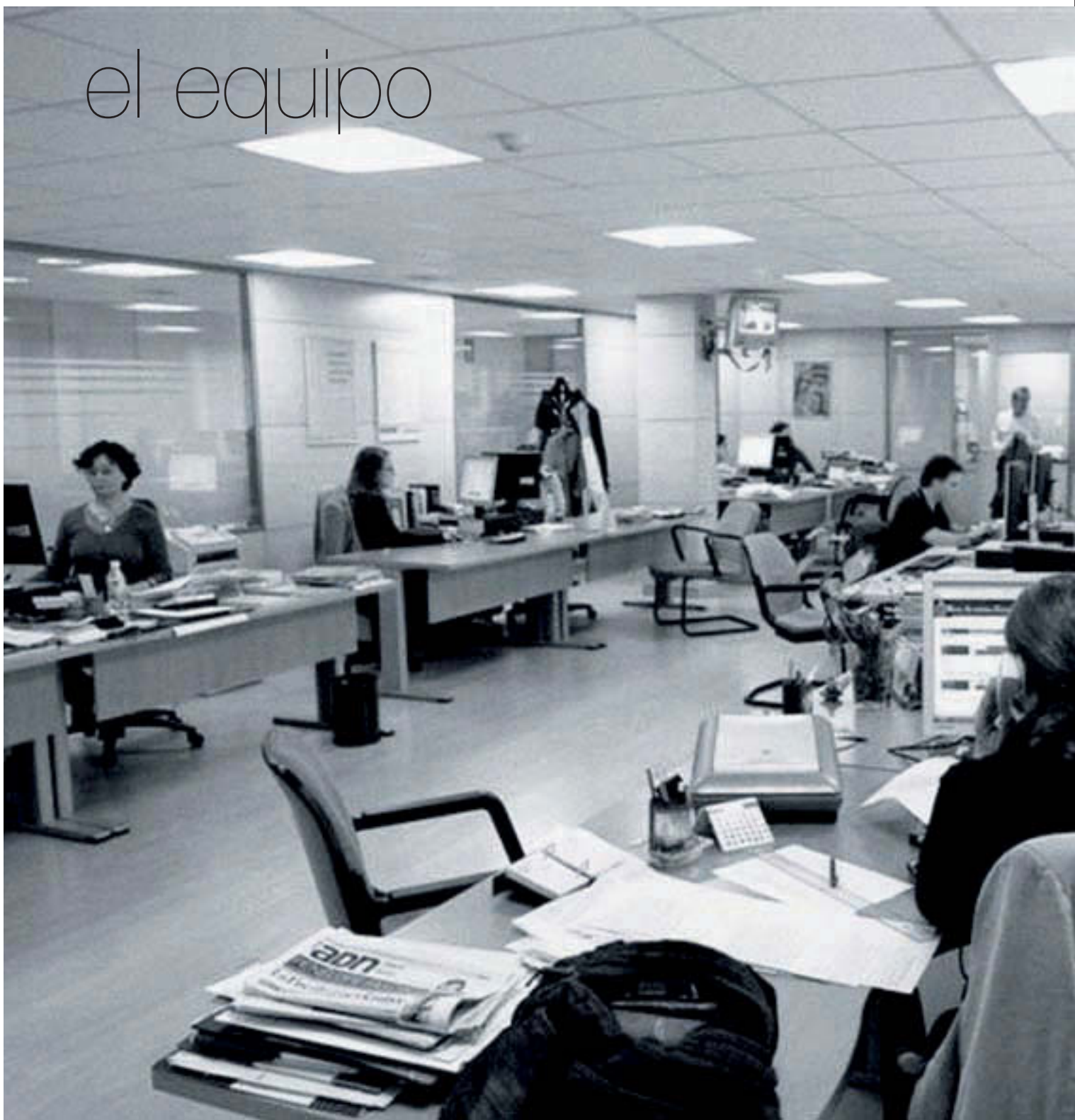


Unión Profesional (UP), consciente de la importancia del buen uso de la lengua española en todos los ámbitos de la sociedad civil y de la notoriedad del sector de las profesiones colegiadas españolas a las que representa, considera conveniente establecer un acuerdo de colaboración con la Fundéu para que los profesionales de la fundación revisen la revista *Profesiones*, de periodicidad bimestral y con una tirada de 10.000 ejemplares.



La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) es una entidad de derecho público adscrita al Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación a través de la Secretaría de Estado de Cooperación Internacional (SECI). Desde la creación de la Fundéu, en el 2005, la AECID (entonces «AECI») ha puesto en manos de los profesionales de la Fundéu la supervisión y corrección de parte de sus documentos.

el equipo





EL PATRONATO

Presidente

Víctor García de la Concha

Vicepresidente primero

Álex Grijelmo García

Vicepresidente segundo

Javier Ayuso Canals

Patronos

Carmen Caffarel Serra

Luis Ángel de la Viuda Pereda

Pedro Sanz Alonso

EL CONSEJO ASESOR DE ESTILO

Valentín García Yebra

Leonardo Gómez Torrego

Carlos González Reigosa

Humberto López Morales

José Luis Martínez Albertos

Gregorio Salvador Caja

LA DIRECCIÓN

Director general

Joaquín Müller-Thyssen Bergareche

Coordinador

Alberto Gómez Font

Secretario

Francisco Muñoz Guerrero

EL EQUIPO

Victoria Alcázar

Javier Bezos

María Callejo

Jaime Garcimartín

Magaly Chamorro

Judith González

Pilar González de Suso

Carmen Herrera

Álvaro Peláez

Federico Romero

Yolanda Tejado

Pilar Vicho



cuentas

**CUENTA ABREVIADA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO 2009 ***

Gastos	922.691	Ingresos	949.128
Ayudas monetarias - becas	6.500	Patrocinadores y colaboradores	864.708
Gastos de personal	721.712	Actividad mercantil	64.320
Servicios exteriores	194.479	Ingresos financieros	20.100
Arrendamientos	70.235		
Publicaciones	33.168		
Otros servicios exteriores	91.076		
Excedente positivo del ejercicio	26.437		

(*) *Todas las cifras van en euros*

BALANCE DE SITUACIÓN DEL EJERCICIO 2009*

Total Activo	306.124	Total Pasivo	306.214
Inmovilizado	253.833	Fondos propios	194.962
		Fondo social	30.000
		Reservas	138.525
		Excedente del ejercicio	26.437
		Subvenciones, donaciones y legados recibidos	1.042
Activo corriente	52.381	Pasivo corriente	110.210
Usuarios y otros deudores de la actividad propia	23.065	Acreedores a corto plazo	110.210
Otros deudores	29.316		

PRESUPUESTOS DEL EJERCICIO 2010*

Gastos	988.662	Ingresos	948.126
Ayudas monetarias - becas	3.000		
Gastos de personal	665.432	Patrocinadores y colaboradores	862.000
Servicios exteriores	180.329	Actividad mercantil	76.126
Alquiler	70.936	Ingresos financieros	10.000
Publicaciones	20.000		
Otros servicios exteriores	89.393		
Página web	31.000		
Desarrollo América	100.000		
Otros gastos	8.900	Excedente negativo del ejercicio	40.536

(*) Todas las cifras van en euros

Coordinación

Jaime Garcimartín

Diseño y maquetación

slam diseño y comunicación

© Archivo gráfico de la Agencia Efe

Impresión

tf. artes gráficas

Calle Espronceda, 32
28003 Madrid. España
T. (+34) 913 467 201 (secretaría)
(+34) 913 467 440 (consultas)

www.fundeu.es



La variación porcentual del 2008 al 2009 fue, por tanto, la siguiente:

- Visitas: **+82 %** (variación 2007–2008: +66 %)
- Usuarios únicos: **+103 %** (variación 2007–2008: +65 %)
- Páginas vistas: **+51 %** (variación 2007–2008: +63 %)

Estos datos hacen pensar que el 2009 fue un año de descubrimiento de nuestra ciberpágina para muchísimos usuarios de la red.



Las visitas a la web de la Fundéu BBVA aumentaron un 82 %

En cuanto a las secciones más visitadas en el 2008, fueron las siguientes:

- VADEMÉCUM: 311.843 páginas vistas
- PORTADA: 229.850 páginas vistas
- CONSULTAS: 175.156 páginas vistas
- BUSCADOR: 121.340 páginas vistas
- RECOMENDACIONES: 83.385 páginas vistas



LISTA DE DISTRIBUCIÓN «APUNTES»

Durante su decimocuarto año de vida, Apuntes incrementó ligeramente el número de mensajes acogidos en su servidor, llegando a una cifra cercana a los 16.000, es decir, apenas un 7 % más que en el 2008.

También el 2009 fue el año en que la lista de distribución de la Fundéu se integró en la Red Iris, la red académica y de investigación española, aunque este cambio se produjo a finales de noviembre por lo que los resultados no serán perceptibles hasta mediados del 2010.

Red Iris (<http://www.rediris.es>) proporciona servicios avanzados de comunicaciones a la comunidad científica y universitaria de España. Está financiada por el Ministerio de Ciencia e Innovación e incluida en su mapa de Instalaciones Científico Tecnológicas Singulares. Se hace cargo de su gestión la entidad pública empresarial red.es, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

«COLECCIÓN ESPAÑOL URGENTE»

En el 2009, en colaboración con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), se publicaron dos nuevos libros de la «Colección español urgente», cuyo contenido se centra en recopilaciones de artículos sobre el uso del español que han sido publicados en la prensa en América y España.

Estos dos volúmenes hacen el quinto y el sexto de una colección que comenzó en el 2007 y en la que se editan dos títulos cada año. Los recién llegados son *El decir de las palabras*, del lingüista y periodista mexicano Ricardo Espinosa, y *Una palabra ganada*, del catedrático canario de Lengua Española Humberto Hernández.

ECO DE LAS RECOMENDACIONES EN LOS MEDIOS DIGITALES

En el 2009 se experimentó un extraordinario crecimiento en cuanto al número de diarios electrónicos, blogs de noticias, páginas de lengua y cultura y portales de redes sociales que decidieron incluir en sus páginas las recomendaciones de buen uso del español de la Fundéu BBVA. Así, si hacemos una búsqueda en Google, encontramos más de 180.000 resultados, entre cuyos primeros puestos están los diarios digitales de *La Vanguardia* (Cataluña), *El Periódico* (Cataluña), *Canarias 7* (Islas Canarias), *ABC* (Madrid), *Las Provincias* (Valencia), *Diario Montañés* (Cantabria), *Diario Sur* (Málaga), *Ideal* (Granada), *La Verdad* (Murcia), *Hoy* (Extremadura), *El Norte de Castilla* (Castilla y León), etc.

Y uno de los aspectos más novedosos lo han constituido las redes sociales y profesionales como Facebook, Twitter, LinkedIn, etc., que también comenzaron a colgar en sus páginas, a partir del 2009, las recomendaciones de la Fundéu.

LAS RECOMENDACIONES DE LA FUNDÉU EN LAS REVISTAS *PAISAJES*, DE RENFE, Y *RONDA*, DE IBERIA

Tanto la revista *Paisajes*, que distribuye Renfe en sus trenes de Alta Velocidad y Larga Distancia, como *Ronda*, la publicación señera de Iberia que se entrega gratuitamente en los vuelos de la compañía, siguieron publicando las recomendaciones y consejos lingüísticos de la Fundéu durante el 2009, y con unos excelentes resultados para su imagen de compromiso con el buen uso del español.



En el 2009 los medios digitales comenzaron a publicar los consejos lingüísticos de la Fundéu



Acuerdos y colaboraciones



Foto izda.: Víctor G.^a de la Concha e Isabel Linares firman el convenio de colaboración entre Radiotelevisión Madrid y la Fundéu BBVA

Foto dcha.: Pedro Díez Orzas y Joaquín Müller, directores generales de Linguaserve y la Fundéu, respectivamente, tras firmar el convenio de colaboración

MEDIOS Y EMPRESAS QUE FIRMARON UN ACUERDO CON LA FUNDÉU BBVA EN EL 2009

Radiotelevisión Madrid (RTVM)

En el mes de mayo, el presidente del Patronato de la Fundación del Español Urgente, Víctor García de la Concha, y la directora de RTVM, Isabel Linares, firmaron un convenio de colaboración para fomentar el uso correcto del español en los espacios informativos de Telemadrid y Onda Madrid.

Linguaserve

A mediados del mes de junio Linguaserve, una empresa de traducción, servicios lingüísticos y soluciones multilingües de última generación, y la Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA) suscribieron un acuerdo de colaboración por el que esa entidad se convertía en patrocinadora de la fundación.

El convenio fue firmado en la sede de la Fundéu BBVA por Pedro Luis Díez Orzas, presidente de Linguaserve, y Joaquín Müller–Thyssen Bergareche, director de la Fundéu BBVA. Con la firma de este acuerdo, Linguaserve se comprometía a fomentar el buen uso del idioma en su ámbito empresarial, a la vez que la Fundación del Español Urgente ampliaba su labor en pro del correcto uso del español en el sector de la traducción.

Cámara de Comercio de Madrid

La Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA) y la Cámara de Comercio de Madrid firmaron un acuerdo a finales del 2009 para hacer llegar a las empresas madrileñas las recomendaciones sobre el buen uso del español que diariamente elabora la fundación.

La cámara madrileña comenzó a publicar estas recomendaciones en su revista mensual *Cámara Madrid*, que cuenta en la actualidad con una tirada de más de 30.000 ejemplares y una audiencia de 200.000 lectores.

A principios del 2007, la Fundéu BBVA y el Consejo Superior de Cámaras de Comercio firmaron un convenio para la publicación de recomendaciones lingüísticas en sus boletines de noticias y hasta el momento se habían adherido las cámaras de Álava, Alicante, Granada, Lanzarote, Murcia, Oviedo, Santiago de Compostela, Toledo, Vigo y Zaragoza.

La Cámara de Comercio de Madrid, al unirse a esta iniciativa se suma a la lista de estos organismos que defienden y difunden el buen uso del español.



Los miembros del jurado del X Concurso Hispanoamericano de Ortografía durante el acto de la final de la fase española



Otras actuaciones y noticias

LA FUNDÉU EN EL X CONCURSO HISPANOAMERICANO DE ORTOGRAFÍA

La Fundéu BBVA estuvo presente en el X Concurso Hispanoamericano de Ortografía, cuya fase española, celebrada el 19 de noviembre del 2007, fue organizada por el Ministerio de Educación. El jurado lo presidió el académico de la RAE Salvador Gutiérrez Ordóñez, y entre sus miembros estuvieron la directora general de Evaluación y Cooperación Territorial del ministerio, Rosa Peñalver, y Javier Bezos López, de la Fundéu BBVA, así como otros representantes del ministerio. El acto se celebró en el salón de actos del Consejo de Educación, con la conducción de Pepa Fernández, directora y presentadora del programa «No es un día cualquiera», de Radio Nacional de España.

Este año no solo se premió la capacidad de memorizar palabras del diccionario, sino que los alumnos también tuvieron que puntuar correctamente una serie de oraciones, por lo que en algunos casos tuvieron que escribir frases completas. Los empates se deshicieron con vocablos aislados cuya ortografía dependía de la definición que se leía en la última edición del Diccionario de la Academia. En la final, el ganador, Pablo Gomi, y la segunda finalista, Clara Fernández Cordon, tuvieron que escribir «aldehyuela», «huy» y «atrición», y frases como la siguiente: «¿Por qué lo dices? Porque mostraron su interés por que Luis explicara el porqué de su conducta».

La fase final se celebró el día 9 de diciembre en La Habana (Cuba) con la victoria de la uruguaya María Teresa Ambrosoni frente a los finalistas Ariela Daneira Madera, de la República Dominicana, y Pablo Gomi, el representante de España.

En la clausura, el ministro de Educación de España, Ángel Gabilondo, afirmó que la lengua es un espacio para compartir y enfatizó que las palabras están «vivas» y las faltas les hacen «daño»; cada palabra ajustada, añadió, hace el mundo más justo. También destacó el esfuerzo de su gabinete por difundir el español en el mundo, que en el concurso se materializó con la participación de un gran número de estudiantes de los centros dependientes del Ministerio de Educación español en el extranjero, y que es la categoría por la que participaba el ganador de la fase española, nacido en Argentina.

IV CONCURSO LITERARIO DE HIPERBREVES MOVISTAR

La Fundéu BBVA, representada por su secretario general, Francisco Muñoz, participó en la entrega de premios de la cuarta edición de este concurso que convoca Telefónica Movistar desde el 2006 y en el que colabora la fundación.

La novedad del certamen del año 2009 radicó en que la organización decidió editar un libro electrónico, que pudo descargarse de forma gratuita, con los mejores relatos recibidos.

Junto con Paco Muñoz participaron en el acto de entrega Lorenzo Silva, como presidente del jurado, Magí Camps, de *La Vanguardia*, y Patricio Pron, de Editorial Bubok. Y en representación de Telefónica Movistar, actuó como secretaria del jurado sin derecho a voto Norma Dragoevich, responsable de Relaciones Sectoriales.

La salmantina Gloria Rivas Muriel, profesora de Literatura Española, ganó la cuarta edición de este singular concurso literario, premiado con 1.500 €.

Cuando Helena tuvo dinero se compró las fases de la luna. A la semana siguiente se le murieron todos los caracoles de su huerto.

Ese fue el texto del relato premiado en el citado concurso, que pretende fomentar el buen uso de la lengua castellana en todos los soportes.



Foto izda.: un momento en la entrega de premios del IV Concurso Literario de Hiperbreves Movistar

Foto dcha.: Joaquín Müller, detrás de la princesa de Asturias y de Fernando Glez. Urbaneja, durante la recepción en el Palacio de la Zarzuela con motivo del décimo aniversario de los Premios Accenture

LA FUNDÉU BBVA EN LA RECEPCIÓN DE LA PRINCESA LETIZIA A LOS «PREMIOS ACCENTURE DE PERIODISMO ECONÓMICO»

La princesa de Asturias recibió en el Palacio de la Zarzuela a una representación del Grupo Accenture y de los ganadores de los premios de periodismo económico que anualmente concede esta consultoría, cuya última edición ganó Manuel Ángel Méndez, colaborador del diario *El País*.

Además del presidente de la compañía, Vicente Moreno, y del vencedor de la convocatoria, también participaron en la audiencia Fernando González Urbaneja, presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid; Sebastián Muriel, director general de red.es, y Joaquín Müller, director general de la Fundéu BBVA, que forma parte del Consejo Asesor del premio.



uración

guració

uration

FUNDÉU BBVA: PREMIO A LA PROMOCIÓN DEL ESPAÑOL EN EL 2009

La Fundación del Español Urgente, el Instituto Cervantes y Universia recibieron el 29 de septiembre del 2009 el Premio a la Promoción del Español, concedido por primera vez con motivo de la celebración del Día Internacional de la Traducción en España.

La Asociación de Empresas de Traducción (ACT) y la Federación Española de Globalización, Internacionalización, Localización y Traducción (FEGILT) quisieron reconocer con este galardón la labor que la Fundéu BBVA desarrolla en pro del buen uso de la lengua española. El jurado consideró que nuestra fundación era merecedora del premio por «haber acompañado al sector de la traducción y de la industria de la lengua desde sus orígenes y a sus más importantes empresas, destacando por sus esfuerzos por normalizar el uso correcto del español en los medios de comunicación mundiales y por su apoyo lingüístico a traductores, revisores, escritores y periodistas». El premio, una reproducción a escala de la piedra Roseta, fue recogido por Francisco Muñoz, secretario general de la Fundéu BBVA, en el transcurso de un acto celebrado en el Club Financiero Génova de Madrid, al que asistieron numerosos profesionales de la traducción y de entidades relacionadas con las industrias de la lengua.

contratos y convenios

PATRONATO

BBVA, Agencia Efe, Real Academia Española, Instituto Cervantes, Fundación San Millán de La Cogolla.

MEDIOS

TVE, Telecinco, Cuatro, La Sexta, Telemadrid, CNN en Español (Atlanta, EE. UU.), RNE, Onda Madrid, Radio Nederland (Países Bajos), Servimedia, *Canarias 7, 20 Minutos, El Periódico de Catalunya, Heraldo de Aragón, La Vanguardia, Tal Cual* (Caracas, Venezuela), *Prensa Libre* (Guatemala), *El Tiempo* (Bogotá, Colombia), *La Tribuna* (Tegucigalpa, Honduras).



EMPRESAS E INSTITUCIONES

Universidad de Castilla-La Mancha, Universidad Complutense de Madrid, Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid, Fundación Litterae, Cedro, Fundación Ceddnet, Red Eléctrica de España, El Corte Inglés, Gómez-Acebo & Pombo, Iberia, Federación Nacional de Empresas de Publicidad, Celer Soluciones, Linguaserve, Accenture España, Hermes Traducciones, Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Red.es, Telefónica Empresas, Telefónica Móviles, S. A., Abengoa, Unión Profesional, AECID, Fundación Municipal de Cultura Luis Ortega Bru.

Patronato



«La Fundéu BBVA es una institución sin ánimo de lucro cuyo objeto fundacional es la defensa del idioma español y de su uso correcto en los medios de comunicación [...]». La Agencia Efe continuó en el 2009 con su compromiso de ceder sus instalaciones a la Fundéu y realizar aportaciones económicas para contribuir a que cumpla sus fines fundacionales.



Como patrocinador principal de la Fundéu, el BBVA contribuye de una manera fundamental a que se cumplan los objetivos altruistas de la fundación, centrados principalmente en la defensa de un buen uso del español en los medios de comunicación que se expresan en nuestro idioma.



REAL ACADEMIA ESPAÑOLA

La Real Academia Española, entre cuyos objetivos figura el de velar por que los cambios que experimenta la lengua española, en su constante adaptación a las necesidades de sus hablantes, no quiebren la unidad esencial que mantiene en todo el ámbito hispánico, asesora a la Fundéu BBVA desde su creación en febrero del 2005.



La institución pública, creada en 1991 para la promoción y enseñanza del español y para la difusión de la cultura española e hispanoamericana, siguió colaborando con la Fundéu BBVA durante el 2009.



Por quinto año consecutivo la Fundación San Millán de la Cogolla, cuyo presidente, Pedro Sanz, forma parte del Patronato de la Fundéu, patrocinó el congreso anual de San Millán de la Cogolla, que en el año 2009 versó sobre el el papel de la mujer en los medios de comunicación.

Medios



Los editores, redactores y locutores de TVE usaron regularmente los servicios lingüísticos de la Fundéu durante el 2009, lo que se tradujo en una nueva mejora, muy significativa, en el tratamiento del lenguaje hablado y escrito (créditos, titulares, locución...) de sus servicios informativos.



Por quinto año consecutivo la Fundéu BBVA supervisó el lenguaje de los servicios informativos de Telecinco, labor que la cadena supo aprovechar magníficamente, a juzgar por las mejoras, evidentes, en la calidad lingüística de sus mensajes, cada día más fieles a la norma culta del español.



Por cuarto año consecutivo los redactores de Cuatro recibieron con periodicidad trimestral los informes lingüísticos de la Fundéu BBVA, informes que sus responsables de informativos supieron aprovechar para mejorar así la calidad lingüística de sus noticiarios.



En su segundo año de convenio con la Fundéu, La Sexta continuó recibiendo los informes lingüísticos de la fundación e implicándose cada vez más en la labor de mejorar el uso de nuestro idioma en sus informativos.



La cadena de televisión autonómica de Madrid, Telemadrid, firmó un convenio de colaboración con la Fundéu BBVA en el mes de mayo por el cual manifestaba su interés por contar con la colaboración de la fundación para mejorar la calidad lingüística de sus espacios informativos.



La Fundéu BBVA suscribió en el 2007 un convenio de colaboración con el canal de televisión CNN en Español, con sede en Atlanta (Georgia, EE. UU.), por el cual este medio reconocía a la fundación como un organismo capacitado para formar a sus profesionales en el correcto uso del idioma y para velar por los buenos usos idiomáticos en sus productos.



«En RNE conocemos muy bien el valor de las palabras, y por tanto, de la obligación de usarlas con rigor y exactitud. Nuestro compromiso con el idioma y sus normas no admite excepciones. Nos gusta la autocritica. Nos gusta que la Fundéu BBVA nos recuerde que no somos infalibles. Y que lo haga ofreciendo siempre una alternativa correcta».



El convenio firmado con la Fundéu en mayo del 2009 ha permitido que los locutores, editores y demás profesionales de la cadena de radio autonómica reciban periódicamente los informes lingüísticos de la fundación y puedan aplicarlos en sus programas informativos.



Ya han pasado dos años desde que Radio Nederland Wereldomroep, con domicilio social en Hilversum, Países Bajos, firmara un convenio de colaboración con la Fundéu BBVA. Los resultados, a juicio de la emisora, siguen siendo muy buenos.



Hace dos años que la Fundación del Español Urgente suscribió un convenio de colaboración con la agencia de noticias madrileña Servimedia, por el cual este medio manifestaba su disposición a atender las sugerencias y recomendaciones que la Fundéu BBVA le hiciera tendentes a conseguir un mejor uso del español por parte de sus redactores y profesionales.



A mediados de febrero del 2009 se cumplió un año desde que la Fundéu suscribiera un convenio de colaboración con Informaciones Canarias S.A., editora del diario *Canarias 7* y la *Revista C7*, por el cual este grupo de comunicación reconocía a la fundación como un organismo capacitado para formar a sus profesionales en el correcto uso del idioma y para velar por los buenos usos idiomáticos en sus publicaciones.



En el 2009 la Fundéu continuó con el análisis periódico de los contenidos de *20 Minutos*. E hizo las recomendaciones que, en contrapartida, el diario se había comprometido a seguir desde que se firmó el acuerdo de colaboración. El diario gratuito continuó con la publicación semanal de sus «píldoras lingüísticas», pensadas para el gran y variado público que constituyen sus lectores.



El 2009 supuso el tercer año de colaboración de la Fundéu BBVA con *El Periódico de Catalunya*. En el convenio, firmado en el 2007, el diario reconocía a la fundación como un organismo capacitado para formar a sus profesionales en el correcto uso del idioma y para velar por el buen uso del castellano en sus productos.



HERALDO
DE ARAGON

En el 2007 la Fundación del Español Urgente suscribió un convenio de colaboración con el diario *Heraldo de Aragón*, con sede en Zaragoza (España), por el cual este medio reconocía a la Fundéu como un organismo capacitado para formar a sus profesionales en el correcto uso del lenguaje y para velar por los buenos usos idiomáticos en sus productos.



LA VANGUARDIA

En el 2007 la Fundación del Español Urgente suscribió un convenio de colaboración con el diario *La Vanguardia*, con sede en Barcelona (España), por el cual este medio reconocía a la Fundéu como un organismo capacitado para llevar a cabo las revisiones lingüísticas de sus productos.



Tal Cual

A principios de abril del 2008 la Fundación del Español Urgente suscribió un convenio de colaboración con el diario *Tal Cual*, con sede en Caracas (Venezuela), por el que este medio reconocía a la Fundéu como un organismo capacitado para velar por los buenos usos idiomáticos en sus productos. *Tal Cual* fue el primer medio venezolano que firmó un convenio con la Fundéu BBVA.



EL TIEMPO

La Fundéu BBVA suscribió en el 2007 un convenio de colaboración con el diario *El Tiempo*, con sede en Bogotá (Colombia), por el cual este medio reconocía a la Fundéu como un organismo capacitado para formar a sus profesionales en el correcto uso del idioma y para velar por los buenos usos idiomáticos en sus productos.

PRENSA LIBRE

En el 2007 la Fundación del Español Urgente suscribió un convenio de colaboración con el diario guatemalteco *Prensa Libre*, por el cual este medio reconocía a la Fundéu como un organismo capacitado para formar a sus profesionales en el correcto uso del idioma y para velar por los buenos usos idiomáticos en sus productos.

La Tribuna

La Fundéu BBVA suscribió un convenio de colaboración con el diario hondureño *La Tribuna*, con sede en Tegucigalpa, por el cual este medio reconocía a la Fundéu como un organismo capacitado para formar a sus profesionales en el correcto uso del idioma y para velar por los buenos usos lingüísticos en sus publicaciones.

Empresas e instituciones



La firma del convenio suscrito por la UCLM con la Fundéu en el 2005, que se renovó en los años 2006, 2007, 2008 y 2009, ha sido altamente provechoso para concretar el compromiso de la universidad manchega con la formación lingüística e idiomática de sus estudiantes, con el fin de fijar y desarrollar los criterios de corrección y propiedad en el uso del español.



La Fundación Luis Ortega Bru, dedicada al fomento de la cultura en el municipio de San Roque (Cádiz), lleva a cabo cada año, en colaboración con la Universidad de Cádiz, los cursos de verano que se celebran en el campus sanroqueño. La Fundéu BBVA llegó a un acuerdo de colaboración con esta fundación y con la universidad gaditana por el cual la Fundación del Español Urgente se comprometía a organizar, dentro del programa de cursos, un seminario anual sobre buen uso del español.



La Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid, creada con el objetivo de promover la investigación científica y técnica y que tiene como misión fundamental servir de puente entre la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) y la sociedad, siguió promoviendo, junto a la Fundéu BBVA, la defensa del buen uso del español durante el 2008.



FUNDACIÓN *LITTERAE*

El convenio firmado con la Fundéu el 25 de mayo del 2005 permite a la Fundación Litterae expedir el título de Corrector Internacional de Textos en Lengua Española y organizar la Diplomatura Internacional en Calidad Idiomática, con programas avalados por la institución española



La colaboración con CEDRO permite que todos sus autores y editores asociados puedan recibir de la Fundéu asesoría lingüística y solución a sus dudas sobre cuestiones léxicas y gramaticales. Por otra parte, mediante este convenio la Fundéu BBVA se compromete a respetar los derechos de autor al obtener la licencia que concede CEDRO para fotocopiar páginas de libros y de otras publicaciones protegidas.



Durante el 2009 la Fundéu BBVA colaboró con la Fundación CEDDET en el desarrollo de la cuarta edición del curso «El uso correcto del español en los medios de comunicación», que se imparte por Internet. Un año más el curso, dirigido a periodistas hispanoamericanos, tuvo una gran aceptación entre las instituciones de los países latinoamericanos y unos resultados muy positivos entre los participantes.



Red Eléctrica, comprometida con el fomento de la cultura y, muy especialmente, con el uso correcto del lenguaje, dejó en manos de la Fundéu BBVA, por quinto año consecutivo, la revisión de sus textos estratégicos, a los que la Fundéu otorgó una vez más su Certificado de Calidad Lingüística.



Los grandes almacenes españoles están comprometidos con la labor de la Fundéu BBVA desde su fundación en el año 2005, y desde entonces colaboran con la Fundéu patrocinando el boletín informativo trimestral *Donde dice...*, que durante el 2009 mantuvo sus estándares de calidad habituales.



El gabinete jurídico Gómez-Acebo & Pombo, uno de los más prestigiosos de España, consciente de que el idioma es uno de los activos más importantes de un país y, en el caso del español, el principal vehículo de comunicación de una comunidad con más de cuatrocientos millones de hablantes, siguió contribuyendo a los fines de la Fundéu BBVA en el 2009.



En el 2009 se cumplieron cuatro años desde que la Fundéu firmó un convenio de colaboración con Iberia. En él, a cambio de su apoyo y de su compromiso con el buen uso del español, la fundación se comprometió a ceder sus recomendaciones de uso del español a su revista *Ronda*, que las publica mensualmente.



Desde la firma del acuerdo de colaboración entre la Fundación del Español Urgente y la Federación Nacional de Empresas de Publicidad (FNEP), allá por el 2005, se han ofrecido los servicios de consultoría lingüística de la Fundéu a casi dos mil empresas de publicidad, lo que ha sido de gran ayuda para los redactores publicitarios de toda España.



CELER Soluciones, empresa establecida en la industria de la lengua desde hace más de veinte años, hace suyos los objetivos de la Fundéu BBVA en lo concerniente a la defensa del buen uso del español, cuyo espíritu amplía, además, al resto de idiomas. Esta defensa supone su razón de ser como empresa y la meta que se ha de alcanzar en todos los proyectos de traducción y documentación que desarrolla.



Linguaserve, compañía líder en soluciones y servicios de traducción, localización y gestión de contenidos multilingües para la Sociedad de la Información en más de 30 lenguas, firmó un convenio con la Fundéu en junio del 2009. Desde ese momento se comprometía con el objetivo principal de la fundación: la defensa de la unidad y el buen uso del español en su ámbito de influencia.



Esta compañía global de consultoría, que edita la revista bianual *Outlook* y organiza anualmente el Premio de Periodismo Accenture sobre Economía, Innovación y Tecnología, viene colaborando con la Fundéu BBVA desde el año 2006 y desde entonces se ha distinguido por su interés en fomentar el buen uso del español entre sus más de diez mil empleados y en el entorno internacional que le es propio.



Hermes Traducciones y Servicios Lingüísticos es una empresa española de traducción con un firme compromiso de respeto a la comunidad de hablantes de las lenguas que traduce. En su doble condición de miembro benefactor de la Fundación Pro Real Academia Española y de socio colaborador de la Fundéu BBVA, considera un deber la defensa del mejor uso posible de nuestra lengua.



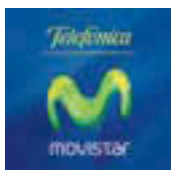
Desde el año 2006 el Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España viene colaborando con la Fundéu BBVA poniendo a disposición de los departamentos de comunicación de cada cámara provincial una selección de las recomendaciones de buen uso del español de la fundación.



Red.es, dependiente de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), lleva colaborando con la Fundéu desde enero del 2008. Conscientes de la importancia de proyectos como la *Wikilengua del español*, promovida por la Fundación del Español Urgente, para acercar el mundo digital a la sociedad española, Red.es renovó su patrocinio de este sitio web en el 2009.



Telefónica Empresas firmó a comienzos del 2009 un contrato de servicios con la Fundéu BBVA en virtud del cual el equipo de correctores de la fundación comenzó a revisar y corregir la revista *Pulso*, de periodicidad trimestral y una tirada que supera los 15.000 ejemplares.



Telefónica Movistar, en su ánimo de proteger y estimular el buen uso de la lengua española, solicitó a la Fundéu BBVA su participación en calidad de asesor lingüístico en el Concurso Literario de Hiperbreves Movistar, cuya cuarta edición tuvo lugar en el 2009.



En el mes de abril del 2009 la Fundación Focus-Abengoa, perteneciente a ABENGOA, firmó un contrato de servicios con la Fundéu BBVA para que los lingüistas de esta última revisaran los textos de su informe anual del año 2008. Demostraba así Focus-Abengoa su sensibilidad y compromiso con el idioma español.

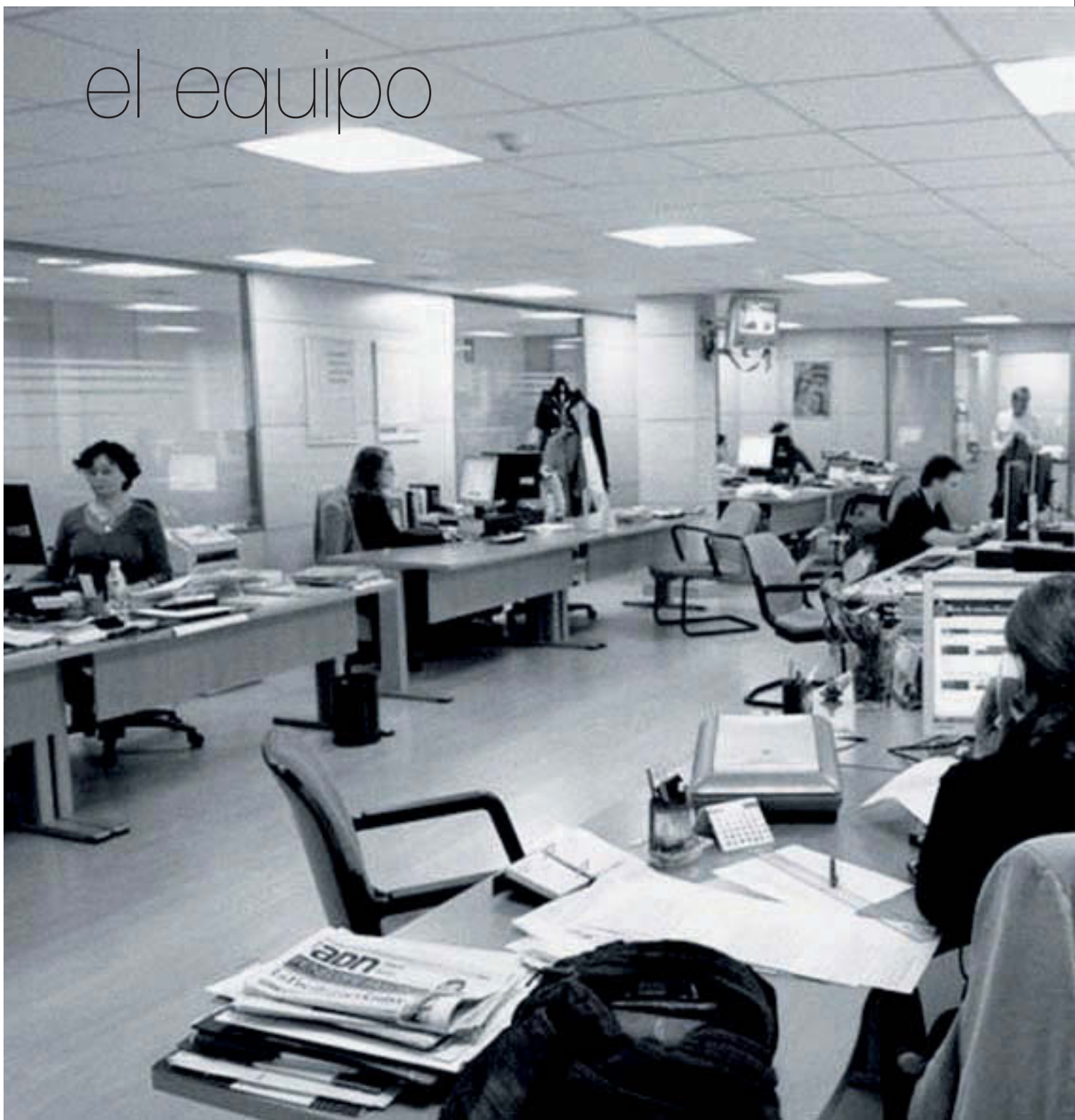


Unión Profesional (UP), consciente de la importancia del buen uso de la lengua española en todos los ámbitos de la sociedad civil y de la notoriedad del sector de las profesiones colegiadas españolas a las que representa, considera conveniente establecer un acuerdo de colaboración con la Fundéu para que los profesionales de la fundación revisen la revista *Profesiones*, de periodicidad bimestral y con una tirada de 10.000 ejemplares.



La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) es una entidad de derecho público adscrita al Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación a través de la Secretaría de Estado de Cooperación Internacional (SECI). Desde la creación de la Fundéu, en el 2005, la AECID (entonces «AECI») ha puesto en manos de los profesionales de la Fundéu la supervisión y corrección de parte de sus documentos.

el equipo





EL PATRONATO

Presidente

Víctor García de la Concha

Vicepresidente primero

Álex Grijelmo García

Vicepresidente segundo

Javier Ayuso Canals

Patronos

Carmen Caffarel Serra

Luis Ángel de la Viuda Pereda

Pedro Sanz Alonso

EL CONSEJO ASESOR DE ESTILO

Valentín García Yebra

Leonardo Gómez Torrego

Carlos González Reigosa

Humberto López Morales

José Luis Martínez Albertos

Gregorio Salvador Caja

LA DIRECCIÓN

Director general

Joaquín Müller-Thyssen Bergareche

Coordinador

Alberto Gómez Font

Secretario

Francisco Muñoz Guerrero

EL EQUIPO

Victoria Alcázar

Javier Bezos

María Callejo

Jaime Garcimartín

Magaly Chamorro

Judith González

Pilar González de Suso

Carmen Herrera

Álvaro Peláez

Federico Romero

Yolanda Tejado

Pilar Vicho



cuentas

**CUENTA ABREVIADA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO 2009 ***

Gastos	922.691	Ingresos	949.128
Ayudas monetarias - becas	6.500	Patrocinadores y colaboradores	864.708
Gastos de personal	721.712	Actividad mercantil	64.320
Servicios exteriores	194.479	Ingresos financieros	20.100
Arrendamientos	70.235		
Publicaciones	33.168		
Otros servicios exteriores	91.076		
Excedente positivo del ejercicio	26.437		

() Todas las cifras van en euros*

BALANCE DE SITUACIÓN DEL EJERCICIO 2009*

Total Activo	306.124	Total Pasivo	306.214
Inmovilizado	253.833	Fondos propios	194.962
		Fondo social	30.000
		Reservas	138.525
		Excedente del ejercicio	26.437
		Subvenciones, donaciones y legados recibidos	1.042
Activo corriente	52.381	Pasivo corriente	110.210
Usuarios y otros deudores de la actividad propia	23.065	Acreedores a corto plazo	110.210
Otros deudores	29.316		

PRESUPUESTOS DEL EJERCICIO 2010*

Gastos	988.662	Ingresos	948.126
Ayudas monetarias - becas	3.000		
Gastos de personal	665.432	Patrocinadores y colaboradores	862.000
Servicios exteriores	180.329	Actividad mercantil	76.126
Alquiler	70.936	Ingresos financieros	10.000
Publicaciones	20.000		
Otros servicios exteriores	89.393		
Página web	31.000		
Desarrollo América	100.000		
Otros gastos	8.900	Excedente negativo del ejercicio	40.536

(*) Todas las cifras van en euros

Coordinación

Jaime Garcimartín

Diseño y maquetación

slam diseño y comunicación

© Archivo gráfico de la Agencia Efe

Impresión

tf. artes gráficas

Calle Espronceda, 32
28003 Madrid. España
T. (+34) 913 467 201 (secretaría)
(+34) 913 467 440 (consultas)

www.fundeu.es

