

H EDITA: SORIA IMPRESIÓN, S.A
 Presidente: Pedro Soto Orte
 Director de Heraldo: Miguel Iturbe Mach
 Directora de Heraldo de Soria: Mónica Fuentes Ruiz

Jefa de Sección: Milagros Hervada González

Publicidad: Benjamín Lázaro Calvo

www.heraldodesoria.es

Dirección: El Collado, 17
 Teléfonos: 975 23 36 07
 Fax: 975 22 92 11 (Redacción) 975 22 36 10 (Administración y Publicidad)
 Correo electrónico: soriaredaccion@heraldo.es soriapublicidad@heraldo.es

Depósito Legal: SO-51/1977
 Control de tirada y Difusión:

LA FIRMA | Entramos en tiempo de campaña electoral. Podría decirse que lo que queda de año va a ser tiempo utilizado por los candidatos y candidatas para dirigir sus mensajes, continuos y diversos en los que las palabras podrían repetirse pero sin querer decir lo mismo *Por María Irigoyen Pérez*

El valor de la palabra



NOS comunicamos cuando hablamos utilizando la palabra concisa que mejor se ajusta a lo que queremos expresar. Ya sea una idea, un pensamiento, nuestra opinión, nuestro juicio, el afecto que sentimos por alguien y por algo. También la pasión, además de nuestro compromiso, el deber, el acuerdo, el pacto, así como el juramento. Con ellas sacamos fuera nuestros miedos y temores. Transmitimos los valores y damos explicaciones. A través de ella describimos nuestro sentir y nuestra realidad. Nuestras vivencias y de este modo las compartimos. Es nuestro punto de encuentro. Hablan de nosotros, de cómo somos y del patrimonio cultural que poseemos. Es el valor que tiene la palabra. La palabra es poder, la palabra es memoria. Dejan rastro sobre lo que se dice y lo que se pretende ocultar. Como les pasa a quienes hablan mucho pero dicen poco. Son quienes la utilizan para no decir lo que piensan. Ocultan, engañan, manipulan y disfrazan. Las palabras son opciones. Como nos recuerda el filósofo José Antonio Marina «con la palabra nació la comunicación, pero también la mentira».

Entramos en tiempo de campaña electoral. Podría decirse que todo lo que queda de año va a ser tiempo utilizado por los candidatos y candidatas para dirigir sus mensajes, continuos y diversos en los que las palabras podrían repetirse, ser usadas pero sin querer decir lo mismo. Pongamos un ejemplo. La pasada semana el presidente Rajoy refiriéndose a la candidatura forzada y forzosa de la señora Aguirre a la alcaldía de

Madrid se explicaba en los siguientes términos «No hay ningún lío; todo está zanjado». Pues bien está afirmación 'aclaratoria' viene a demostrar justamente lo contrario de lo que el señor Rajoy afirmó. Si todo se encuentra 'zanjado' es porque hay contestación, enfrentamientos y desencuentros. Es decir, lío dentro de las filas del Partido Popular. Así que lejos de dar el asunto por cerrado más bien sigue abierto. ¿Y que contestó la candidata popular a la alcaldía de Madrid?

El pasado sábado y recogido por el diario 'El Mundo', la señora Aguirre, condesa consorte de Bornos, contestó. El PP nacional quiere «desde hace mucho tiempo... controlar la estructura del partido en Madrid». A menudo hace declaraciones sobre su intención de no aferrarse a ningún puesto y lleva ocupando cargos públicos desde 1996. Es ella, la 'cazatalentos' contratada por una empresa privada y que dijo abandonar la política, de la que nunca se ha ido y que ha seleccionado para ser hombres de su confianza, su mano derecha a Francisco Granados, actualmente en prisión por ser el cabecilla de una trama corrupta. También al actual presidente de la Comunidad de Madrid, Ignacio González, sobre el que pesa una investigación por la compra irregular de un ático en Marbella y a uno de sus viceconsejeros, Alberto López Viejo, al que el juez pide 25 años de cárcel por la trama Gürtel. Así es la señora Aguirre, una lenguaraz en estado puro. Ella habla y dice 'No'. Pero sigue ahí. Abusa de los jue-

gos de palabras para no decir la verdad. Promesas rotas que llevan a una manifiesta falta de confianza. No les importan sus mentiras. Es más, ha construido su imagen sobre ellas. ¿Quién cree a quién? El enfrentamiento sigue. Y por mucho que intente el PP no podrá taparlo. Con besos y sin ellos, cualquier gesto sirve si están las cámaras. «Los medios de comunicación favorecen ese engaño porque pueden crear un simulacro de realidad» escribe J.A. Marina en su libro 'La inteligencia fracasada'.

«Somos lo que somos y no cosas raras» es el video familiar que utiliza el candidato del PP en Andalucía, J.M. Moreno Bonilla. Hay que ver lo que algunos llegan a decir para desviar la atención de los votantes. Son las palabras huecas, de las que algunos abusan y tiran para decir hoy una cosa y mañana la contraria. En el caso del señor Moreno Bonilla le desnudan. Le dejan a la intemperie, tal como es. Gesticulan y actúan. Confunden y contaminan el lenguaje. Por tanto, habrá que estar atentos para descifrar el mensaje. 'Donde dije digo, digo Diego'. Es el valor que algunos dan a la palabra. Son las palabras las que nos hacen mejores. Pero no a todos. Nada es lo que parece. Pero éstas tienen vida y también su código. A veces entenderlo no será fácil. Pero afortunadamente están las hemerotecas para recordarles el poco o escaso valor que dan a la palabra dada. Te doy mi palabra, tienes mi palabra. Por las palabras les conocerán. Por sus hechos también.

*María Irigoyen es politóloga

EL PASADO QUE TE ESPERA

Irene Vallejo Moreu

CLAROSCUROS

UN préstamo es un acto de optimismo, un voto de confianza en un futuro de ganancias que permitirán pagar. De hecho, la palabra 'acreedor' viene de 'creer' y se refiere al que fía y se fía. Sin embargo, todos lo sabemos hoy, pueden llegar años menos amables de lo que esperábamos y entonces las esperanzas de otros tiempos se transforman en prisiones del ahora.

Es lo que le sucedió al pintor holandés Rembrandt, contemporáneo de Velázquez. Rembrandt llegó a Amsterdam con veinticinco años, consiguió un éxito veloz como pintor de retratos y se casó con una mujer rica. El porvenir le pareció prometedor. Compró una casa espléndida, empezó una colección de obras artísticas y curiosidades, acogió numerosos discípulos para ayudarle en sus encargos. Pero, quién sabe por qué, la popularidad de Rembrandt entre el público disminuyó. A partir de ese momento, las deudas le ahogaron más cada vez hasta que catorce años después cayó en la bancarrota total. Sus acreedores le obligaron a vender su casa y subastaron públicamente sus colecciones. Ni siquiera así alcanzó a pagar todo lo que debía. Su compañera de entonces y el único hijo que le quedaba con vida formaron una compañía de tratantes de arte y tomaron a Rembrandt como empleado. Así, convertido en simple asalariado, pintó sus últimas obras maestras. Pues en aquellos años de adversidades, Rembrandt consiguió intensificar la hondura y el misterio de sus cuadros. Las figuras de su etapa final se hunden en una oscuridad que, a pesar de todo, parece cálida, como diciéndonos que si vemos sombras es porque alguna luz brilla cerca.

AL MARGEN

Rafael Torres

El 40% de los españoles

NO todos los sondeos, ni las encuestas, ni las estadísticas, son preelectorales, pero las que no lo son tienen últimamente una querencia extraña por el 40%: hay una que asegura que en torno al 40% de los españoles en paro cree que va a encontrar trabajo en los próximos seis meses, y otra que el 40% de las parejas nacionales se va a la cama, uno o los dos, con el teléfono móvil o con la tablet, intentando hasta lo último, supongo, acabar el día no comunicándose con nadie, y menos con quien se supone que comparte, si no la vida, el colchón. Sea como fuere, diríase que el 40% de los españoles no vive su mejor momento.

El 40% de los que creen que van a encontrar trabajo en los próximos seis meses no es que lo crean, sino que lo necesitan, y pues se nos enseñó que la fe mueve montañas, parece que cre-

yéndolo se posibilita bastante. El otro 60% de los parados, más realista, carece de fe, y más cuando las encuestas, la suya y las electorales, se machihembran fatalmente: ninguno de los partidos, o lo que sean, presenta un plan serio, riguroso, creíble, atrevido, radical, de urgencia, para la creación de empleo, de mucho empleo. Los empresarios, particularmente los que ganan mucho, han degustado las mieles de la explotación laboral, y teniendo a un esclavo que se deslome durante 10 o 12 horas ganando la mitad y produciendo como tres, ¿para qué contratar más? De otra parte, sólo vaguedades en los programas sobre reindustrialización, emprendimiento (?), I+D... nada que venga a alimentar la fe de ese 40%, ni del 20, ni del 10, con algo más que con mantras vacíos para la ocasión.

Lo del móvil como cuélgue total, absoluto, demenciado, tal vez contribuya a explicar, sin embargo, cómo hemos podido llegar a los extremos de enajenación a que hemos llegado en todo. Por viejo, o por persona, expulsaría de mi cama a quien viniera con un trasto de esos a «guasapear» con fantasmas, con orates naufragados en otras camas.