

Ha de antiguo la costumbre el hombre de apoyar sus afirmaciones en algo, o con algo, pues parece ser que simplemente dichas, ellas solas no tendrían el suficiente poder de convencimiento entre aquellos a quienes van dirigidas. Está muy demostrado que una aseveración carece de transmisión si no lleva compañía, por lo cual, quien ejerce el oficio de escritor, suele cimentar así su péñola. Recuerdo, a este respecto, a un maravilloso profesor que tuvimos en el colegio Sto. Tomás de Aquino, Don Francisco Pérez Fernández se llamaba, y que nos decía: "si ustedes cuentan algo sin más (siempre nos trataba de usted pese a nuestra corta edad) el oyente quedará insatisfecho, y para confirmar y crear lo oído, echará mano de inmediato de estos tres adverbios: dónde, cuándo, cómo".

Digo que siempre ha ocurrido esto. Cuando la información se hacía forzosamente por vía oral, solían ser los viejos quienes contaban los casos o los sucesos más insólitos vividos u oídos por ellos y, sobre todo, si habían sucedido algún tiempo atrás, certificándolos con los mayores datos y testimonios posibles y abultándolos en mayor o menor medida según fuera su grandilocuencia, consiguiendo de esta manera que la audiencia diese una mayor credibilidad a lo escuchado.

Era algo que tenían muy aprendido desde siempre, tanto en las escuelas, como en las iglesias, sinagogas y mezquitas. Es innecesario hablar de cómo las parábolas son utilizadas habitualmente en las tres grandes religiones monoteístas, y me imagino que sucedería algo parecido en las del lejano oriente o en las de la América precolombina. El *Nuevo Testamento* cristiano está plagado de ellas. Era lo lógico, ya que Jesucristo las usa porque se está dirigiendo a un pueblo, el judío, acostumbrado a escucharlas en el *Talmud*, y dentro de este, en su parte del *Hagadá*. Lo mismo pasa en el islamismo, donde se recurre al *Amzâl*, el plural de *mâzal*, que significa ejemplo, y que son utilizadas en el *Corán* como instrumentos contundentes de persuasión, ya que se les da una mejor consideración que a las simples explicaciones teóricas, por su mayor capacidad para sugerir.

Y si esto, durante toda la vida, se había practicado fructuosamente en el capítulo de lo religioso, no iba a ser de otro modo en el terreno de lo laico, y mucho más con los innovadores métodos mediáticos que fueron apareciendo constantemente. Antiguamente, y como va dicho, las noticias se recibían de viva voz, pero después llegaban a nosotros a través de los distintos medios de información y, las más de las veces, procedentes de alguien a quien no conocíamos.

# El apoyo

Ramón Serrano G.

Era, entonces, de gran importancia el medio que hacía la difusión de la noticia y, según fuera este, aquella pasaba a tener mayor o menor credibilidad. No era lo mismo que algo fuese sabido por un periódico o una emisora nacional, y de un prestigio suficientemente acreditado, que lo recibido de algún extraño vocero o de quien sabe dónde.

Hagamos aquí un inciso para decir que la economía, esa ciencia que siempre ha sabido estar a las últimas para domeñar al mundo, se da cuenta de las posibilidades antedichas y empieza a utilizarlas con gran éxito. Por ello irrumpe con fuerza la publicidad. Si antes el buen paño se vendía en el arca, hoy lo que no se ve no se compra. Es por eso que todo se saca a la luz pregando sus virtudes y al mismo tiempo creándonos necesidades ficticias. -Tengo que comprar esto, y además debe

ser bueno, decimos, porque lo he oído anunciar en la radio o lo he visto en la televisión-. Pero este es otro enfoque del tema, que hoy dejaremos a un lado.

Por el que va la cosa es que nadie expone sus ideas y piensa que alguien va a creer sus palabras, si estas no están sustentadas en algún caso conocido. Parece ser que las gentes cansadas ya de oír tanta mentira, de que les hayan hablado tantas veces de las virtudes del caballo siendo que en realidad es un penco, vienen a confiarse un tanto si se les añade un basamento a lo pregonado. Cuántas veces hemos sido avisados de que hay que hacer las cosas sólidas, con fundamento, y para convencernos nos han puesto el ejemplo de la casa, a la que hay que cimentar a conciencia y poner gruesas paredes para que no venga el vendaval y la derribe. O que Samaniego viniese a

amenazar nuestro futuro, ponderando a la hormiga y denostando a la cigarra por sus comportamientos.

Pero bueno sería que dejásemos de utilizar tornapuntas o rodrigones que sirvan para sostener nuestra palabra. Pensemos sin más, en que lo que digamos sea bueno así, sin otro sostén. En que hay que hacer las cosas bien. Construir con ladrillo y cemento buenos muros, y no tabiques de panderete, obleas de rasilla y yeso. Pero no por si luego viene el huracán, sino porque hacerlo de esa última manera es, sencilla y llanamente, robar. Convenzámonos de que hay que vivir laboriosa y morigeradamente, pero porque estemos convencidos de que la sobriedad es virtud, y la holgazanería y la excesiva farra son vicios, y no chicos. Por eso hay que hacer algunas cosas y rechazar otras, aceptar un modo de vida y renunciar a otro, y hacerlo hoy y ahora, simple y llanamente porque es así como se debe hacer, y no porque tengamos que pensar en un futuro, al que ni siquiera sabemos si vamos a llegar o en una fama que tal vez no nos merezcamos.

PARA TI QUE TE DEJAS LA PIEL TODOS LOS DÍAS

# NÓMINA

## TE LO MERECE

LA NÓMINA QUE NO TE DA UNA VENTAJA, TE LAS DA TODAS.

Y AHORA LLÉVATE ESTOS FANTÁSTICOS PRODUCTOS<sup>(1)</sup>

TV + PORTÁTIL



TV LCD de 32 pulgadas con TDT + Portátil 15,4" Pentium Dual Core 2,0 Ghz., RAM 2 Gb.

¿POR QUÉ?  
PORQUE TE LO MERECE

Consulta las condiciones en tu oficina. Modelos y configuración hasta agotar existencias.

(1) TV LCD de 32 pulgadas con TDT HD (Aria, LG o Samsung, según existencia). Conexiones HDMI y PC + Portátil Airis con TFD de 15,4", procesador Intel T3200 Pentium Dual Core 2,0 Ghz., RAM 2Gb., disco duro de 160Gb., grabadora DVD/Windows Vista Home Edition, con compromiso de mantenimiento de nómina de al menos 36 meses. Requiere e incluye la conexión de ADSL + llamadas (Jazztel o Telefónica) o conexión 3G (Simyo, Orange o Vodafone), contratada a través del promotor. La velocidad de estas conexiones será la máxima que permita la ubicación geográfica. Cuota mensual de 51,35 euros. Promoción válida hasta el 30.08.2009 o hasta agotar existencias.



www.ruralvia.com