

## Opinión

## LA FRASE DEL DÍA



“

Mis disculpas por haber utilizado al Betis como metáfora de que todo el mundo es libre de apoyar lo que quiera, independientemente de la dificultad de lograr el fin”

MARCOS DE QUINTO

Número 2 de Ciudadanos al Congreso de los Diputados por Madrid

MAR DE ALBORÁN

## ¿Para qué?

EMILIO SÁNCHEZ DE AMO  
@EmilioSda

Cuando el rey Agamenón mató un ciervo en una arboleda sagrada, según la mitología griega, y alardeó de ser mejor cazador, no imaginaría que le saldría tan cara la acción, y mucho menos que, Artemisa, la diosa helena de los animales salvajes se lo haría pagar en el estrecho de Euripo, en la ciudad portuaria de Áulide, donde hizo parar el viento para que aquel no pudiera continuar su viaje a Troya para la guerra. Y es que, para contentar a Artemisa, Agamenón tuvo que sacrificar a su hija Ifigenia.

También la consejera de agricultura, ganadería y pesca, Carmen Crespo prefiere sacrificar al alcalde de Alcóntar metiéndolo en un berenjenal y armando la de Troya entre comarcas por el agua en la cuenca del Almanzora, creando un problema donde no lo había, pretendiendo hacer pozos en masas de aguas en mal estado para extracción de nuevas aguas. Primero que si el agua es para los regantes, después que si es para consumo doméstico, el alcalde de Olula del río dice que es para su pueblo, el de Pulpí que es para el suyo, ..., y mientras el de Alcóntar defendiendo lo indefendible pues pelagra la continuidad de regadíos tradicionales y el futuro de tesoros hidrológicos y turísticos

“El alcalde de Alcóntar defiende lo indefendible pues peligran regadíos tradicionales”

de la zona que, actualmente, frenan la despoblación de nuestro interior. A saber los motivos reales de la diosa del PP almeriense para poner esta medida en marcha incurriendo en chapuzas, escondiendo la verdad y sin un ápice de claridad, con una memoria asociada que cataloga la zona como de “emergencia”, sin tener en cuenta que los municipios implicados poseen otros recursos ya existentes.

Según la mitología, Artemisa sustituyó en el último momento a Ifigenia por una corza, pero la hizo sacerdotisa en Táurica donde debía sacrificar a cualquier extranjero como ofrenda hacia ella. De la misma manera, Crespo compensará al alcalde de Alcóntar, mientras éste le presenta como ofrenda para ella la traición hacia sus vecinos, traducida en sacrificio de la pervivencia futura de su pueblo.

DIÁLOGOS LINGÜÍSTICO-QUIJOTESCOS/10

## Donde se cuenta lo acontecido con unos frailes publicitarios

LUIS CORTÉS RODRÍGUEZ  
Catedrático emérito de Lengua y Literatura de la Universidad de Almería

“Es muy injusto que nos juzgue como encantadores. Que nosotros somos publicitarios de causas divinas”

“Siendo del mismo oficio, habrá unos malos y otros buenos, unos que dañen nuestra lengua y otros que la respeten”

Se había tranquilizado Sancho tras comprobar que su apellido, Panza, como Cabello, Cabezas u Oreja, procedía de las partes del cuerpo y que su deseo de tomar otro no sería posible, aun cuando llegara a ser gobernador. Tras la frugal comida con su señor, decidieron amo y criado emprender la marcha. En el camino estaban, cuando vieron asomar a lo lejos a dos frailes trinitarios. Venían sobre dos mulas, que Don Quijote transformó en elefantes. Por tal motivo, alterose mucho y, blandiendo la lanza, se interpuso en su camino y díjoles:

—Gente poseída y maligna, ¿dónde vais por estos caminos sin disponeros a prestar el honor merecido al caballero andante que delante tenéis?

Se detuvieron los frailes y quedaron espantados tanto de la figura del personaje loco que tenían delante como de sus insultos. Y uno de ellos, el más alto y grueso, respondió así:

—Señor caballero, nosotros no estamos poseídos ni somos malignos, sino dos religiosos que vamos por los caminos predicando los milagros de santos que están enterrados en los conventos que nuestra orden trinitaria tiene por estas tierras.

—¡Qué farsa es esa! —respondió don Quijote—. Que no había yo oído que se predicara solo de los santos enterrados en conventos de la misma orden; parece cosa nueva y poco cristiana.

—No señor, no es cosa nueva ni poco cristiana, pues vuestra merced ha de conocer que ya Gonzalo de Berceo escribió sus vidas de santos, San Millán, Santo Domingo y Santa Oría, con esta intención. Con nuestra prédica, solo preten-

demos que quienes hacen los caminos en vez de que vayan a posadas o a otros monasterios o conventos a pasar la noche, lo hagan en los de la orden trinitaria, donde los santos allí enterrados hacen milagros. De esta guisa, los ingresos para el mantenimiento de nuestros frailes son mayores.

—Maldita costumbre es esa, pues sus fines no parecen honestos, sino los de engañar a quienes el cansancio del camino les turba la mente y su buena fe les hace creer los embustes y patrañas y piensan que vuestros santos harán los milagros también con ellos.

—Señor -dijo el fraile que llevaba la plática-, no es maledicencia; solo es publicidad, vocablo salido de nuestra hermosa lengua latina en que se decía *publicus* ‘oficial’. Únicamente pretendemos hacer ‘público’ a nuestros santos y nuestros conventos. Y ello, en lo que no hay mal alguno, cada día está más extendido en otros reinos del mundo.

—Malditos cartujos o capuchinos o de la orden que seáis, —replicó Don Quijote—, vosotros no sois más que unos embaucadores a sueldo por predicar tales patrañas.

—Señor caballero -contestó el fraile- que nosotros no estamos a salario, sino a merced. Pero es muy injusto que nos juzgue como encantadores que engañan por engañar. Que nosotros somos publicitarios de causas divinas y en favor de los que andan por los caminos sin tener techo donde pasar la noche.

—Encomendaos a Dios y agradecer que no sois caballeros, que si lo fuerais ya yo hubiera castigado tanta maldad y engaño como hay en vuestras mañas publicitarias, pues seguro estoy de que, por tal de aumentar vuestros haberes, mentís a los pobres peregrinos empleando una lengua llena de retorcimiento, barbarismos, embustes y bellaquerías.

—Yerra un vez más el señor caballero —respondió el fraile—, que nuestra treta no consiste en el empleo de embustes y esas otras cosas que decís, sino que la publicidad de los milagros la hacemos ocultando el estilo natural espontáneo y simple del lenguaje hablado, utilizado por el pueblo llano. Tal lenguaje es sustituido por otro menos elegante y más cargado, lleno de elementos redundantes y latinismos, que sirven, a modo de palabras di-

vinas, para mover el ánimo de quienes nos escuchan.

—Maldita canalla, volvió a decir don Quijote-. Bellaca ruindad es esa de romper nuestra lengua para engañar a pobre gente en busca de posada. Marchaos de una vez, antes de que me arrepienta, aunque el castigo queda pendiente para el encuentro con futuros engañadores publicitarios disfrazados de frailes.

Corrieron despavoridos todo cuanto podían los dos trinitarios, acordándose de las madres que los parieron por haber podido salir con vida de encuentro con aquel desdichado loco. Quedaron a solas amo y criado, sin que este diera crédito a los disparates que había oído. No obstante, pasado un tiempo, se dirigió al caballero de esta guisa:

- Perdóneme vuestra merced —dijo Sancho-, pues nunca supe yo que existieran hombres de Dios por los caminos haciendo publicidad o como quiera que se diga, mas lo que osaré apostar es que es infame juzgar a todos por igual, pues entre ellos, siendo del mismo oficio, habrá unos malos y otros buenos, unos que dañen nuestra lengua y otros que la respeten.

- Mira Sancho, es posible que lleves razón, pues no es justo que paguen unos por otros; como en todo, los hay cuidadosos y los hay bellacos. Ahora bien, los fines perseguidos por estos frailes publicitarios son deleznales, pues tales fines no son otros que pretender llenar sus conventos con pobre gente confundida con los milagros que hicieron en vida y ya muertos los santos enterrados en ellos.

No respondió Sancho y dieron la plática por terminada. Don Quijote, en tanto, solo confiaba en que presto una nueva aventura lo llamara.

PRESIDENTA LAURA MARTÍNEZ ORBEGOZO 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 RUÍZ. JEFES DE SECCIÓN EVARISTO MARTÍNEZ (VIVIR), EVA DE LA TORRE (CIUDADES) DIRECTOR DE PUBLICIDAD RICARDO CÉSPEDES GARCÍA.

La Voz de Almería, S.L.U. Av. Mediterráneo, 159. 04007, Almería. Redacción: 950 18 18 18, secretaria@lavozdealmeria.com, Fax 950256458; Publicidad: 950 28 20 00, publicidad@cm2000.es, Fax 950282001; Administración: 950 18 18 18, administracion@lavozdealmeria.com, Fax 950181859; Distribuciones y suscripciones: 950 18 18 22, distribucion@lavozdealmeria.com y suscripciones@lavozdealmeria.com, Fax 950181824; Marketing: 950 18 18 23, marketing@lavozdealmeria.com, Fax 950282001; Impresión: Corporación Gráfica Penibética, S.L.U., Depósito 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