

PRÓLOGO

CADA DÍA TIENE SU AFÁN. Y, POR SUPUESTO, SU HISTORIA

Supongo que me pidieron este prólogo, que, por supuesto, escribo encantado, porque:

- 1) Soy periodista.
- 2) Doy clases de comunicación bastante frecuentemente en universidades, institutos y colegios.

Es decir, alguien decidió que, en función de mis dedicaciones—escribir, hablar por radios y televisiones o ante alumnos—, yo tenía, forzosamente, que ser un storyteller. Un contador de historias, vamos. Y era, quién sabe, una persona adecuada para escribir estas líneas.

Así, al menos, he querido interpretar el honor que se me hizo al pedirme que introduzca este magnífico estudio de David Antón, cuya lectura me ha hecho corroborar alguna tesis agazapada en algún cajón oculto de mi cerebro: en la vida, cada día tiene su afán. Y este afán es, casi siempre, una historia. De deseos, de frustraciones, de aspiraciones, de superación... Historias, al fin y al cabo, listas para que las transmitamos a los demás. Y hay que saber ordenarlas para lograr, lo dice también Antón, el fin que buscamos: impresionar, compartir alegría, mover a compasión. Lo que sea. Lo importante, y eso lo he descubierto tras muchos años de comunicador, es que los lectores, los oyentes, los telespectadores, los alumnos, se queden prendados por la historia que les cuentas; hay que envolverla con anécdotas, chistes, imágenes, incluso con gestualidad corporal propia, para hipnotizar, para bien, al interlocutor, sea a través de las ondas o en directo. Porque la vida, no nos engañemos con propuestas de falsa seriedad, tiene algo de teatro: somos actores, directores

y productores de nuestra propia obra, puesta en pie ante los ojos del «gran hermano» que siempre nos vigila, o sea, el resto de la humanidad.

Aconsejo vivamente al lector de este libro que profundice en los consejos que ofrece. Yo solamente, remedando lo que hace Antón siendo un buen ejemplo de lo que predica, contaré un par de historias de entre las muchas que podría seleccionar acerca de cómo trato –no sé si siempre con el éxito pretendido– de captar la atención que mi trabajo, si quiero hacerlo bien, necesita. Y lo primero que siempre he de tener en cuenta es que soy esclavo de mis silencios y dueño de mis palabras, contrariando la generalizada máxima que dice justo lo opuesto. Hemos sido educados, los más de nosotros de unas generaciones nacidas en tiempos ya lejanos, sobre la cultura de lo escrito, nunca de lo oral. Grave error, porque las ocasiones más importantes de nuestra vida –pedir trabajo, declararnos a alguien, exponer nuestros proyectos– casi siempre exigen hacerlo de manera verbal.

Y es que las historias nacen oralmente, aunque muchas veces las transformemos en lenguaje escrito.

Dicen que los periodistas comenzamos a hablar en tercera persona, seguimos haciéndolo en segunda y terminamos recalando en primera, con el «yo» siempre por delante. Tienen razón quienes critican esa deriva no sé si hacia el egoísmo, hacia la egolatría o quizá, también, hacia la narración en demasía de experiencias. Mientras se trate apenas de lo tercero, parece que la evolución es positiva. Cuando cada mañana me planto ante el ordenador en blanco, me pregunto qué es lo que puede interesar a los lectores acerca de lo que yo he vivido en las últimas 24 horas. Entonces, busco siempre una historia concreta para, de ahí, pasar a consideraciones más globales. De la anécdota –con humor, por favor–, pasar a la categoría –aunque las conclusiones resulten, al final, dramáticas; casi no importa, porque lo básico es dejar huella en el lector, en este caso–.

A mis lectores les hablo –privilegios de la veteranía– de cosas que han ocurrido en el pasado para derivar en el caso concreto cotidiano. La última metedura de pata de algún político, la más reciente pirueta de tal o cual personaje público. Y ahí, cuanto más atada y

bien atada esté la historia, cuanto más llena de anecdotario, más creíble y soportable para un público que hay una sola cosa que no admite: aburrirse. El aburrimiento de nuestro interlocutor es nuestro definitivo fracaso. Por eso, en mis crónicas periodísticas trato de pasar de la narración sobre una determinada coyuntura de alguien en particular a ponerle como ejemplo de algo mucho más general. Comenzar generalizando aleja al lector, o al oyente. Proponer un ejemplo específico, utilizando desde al político de turno hasta a su mascota, desde al futbolista hasta a su espectacular automóvil, siempre da mejores resultados.

Y, en clase, siempre procuro estar acompañado de alguien que, cuando cuenta su peripecia personal, capta la atención de los alumnos que ven en esa persona un referente de sí mismos. Un emprendedor que haya estado sentado, no muchos años antes, en los mismos bancos en los que ahora están los alumnos que le escuchan, sin duda alienta en muchos de ellos el afán de, a su vez, emprender, iniciar algún tipo de aventura constructiva.

Durante años, meforcé a tener en la mente siempre la necesidad de contar historias a quienes nos escuchan. Hoy eso me parece algo fundamental para alcanzar el éxito en la comunicación, que es lo que se busca. Que lo que decimos a una audiencia penetre en ella y cause el efecto de producir un resultado básico: que esa audiencia modifique (o confirme) sus actitudes con respecto al mensaje que lanzamos. Pero que nunca, nunca, quede indiferente.

Con mis lectores/alumnos trato de ponerme en un plano de igualdad, ni por debajo ni por encima de ellos. Soy un interlocutor más, pero con la obligación de ganarme no solo su benevolencia, sino su proximidad. Por eso les cuento historias, adecuadas a cada audiencia, a cada momento. Bien sea personales –a veces, no está del todo mal que el periodista hable de sí mismo: tiene que calibrar quién le escucha y qué dice a sus audiencias–, bien referidas a terceras personas. Cuanta menor sea la implicación del «yo, yo, yo» en los textos o discursos del, en este caso, periodista, mejor: hay que evitar convertirse en uno de esos «vampiros de energía» que aburren a tu interlocutor. Y cuanto mayor sea la notoriedad de la persona cuya historia –si se presenta como secreta, aún mejor– vamos a narrar a

título de ejemplo de lo que hay o no que hacer, más impacto causará en la audiencia: a todo el mundo le interesan las pequeñas historias de la «vida de los otros».

Así, casi sin darme cuenta, sin tener al alcance un manual –como este, magnífico, que ahora prologo– de cómo hay que hacerse oír por los demás, fui convirtiéndome, necesidad obliga –no hay como ver rostros somnolientos en tu auditorio para empezar a percibir que hay que cambiar de métodos–, en una especie de «storyteller» casi sin saber lo que eso era en realidad, más allá de las teorías al uso. Porque contador de historias es todo aquel que, de verdad, busque comunicarse con los demás: las historias saldrán de manera casi autónoma. Hay que saber ordenarlas, priorizarlas, dosificarlas. Por eso este libro es importante.

Es más: diría que el mundo se divide entre los que aburren soberanamente a los demás y los que les apasionan, y todo lo demás son grados intermedios, porcentajes entre uno y otro extremo. Elija usted dónde quiere estar. Luego, una vez adoptada la elección correcta, póngase sin dilación a leer este libro y saque sus propias conclusiones.

FERNANDO JÁUREGUI
Periodista y presidente del foro Educa2020