

CARMEN CRESPO
Alcaldesa de Adra

Semáforos para todos los vecinos

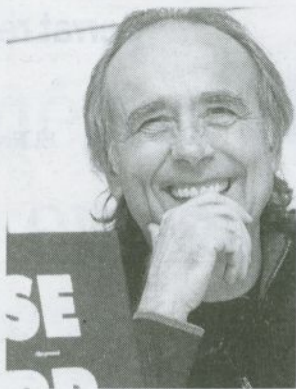
El Ayuntamiento de Adra ha solicitado que la Junta subvencione al municipio para que puedan instalar semáforos sonoros para el colectivo invidente.



JOAN MANUEL SERRAT
Cantautor

Homenaje hoy en la Universidad

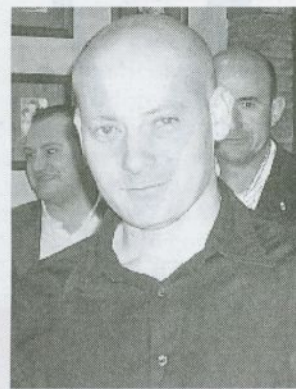
El cantautor catalán recibirá hoy, a las 12 horas, en el Auditorio de la Universidad, la Medalla de Oro de la UAL como homenaje a toda su carrera musical.



MANUEL MALDONADO
Piloto de rallies

Título para el campeón vicario

Manuel Maldonado ganó ayer la XXVI Subida de Vicar del Campeonato de Andalucía de Montaña, logrando así el título andaluz en la modalidad de turismos.



EL ESPAÑOL QUE HABLAMOS

El lenguaje político, la derecha y la izquierda

El autor repasa los términos más utilizados en los debates parlamentarios

La semana pasada formé parte de un tribunal de Tesis doctoral en la Universidad de Granada. La Tesis trataba del discurso político; más concretamente, de los debates sobre el estado de la nación y su repercusión en los medios de comunicación. El doctorando, hoy ya Doctor Sánchez García, analizó con precisión el discurso empleado en estos debates, así como el especial papel reservado a los titulares en la transmisión de la información política. Para ello se basó en dos tipos de textos, ambos complementarios: el primero estaba formado por todos los «Debates sobre el estado de la nación» (19 en total), que tuvieron lugar desde 1983 —fecha de celebración del primero— hasta 2007 —último debate de la primera legislatura de Rodríguez Zapatero; el segundo tipo de documentos procedía de la recopilación de todos los titulares de prensa de los diarios nacionales relativos a los citados debates: un total de 2.557 titulares. Llegado a este punto de la columna, no se ha de preocupar el lector, pues no nos vamos a referir a la metodología empleada, a los aciertos o desaciertos del trabajo o a la bibliografía omitida. Pero sí, a algunos detalles que, sin ser importantes para el desarrollo del estudio, nos llamaron la atención.

Al analizar los términos empleados por los líderes de la izquierda y de la derecha para referirse al nombre de la nación y de sus ciudadanos, nos encontramos con algunas sorpresas: por ejemplo, que el término *España* fuera más empleado por la izquierda que por la derecha; esta última opción política, tradicionalmente, ha reprochado a sus oponentes de izquierdas que soslayan el nombre del país, España, y que empleen otros términos sinónimos para sustituirlo: «en este país», «territorio» o incluso «nación»; en dichos debates, el partido socialista utilizó el término *España* en 811 ocasiones, en tanto que la derecha 702 veces. Sorpresa fue también para nosotros —en virtud del ideario de ambos partidos— que no hubiera diferencia en el uso del término *patria*; evitado por ambas ideologías, únicamente fue empleado, en el to-

El artículo del día

LUIS
CORTÉS



CATEDRÁTICO LENGUA ESPAÑOLA

Al analizar los términos empleados para referirse al nombre de la nación, sorprende que el de 'España' fuese más usado por la izquierda que por la derecha

tal de los debates analizados, en una única ocasión tanto por la derecha como por la izquierda.

No es extraño, sin embargo, que la izquierda haya empleado bastante más el término *país* (en 519 ocasiones) que la derecha (en 341); lo que no sabíamos es que la progresión en este uso se debía a la preferencia personal de Rodríguez Zapatero, ya que en la época de Felipe González su manejo no fue tan frecuente. Tampoco resulta chocante que, a la hora de referirse a

los habitantes, la derecha opte, principalmente, por *españoles* en tanto que la izquierda por *ciudadanos*. A lo largo del estudio se analizan otras cuestiones pragmáticas, como por ejemplo que los representantes del Gobierno, en su afán de difuminar las responsabilidades de los agentes políticos, empleen más las construcciones impersonales y la pasiva, o que en los líderes de los partidos gobernantes se observe una mayor tendencia al *yo*, al personalismo, con el objeto de atribuir a su liderazgo los grandes logros de gestión; contrariamente, en la oposición es más frecuente el *nosotros* o *los españoles*.

En el capítulo en que nuestro ya Doctor se ocupa de los mecanismos sutiles empleado por los políticos a la hora de manifestar suave y decorosamente aquellas ideas cuya recta y franca expresión sería dura de aceptar, se habla del llamado *eufemismo político*. Este suele ser mucho más empleado por el Gobierno que por la oposición y aflora en cualquier debate, máxime en los debates parlamentarios de gran tensión, como el que tuvo lugar en julio de 2008 —debate en que se trató sobre la crisis económica—; es obvio que esta fue minimizada por el Gobierno socialista, y se constituyó en llamativa prueba de ello el empleo por parte de Rodríguez Zapatero de catorce eufemismos diferentes —en el mismo debate—. Como queda recogido en el Diario de sesiones, el líder socialista evitó el término crisis y lo substituyó por los siguientes sinónimos: «situación ciertamente difícil y complicada», «condiciones adversas» «una coyuntura económica claramente adversa», «brusca desaceleración», «deterioro del contexto económico», «ajuste», «empeoramiento», «escenario de crecimiento debilitado», «período de serias dificultades», «debilidad del crecimiento económico», «difícil momento coyuntural», «empobrecimiento del conjunto de la sociedad», «gravidad de la situación» y «las cosas van claramente menos bien». ¡Espléndido estuvo, lingüísticamente hablando, el Presidente! ¡Qué manera de agrandar y engrandecer la lengua española! Todo tiene su otro lado.

EL CALEIDOSCOPIO

FAUSTO
ROMERO-MIURA
GIMÉNEZ



ABOGADO

Estúpidamente amurallados

El Muro de Berlín no dividía sólo una ciudad, sino el mundo. Por ello, su derribo —¿por qué se habla de *caída*? El muro *no se cayó*: fue derribado, hace hoy veinte años— fue el de una determinada concepción geopolítica universal: la llegada, al poco, de Internet nos instaló en la aldea global.

...Menos en España: aquí, lejos de derribar muros, los levantamos: de un Estado jacobino pasamos a un Estado fragmentado, en el que diecisiete regiones que, salvo dos, jamás tuvieron espíritu nacionalista o autonomista, pugnan por hacerse cada vez más pequeñas e insignificantes en un mundo cada hora más global.

Celebro mucho haber nacido en la época en que me ha tocado vivir, porque la curiosidad, que me lleva la más de las veces a la perplejidad, es uno de mis motores vitales. Y es verdad que cada día entiendo menos las cosas y a las personas. Y, lo que menos, que cuando el mundo vive la fiebre del derribo de todo tipo de muros, en España nos empeñemos en alzarlos. ¿Spain is different? Está claro que sí y, a mi juicio, empobrecedoramente: la solidaridad, que enriquece, es un valor, ya, desconocido: también las personas nos hemos amurallado, atrincherado: se diría que vivimos intramuros de una murallas, cada vez más consistentes, de reserva y de desconfianza que nos encierran en nosotros mismos, nos aíslan de aires nuevos, nos hacen ensimismados, inaccesibles...

Y a mí, que creo que la vida no es dar, sino darse entero, me choca ese egocentrismo creciente que acaba por convertirnos en seguros y estúpidos prisioneros de nosotros mismos. Y del qué dirán.

Hubo tiempos pasados mejores: el 9-11-1989 fue un gran día.

la Voz de Almería

PRESIDENTE: José Luis Martínez.
CONSEJERO DELEGADO: Juan Fernández-Aguilar.
DIRECTOR: Pedro M. de la Cruz.
SUBDIRECTORA: Antonia Sánchez Villanueva.

REDACTORES JEFES: Antonio Fernández Camacho, Antonio Fernández Compán, Manuel León y Leopoldo Nemesio.

JEFES DE SECCIÓN: Evaristo Martínez (Vivir), Marta Soler Fernández (Alm), Eva de la Torre (Ciudades y Fin de Semana) y Eduardo del Pino.

COORDINADOR DE ESPECIALES: Miguel Arranz.

Novotécnica, S.A.

DIRECTOR TÉCNICO: Manuel Gázquez. DIRECTOR DE EXPANSIÓN Y DELEGADO EN EL EJIDO: Diego Martínez Masegosa. DIRECTORA FINANCIERA Y DE CONTROL DE GESTIÓN: Gemma Salinas. JEFE DE MARKETING: Juan Felipe Navarro.

REDACCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y TALLERES: Avenida del Mediterráneo, 159-1ª planta. 04007 Almería - Teléfono 950 18 18 18. Fax: 950 25 64 58. DELEGACIÓN EN EL EJIDO: Plaza Zenete, 11

- EL EJIDO. Teléfono 950 57 30 73. Fax 950 48 62 12.

PUBLICIDAD: CM-2000.

DIRECTORA: María José Iglesias.
Teléfono: 950 28 20 00 Fax: 950 28 20 01.

IMPRESIÓN: Servicios de Impresión de Levante, S.A. DISTRIBUCIÓN: Distribuidora Almeriense, S.L.

DEPOSITO LEGAL: AL 2-52.
ISSN: 1576-5296. Difusión controlada por OJD.