

**EMILIO GÓMEZ LAMA**  
Pres. Colegio Veterinarios

## Reconocimiento a la investigación

Los actos del patrón de los veterinarios incluyeron la entrega del premio Francisco Fernández López y el reconocimiento al presidente del colegio de Murcia.



**ÁNGEL MOLINERO**  
Cjal. Turismo Roquetas

## Gran éxito en el Día del Turismo

Las actividades organizadas por el consistorio roquetero para conmemorar el Día Mundial del Turismo hicieron las delicias de mayores y pequeños ayer.



**QUINA JIMÉNEZ**  
Profesora de Danza

## Da su nombre al conservatorio

El Conservatorio Profesional de Danza de Almería pasará a llamarse Kina Jiménez en reconocimiento a la valía de esta profesora, querida por todos.



### EL ESPAÑOL QUE HABLAMOS



**LUIS CORTÉS RODRÍGUEZ**

CATEDRÁTICO DE LENGUA ESPAÑOLA

## El fútbol, el debate político y lo imprevisible del resultado

No sé si el maridaje es correcto, pero a mí me lo parece. Un partido de fútbol y un debate político son acontecimientos imprevisibles, únicos, cuyos resultados, en la mayoría de los casos, difícilmente se pueden predecir. Y esto es lo que les da buena parte de su interés. Escribo esto el día treinta de julio, tras haber repasado los dos debates entre Rodríguez Zapatero y Rajoy en 2008 y haber visto el día anterior cómo nuestra selección olímpica de fútbol había perdido con Honduras (0-1). Ambos hechos me han sugerido esta relación.

Los participantes de uno y otro acontecimiento tienen la sensación de estar en orden de batalla, dispuestos siempre a derrotar al adversario; en el debate, el vencedor es aquel que logra atraer a más votantes, el que sea más convincente; para lo cual forzará la maquinaria tanto de los datos como de los recursos lingüísticos con objeto de hacer un uso tal de ambos que les permita que sus argumentos resulten demoledores; en el caso del fútbol, el ganador es el que más goles hace; para ello, se arbitrará todo tipo de estrategias grupales, de esfuerzo físico, de habilidades personales o de concentración con el fin de conseguir el mejor resultado, que no es otro que la victoria ante su adversario. En un caso, pueden ser los argumentos el arma arrojadiza; en el otro, por ejemplo, una buena aplicación de las tres "pes": presión, posesión y profundidad.

El resultado, en ambos casos, decíamos, es impredecible por el número de incidencias que puede transformar las actuaciones previstas, los ensayos previos, las experiencias anteriores. No obstante, al final, ese re-

sultado es producto de un algo; tiene sus motivos. Es verdad que antes del inicio los combatientes han ensayado concienzudamente cuál ha de ser su actuación, cómo la han de llevar a cabo o cuáles son las debilidades de sus adversarios y las tácticas que se han de seguir. Así, el expresidente Zapatero —entonces sin ex— ha de defender su gestión de los últimos años y el líder de la oposición deberá intentar destruirla y proponerse como alternativa; el candidato popular tendrá que dar una imagen más progresista, que sea capaz de ganar el voto de centro pero sin perder su ideología: defender la imagen de España, el liberalismo económico, la autoridad, etc. Por otro lado, la selección española de fútbol ha de tener claro cómo ha de atacar, cómo ha de presionar a su rival y en qué parte del campo, cómo ha de iniciar los contraataques, etc. etc. En uno y en otro espectáculo, todo está dispuesto antes de comenzar, incluso es posible que haya un favorito entre los seguidores y en la prensa.

Los motivos por los que Zapatero ganó a Rajoy fueron varios, entre ellos porque en los momentos retóricamente más importantes respondió mejor, estuvo más acertado que su oponente; también lo superó a la hora de terminar sus turnos, sus últimas palabras antes de que le tocara a su rival hacerlo (los famosos cierres de turno); quienes están en estas cuestiones saben lo importante que es disponer de la última intervención. Así

**"En un caso, pueden ser los argumentos el arma arrojadiza; en el otro, la buena aplicación de las tres "pes": presión, posesión y profundidad"**

mismo, el expresidente estuvo más constructivo que Rajoy y mostró una mayor seguridad. Su estrategia fue mejor y su chispa en ese momento apareció con más facilidad que en su adversario; encontró el argumento preciso en el momento preciso, y por eso venció en los dos debates. También fueron varios los motivos por los que Honduras ganó a España en ese domingo aciago del mes de julio; acertaron con el gol, tuvieron la suerte de que el balón se estrellara tres veces en los postes de su portería, que sus oponentes tiraran 24 veces a esta y no consiguieran lo que ellos sí, con cuatro o cinco, y, finalmente, les benefició que su contrincante, en la primera parte, fallara en el pase; el acierto en esto es (como dijo un exentrenador del Almería) el fusible que hace funcionar el televisor.

Pero nada, ni en el debate ni en el partido, estaba escrito; fue la confrontación, la presencia del antagonista, en ambos casos, lo que determinó que los resultados fueran los que fueron. Perdieron, curiosamente, los que salieron más al ataque. Y es que entre las posibilidades de elección que nos ofrece la comunicación verbal y no verbal, la que se haga en uno de esos momentos además de irreplicable puede ser sorprendente, para bien o para mal. Igual ocurre con el acierto o no con que se golpee el balón a la hora de rematar a la portería contraria. El tino en la palabra y en el golpe de balón determina el resultado. No nos extraña, por tanto, la fe ciega que los seguidores de uno y otro candidato y de uno y otro equipo (donde pongo fútbol se puede poner cualquier otro deporte) tienen ante el debate y ante el partido, convencidos de que lo imprevisible, lo sorprendente, el azar van a estar a su favor.

### AQUÍ Y AHORA

**EMILIO RUIZ**

WWW.EMILIORUIZ.ES



## Francisco Maresca

Un grupo de amigos nos hemos reunido para rendir homenaje a quien durante 36 años ha sido un ejemplar servidor público: Francisco Maresca García-Esteller. Paco Maresca entró en la Diputación en el año 1974, cuando la entidad estaba presidida por Juan de Oña. Durante estos años ha vivido el tránsito de la dictadura a la democracia, ha convivido con ocho presidentes y hasta ha tenido tiempo de asistir a un debate que para él no tiene sentido, cual es la utilidad o no de estas corporaciones. Si hay una palabra que defina la relación de Maresca con la institución a la que ha servido, esa palabra es, sin duda, lealtad. Hay otras más, como dedicación, honesti-

dad, servicio, pero se hace necesario destacar, sobre todo, el sentido de la lealtad en quien siempre ha situado el interés de la insti-

**"Su lealtad a la Diputación le ha valido el aprecio de todos los alcaldes"**

tución por encima de intereses coyunturales derivados del cambio de color político de quienes la han gobernado. Por eso es tan apreciado por todos los alcaldes, de uno u otro signo.

Durante varios lustros Maresca ha sido jefe del servicio de contratación. Experto en legislación local, su presencia ha sido continuamente demandada en medios profesionales de toda Andalucía. Las sucesivas modificaciones de la legislación de contratos del sector público, que conocía como nadie y de las que siempre ofrecía las interpretaciones más certeras, le han llevado a participar en innumerables foros. Asiduo consejero de secretarios de ayuntamientos, éstos encontraban en él, ante una duda, una respuesta inmediata y precisa. Maresca siempre ha creído en la utilidad de las diputaciones como instrumento de satisfacción a la demanda de los pueblos pequeños por mantener las mismas oportunidades de desarrollo y bienestar que los municipios grandes. Enhorabuena, amigo.

### 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, Simón Ruiz.

**JEFES DE SECCIÓN:**  
Evaristo Martínez (Vivir),  
Eva de la Torre (Ciudades)  
y Eduardo del Pino.

**La Voz de Almería, S.L.U.**  
Av. Mediterráneo, 159  
04007 Almería

**Redacción**  
950 18 18 18  
secretaria@lavozdealmeria.com  
Fax 950 25 64 58

**Publicidad**  
950 28 20 00  
publicidad@cm2000.es  
Fax 950 28 20 01

**Administración**  
950 18 18 18  
administracion@lavozdealmeria.com  
Fax 950 18 18 59

**Distribución y suscripciones**  
950 18 18 22  
distribucion@lavozdealmeria.com  
suscripciones@lavozdealmeria.com  
Fax 950 18 18 24

**Marketing**  
950 18 18 23  
marketing@lavozdealmeria.com  
Fax 950 28 20 01

**Impresión**  
Corporación Gráfica Penibética, S.L.U.  
Deposito legal: AL-2-52  
ISSN: 1576-5296  
Difusión controlada por

Todos los derechos reservados. En virtud de lo dispuesto en los artículos 8 y 32.1, párrafo segundo, de la Ley de Propiedad Intelectual, quedan expresamente prohibidas la reproducción, la distribución y la comunicación pública, incluida su modalidad de puesta a disposición, de la totalidad o parte de los contenidos de esta publicación, con fines comerciales, en cualquier soporte y por cualquier medio técnico, sin la autorización de La Voz de Almería S.L.U., empresa editora del diario "La Voz de Almería". E-mail: propiedadintelectual@lavozdealmeria.com