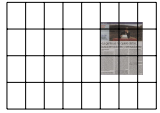
	Tirada: <b>212.306</b>	Sección: -	
	Difusión: <b>162.037</b> (O.J.D)	Espacio (Cm_2): <b>297</b>	
Nacional	Audiencia: <b>567.129</b> (E.G.M)	Valor (€): <b>5.515,75</b>	Valor Pág. (€): <b>19.921,00</b>
Diaria	<b>18/06/2009</b>	Página: <b>41</b>	Imagen: <b>No</b>

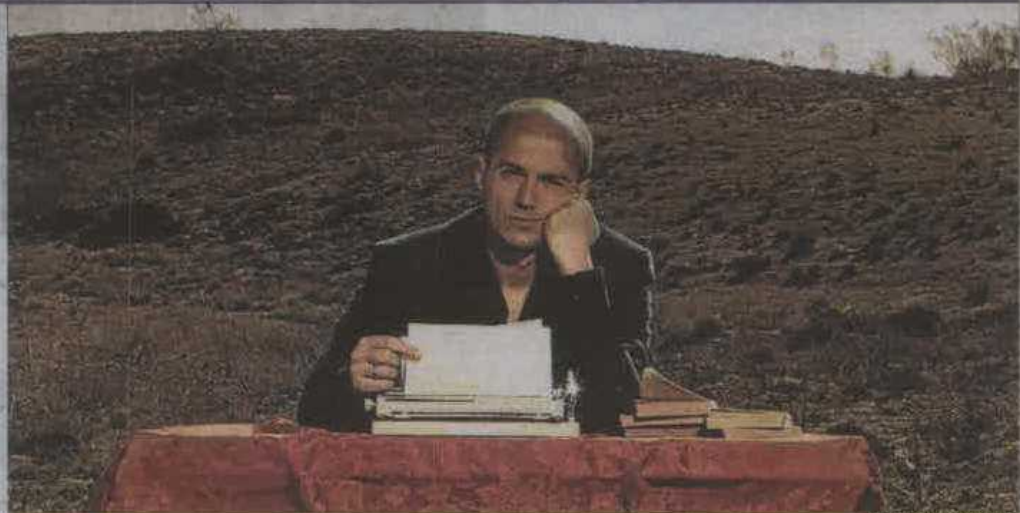
## al grano

### Antonio Núñez

Consultor y experto en 'storytelling'

**20.00**

LIBRO '¡SERÁ MEJOR QUE LO CUENTES!' Librería 22. Hortes, 22. Girona.



ESPADAYSAANTACHUZ

# «La gente ya no quiere datos, busca emociones y sensaciones»

FERRAN COSCULLUELA  
GIRONA

Antonio Núñez tenía vocación de escritor, pero acabó estudiando Dirección y Administración de Empresas en Esade. Una carrera que transcurría en sentido contrario a sus verdaderas aspiraciones hasta que un profesor le puso como ejemplo un cuento de Augusto Monterroso para explicarle las perversiones del taylorismo. Ese acontecimiento cambió su vida y, a partir de entonces, encontró la manera de conjugar sus conocimientos empresariales con sus ansias literarias. Hoy presenta en Girona su libro *¡Será mejor que lo cuentes! Los relatos como herramienta de comunicación. Storytelling*, un canto a la seducción de la audiencia.

--¿En qué consiste el storytelling?  
-Es el arte de crear y contar relatos

con fines de comunicación. El término nace en EEUU, relacionado con el folclore y la cultura oral. Es una forma de recuperar la memoria histórica y relatos de gente que interesa.

--Pero eso no es nuevo ¿no será que nos está contando un cuento?

-El contar historias no es nuevo, pero lo que sí es novedoso es la actitud del público, que está cansado de que le expliquen cifras y datos. La gente busca emociones y sensaciones personales. También es diferente la forma de propagación. Hay que buscar la capacidad viral de los mensajes, para que sean los propios receptores los que lo divulguen, y más en estos tiempos, en los que todos nos contamos historias ante esa especie de hoguera virtual que es internet.

--¿Es que los ejecutivos no tienen suficiente con un master en EEUU y ahora también necesitan coaching, inteligencia emocional, yoga y medi-

tación para lograr beneficios?

-Es cierto que el mundo de los negocios está cambiando. Se está volviendo a lo básico, porque se ha descubierto que la relación entre el mundo personal y el empresarial es necesaria. Los técnicos en recursos humanos ya no pueden manejar al personal como si fuera una extensión de las máquinas, porque todo lo personal está relacionado con lo motivacional.

--Pero la economía está llena de datos y es imposible evitarlos sin simplificar el mensaje.

-Los mensajes basados en el relato requieren más tiempo y esfuerzo. Lo fácil es llenarlo todo de cifras. Lo difícil para un empresario y un político es saber cuál es el relato real y personal que se halla detrás de un mensaje. Una vez captado el interés de la audiencia, ya le explicaremos después los datos. ≡