



Saber narrar historias puede ser la mejor arma para conseguir un trabajo o relacionarse con los demás. Solo hay que tener claro cuál es el mensaje y dejarse llevar.

POR GABRIEL GARCÍA DE ORO

No lo explique, ¡cuéntelo!

Cuando no existían las empresas, ni las marcas, ni los psicólogos, y solo había hogueras y humanos alrededor, ya hacíamos uso del arte de la narración para transmitir valores, ideas o proyectos. Es lo que ahora se conoce como *storytelling* (narración, en inglés). Y si este arte ha permanecido, por más que algunas cosas hayan cambiado tanto, es porque nuestro cerebro se implica de forma diferente cuando explicamos una historia que cuando nos limitamos a enumerar acontecimientos. Por ejemplo, al leer simples datos se activan en nuestro cerebro solamente las partes del lenguaje encargadas de descifrar su significado. Sin embargo, cuando esas mismas referencias forman parte de un relato o de una metáfora que va más allá de la mera descripción, también

se activan las partes que el cerebro usa cuando estamos viviendo una experiencia real. Las historias consiguen involucrarnos, nos emocionan, desarrollamos una mayor empatía, así como habilidades sociales complejas. Además, consiguen que el mensaje perdure, se entienda mejor e incluso que se esté más dispuesto a actuar. Estos valores nos pueden ayudar, por ejemplo, en una entrevista de trabajo donde tenemos que explicar nuestra trayectoria y convencer de que somos el candidato ideal para el puesto. También pueden ser útiles para aconsejar a un buen amigo o para liderar un grupo de trabajo. Sea como sea, el arte del *storytelling* es un arma poderosa. El *marketing* ha descubierto los beneficios de contar historias. En un mundo saturado

de mensajes y clichés, el poder de un cuento es algo que las empresas no están dispuestas a desperdiciar. La ciencia, además, ha corroborado que las palabras son muy parecidas a la magia. Tal vez por eso los conjuros y los hechizos se construyen con palabras. Y tal vez por eso también debemos saber usarlas, combinarlas e hilarlas para que digan lo que queremos decir. Para que nos ayuden a explicarnos y a ser entendidos.

Las lecciones del cine

“La vida en sí es el más maravilloso cuento de hadas”

HANS CHRISTIAN ANDERSEN

Puede que el nombre de Andrew Stanton no nos suene demasiado. Sin embargo, si decimos que es el guionista de las tres entregas de *Toy Story* y de *Wall-E*, entre otras maravillas del cine de animación, seguro que despierta en usted una gran simpatía. Stanton ha sido uno de los responsables de actualizar la narrativa actual. Es difícil escapar del embrujo que generan algunas de las obras maestras de la factoría Pixar. De repente, el cine infantil conectó no solo con los niños, sino con la infancia que espera agazapada dentro de cualquier persona. Y si pudieron conseguirlo fue por esa manera tan original de contar las historias de siempre.

La fórmula secreta de Pixar permaneció bien guardada hasta que en 2012 Stanton dio una conferencia en una charla TED (tecnología, entretenimiento y diseño) titulada *Las claves de una gran historia*. En aquella exposición, el cineasta compartió su manera de ver el *storytelling*. En síntesis, Stanton explicaba los caminos para mantener a la tribu alrededor de la hoguera, atentos y con ganas de saber qué pasará después. Nosotros, en nuestro día a día, también podemos usar algunas de las técnicas del guionista estadounidense. Porque a todos nos gusta contar lo que nos ha pasado en el trabajo. O la anécdota que acabamos de vivir en el autobús. O que nuestro jefe tenga en cuenta nuestros puntos de vista... Lo importante es que cuando tengamos que explicar algo, con la intención que sea, no lo expliquemos. Contémoslo. Para que nuestras historias cuenten para los demás, es bueno seguir algunos consejos.

Un principio y un final. Narrar es como contar un chiste. Para que tenga gracia, hay que tener claro cómo se empieza y cómo se acaba. Es posible dejarse llevar durante el desarrollo, pero el principio y el final no se improvisan. Hay que tenerlos en mente y estar preparados para provocar el efecto deseado.

Empiece con una promesa. Porque todo relato es una esperanza. No se trata de mentir ni de exagerar, sino de extraer lo excepcional que encierra cualquier acontecimiento para que el interlocutor nos preste algo tan valioso que nunca se da: su atención.

Haga que le importe. Esta es una de las reglas de oro de Pixar. Andrew Stanton nos anima diciendo: “Quizá sea el mandamiento más grande de la narrativa. Por favor, ¡haz que me importe! En lo emocional, en lo intelectual, lo estético..., haz que me importe. Y todos sabemos qué es lo que no nos importa”. Al final, no somos tan distintos. Si miramos dentro de cada uno de nosotros, sabremos ver no solo qué es interesante explicar y qué no, sino cómo sería interesante contarlo.

2+2 es muy distinto que 4. Es decir, hay que involucrar al otro, y para ello es necesario ir dejando espacio a su inteligencia. No es conveniente resolver todo el misterio de golpe.

Use lo que sabe. O lo que vive. Todos tenemos a nuestro alrededor personas que siempre tienen algo que contar. En la gran mayoría de los casos no es que hayan vivido más, simplemente han estado más atentos a las cosas. Si hacemos lo mismo, nuestra vida será un pozo sin fondo de historias de todo tipo.

El valor de las historias narradas

“Un cuento siempre adquiere los colores que le otorgan el narrador, el ámbito en que se cuenta y el receptor”

JOSTEIN GAARDER

Además de pensar lo que se quiere narrar y darle una estructura interna al relato, para convertirse en un gran contador de historias hay que usar todos los recursos que tenemos a nuestro alcance.

El cuerpo. Tiene su propio lenguaje. Si no se usa más, sobre todo al hablar en público, es porque es fácil cohibirse. ¡Fuera complejos! Dejémonos llevar por la narración. El cuerpo

El 'storytelling' puede salvarle la vida

Sherezade sabe que el sultán, después de pasar la noche en palacio, le cortará la cabeza. Pero ella tiene un plan. Empieza a contar un cuento fascinante que interrumpe justo al alba, con la promesa de desentrañarle el final durante la noche siguiente. Velada tras velada, Sherezade va enlazando historias: *Aladino y la lámpara mágica*, *Simbad el marino*, *Alí Babá y los 40 ladrones*... Así es como salva su vida y consigue su final feliz. Este clásico de la literatura universal ya nos advierte tanto de la importancia de saber contar cuentos como de la fascinación e influencia que son capaces de ejercer a todo tipo de personas.



PARA SABER MÁS

LIBROS

‘Será mejor que lo cuentes!’

Antonio Núñez López
(Empresa Activa)

Explica la técnica del *storytelling*. Aprenderá que su éxito personal depende de cómo cuente la realidad.

‘Storytelling, la máquina de fabricar historias y formatear las mentes’

Christian Salmon (Península)
Desvela cómo una buena historia es la nueva arma de distracción que los políticos utilizan para vender sus mensajes. Conocer su poder también es una buena manera de protegerse de él.

PELÍCULAS

Trilogía ‘Toy Story’ (Pixar)

Obra maestra del cine de animación para grandes y pequeños.

reaccionará por sí mismo y será capaz de completar las sutilezas que a veces se le escapan a las palabras.

Los ojos. Hay que mirar a los demás. La expresión de la cara se ilumina con una mirada cargada de intención.

El tono de voz. Básico para darle valor a las palabras. Alzarlo o bajarlo. Aceleralo o ralentizarlo. Lo ideal es cambiarlo cuando aparezcan nuevos personajes en nuestro relato. Le podemos poner intensidad o, simplemente, interrumpir con un silencio. Un excelente relato acompañado por una buena interpretación de tono es un artefacto infalible.

Si se tienen en cuenta todas estas cosas, es más que probable que descubramos el increíble poder de conexión que hay en las narraciones. “Cada una de ellas confirma alguna verdad que profundiza nuestra comprensión de lo que somos como humanos. Nos encantan las historias. Nacimos para esto. Las historias afirman quiénes somos. Todos queremos confirmar que nuestras vidas tienen sentido. Y nada nos reafirma más que conectarnos mediante historias. Porque pueden atravesar las barreras del tiempo: pasado, presente y futuro; y nos permiten experimentar las similitudes entre nosotros y con los demás, reales e imaginarias”, sostiene Stanton.

Hay que empezar a comunicarse a través de historias. Dejar de explicar meros hechos, más o menos aburridos. Da igual que los relatos puedan ser escritos o hablados. Lo importante es que sean de verdad. Que hablen de nosotros y que, al hacerlo, nos hablemos a nosotros mismos. Pero también es fundamental escuchar los cuentos de los demás. Ya sea en directo, leyendo un libro, frente a la pantalla de la televisión o en una sesión de cine. Llenarse de buenas narraciones. De cuentos. De fábulas. Hacer un esfuerzo para estar cerca de los buenos narradores y dejarse llevar. Escuchar como lo hacíamos cuando éramos niños. Con los oídos, pero con los ojos también. Con todo el cuerpo.

Si hemos tenido la fortuna de estar en una sesión de cuentacuentos y nos hemos fijado en los niños, entenderemos que esa es la única manera de estar atentos a un relato. Con los ojos tan abiertos como si realmente fueran ventanas para que entre aire fresco ●