

Mª CARMEN ANICETO

Asoc. El Puertecico

Más trabajadores para Reyes

Sin el empuje y el esfuerzo de los vecinos del colectivo, la rehabilitación de la ermita de San Blas de Huércal-Overa no sería ya una realidad.



ANTONIO FERNÁNDEZ

Informático

Único español en una feria libanesa

El joven emprendedor almeriense fue el único representante nacional en una prestigiosa feria tecnológica que se celebra anualmente en Líbano.



JUAN PALLARÉS

Secret. Gral. CCOO-Almería

Pide más contrataciones

El responsable sindical lamenta que el aumento de ventas en fechas como las rebajas no suponga también más contrato de trabajos y se lo pide a los empresarios.



EL ESPAÑOL QUE HABLAMOS

LUIS CORTÉS

CATEDRÁTICO DE LENGUA ESPAÑOLA



Sobre lenguaje político (I)

El pasado veintitrés de octubre me sorprendió una serie de preguntas retóricas que una senadora catalana dirigió al presidente del Gobierno; lo hizo de esta manera:

- ¿Qué tiene miedo Sr. Rajoy? ¿De la voluntad popular?
- ¿Qué tiene miedo Sr. Rajoy? ¿Del diálogo?
- ¿Qué tiene miedo Sr. Rajoy? ¿De la democracia?

No me había repuesto de la extrañeza, cuando otra mayor me asaltó cinco minutos después; en el mismo telediario, oí a la tonadillera Isabel Pantoja dirigirse al juez de esta otra guisa:

- Era yo la que le daba a él
- Era yo quien lo mantenía
- Era yo quien le di trabajo
- Era yo quien le pagaba su sueldo

Ambas estructuras, muy parecidas y a las que denominamos *series enumerativas*, tienen un valor considerable en la interlocución, del que más tarde hablaremos. Antes, quisiéramos apuntar que la segunda sorpresa fue mayor aun que la primera porque no es normal que alguien, en esas circunstancias, utilice estructuras de este tipo, con repetición, además, de un término: “*era yo quien*” al inicio de cada frase. Es más, si consideramos que el nivel cultural de la persona que la emite es medio o bajo, no sería muy arriesgado pensar que la cantante la llevara preparada y aprendida de memoria, algo que no habría de resultar complicado a quien acostumbra a memorizar tantas canciones a lo largo de su carrera. La frase tuvo su efecto positivo, y todos los medios de comunicación se hicieron eco de ella al día siguiente.

La extrañeza previa, la que me produjo lo dicho por la senadora catalana, no se debió a que empleara preguntas retóricas, pues este tipo de preguntas que no espe-

ran respuesta son propias del discurso político, y, por tanto, frecuentes en los discursos parlamentarios; tampoco mi asombro lo produjo el hecho de que la senadora empleara las citadas series enumerativas, como la tonadillera, con repetición de palabras: “*¿Qué tiene miedo Sr. Rajoy?*” al inicio de cada nueva idea, pues tal mecanismo, como ocurre con las preguntas retóricas, también es propio del discurso político, donde se usa con asiduidad. En este caso, mi sorpresa procedía del ataque al principio de corrección que suponía el decir tres veces seguidas *¿Qué tiene miedo Sr. Rajoy?*, en lugar del correcto *¿De qué tiene miedo, Sr. Rajoy?*”, que es lo que hubiéramos dicho cualquier persona con un conocimiento normal del español.

“La repetición, el enmascaramiento de la realidad, la ambigüedad, las preguntas retóricas o las series enumerativas son mecanismos propios del lenguaje político”

Lo que queda fuera de toda duda es que tanto la cantante como la senadora se apoyaron en el lenguaje para hacer el mensaje más atractivo, más directo, más convincente, posiblemente, más creíble y, sin duda, más fácil de fijar en la mente de cualquier interlocutor. En el intento de convencer, este tipo de estructura paralelística, tiene gran capacidad de convicción; el uso rítmico de cada uno de los elementos que componen las distintas frases y, especialmente, la repetición de determinadas formas (mismas palabras, mismos tiempos verbales, etc.) mueve a los oyentes emocionalmente y contribuye a una supe-

De hecho, ese mismo día, ambas citas eran recogidas por todos los medios de comunicación.

Según Iribarren, la frase “Bien sería, pero no es necesario” tan usual en muchos pagos, procede del *Catecismo* del padre Asquete, cuando en este se pregunta:

- ¿Y es menester siempre que uno cae en pecado mortal confesarse luego para que se le perdone?
- Bien sería, pero no es necesario

Y posiblemente no hubiera sido tampoco necesario tan largo preámbulo como el que el lector ha leído para justificar el tema que hoy iniciamos y que trataremos a lo largo de varios artículos: el lenguaje político y sus mecanismos de expresión, entre los que las serie enumerativa (como la empleadas por la senadora y por la cantante) es de los más frecuentes.

El lenguaje político, como todo lenguaje especial (en el sentido de lenguaje distintivo de grupo, utilizado por los políticos en el cumplimiento de sus funciones), tiene una serie de rasgos que lo caracterizan y le dan un estilo determinado; entre ellos, cabe hablar de la *repetición*, el *enmascaramiento de la realidad*, la *ambigüedad*, la *creación de léxico*, las *preguntas retóricas*, etc. Y como el discurso político, como le ocurre entre otros al publicitario, pretende *hacer saber* con objeto de *hacer hacer* a sus interlocutores, a los rasgos apuntados habrá que sumar dos nuevos: sus caracteres *apelativo* y *persuasivo*. Es apelativo porque se pretende influir en alguien y para influir se ha de persuadir. Ya lo dijo Jenofonte: “*Aquellos a quienes obligáis y constreñís a alguna cosa, os aborrecen como si los privarais de algo; aquellos a quienes persuadís os aman como bienhechores*”.

De repeticiones, de enmascaramientos, de ambigüedades, de apelaciones y de persuasiones hablaremos. Pero será en posteriores artículos.

OPINIÓN

PEDRO CALVO HERNANDO
PERIODISTA



Respetemos las realidades como son

Ya dije aquí el día de Año Nuevo que me alegraría de todas las buenas noticias de 2013. Pues me alegro de que los datos de diciembre arrojen casi 60.000 parados menos que el mes anterior, y poco me importa ahora si el dato responde o no a un cambio de tendencia o si la disminución del desempleo en esa cifra encierra alguna clase de presentación exagerada.

Me quedo con que comienza el nuevo año con la noticia de casi 60.000 parados menos, aunque haya la contrapartida del descenso de los cotizantes a la Seguridad Social. Así que me parece que sobran todos esos comentarios que no valoran la información y que la aprovechan para echar por tierra todo lo relacionado con la evolución del desempleo en España, como sobran las euforias infantiloideas de personajes gubernamentales como el ministro de Hacienda. Hay que valorar las noticias sin sesgarlas por consecuencia de la adscripción política del sesgador. Y sobre todo nosotros, los periodistas y analistas, tenemos la sagrada obligación de la objetividad.

Algo parecido diría yo de ese comienzo del año en las Bolsas, que fue tan favorable como respuesta a una buena noticia procedente de Estados Unidos, por mucho que después las mismas Bolsas mantengan o no una tendencia alcista. La noticia elogiada era la de la primera sesión bursátil del nuevo año. Para gemir y llorar ya tendremos tiempo después, Dios no lo quiera. Así es que lo que yo pido hoy es objetividad y respeto al contenido real de las informaciones, cualquiera que sea su sentido y cualquiera que sea el Gobierno o la oposición que las protagonice. Nuestra obligación es también saber contenernos de todas esas pasiones, aunque solamente fuese porque nuestra credibilidad está siempre a la intemperie. De modo que comencemos el año haciendo el buen propósito de respetar las realidades tal como son de verdad y no para pervertirlas.

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 2001

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