

MAS VALE PREVENIR...

Una frase que seguramente habrá sido escuchada por el lector alguna vez es aquella de “*Vox populi, vox Dei*” - Hesiodo, cfr. Séneca el Retor, cuando expresa “*Crede mihi, sacra populi lingua est*” –(Créeme: la lengua del pueblo es sagrada). También se ha señalado que la sabiduría de los pueblos se ha transmitido en forma oral de generación en generación desde tiempos remotos mediante aforismos y refranes. Estos dichos, algunas veces se encuentran escritos en forma de versos con cierto ritmo, permitiendo que sean fáciles de memorizar y siempre llevan consigo un consejo o enseñanza.

Una de las figuras más importantes de la literatura española medieval, el Marqués de Santillana, recopiló en el siglo XV una colección de Refranes “*que dizen las viejas tras el huego*”, -en idioma antiguo, lo que dicen las mayores tras el fuego- obra póstuma publicada en 1508.

Muchos de los refranes que usamos hoy eran ya conocidos en 1627, cuando Gonzalo Correas (humanista extremeño nacido en Jaraíz de la Vera en 1571 y fallecido en Salamanca en 1631) publicó su monumental “*Vocabulario de refranes y frases proverbiales*”, obra clave de la paremiología (tratado de refranes) española.

Entre 1874 y 1878 el erudito José María Sbarbi y Osuna (1834-1910) publicó un extenso Refranero General Español en diez volúmenes, de los que pueden extraerse versiones del tan conocido y repetido “*Más vale prevenir que curar*” (“Más vale prevenir que lamentar”; “Más vale prevenir al mal con tiempo que, después de venido, buscar el remedio”; “Más vale prevenir, que ser prevenidos”).

En estos últimos meses ya se visualizan en el mercado de bienes y servicios local algunas inquietudes “estacionales”, relacionadas directamente con fechas y acontecimientos muy significativos para la gente, las próximas vacaciones de verano o la mayor predisposición para el consumo ante el ingreso adicional que los trabajadores asalariados percibirán antes de finalizar el año. Coincidentemente con ello, es dable suponer que el incremento de las ofertas y la publicidad que invitan a consumir, logren sus propósitos como ha sucedido repetida e invariablemente durante los últimos años.

En estas circunstancias, “prevenir” (del latín. *praevenire*). 1. tr. Preparar, aparejar y disponer con anticipación lo necesario para un fin. 2. tr. Prever, ver, conocer de antemano o con anticipación un daño o perjuicio. 3. tr. Precaver, evitar, estorbar o impedir algo. 4. tr. Advertir, informar o avisar a alguien de algo. 5. tr. Imbuir, impresionar, preocupar a alguien, induciéndole a prejuzgar personas o cosas. 6. tr. Anticiparse a un inconveniente, dificultad u objeción. 7. prnl. Disponer con anticipación, prepararse de antemano para algo. –Diccionario de la Real Academia Española, 22ª. Edición-, será una saludable decisión personal que los consumidores tendrían que adoptar para evitar consecuencias no queridas.

Los registros de reclamos que las oficinas públicas de defensa del consumidor y las asociaciones que los representan contabilizan y se relacionan particularmente con los contratos de consumo celebrados en estas fechas, demuestran denominadores comunes que animan a reflexionar seria y serenamente sobre los compromisos que se van a adquirir, sus consecuencias presupuestarias –

personales o familiares- y las condiciones de seguridad y fiabilidad necesarias para “disfrutar” y no “sufrir” lo que se adquiera o contrate.

Es sabido que los esfuerzos que la publicidad aportará para lograr la captación de voluntades para el consumo serán enormes y el “encantamiento de sirenas” a los que estaremos sometidos los consumidores en lo inmediato será muy serio.

Valga entonces recordar el refrán que comentamos: antes de decidirnos a comprar o contratar algo preguntemos, solicitemos información, no aceptemos solamente lo que la publicidad nos cuente y sobre todo, seamos conscientes que más vale prevenir...

Buenos Aires, noviembre de 2005