



MEMORIA 2015
Fundación del Español Urgente



Nunca como en esta ocasión he tenido la tentación de convertir la carta de presentación de nuestra memoria anual en una simple enumeración de las actividades desarrolladas a lo largo del año. Una descripción de lo hecho en el 2015 sería la mejor manera de reflejar la dedicación con la que trabaja el equipo que hace la Fundéu BBVA y la ilusión que pone para que su oferta de servicios sea cada vez más eficaz y llegue más lejos.

Una relación de nuestros trabajos sería también una manera de demostrar el acierto de todo lo que se ha puesto en marcha a lo largo de estos doce meses, pues no ha habido nada que no haya obtenido el reconocimiento y el aplauso de los usuarios de la fundación.

Por todo ello, nunca como este año, el décimo de vida de esta institución, me he sentido tanto en el deber de dedicar este texto a todos los compañeros de la Fundéu: María Victoria Alcázar, Javier Bezos, David Gallego, Judith González, Javier Lascurain, Leticia Martín-Fuertes, Fernando de la Orden, Yolanda Tejado y Celia Villar, y también a nuestros colegas de Molino de Ideas, Elena Álvarez y Eduardo Basterrechea.

El trabajo de este equipo fue, y es, de tal magnitud que ya no nos resulta extraña la sorpresa de muchos de nuestros seguidores cuando conocen su tamaño y lo comparan con el servicio que presta.

¿Qué hemos hecho en 2015? Pues como siempre, desde que nacimos, se buscó potenciar en las redes sociales y entre los profesionales de los medios de comunicación la corrección lingüística.

Con este objetivo se llevó a cabo la campaña **#acentúate**, de promoción de la ortografía en las redes sociales, que llegó a alcanzar 175 millones de impresiones en Twitter, y se promovieron todas las líneas de difusión de recomendaciones lingüísticas de Fundéu BBVA, lo que ayudó a generar casi 12 millones de páginas vistas en la Web, cerca de 20 millones en la Wikilengua, más de 60 000 usuarios en Facebook y cerca de 215 000 en Twitter.

Tras siete años desde su última edición, se publicó la decimonovena edición del *Manual de español urgente*, así como el libro titulado *El español más vivo*, con una selección de 300 de las últimas recomendaciones.

2015, además de otras muchas cosas, fue el año de nuestro décimo aniversario, que celebramos el 18 de febrero con un acto presidido por S. M. la reina.

Todo este trabajo, digno de elogio, hecho por un equipo del que, como su director, no puedo sentirme más orgulloso.

Gracias, un año más, a todos los que hacen la Fundéu BBVA.

Joaquín Müller-Thyssen Bergareche
Director general de la Fundéu BBVA

10 años de la Fundéu

El 18 de febrero de 2015 la Fundación del Español Urgente celebró su décimo aniversario con un acto al que asistieron, entre otros, la reina Letizia, el director de la Real Academia Española y presidente del Patronato de la Fundéu BBVA, Darío Villanueva, y los presidentes de la Agencia EFE, José Antonio Vera, y BBVA, Francisco González.

Durante su intervención en el acto, que se celebró en el palacio del marqués de Salamanca en Madrid, la reina elogió la labor de la Fundéu BBVA en sus diez primeros años como «un éxito necesario», que contribuye a «la calidad y el rigor de la información» de los miles de periodistas que consultan a diario sus recomendaciones.

Francisco González destacó el valor del trabajo de Fundéu BBVA como parte de la marca España y elogió su

vocación de «traspasar fronteras» y estar presente en Latinoamérica para ayudar a consolidar el idioma español en el mundo.

Por su parte, Vera expresó el orgullo de Efe como impulsora de un proyecto que «se ha convertido en una referencia en el mundo del español» y que es muestra del afán histórico de la agencia por hacer del cuidado del idioma «una seña de identidad» de la casa. El director de la Real Academia Española (RAE), Darío Villanueva, recordó la gran influencia que los medios de comunicación tienen en los ciudadanos, porque «configuran poderosamente los hábitos de nuestras conductas, también en el aspecto lingüístico», y en este ámbito puso de relieve el papel de la Fundéu y su aportación «certainamente ya considerable a la vitalidad y enriquecimiento de esa auténtica lengua global que es el español».

Entre los invitados a esta celebración figuraban la secretaria de Estado de Comunicación, Carmen Martínez Castro, el alto comisionado para la Marca España, Carlos Espinosa de los Monteros, y el exministro socialista Ángel Gabilondo, así como los rectores de las universidades Autónoma de Madrid, José María Sanz; Politécnica de Madrid, Carlos Conde Lázaro, y Camilo José Cela, Eduardo Nolla.

El académico Luis María Anson y otros dos expresidentes de Efe, Miguel Ángel Gozalo y Alfonso Sobrado Palomares, han asistido igualmente al acto, junto a todos los miembros del Consejo Asesor de la Fundéu, entre ellos el director del Instituto Cervantes, Víctor García de la Concha.

Consejo extraordinario

Antes del acto público de celebración del décimo aniversario de la Fundéu BBVA, la reina asistió a una sesión extraordinaria del Consejo Asesor de la fundación, constituido por académicos, lingüistas, periodistas y otros profesionales de reconocido prestigio.

La sesión, celebrada el 18 de febrero de 2015 en el palacio del Marqués de Salamanca, mantuvo la estructura habitual de las que se tienen lugar cada quince días en la sede de la fundación, con la discusión de dudas lingüísticas concretas observadas en el ámbito de los medios de comunicación.

La reina participó activamente en el debate y se interesó por el método de trabajo de la fundación.

En su posterior discurso público calificó de «apasionante y muy interesante» esa reunión de trabajo.



Intervención de la reina doña Letizia en el acto de celebración del décimo aniversario de la Fundéu BBVA



Los diez años de la Fundéu BBVA son la historia de un éxito que une la fortaleza y la solvencia de una lengua, la nuestra, con la responsabilidad de los medios de comunicación. Además, me siento especialmente contenta porque he visto nacer a esta fundación y he seguido toda su trayectoria y actividades, entre ellas esos seminarios en San Millán de la Cogolla, a casi todos los cuales he asistido.

Termino con cinco apuntes muy rápidos sobre por qué la Fundéu hace una labor tan necesaria, por qué su labor es tan importante.

Primero, porque en ella están las cuatro entidades más importantes del cuidado de la lengua: la Real Academia, el Instituto Cervantes, la Fundación San Millán de la Cogolla y la Agencia Efe. Este hecho, sin duda, le da un espíritu integrador esencial para la unidad del idioma, siempre con su diversidad.

Segundo, porque ha sabido adaptarse a lo que requieren los tiempos: se ha renovado sin miedo al cambio y difunde sus recomendaciones en el ámbito de las tecnologías nuevas, utilizando el eco de las redes sociales.

Tercero, porque, al mismo tiempo que se ha adaptado, la Fundéu BBVA ha mantenido la continuidad de un proyecto útil y brillante; una continuidad que es además un valor en sí mismo, no solo en el sector público sino también en el privado porque se trata de proyectos de interés general.

Cuarto, porque miles de periodistas consultan a diario esas recomendaciones, lo cual hace que la calidad y el rigor en la información que hacen sea mucho mayor y mejor; esa precisión, ese rigor ayuda, desde luego, como ha dicho Joaquín Muller, a entender la realidad.

Y quinto y último, porque con la Fundéu la Agencia Efe ha extendido su acción a favor de la lengua a todos los medios y a todos los hispanohablantes y porque, a la vez, el prestigio de esta fundación ha alcanzado una influencia extraordinaria para difundir y para interpretar las normas de la academia.

En definitiva, un éxito necesario, una apuesta con visión de aquellos que fundaron en el 2005 esta Fundéu para analizar el uso del español en los medios de comunicación. Algunos de aquellos fundadores continúan hoy, otros ya no están. A todos, gracias. Gracias por pensar en grande y feliz aniversario.

La palabra del año

Por tercer año consecutivo, la Fundéu BBVA eligió una palabra del año entre las más de doscientas a las que ha dedicado alguna de sus recomendaciones diarias. La palabra debía tener interés desde el punto de vista lingüístico, bien por su origen o por cómo está formada, y haber estado en el primer plano de la actualidad en los últimos meses.

La elegida de las doce finalistas fue *refugiado*, un término que no es nuevo pero que ha marcado de forma decisiva la actualidad informativa.



refugiado

El término *refugiado* se aplica al que huye por un conflicto o por persecución política, por lo que no equivale a *inmigrante*, que es cualquier persona que llega a un país para fijar su residencia en él.

En las noticias sobre la crisis que vive Europa con relación a la llegada masiva de personas procedentes de África y de Asia se encuentran ejemplos como los siguientes: «La Guardia Costera griega rescata a más de 700 inmigrantes en 48 horas», «Una crisis de inmigrantes sin precedentes obliga a la UE a buscar respuestas» y «Merkel y Rajoy preparan juntos la cumbre de los refugiados».

Como criterio general y según las definiciones del Diccionario académico, *inmigrante* es un término que incluye a todos aquellos que inmigran, es decir, que llegan a un país para establecerse en él; también puede hablarse de *emigrante*, si el punto de vista

es el del país de salida, o *migrante*, que incluye a ambos y es más frecuente en el español de América.

Desde un punto de vista lingüístico, y con independencia de la definición precisa establecida en derecho internacional, un refugiado es aquel que 'se ve obligado a buscar refugio fuera de su país a consecuencia de guerra, revoluciones o persecuciones políticas'.

Dado que no todos los refugiados buscan establecerse en otro país, sino que solo huyen por su propia seguridad —a menudo de modo temporal, como se aprecia en los casos donde la protección la han encontrado en un campamento fronterizo con el país en conflicto—, es impropio llamarlos *inmigrantes*.

En la actual crisis de la Unión Europea hay claros indicios de que este desplazamiento, al menos en los Balcanes, obedece a una guerra y a la persecución política, por lo que lo preciso en todos los ejemplos anteriores habría sido optar por *refugiados*.

gastroneta

Gastroneta es una alternativa en español a *food truck* con el sentido de 'camioneta en la que se preparan platos de alta cocina, a menudo en ferias gastronómicas'.

En los medios de comunicación pueden leerse frases como «Alta cocina sobre ruedas: los *food truck* se ponen de moda en España», «Por el alto precio del suelo en Bogotá, crece el negocio de los 'Food Trucks'», «Los *food trucks* han de estar homologados» o «Los hosteleros valencianos recelan de los *food trucks*».

En general, el anglicismo *food truck* puede traducirse como *camión de comida* (o *camión de comidas*, en plural, por analogía con *casa de comidas*), *camioneta de comida*, *puesto de comida ambulante/itinerante*, expresiones con las que se alude a cierta clase de vehículos en los que se venden alimentos y, con frecuencia, comida rápida.

Más específicamente, para referirse a los puntos móviles de

venta de cocina elaborada, que en ocasiones se establecen durante semanas o meses en ferias gastronómicas, en español es posible optar por *gastroneta*, acrónimo de *gastronomía* y *camioneta*.

Aunque a veces se emplea con este último significado el término *cocineta*, y se trata de un uso también válido, dicho sustantivo hace referencia además a una cocina pequeña integrada en la sala de estar de una vivienda. Para evitar una posible ambigüedad, se aconseja el neologismo *gastroneta*.

Así pues, en los ejemplos iniciales habría sido preferible optar por «Alta cocina sobre ruedas: las gastronetas se ponen de moda en España», «Por el alto precio del suelo en Bogotá, crece el negocio de los camiones de comida», «Las camionetas de comidas han de estar homologadas» y «Los hosteleros valencianos recelan de los puestos de comida ambulantes».

Según el Diccionario académico, *iniquidad* significa 'maldad, injusticia grande', que podría ser un crimen, una violación de los derechos humanos o cualquier otro hecho vil, como en «La destrucción del bosque para construir un centro turístico fue una *iniquidad*»; en cambio, *inequidad* es la 'desigualdad o la falta de equidad', como en «Ese trabajo contribuirá a eliminar la *inequidad* entre hombres y mujeres».

Estos dos valores pueden superponerse en algunos casos, si se considera que la desigualdad es una gran injusticia, pero el uso de una voz u otra remite a facetas distintas de una misma situación: la *inequidad* se refiere a la desigualdad en sí y la *iniquidad* a una valoración ética de esta.

El adjetivo *inicuo* corresponde a ambos sustantivos, de modo que se puede hablar de un *acto inicuo* para referirse a una injusticia o una perversidad y de unas *exigencias inicuas* para aquellas que son contrarias a la equidad o a la ética.



trolear

El verbo *trolear* y el sustantivo *troleo*, formados a partir de *trol* y escritos con una sola ele, son palabras bien formadas y su uso por tanto puede considerarse correcto.

En los medios de comunicación pueden verse frases como «Trolear con imágenes es mucho más difícil que con mensajes en Twitter», «Los comentarios que busquen el “troleo” serán eliminados y los usuarios bloqueados» y «El ‘troleo’ de la esposa de Pedro Sánchez a Íñigo Errejón».



El sustantivo *trol*, adaptación de la voz noruega *troll*, ha dado lugar a las formas derivadas *trolear* y *troleo*, empleadas en un principio en internet para referirse a la acción y al efecto de

intervenir en un foro digital con el objetivo de generar polémica, ofender y provocar de modo malintencionado a los demás usuarios, a menudo enviando multitud de mensajes que pretenden captar la atención e impedir el intercambio o desarrollo habitual de dicho foro.

A partir de este primer uso, estas voces han ido extendiendo su significado, de modo que se aplican a múltiples contextos, no siempre digitales, con la idea sobre todo de ‘intervenir con ánimo de hacer fracasar algo’. Con este sentido, *trolear* puede alternar con otros verbos como *reventar*, *boicotear*, *provocar*...

También se documentan usos con significados próximos como ‘molestar, cansar o enfadar’ y, especialmente, ‘tomar el pelo, vacilar o gastar una broma, por lo general pesada’.

Finalmente, se recuerda que estas adaptaciones al español, al igual que *trol*, se escriben con una sola ele y sin comillas, por lo que en los ejemplos iniciales lo adecuado habría sido escribir «Trolear con imágenes es mucho más difícil que con mensajes en Twitter», «Los comentarios que busquen el troleo serán eliminados y los usuarios bloqueados» y «El troleo de la esposa de Pedro Sánchez a Íñigo Errejón».

Cabe recordar que el verbo *trolear* tiene en otros países de habla hispana significados diferentes como ‘castigar a alguien con ejercicios físicos extenuantes’ o ‘derrotar con contundencia a un oponente en una competición deportiva’ (Honduras), ‘realizar un paseo o recorrido largo a pie’ (Costa Rica)...

disruptivo, ha incorporado en su vigesimotercera edición el sustantivo *disrupción*, procedente del latín (*disruptio, -onis*), pero que ha llegado a nuestra lengua a través del inglés (*disruption*).

De ese modo, los ejemplos anteriores pueden considerarse apropiados.

El verbo adecuado para referirse a esa acción es *disrumpir*, que sigue el paradigma de *irrumpir* e *interrumpir* (del latín *irrumpere* e *interrumpere*) y cuyo uso puede, por tanto, considerarse adecuado.

disrupción

El sustantivo *disrupción*, el adjetivo *disruptivo* y el menos frecuente verbo *disrumpir* son adecuados para aludir a un proceso o un modo de hacer las cosas que supone una ‘rotura o interrupción brusca’ y que se impone y desbanca a los que venían empleándose.

En los medios de comunicación pueden verse frases como «La idea es facilitar un cambio que no sea disruptivo» o «Se debatirá el impacto de la disrupción digital en el mundo de los negocios».

El Diccionario académico, que ya incluía desde 1970 el adjetivo

zasca

El sustantivo *zasca* es una palabra válida para aludir a una réplica cortante, rápida y a menudo ofensiva en un debate o una conversación.

Aunque todavía no aparece con ese significado en los principales lexicones, el *Diccionario del español actual*, de Seco, Andrés y Ramos, incluye esa palabra como una interjección, asimilable a *zas* y explica que ambas se usan para imitar el sonido de un golpe o para denotar el carácter súbito o sorpresivo de un hecho.

A partir de este sentido, tanto *zas* como *zasca* han empezado a utilizarse coloquialmente como sustantivos masculinos (*un zas*, *un zasca*) para referirse a lo que también podría denominarse un *corte*, un *hachazo dialéctico* o una *bofetada verbal*.

Ese nuevo uso, propio del español de España y al principio más habitual en las redes sociales, los foros digitales y los programas

de entretenimiento, se ha extendido ya a los medios de comunicación.

Así es frecuente ver frases como «Los 'zascas' del debate», «Se trata de ver quién pronuncia el eslogan más potente, la réplica más ingeniosa, el zasca más zasca» o «El presentador terminó el programa con un claro zasca a su competencia», en las que la utilización de esta voz puede considerarse adecuada.

Como se ve en los ejemplos anteriores, en ocasiones se resalta el término entre comillas, aunque no es preceptivo hacerlo.

Respecto al origen de la voz, podría tratarse de un acortamiento de *zascandil*, que, si bien en su uso actual se refiere a 'una persona despreciable, ligera y enredadora', era originalmente un 'golpe repentino o una acción pronta e impensada que sobreviene'.

chikunguña

Chikunguña, con ñ, es una adaptación adecuada para la palabra *chikungunya*, que designa a un virus que provoca la fiebre o enfermedad del mismo nombre.

La adaptación del término original *chikungunya* a *chikunguña* es apropiada porque la secuencia *ny* se pronuncia en este caso con un sonido similar al de la *ñ* del español. Aunque la grafía *chicunguña*, con *c*, no puede considerarse incorrecta, se recomienda mantener la *k*, que, como señala la *Ortografía de la lengua española*, está presente en numerosos préstamos de muy diverso origen (*bikini*, *kiwi*, *ukelele*, *kamikaze*...).

En los medios informativos se aprecia vacilación respecto a la grafía de esta enfermedad: «Sanidad vigila el Chikungunya tras el primer caso de contagio dentro de España», «El transmisor del chikungunya es el mismo que el del dengue» o «¿Cómo reconocer los síntomas de la fiebre chikungunya?».

La palabra procede, al parecer, del idioma makonde, hablado en

el sureste de Tanzania y en el norte de Mozambique, significa 'hombre que se dobla' y se aplica a esta enfermedad debido a que esta se caracteriza por fuertes dolores en las articulaciones.

Se recuerda además que se trata de un nombre común, tanto cuando se utiliza aisladamente (*chikunguña*) como cuando forma parte del nombre de la fiebre o la enfermedad (*fiebre/enfermedad del chikunguña*), por lo que lo adecuado es escribirlo en minúscula.

Así, en los ejemplos anteriores habría sido preferible escribir «Sanidad vigila el chikunguña tras el primer caso de contagio dentro de España», «El transmisor del chikunguña es el mismo que el del dengue» y «¿Cómo reconocer los síntomas de la fiebre chikunguña?».

En algunos medios se emplea asimismo el acortamiento *chik*, que puede considerarse válido y que conviene escribir en minúscula.



poliamor

El sustantivo *poliamor* es un neologismo válido creado a partir del elemento compositivo griego *poli-* ('pluralidad') y el término *amor*.

Es habitual leer en los medios de comunicación frases en las que se incluye dicho término, como «La escritora defiende que el poliamor es una forma alternativa de vivir las relaciones amorosas», «El poliamor se ha convertido en una subcultura con argot propio» o «Tres mujeres formalizan su unión poliamorosa ante un notario».

La palabra *poliamor* deriva del anglicismo *polyamory* y, según el *Diccionario del sexo y el erotismo* de Félix Rodríguez González, se define como 'relación afectiva, sexual e íntima establecida entre tres o más personas con el conocimiento y consentimiento de todos los implicados'.

Formada por la unión de *poli-* ('pluralidad') y *amor*, sigue el modelo de otros términos como *politeísmo*, *politramatismo*, *polifacético* o *polivalente*. De igual modo, es válido su adjetivo derivado, *poliamoroso*, que se obtiene añadiendo el sufijo *-oso*.

Asimismo, se recomienda la forma *poliamor* frente a la variante *poliamoría*, ya que la palabra *amoría* no se usa en español.



Finalmente, cabe decir que, aunque todavía no aparece recogido en los diccionarios de referencia habituales, el sustantivo *poliamor* sigue los procesos de formación propios del español, por lo que no es necesario resaltarlo con cursiva ni entre comillas.

me gusta

La expresión *me gusta*, común al hablar de redes sociales y en particular de Facebook, se escribe con el *me* en minúscula y su plural es invariable: *muchos me gusta*, *no muchos me gustas*.

En este tipo de contextos son habituales frases como «Sara Carbonero e Iker Casillas han disfrazado al pequeño Martín y han conseguido muchos "me gustas"», «Hubo miles de Me Gusta» o «Animó a los espectadores a ver la escena y a que los observaran con un 'megusta' para aumentar las visitas», donde lo indicado habría sido escribir *me gusta*.

Me gusta se utiliza con valor de nombre común o, más exactamente, de locución nominal, tanto para aludir al apoyo o adhesión a lo que otra persona ha expresado o publicado como para referirse específicamente al botón de algunas redes sociales, como Facebook, con el que se concreta esta acción. En cualquier caso, se recomienda escribir *me gusta* en dos palabras, tal como indica la *Ortografía de la lengua española* para expresiones similares como *un no sé qué* o *el qué dirán*.

Respecto al plural, resulta preferible la forma *los me gusta* (en

lugar de *los me gustas* o *los me gustan*), mayoritaria en el uso y una de las opciones válidas para formar el plural de las locuciones, según recoge la *Nueva gramática de la lengua española*.

Además, dado que la expresión *me gusta* se entiende como locución, no hay razón para escribirla con mayúscula, con independencia de la grafía con la que figure en las distintas plataformas. Lo apropiado, por tanto, será recurrir a la minúscula: «Los usuarios revelan gran cantidad de información privada a través de acciones en apariencia tan inocuas como hacer clic en *me gusta*».

Por otra parte, aunque no es imprescindible marcar *me gusta* con resalte alguno, si se considera que de este modo se favorece la comprensión del texto por parte del lector, siempre es posible destacar esta expresión con comillas.

Todo lo anterior sería extensible a un posible botón de *no me gusta* y a la locución correspondiente: «El botón de *no me gusta* en Facebook servirá para mostrar tu apoyo en situaciones y momentos negativos, no para discutir» o «Los *me gusta* en Facebook influyen más que los *no me gusta*».

sextuplete

El sustantivo *sextuplete*, mejor que las formas *sextete* o *sexto*, es el recomendable para referirse a la 'consecución de seis títulos sucesivos'.

Ante la posibilidad de que el Barcelona conquiste en un mismo año los seis títulos de mayor prestigio —entre nacionales e internacionales—, los medios de comunicación recogen frases con las tres voces señaladas: «¿Ganará el Barça el sextuplete?», «Pedro mantiene vivo el sueño azulgrana del sextete» o «Messi tiene el sexteto entre ceja y ceja», las tres apropiadas.



Por analogía con *doblete*, recogido en el Diccionario académico, y con *triplete*, incorporado al diccionario *Clave*, lo aconsejable es formar la voz *sextuplete*, creándose por tanto los tres sustantivos a partir de los multiplicativos *doble*, *triple* y *séxtuple*.

clictivismo

La forma española *clictivismo* es una alternativa preferible al anglicismo *clicktivism*, frecuente en el lenguaje del activismo social.

En los medios se pueden leer frases como «Cada vez que se habla del activismo en línea surge la crítica al clicktivism» o «Varias plataformas permiten ejercer el clicktivism a favor de causas políticas y sociales».

El término inglés *clicktivism* se emplea para aludir a un tipo de activismo o a una fase de este que tiene como principal herramienta la acumulación de apoyos (mediante clics) en páginas webs y redes sociales.

La adaptación *clictivismo*, formada por las palabras españolas

No obstante, la variante *sextete*, a partir del ordinal sexto, es la más extendida en el uso con diferencia, argumento que de por sí favorece que se le confiera cierta validez. Quizá esta anomalía responda a que *sextete* se haya concebido a partir de un paradigma de sustantivos trisílabos: *doblete*, *triplete*... y *sextete*.

Además, nada impide tampoco emplear *sexto*, término especialmente utilizado en música y métrica, pero que puede aplicarse a cualquier 'conjunto de seis personas o cosas', conforme a una de las acepciones del *Diccionario del español actual*, de Seco, Andrés y Ramos.

Por otra parte, una vez iniciada esta lista de sustantivos (*doblete*, *triplete* y *sextuplete*), surge la duda de cómo denominar sus huecos intermedios, esto es, la consecución de cuatro o cinco títulos. En este sentido, las formas más extendidas son *cuatriplete* (probablemente por su semejanza con *triplete*, si bien el auténtico multiplicativo es *cuadruplete*, también válido, así como también es admisible la variante *tetraplete*) y *quintuplete*, aunque lo habitual es hablar de que se ha logrado un *póker* o *repóker* de títulos, igual que de goles.

Por fin, las formas trisílabas *cuartete* y *quintete* apenas cuentan con uso en esta ocasión y, de nuevo, el significado de *cuartete* y *quinteto*, vocablos más comunes en música y métrica, puede ampliarse para aludir de manera más general a cualquier conjunto de cuatro o cinco cosas, títulos en este caso.

clic y *activismo*, es una alternativa válida, de modo que en los ejemplos anteriores habría sido preferible escribir «Cada vez que se habla del activismo en línea surge la crítica al clictivismo» y «Varias plataformas permiten ejercer el clictivismo a favor de causas política y sociales».

En este mismo ámbito, y en general con un carácter peyorativo, se emplea asimismo el término inglés *slacktivism*, que puede traducirse al español como *activismo de salón*. Aunque en ocasiones se usan las dos expresiones como si fueran sinónimas, el clictivismo no siempre es activismo de salón; puede serlo si se usa como una forma única y aislada de apoyo a ciertas causas, pero no si es parte de una estrategia más amplia o es una fase de esta.

despatarre

Despatarre o *despatarre* masculino son alternativas posibles en español al anglicismo *manspreading*.

La palabra *manspreading*, incorporada al Diccionario de Oxford en agosto de 2015, es un término informal que alude a la manera de sentarse de algunos hombres, en especial en los transportes públicos, con las piernas abiertas, invadiendo el espacio de los asientos adyacentes.

Esa práctica ha suscitado encendidos debates en internet y campañas en su contra por parte tanto de grupos feministas como de las autoridades responsables de algunas redes de transporte público.

El verbo español *despatarrar(se)* es, según el Diccionario académico, un término coloquial que significa 'abrir excesivamente las piernas', por lo que el sustantivo derivado *despatarre* se adapta perfectamente a la acción que describe el anglicismo *manspreading*.

Si, como ocurre en el término inglés, se quiere hacer hincapié

en que se trata de una actitud mucho más frecuente entre los hombres, puede matizarse como *despatarre masculino*, o incluso como *despatarre machista* si se pretende subrayar lo que supone de prepotencia frente a las mujeres.

Otra alternativa es el verbo *explayar(se)*, que en países como El Salvador y Venezuela se usa precisamente para 'la acción de sentarse con las piernas abiertas u ocupando mucho espacio'. A partir de este verbo, es posible derivar los sustantivos *explayación*, *explayamiento* y *explaye*, los tres bien formados, aunque sin apenes uso.

Así, en frases como «La autoridad de transporte metropolitano de Nueva York tomó cartas en el asunto para combatir el 'manspreading» o «Diversos grupos feministas denuncian el manspreading en el transporte público», podría haberse escrito «La autoridad de transporte metropolitano de Nueva York tomó cartas en el asunto para combatir el despatarre masculino» o «Diversos grupos feministas denuncian el despatarre machista en el transporte público».



Vuelve el «Manual de español urgente», la referencia para escribir en español

Cuando se cumplen treinta años de su primera edición y siete después de la que hasta ahora era la última, vuelve el *Manual de español urgente*, una obra que ha servido como referencia a varias generaciones de profesionales del idioma y la comunicación.

La obra trata de resolver de forma concisa y ágil las dudas que surgen en el uso diario del idioma a quienes tienen el castellano como su principal herramienta de trabajo, como los periodistas, pero también a estudiantes, tuiteros, blogueros y todos aquellos que intervienen a diario en la gran conversación global en que se ha convertido el ciberspacio.



A los consejos sobre ortografía, gramática, léxico, pronunciación y puntuación que figuraban en ediciones anteriores y que se han revisado y reorganizado, se suman ahora observaciones sobre el uso del lenguaje en internet y sobre ortotipografía, debido a que cada vez es más frecuente que los periodistas tengan que trabajar con los medios de edición.

Además, esta edición —decimonovena del manual y primera de una nueva época—

incluye un capítulo sobre topónimos y gentilicios, un resumen de las novedades de la última Ortografía académica, publicada en 2010, y un amplio glosario en el que se resuelven las dudas más frecuentes sobre términos, expresiones, siglas, abreviaturas...

En el libro es posible, por ejemplo, averiguar el pasado correcto del verbo *prever* (*previó* o *preveyó*?), el plural de *currículum* (*currículums* o *currícula*) o la forma adecuada de escribir siglas.

También se ofrecen notas sobre neologismos (*empoderar*, *experticia*) y alternativas a los muchos anglicismos que llegan cada día a nuestro idioma (*selfie*, *fracking*, *stock option*...).

Esta nueva edición del manual, coordinada por Javier Bezos y editada por Debate, aparece por primera vez tanto impresa en papel como en formato electrónico, lo que facilitará su actualización.

El director general de la Fundación del Español Urgente, Joaquín Muller, señala en declaraciones a Efe que en los siete años pasados desde la última edición los avances tecnológicos en torno a internet han cambiado radicalmente el mundo de la comunicación permitiendo, por ejemplo, que «cada individuo pueda ser un medio».

La lengua, añade, se adapta a ese nuevo mundo como lo ha hecho siempre a lo largo de su historia, y este manual surge para «no quedarse atrás y para dar respuesta a los millones de usuarios que, en contra de lo que aseguran las voces más alarmistas, sí prestan atención a la corrección lingüística porque saben que de ella depende en buena medida su reputación digital».

Ahí, concluye, es donde «recobra sentido una obra como el manual, que intenta aunar la tradición iniciada en los años ochenta y la modernidad de un trabajo diario pendiente de las nuevas realidades y de los nuevos modos de contarlas».

Para el coordinador de la obra, Javier Bezos, «ni el papel es solo del pasado ni los medios digitales son solo del futuro». «Los dos son de hoy y tratamos la lengua de hoy. Queremos llegar al mayor número de personas interesadas en la lengua por diversas vías; sobre todo periodistas, pero no exclusivamente».

Por su parte, Miguel Aguilar, director literario de Debate, señala que para esa editorial «es un honor volver a poner al alcance de los lectores este libro de referencia inexcusable en una versión actualizada». «Es una herramienta muy útil para todos los usuarios del idioma, con el sello de calidad de Fundéu, que pronto será indispensable», apunta.

Fundéu reúne «El español más vivo» en 300 recomendaciones para hablar bien

Selfi, postureo, wasap, cibercondría o nomofobia son algunas de las palabras y expresiones del español más actual, el que cambia cada día y genera dudas que la Fundéu BBVA trata de resolver en el libro *El español más vivo: 300 recomendaciones para hablar y escribir bien*.

La Fundación del Español Urgente emite cada día recomendaciones sobre el uso del idioma dirigidas a los periodistas, pero también, y cada vez más, a una creciente comunidad de personas interesadas en el buen uso del idioma porque participan en foros, blogs, chats, redes sociales..., y esta obra, editada por Espasa, recopila una selección.

Como explica el director general de la Fundación, Joaquín Muller, este «no es un manual de estilo clásico, ni una ortografía que enseñe a colocar los puntos, las comas y las tildes: ni tampoco una gramática que enseñe a cómo analizar cualquier frase».

Sí pretende en cambio resolver cuestiones que «ningún otro libro, por el momento, ha planteado»: las que tienen que ver con el español más vivo, «ese que aún no ha llegado a los diccionarios ni a las gramáticas, porque la lengua y sus hablantes siempre son más rápidos».

La obra se divide en tres grandes apartados, de los que el más amplio es el de léxico, que es siempre la parte «más inquieta de una lengua, algo así como el niño revoltoso de la clase», explica su coordinadora, Judith González Ferrán.

En esa parte de la obra pueden resolverse dudas sobre extranjerismos (¿marketing, márqueting o mercadotecnia?), neologismos (webgrafía, copipega), pobreza léxica (¿por qué se usa tanto el verbo arrancar y tan poco otros como empezar, comenzar...), género y número (¿hay un femenino para obispo?) o significado (¿qué significa realmente austericidio?).

En el apartado de gramática se abordan, entre otros, problemas como el queísmo y el dequeísmo (¿se dice informar que o informar de que?), concordancias y conjugación (¿es asola o asuela?).

Por último, en las páginas dedicadas a la ortografía se ofrecen consejos sobre acentuación (¿lleva tilde guion?), puntuación (¿se pone punto detrás de los signos de exclamación e interrogación?) y mayúsculas (¿las llevan rey, papa o presidente?).

La obra se completa con seis breves glosarios que reúnen decenas de pequeñas recomendaciones sobre términos y expresiones agrupadas por temas: espectáculos, moda, internet y tecnologías, deportes, latinismos, y economía y empresas.

Todo el contenido mantiene, como se explica en el prólogo, el estilo habitual de la Fundéu, que huye de la jerga lingüística y trata de emplear, sin renunciar al rigor, un lenguaje que todo el mundo pueda entender.

Cada uno de los textos incluye un titular sencillo, una breve explicación de la duda o problema lingüístico planteado, las alternativas propuestas y un pequeño cuadro que recoge de forma más visual los usos adecuados —marcados con :)— y los inadecuados —con :(—.

González Ferrán señala que, por la propia naturaleza del libro, antes o después algunas de las recomendaciones seleccionadas dejarán de ser «el español más vivo» porque «el ultimísimo español es el que estamos haciendo cada día, el que se puede oír en el metro, en una librería o en un café».

Una lengua, concluye, que «hacemos todos juntos y que no es patrimonio de ningún manual, gramática o diccionario» y a la que la Fundación del Español Urgente promete seguir atenta.



#acentúate

El septiembre de 2015, la Fundéu BBVA y Twitter España pusieron en marcha una campaña para promover la ortografía en las redes sociales con la etiqueta #acentúate.

El eje de la campaña fue una recomendación de la Fundéu en la que se señalaba que las etiquetas en Twitter pueden llevar tildes sin que eso suponga, como creen muchos usuarios, ningún problema a la hora de que los tuits que las tengan sean correctamente incluidos en las búsquedas incluso si estas se hacen sin poner la tilde.

Miles de tuiteros –famosos y desconocidos, particulares e institucionales– respondieron a este llamamiento conjunto para apoyar el buen uso del español en las redes con la etiqueta #acentúate, que en sus primeros cuatro días obtuvo casi 175 millones de impresiones en Twitter.

Uno de los mensajes más populares fue el enviado en los primeros minutos de la iniciativa por al actor y director Antonio Banderas animando a sus seguidores a usar tildes en las etiquetas y que logró enseguida más de 1800 retuits y 1700 favoritos.

Además, muchos medios y páginas, tanto en español como en otros idiomas, entre ellos *Le Monde*, *La Nación*, *El Mundo*, *Gizmodo* o *Quartz* se hicieron eco de la iniciativa.



El libro de la Liga BBVA del Español Urgente



En diciembre de 2016 y con la idea de servir de regalo de Navidad a los muchos aficionados al fútbol y al idioma, la Fundéu BBVA publicó un libro electrónico con las mejores recomendaciones, crónicas e ilustraciones sobre el uso del español en el ámbito futbolístico.

Las respuestas a las dudas más habituales del lenguaje del balompié (¿penalti o penalty?, ¿esa área o ese área?) y el análisis de sus muchas creaciones y usos (cholismo, jugón, tiquitaca...) aparecen en esa obra gratuita, que se estructura en 38 jornadas, como la Liga BBVA.

Se trata de una selección de los contenidos más populares publicados desde que en el año 2013 la Fundación del Español Urgente puso en marcha la Liga del Español Urgente con la idea de aunar las pasiones que generan el fútbol y el idioma, dos patrimonios culturales de gran proyección internacional.

Seminario Internacional de Lengua y Periodismo

La vigencia y el futuro de los manuales y libros de estilo fue el tema central del X Seminario Internacional de Lengua y Periodismo que, organizado por la Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA) y la Fundación San Millán, se celebró en el monasterio riojano de Suso los días 13 y 14 de octubre.

En el acto de inauguración, la reina Letizia defendió la vigencia de ese tipo de obras que sirven para unificar criterios y contribuyen de esa forma a que la comunicación sea eficaz.

La conferencia inaugural fue pronunciada por el escritor colombiano Héctor Abad Faciolince. Bajo el título «En román paladino», defendió que los manuales de estilo no deben ser «un catecismo de mojigatería idiomática», sino más bien «un botiquín de primeros auxilios para la claridad».

A lo largo de las dos jornadas del seminario, periodistas, lingüistas y autores de manuales de estilo debatieron en varias mesas redondas en torno a tres aspectos de la cuestión.



Norma y estilo

La responsable del departamento «El español al día», de la Real Academia Española (RAE), Elena Hernández, defendió las normas lingüísticas académicas como «terreno de juego del estilo» de los medios de comunicación y los periodistas en primer debate, planteado como un contraste entre la norma académica dictada por la RAE y los manuales de estilo de los medios de comunicación que, a veces, no siguen al pie de la letra las normas lingüísticas.

«La RAE es el guardián de la porra de la lengua, mientras que, cuando se habla de estilo, se piensa en algo evocador», dijo Hernández, aunque «sin norma, no hay estilo y hacer periodismo no tiene que ver con el desapego de la regla».

Además, afirmó que las academias dictan normas «según las preferencias lingüísticas vigentes en una comunidad», es decir, «no surgen por capricho, porque un día alguien se levanta con una idea, sino por uso y para asegurar la eficacia de la lengua como instrumento de comunicación».

Por eso, «a menudo, el error de hoy es la norma de mañana», porque «cosas que antes estaban fuera del español culto hoy forman parte del uso normal», y «la RAE solo hace una radiografía de lo que la comunidad de hablantes define como buen uso».

Frente a esta visión, el redactor jefe de *La Vanguardia*, Magí Camps, también como introducción al debate, llamó la atención sobre el hecho de que «en los últimos años, la Academia se fija en los periodistas y en la prensa para dictar algunas normas».

Defendió que los manuales de cada medio de comunicación mantengan «una línea estilística» para resolver situaciones «como los casos en los que la norma es abierta», como palabras que se pueden acentuar o no o expresiones que puede escribirse de varias formas. «Pero hay cosas en las que no está claro qué

hacer y decidimos mandarlas a un purgatorio, que es corregirlas siempre, y luego, con el tiempo, ves cómo la RAE las acepta».

Isaías Lafuente, responsable de la *Unidad de Vigilancia* de la Cadena SER, abogó por que en los medios de comunicación exista «más criterio que norma», ya que los informadores «viven el presente, el minuto a minuto de la evolución de la lengua», que es anterior al cambio en la norma académica.



«Un monje escribió aquí una cosa incorrecta, pero que era lo que conocía y hoy es, ni más ni menos, el español», ha dicho en alusión a las glosas emilianenses, consideradas los primeros textos en lengua romance que se conocen.

La vicepresidenta de la Unión de Correctores, Marina Ferrer, concluyó que, «mientras la norma permite que nos entendamos, el estilo permite distinguirnos», con lo que «lo ideal es que se mantengan ambos».

Manuales de estilo clásicos en la era de internet

Lingüistas y periodistas coincidieron en que el hecho de que prácticamente cualquier persona pueda promover un medio de comunicación en internet hacen necesarios los manuales de estilo fiables y accesibles para ofrecer criterios de corrección lingüística e informativa.

Los participantes contrastaron puntos de vista sobre si son necesarios o, incluso, viables, los manuales de estilo en un momento en el que los medios digitales son los protagonistas de la comunicación, por encima de los formatos tradicionales de papel, radio y televisión, se exige inmediatez para todo, incluido el de fijar un estilo propio.



«Ahora hay que responder a una duda sobre el estilo del medio y sobre la corrección al momento, no se puede esperar tres años a que se publique el manual en papel», dijo la fundadora de la revista Yotokobu, Mar Abad.

Recordó que muchos periodistas «ahora trabajan solos en su casa», que «hay bastantes que son un medio de comunicación en sí mismo» y que «no tienen la capacidad de competir con los manuales de estilo de los grandes medios».

Además, incidió en que hay otros factores que influyen en el periodismo en la red, como «la dependencia tremenda de facebook» que «obliga a que, en vez de informar, haya que intrigar al lector» y «hablarle como si estuviera en la barra del bar» para «posicionar la noticia que escribes en las redes sociales».

Otra cosa que debería recogerse en los manuales de estilo para internet es «cómo tratar el periodismo hecho por las marcas» porque, en la actualidad, «grandes multinacionales invierten mucho en facilitar artículos que parecen periodismo».

También introdujo el debate el presidente de Wikimedia —la asociación que promueve la enciclopedia en red Wikipedia— en España, Santiago Navarro, quien ha detallado que existen en el mundo 291 wikipedias diferentes y 99 de ellas tienen un manual de estilo, entre ellas el de la enciclopedia en español.

«Cualquier persona puede hacer aportaciones al manual, pero siempre nos basamos en lo que está bien, en lo que es correcto, porque si lo que se lee es importante, es importante que esté bien escrito —dijo—, y si estamos en un momento de cambio para los medios, hay que ayudar a que se haga bien».

El director del servicio en español de la agencia Associated Press, Alejandro Manrique, señaló que «precisamente porque el concepto de medio de comunicación ha cambiado, hacen falta manuales» para establecer «principios y estándares sobre cómo se hace el periodismo y cuándo se hace periodismo».

Añadió que esos manuales deben incluir criterios para «abordar temas controvertidos», como «qué es la privacidad, de qué no se debe escribir o qué es un plagio» y, «finalmente, la esencia del oficio periodístico debe tender a un manual de estilo que sea un consultorio ético urgente».

En esta línea, el periodista y creador del proyecto Prodigioso Volcán, Mario Tascón, criticó que los manuales de estilo actuales «no recogen cosas de las que parece que los periodistas son los últimos en enterarse», como «la repercusión de la ley mordaza, el uso de datos privados o el derecho al olvido».

Manuales y correctores

La profesión de corrector es necesaria en los medios de comunicación, a pesar de que cada vez desaparecen más de las redacciones y hay medios que abogan por que sean sustituidos por programas informáticos.

Esta es una de las ideas principales que se defendieron en el tercer debate de las jornadas, en el que los participantes analizaron el trabajo de los correctores y su labor para velar por la aplicación de los manuales de estilo periodístico.

La presidenta de la Unión de Correctores (UniCo), Beatriz Benítez, consideró que, a los medios de comunicación, «una falta de ortografía les provoca vergüenza, un titular mal redactado pone en solfa su credibilidad y hasta un pie de foto mal escrito da una mala imagen».

«Un corrector es la red del trapecista, que es el periodista», aseguró, y, por ello, lamentó su paulatina desaparición de los medios, a pesar de que no son, «ni mucho menos, lo más caro de una redacción». También recalcó que «los correctores no cambian los textos, solo ayudan a que el mensaje final sea más inteligible».

Javier Bezos, coordinador del *Manual de español urgente*, ha incidido en la importancia de que «haya alguien que alerte al periodista de que algo está mal, incluso si él no lo cree así».

Afirmó que «ya existen herramientas informáticas que hacen ese papel» y que, «incluso, avisar a quien escribe de si una palabra está mal empleada en un contexto».

«Eso ya está ahí, pero detrás tiene que haber alguien, los correctores humanos, vigilando», defendió, y se mostró partidario de que los medios de comunicación hagan, después de publicar, «un control de calidad» de corrección lingüística y de ajuste al manual de estilo.

Fue el director del servicio en español de la agencia Associated Press, Alejandro Manrique, quien ha incidido en que, dada la

situación económica de las empresas periodísticas, «no es posible tener los correctores que harían falta».

La tendencia es, aseguró, recurrir a programas informáticos de corrección automática, algo «sobre lo que habría que hacer un gran debate», dado que «si la información es un servicio público, ¿está bien dejar en manos de robots el producto final?», cuestionó.

En este mismo sentido, el vicedecano de Docencia de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, Santiago Tejedor, explicó que ya hay una revista, *Forbes*, que hace artículos con máquinas, «algo que puede parecer interesante, pero, en realidad, los programas informáticos no saben contar historias ni saben contarlas bien».

El filólogo del departamento Práctica Español de la Agencia Efe, Alberto Gómez Font, aseguró que «las herramientas no son un enemigo, ayudan, aunque, por mucho que se programen, no van a sustituir a la persona». Además, advirtió sobre la tendencia de que las grandes empresas cada vez contratan a más correctores en busca de que los textos que hacen públicos no contengan errores lingüísticos.





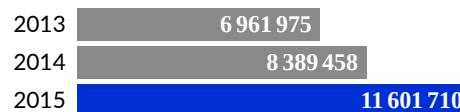
En la red

Internet es el principal cauce para difundir el trabajo de la Fundéu BBVA. Los gráficos muestran la evolución en la audiencia de sus sitios web y cuentas en redes sociales.

El contenido generado por la propia Fundéu BBVA se publica con licencia de Creative Commons.

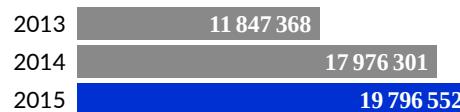
fundeu.es

páginas vistas



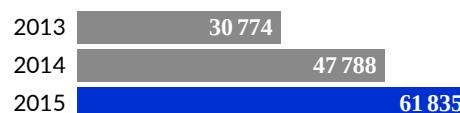
wikilengua.org

páginas vistas



Facebook

seguidores



Twitter

seguidores



Equipo

Patronato

Presidente

Darío Villanueva Prieto

Vicepresidente primero

José Antonio Vera Gil

Vicepresidente segundo

Paul G. Tobin

Patronos

Víctor García de la Concha

José Ignacio Ceniceros González

Pedro Sanz Alonso

Luis María Anson Oliart

Alfonso Sobrado Palomares

Miguel Ángel Gozalo Sáinz

Luis Ángel de la Viuda Pereda

Consejo Asesor

Víctor García de la Concha

Humberto López Morales

Clara Barrabés

Mario Conthe

Soledad Gallego-Díaz

Pilar García Mouton

Salvador Gutiérrez Ordóñez

Leonardo Gómez Torrego

Victoria Prego

Gregorio Salvador Caja

Mario Tascón

Dirección

Director general

Joaquín Müller-Thyssen Bergareche

Coordinador general

Javier Lascurain Sánchez

Equipo

Victoria Alcázar Sánchez

Javier Bezos López

David Gallego Barbeyto

Judith González Ferrán

Leticia Martín-Fuertes

Fernando de la Orden Osuna

Yolanda Tejado Sánchez

Celia Villar Rodríguez

Contratos y convenios

ABENGOA

accenture
High performance. Delivered.

GOMEZ-ACEBO & POMBO
ABOGADOS


CELER
SOLUCIONES


**Instituto
Cervantes**


HERMES
TRADUCCIONES Y SERVICIOS LINGÜÍSTICOS


Inquaserve
Traducción, Servicios Lingüísticos
Y Soluciones de Última Generación


**Fundación
San Millán
de la
Cogolla**

Cuentas

Cuenta del resultado del ejercicio 2015 (en euros)

| Gastos | 777 965 | Ingresos | 639 498 |
|-----------------------------|----------------|---|----------------|
| Gastos de personal | 463 048 | Patrocinadores y colaboradores | 565 000 |
| Servicios exteriores | 279 244 | Actividad mercantil | 68 609 |
| Arrendamientos | 80 467 | Otros ingresos de la actividad | 3 900 |
| Servicios profesionales | 174 257 | | |
| Otros servicios exteriores | 24 520 | Ingresos financieros | 1 989 |
| Amortizaciones | 35 673 | | |
| | | Excedente negativo del ejercicio | 138 467 |

Balance de situación del ejercicio 2015 (en euros)

| Total activo | 183 013 | Total pasivo | 183 013 |
|--|----------------|--------------------------|----------------|
| Inmovilizado | 160 199 | Fondos propios | 126 896 |
| | | Fondo social | 30 615 |
| | | Reservas | 232 883 |
| | | Excedente del ejercicio | -136 602 |
| Activo corriente | 22 814 | Pasivo corriente | 56 117 |
| Usuarios y otros deudores de la actividad propia | 0 | Acreedores a corto plazo | 56 117 |
| Otros deudores | 22 814 | | |

Presupuesto para el ejercicio 2016 (en euros)

| Gastos | 604 757 | Ingresos | 605 750 |
|--------------------------------------|----------------|--------------------------------|---------|
| Gastos de personal | 395 534 | Patrocinadores y colaboradores | 574 250 |
| Servicios exteriores | 169 720 | Actividad mercantil | 9 000 |
| Arrendamientos | 80 468 | | |
| Cursos y seminarios | 7 000 | Otros ingresos | 22 500 |
| Otros servicios exteriores | 82 253 | | |
| Página Web | 14 394 | | |
| Wikilengua | 6 909 | | |
| Aplicaciones móviles | 0 | | |
| Otros gastos | 1 200 | | |
| Costes financieros | 0 | | |
| Amortizaciones | 17 000 | | |
| Excedente positivo del ejercicio | 993 | | |



www.fundeu.es

Edificio Efe
Avenida de Burgos, 8, planta 14
28036 Madrid, España

Realización y diseño
Javier Bezos

Fotos
© Agencia Efe

Madrid, 27 de junio de 2016