

ANTONIO LUCAS
Delegado de la Junta

El hombre de la Junta en Madrid

El almeriense cumple ya un mes en Madrid como delegado de la Junta. Su tarea abarca muchas áreas, desde la jurídica hasta la institucional.



ARANZAZU MARTÍN
Concejal de Atención Social

Adelante con los huertos urbanos

La concejal almeriense está decidida a sacar adelante la idea de huertos urbanos, no solo en la capital sino en diversas barriadas del municipio almeriense.



TOMÁS RONCERO
Comentarista de la SER

Un enamorado de Almería

El popular periodista del diario AS estuvo el sábado en Almería, primero en la fiesta de la Peña del Real Madrid de El Ejido y luego en los estudios de la Cadena SER.



EL ESPAÑOL QUE HABLAMOS

LUIS CORTÉS

CATEDRÁTICO DE LENGUA ESPAÑOLA



Sobre lenguaje político (II)

Se dice que los griegos del Bajo Imperio sostenían debates especulativos sobre temas tan extraños como el sexo de los ángeles; este empeño, ya raro, lo era mucho más si, como se cuenta, los turcos estaban a punto de tomar Constantinopla, por lo que hubiera sido más coherente el pensar en su defensa y no en los angelitos. De este hecho procede la famosa frase "Discusión bizantina", con la que significamos nuestro repudio por trifulcas ociosas que no tienen en cuenta los problemas auténticos y apremiantes. Esta idea la aplicamos a veces a nuestros políticos, sobre todo cuando percibimos que cierta cuestión no es prioritaria en determinado momento. Pues bien, incluso en esos casos el lenguaje político utilizará esos mecanismos a los cuales aludíamos en nuestro artículo anterior. Por ejemplo, la repetición.

En los discursos políticos encontramos varios tipos de repetición. Así, el arquetipo es el que se da con la insistencia en el uso de un término por encima de los demás; así, *libertad, seguridad, democracia, crisis, asistencia sanitaria, nación, país, recortes, ajustes*, etc., son vocablos que, según quienes los empleen, suelen dar un matiz ideológico al mensaje. Un estudio reciente sobre cierto discurso del presidente de Ecuador, Rafael Correa, muestra el uso constante del término *revolución*, a veces solo o a veces con distintos adjetivos: *revolución ciudadana*, como sinónimo de *cambio* que tiene como agente la ciudadanía; *revolución universitaria*, *cambios revolucionarios*, para referirse a la reforma de la política salarial que se promovía desde su Gobierno, etc. Algo normal por parte de un presidente calificado, negativamente por la oposición, como *populista*.

No es extraño, por consiguiente, que en nuestros días, tras un acontecimiento político importante, los analistas utilicen el "Wordle", una herramienta que hace 'nubes de palabras' a partir de lo dicho en las intervenciones, lo que permite conocer qué tér-

minos son más usados y cuál ha sido su frecuencia. Por ejemplo, en 2011, el presidente del Gobierno, en su discurso inicial sobre el estado de la nación, empleó por encima de las demás tres palabras: "gobierno", "crisis" y "empleo", lo que conocida la situación del país pues no nos ha de extrañar. Rajoy, las que más usó fue *gobierno* y *españoles* (tras los cuarenta casos en que usó "señor" "rodríguez" y "zapatero").

Pero nosotros, al hablar de repetición que-remos referirnos también a otra estructura diferente, la denominada serie enumerativa. ¿Qué es una *serie enumerativa*?

Se dijo durante un tiempo que Obama fue elegido presidente por sus discursos, en los que determinados mecanismos oratorios (entonación, series enumerativas, musica-

"Se dijo durante un tiempo que Obama fue elegido presidente por sus discursos; los mecanismos oratorios de estos (entonación, series enumerativas, las pausas, los silencios) eran el reflejo de sus modelos: La Biblia, la iglesia baptista o Martin Luther King"

lidad, las pausas, los silencios) sobresalían por encima de lo demás; estos eran el reflejo de sus modelos: la Biblia, la iglesia baptista o Martin Luther King. El 27/IX/2008 tuvo lugar el primer cara a cara entre los aspirantes a la presidencia de Estados Unidos. La mayoría de la prensa coincidió: a) en que no hubo un ganador claro; b) en que el debate resultó algo aburrido, y c) en la acti-

tud enormemente cautelosa de ambos aspirantes. Y también destacó parte de esa prensa el siguiente enunciado -formado por una contundente serie enumerativa- como la mejor y más rotunda frase de Obama en todo el debate:

Hablas siempre como si la guerra hubiera empezado en 2007, pero la guerra empezó en 2003, y en ese momento, cuando la guerra empezó tú *dijiste que iba a ser rápida y fácil, y estabas equivocado*
dijiste que sabíamos dónde estaban las armas de destrucción masiva, y estabas equivocado
dijiste que íbamos a ser recibidos como libertadores / y estabas equivocado

Pero este tipo de estructuras, tan antiguo, sigue siendo hoy uno de los mecanismos que más encontramos en los discursos políticos. ¿Qué persona que tenga una edad determinada no recuerda a Adolfo Suárez, en 1977, como candidato de UCD a la presidencia del Gobierno, *prometiendo* lo que iba a hacer si los españoles le dábamos nuestro voto:

Puedo prometer y prometo que nuestros actos de gobierno constituirán [...]
Puedo prometer y prometo intentar elaborar una Constitución [...]
Puedo prometer y prometo, porque después de las elecciones ya existirán [...]
etc.

Para concluir en la octava serie, o sea en la octava vez que repetía la misma estructura con el cierre siguiente:

Puedo, en fin, prometer y prometo que el logro de una España para todos no se pondrá en peligro por las ambiciones de algunos [...]

Hemos citado estos dos casos por ser los más conocidos, pero los discursos actuales de nuestros líderes están llenos de estas estructuras, aunque quizás no tan largas como la del expresidente Suárez. Pero haberlas haylas. De algunas otras y de la intención que persiguen quienes las emplean hablaremos en quince días.

OPINIÓN

CARLOS CARNICERO
PERIODISTA



Los agujeros negros de Rajoy

La puesta en escena del presidente Mariano Rajoy está en todos los guiones de novela negra. "No he cobrado en mi vida dinero negro". Es lo mismo que dice cualquier defraudador cuando comparece en la inspección de hacienda. Es una respuesta incompleta, porque enseñar la declaración de hacienda no significa más que mostrar el dinero declarado y no da pistas por el que pudo dejarse de declarar. Primera pregunta que debe responder Mariano Rajoy: ¿recibió dinero en sobres, al margen de las transferencias correspondientes a sus salarios oficiales del Partido Popular, los haya o no declarado a Hacienda? Por definición no se puede declarar como percibido lo que no se declaró como pagado. Son vasos comunicantes que no pueden existir el uno sin el otro. Si Bárcenas no declaró los pagos en metálico, no es posible que se declararan las cantidades percibidas por ese procedimiento. Segunda, ¿conocía el presidente del Partido Popular que su tesorero, por el que hace un tiempo dijo que "ponía la mano en el fuego", llevaba una contabilidad doble de dinero procedente de donaciones de empresas y particulares -algunos implicados en la trama Gürtel- y con ese dinero pagaba sobre sueldos a dirigentes del Partido Popular, licuado él. Donaciones que en el setenta y cinco por ciento de las que figuran en los apuntes de Bárcenas, vulneraban la ley de financiación de partidos. Tercera cuestión: ¿Cómo es posible que ni él ni nadie de los sospechosos en este asunto se hayan querellado con el tesorero del Partido Popular, cuando ya se conoce su evasión de hasta 22 millones a Suiza? Si Rajoy piensa que este asunto se puede cerrar en falso, sin aclarar hasta el más mínimo detalle de lo que se conoce y se conocerá, no entienda los precedentes que en la historia han rodeado a presidentes de Gobierno sospechosos de conductas ilegítimas o ilegales.

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