

JUAN MTNEZ. BAREA

Pte. Fund. Eduarda Justo

Becas para formar a jóvenes

El Grupo Cosentino colabora con Colegios del Mundo Unido y promueve la educación multicultural becando a jóvenes para formarse en otros países.



AMÓS GARCÍA

Diputado Prov. de Empleo

Cooperación con la vecina Rabat

La Diputación Provincial aportará una parte de los fondos europeos del programa Calmarr al desarrollo turístico de la zona de la Medina de Oujda de Rabat.



MR. DANNY

DJ y productor

Una de las voces de Máxima FM

Antes de entrar como concursante en la casa de Gran Hermano ofreció una entrevista a LA VOZ. Este almeriense será una de las voces de la nueva emisora.



EL ESPAÑOL QUE HABLAMOS

LUIS CORTÉS

CATEDRÁTICO DE LENGUA ESPAÑOLA



Sobre lenguaje político (IV)

En el capítulo XXI de la segunda parte del «Quijote», tiene lugar el engaño del enamorado Basilio, quien finge estar herido de muerte para conseguir la mano de la bella Quiteria. La boda de esta con el rico Camacho, tras la farsa, toma un nuevo rumbo y Basilio consigue su deseo: casarse con Quiteria. Ante tamaño dislate, Don Quijote, tras reconocer que en la guerra y en el amor se han de tener por buenos los embustes y marañas que se hagan para conseguir el fin que se desea, afirma, en el capítulo siguiente, que «no se pueden ni deben llamar engaños los que ponen la mira en virtuosos fines». Ante tal opinión de nuestro caballero, se nos ocurre pensar si no debería haber incluido junto a la guerra y al amor, la política, so pena de que la diera por contenida en el término guerra.

Es evidente que los políticos utilizan las más dispares estrategias para camuflar la realidad, hecho al que vamos a denominar *enmascaramiento* lingüístico. De ello, ya vimos un ejemplo en el artículo anterior: los doce sintagmas empleados por Zapatero para evitar el vocablo crisis, en 2008.

A finales de octubre del año pasado, cuando se dieron las cifras del paro y este, por primera vez en democracia, alcanzaba el 25%, cifra dramática, la ministra de Empleo y Seguridad social, Fátima Báñez, dijo, entre otras 'lindezas', que nuestra economía daba señales esperanzadoras, porque los datos «muestran una desaceleración en el desempleo», frase esta última con la que pienso que quería decir que el paro había crecido si bien menos de lo esperado. Sin embargo, su construcción, menos entendible que la mía, se prestaba más a la ocultación de la realidad.

En los últimos días de junio de 2011, en el «Debate en torno al Estado de la Nación» Zapatero se expresaba así:

Esta es, señorías, la situación en que se encuentra la economía española. Crece, a diferencia de algunos países europeos que han sufrido en mayor medida las crisis de las deudas soberanas, lleva cinco trimestres consecutivos haciéndolo a un ritmo progresivamente superior, y así prevemos que siga en los próximos meses. Pero crece menos que las grandes economías europeas y menos de lo que necesitamos para reducir de forma consistente el desempleo. Crece sobre todo gracias al empujón del sector exterior, de las exportaciones y del turismo, y no lo hace más por la debilidad de la demanda interna [Zapatero 2011].

¿Cómo habría que preocuparse con una economía que crece? Se enmascara la realidad cuando se oculta la verdad, se disfraza lo feo de bonito o neu-

“El enmascaramiento de la realidad es una de las perversiones de los políticos; se discurre bastante para la designación disfrazada de lo que sucede”

tro, cuando se esconde mediante vaguedades los problemas graves o cuando, directamente, mediante embustes y marañas se miente. Uno de los mecanismos empleados para esta distorsión es el eufemismo, proceso que conduce a evitar la palabra con que se designa algo molesto, negativo, sucio, inoportuno, etc., sustituyéndola por otra expresión más agradable.

En nuestros días, dos términos, entre otros, se disputan el espacio político: *ajustes y recortes*; el primero lo emplea el poder desde el Gobierno; el segundo, todos los demás. El primero es un eu-

femismo del segundo. Para conseguir tal efecto, se recurre a mecanismos diferentes, de los cuales vamos a ocuparnos de tres: *lenguaje atenuado*, del que hablaremos en este capítulo, *lenguaje redundante* y *lenguaje vago*, de los que trataremos en el próximo.

El *lenguaje atenuado* es el más conocido y comentado por la ciudadanía y los medios de comunicación. No es lo mismo decir *inseguridad ciudadana* que *criminalidad*; *conflicto laboral* que *huelga*; *reajuste de precios* que *subida de precios*; *flexibilidad de plantilla* que *despido*, etc.

Según Pedro Luis Barcia, titular de la Academia Argentina de Letras, estas expresiones o eufemismos en lo político y económico toman fuerza a partir del siglo XX, cuando asesores al servicio de los gobernantes comienzan a sugerir que las cosas se denominen de manera más indirecta para que no sean tan contundentes. Se reflexiona bastante para la designación engañosa tapadora de la realidad.

Recordemos que durante la dictadura de Franco, la palabra huelga no era bien aceptada, por lo que, en los medios de comunicación, la denominación semántica utilizada era sumamente variable y eufemística: «conflictos colectivos», «anormalidades laborales», «in-asistencias al trabajo», «ausencias injustificadas», «paros parciales», «abandonos colectivos», «paros voluntarios», «irregularidades laborales», «fricciones sociales», etc.

En nuestros días, el copago ya no es ni copago, ni repago, es como dice Soraya Sáenz de Santamaría un «recargo temporal de solidaridad». Además, las prestaciones sociales (los servicios de toda la vida) no se recortan ni se eliminan, solo se racionalizan, se ajustan o se reestructuran.

Tales malicias ya forman parte de nuestra vida.

OPINIÓN

MANUEL ABAD

EMPRESARIO



Parece mentira

El lunes 18 de Febrero me quedo sorprendido cuando, con el mando echando humo, voy cadena por cadena y me acongojo de como está nuestra España. Parece mentira que con la que tenemos encima, no se hable mas que de calamidades en todas las cadenas poniendo al Gobierno, a la Casa Real y a todo lo que se mueve de una forma tan voraz, a ver quien es el que mejor compone una oración de rabia contra los demás. ¿Cómo en un tiempo tan duro como el que está pasando la economía española se puede verter tanta miseria? Cada uno por su lado sin tener en cuenta que cuanto mas se hable, mas basura se tira a la calle y peor se pone la economía; cuántas manifestaciones, cuántas huelgas de basura haciendo de este país receptor de tantos turistas un asco; y ahora Iberia y los aeropuertos, lo que nos faltaba para enmendar la plana. Así no, así iremos a peor y en lugar de crear empleo, crearemos más paro (y no digo nada de los señores del Gobierno mandante, la que tienen encima con que se vaya el presidente). Por favor, seamos sensatos y miremos lo que más conviene a este país y demos un tiempo de mejorar nuestra economía y todo con su tiempo se arreglaría, porque no ha pasado suficiente espacio para arreglar todo lo descompuesto y de verdad hagan un ejercicio de humildad y pónganse a trabajar hombro con hombro que España no se merece esta andanada de huelgas, sanidad, aeropuertos, justicia, educación, independentismo y Urdangarin que pague lo que ha robado y la Casa Real que no se le para de atacar como si el Rey nos estuviera quitando el pan de la boca y resulta que haciendo cuentas le pagamos a los reyes veinte céntimos al año cada español, por la regla que de 40 millones de españoles a 0,20€ al año suman los ocho millones que nos cuesta el Rey, que es baratísimo para el papel que representa y no es justo que se lo echemos en cara todos los días.

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.

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 23
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