

Si quieres que te escuchen diez minutos, ¡relata!

Antonio Núñez anima a captar la atención con historias en '¡Será mejor que lo cuentes!'

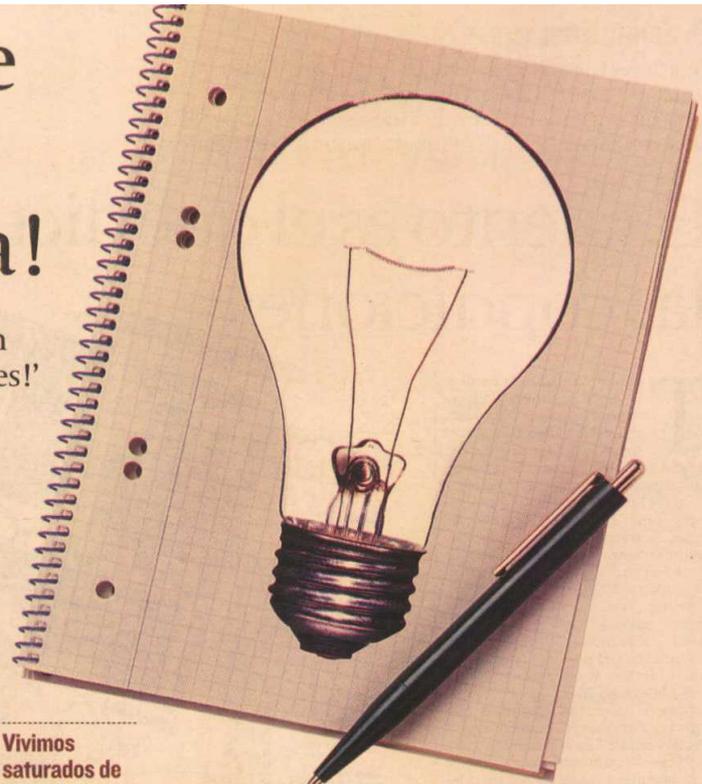
ROSARIO CORRERO Barcelona

Steve Jobs, fundador de Apple, Next y Pixar, fue invitado a realizar el discurso de la ceremonia de graduación de Stanford, una de las mejores universidades del mundo, el 12 de junio de 2005. Tenía dos opciones: aburrir a los graduados con una artillería de datos, cifras y argumentos relativos a sus exitosas empresas o intentar captar su atención de una manera menos estándar. Y eligió la segunda. Primero advirtió que él nunca se había graduado y luego dijo: "Os quiero contar tres historias de mi vida. Nada especial, sólo tres historias. La primera es sobre el sentido de la vida".

Y entonces contó que su madre biológica era una estudiante joven y soltera que decidió darle en adopción. Tenía muy claro que quienes le adoptaran tendrían que ser universitarios, de modo que todo se preparó para que fuese acogido al nacer por un abogado y su mujer. Pero, en el último momento, decidieron que querían una niña, así que los siguientes de la lista recibieron una llamada a media noche preguntando: "Tenemos un niño no esperado, ¿lo queréis?". Pero la madre biológica se enteró de que no tenían titulación universitaria, y tardó tres meses en firmar los documentos de adopción, con la condición de que un día Steve fuese a la uni-

versidad. Diecisiete años más tarde fue, pero la abandonó a los seis meses. "No tenía habitación, así que dormía en el suelo de las de los amigos, devolvía botellas de Coca-Cola por los cinco céntimos del envase para conseguir dinero para comer y los domingos caminaba 10 kilómetros para comer bien una vez por semana en el templo de los Hare Krishna, no tenía ni idea de qué quería hacer con mi vida". El relato concluye con la explicación de por qué las tipografías de los ordenadores son tan variadas, gracias a él, y con la enseñanza de que sólo a posteriori se puede encontrar sentido a las cosas. Esta y las dos historias más prometidas (el discurso se encuentra fácilmente con el buscador Google) permitieron que el texto de Jobs se haya convertido en uno de los más exitosos de la historia de internet.

La charla del padre del iPhone es el mejor ejemplo al que alude Antonio Núñez para sostener sus tesis en el libro *¡Será mejor que lo cuentes!* (Empresa Activa, ediciones Urano). Vivimos inmersos en un mundo en el que la atención "se ha convertido en el recurso escaso por excelencia". Núñez realiza un análisis certero del día a día de la mayoría de los ciudadanos. Ahogándose en una saturación de mensajes que pugnan por captar su atención, teniendo que soportar una interrupción cada ocho minutos en el trabajo y expuestos a más de 6.239 anuncios diarios, sólo en tele-



Vivimos saturados de mensajes, con una interrupción cada ocho minutos en el trabajo y expuestos a 6.239 anuncios al día sólo en televisión

visión. Ante tal exceso, los receptores sufren el llamado síndrome del mercadillo, el mismo que los turistas cuando entran en el zoco de una ciudad exótica y son rodeados por un enjambre de vendedores. Terminan por no fiarse de ninguno de ellos. Y en esta situación, a los emisores tradicionales (empresas que quieren vender un producto o cualquiera que quiera captar la atención de otro) sólo se les ocurre aumentar la intensidad y el volumen de los mensajes. "Seguimos escribiendo una presentación de empresa racional, saturada de cifras y datos. No hemos cambiado, continuamos intentando abordar inoportunamente al jefe durante su preciado descanso en la máquina de café".

Núñez apuesta por el relato (en su definición de secuencia de acontecimien-

tos que apelan a los sentidos y emociones) como la herramienta de comunicación más persuasiva en la economía de la atención. Ni más ni menos que lo que hizo Jobs en la ceremonia de graduación de Stanford.

Con un libro plagado de ejemplos, Núñez trata de explicar las claves que debe tener un relato para funcionar (mitos, arquetipos y metáforas) e insiste en que las presentaciones racionales "se convierten en soporíferos e inútiles teatrillos donde todos simulan atender al presentador y al que en realidad nadie escucha". Quizá su consejo de empezar el relato "con un muerto encima de la mesa", a la manera de los escritores de novela policíaca, sea exagerado, pero sirve para plantearnos el debate sobre nuevas formas de comunicación.

