

MANUEL ROMERO SANTIAGO

*Consultor en Recursos Humanos.
Profesor del CEF.*

Extracto:

EL éxito de la TV: imágenes. Imágenes en movimiento. Imágenes de cosas.

Imágenes de personas: sucesos, anécdotas, historias.

Todo conferenciante, todo político, todo formador debería, manteniendo el rigor y la coherencia interna de su discurso, intentar reproducir una estampa intemporal: la del narrador dirigiéndose a la tribu, aglutinada a su alrededor, junto al fuego, al conjuro de sus imágenes, de sus historias, de su mensaje.

Algo tan antiguo como la Humanidad.

- ¿Conoces la historia del grifo de oro?
- No, nunca he oído hablar de ella.
- Le ocurrió a un amigo mío, hace algunos años. Iba un día, tranquilamente, por la calle y tropezó con algo que salió despedido, rebotando con un tintineo metálico. Fue a recogerlo y, para su sorpresa, se encontró con que era la lámpara de Aladino, la auténtica, oye. La frotó, como mandan los cánones y, efectivamente, se presentó el genio, que le ofreció complacer un deseo. Mi amigo le pidió que lo convirtiese en un hombre fabulosamente rico. Ya sabes: el materialismo que nos invade.

El genio, agradecido, se prestó a ello, ofreciéndole dos alternativas:

- **Mi primera oferta, oh, amo, es concederte el valor de una cierta cantidad de oro líquido; la que mane de un grifo.**
- Un grifo, ¿de qué tamaño?, preguntó mi amigo, que no acababa de fiarse de las promesas del genio. Mi amigo es muy leído y sabe que demasiadas veces los genios han terminado por estafar a los humanos.
- **Seré generoso: el grifo será del tamaño de tu propio planeta. Doce mil kilómetros de diámetro.**
- Parece un tamaño satisfactorio. Pero dime, genio, ¿durante cuánto tiempo manará el oro líquido por dicho grifo? Mi amigo es precavido en sus contratos verbales.
- **Consideraremos que el grifo ha estado manando desde el principio de tu era. Serán, por tanto 1997 años.**
- Y, puntalicemos, genio: ¿a qué velocidad saldrá el oro líquido por dicho grifo?, inquirió mi amigo, el escamón.
- **Pues, ya puestos, ¡Oh, amo desconfiado! con la máxima rapidez posible en tu universo. A la velocidad de la luz, trescientos mil kilómetros por segundo ¿será suficiente?**

Aquello parecía ser una pasta, pero mi amigo, por si acaso, se interesó por la segunda oferta del genio.

- **Mi segunda oferta es concederte el valor de una peseta, al 6 por 100 de interés compuesto, durante el mismo tiempo: 1997 años. Tú decides.**

Desgraciadamente, mi amigo se precipitó. Consideró insultante esta segunda propuesta y optó por el oro.

Aunque el genio cumplió su promesa, en cierto modo se podría decir que a mi amigo le dieron el timo del grifo. Hoy es fabulosamente rico, tal y como pidió, pero no le sirve de nada. En su codicia, pasa sus días en soledad, tirándose de los pelos y sufriendo amargamente por la oportunidad desperdiciada. Y es que siempre hay que hacer los números.

- Tu amigo se pasa. Tampoco puede haber para tanto.
- ¡Pero qué dices...! ¿Tú sabes cuántas veces es mayor el valor de la peseta que el valor del oro? (1)

(1) El valor de la peseta, al 6 por 100, es de $1'06^{1997}$, en el rango de los octillones. El valor del oro se queda en el rango de los septillones. El cálculo es laborioso, pero sencillo. Si el paciente lector quiere rehacerlo sólo necesita, como dato adicional, el de la densidad del oro: 19'3. Hacen falta varios millones de grifos como el descrito para igualar el valor de la peseta.

Suelo utilizar el ejemplo anterior cuando tengo que ilustrar, ante algún auditorio, la explosión de los crecimientos exponenciales. Se puede explicar, por supuesto, de forma mucho más académica. Lo que es dudoso es que el impacto intuitivo fuese el mismo.

El cerebro humano, a través de millones de años de evolución biológica, ha venido tratando la información de una forma predominantemente visual (**figura 1**).

El cerebro está perfectamente estructurado para tratar imágenes, es lo que viene haciendo desde tiempo inmemorial. No ha sido hasta fechas muy recientes, con la aparición de la corteza cerebral, que han surgido fenómenos tales como el lenguaje y la capacidad de conceptualización y abstracción, con las que nuestro cerebro se desenvuelve con considerables dificultades.

Y, sin embargo, tenemos el hábito, siempre que nos dirigimos a los demás, de utilizar, preferentemente, lenguajes tan académicos y conceptuales como nos es posible encontrar, lo que dificulta notablemente la comunicación, el contacto.

¿Por qué lo hacemos así? Pienso que la causa reside en el proceso educativo que todos hemos seguido. La educación formal, desde la escuela a la Universidad, ha sido un lento y penoso aprendizaje de los instrumentos y hábitos de la conceptualización. Se ha considerado un logro, y así ha sido, en efecto, el hecho de hacernos pasar progresivamente desde lo visual y lo fáctico hasta lo abstracto. Un viaje desde la anécdota hasta la categoría. Después de alcanzado, penosamente, este puerto, nos instalamos confortablemente en nuestra nueva situación. Y, sin embargo, para comunicar con efectividad hemos de hacer un viaje de retorno hacia los orígenes, deshacer el camino andado y volver a utilizar, preferentemente, aquello que nuestras neuronas saben entender y manejar perfectamente: imágenes, hechos, personas, casos, anécdotas (**figura 2**).

Especialmente necesario es este esfuerzo en aquellas profesiones que, por la propia naturaleza de sus contenidos, son propensas a líneas de pensamiento muy conceptuales, con escaso apoyo en el mundo físico; el caso, por ejemplo, del mundo del Derecho. En estos casos se hace imprescindible un esfuerzo adicional de creatividad para remontar, río arriba, una formación verbal-abstracta y buscarle, de alguna manera, los apoyos necesarios. Se está viviendo esta necesidad, por vía de ejemplo, en los abogados que han de actuar ante la nueva institución del jurado popular: el lenguaje jurídico, tan afinado, tan pleno de matices, puede resultar inadecuado e insuficiente en el momento de transmitir a profanos aquello que se desea argumentar.

Y es que, para muchas de nuestras necesidades de comunicación, necesitamos recrear nuestro lenguaje, hacerlo más gráfico e intuitivo, más comprensible, más próximo. En definitiva, más eficaz.

EVOLUCIÓN BIOLÓGICA DEL CEREBRO Y SUS MODOS DE TRATAR LA INFORMACIÓN

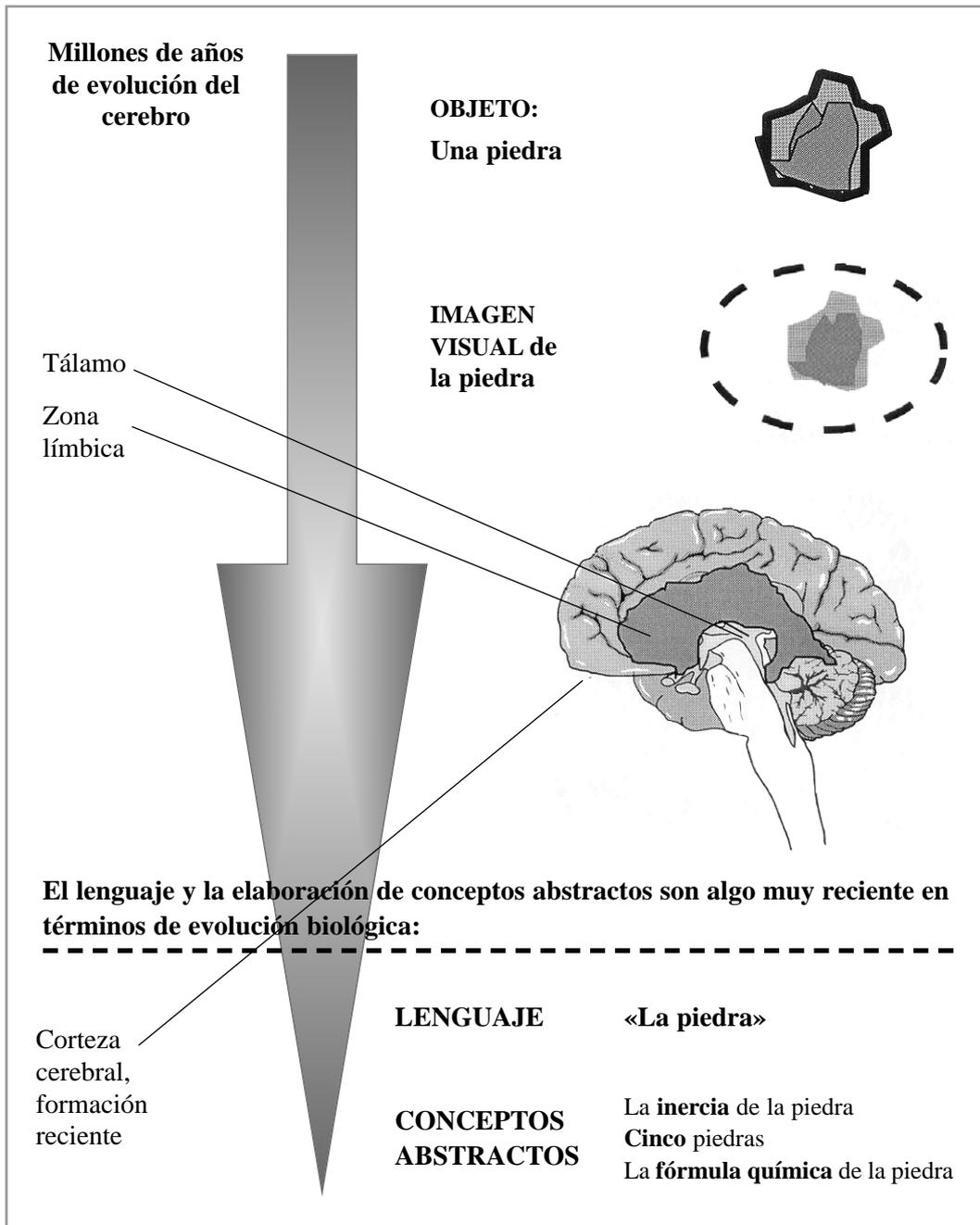


Figura 1

**EL VIAJE DE RETORNO DESDE
EL CONCEPTO HASTA LA IMAGEN**

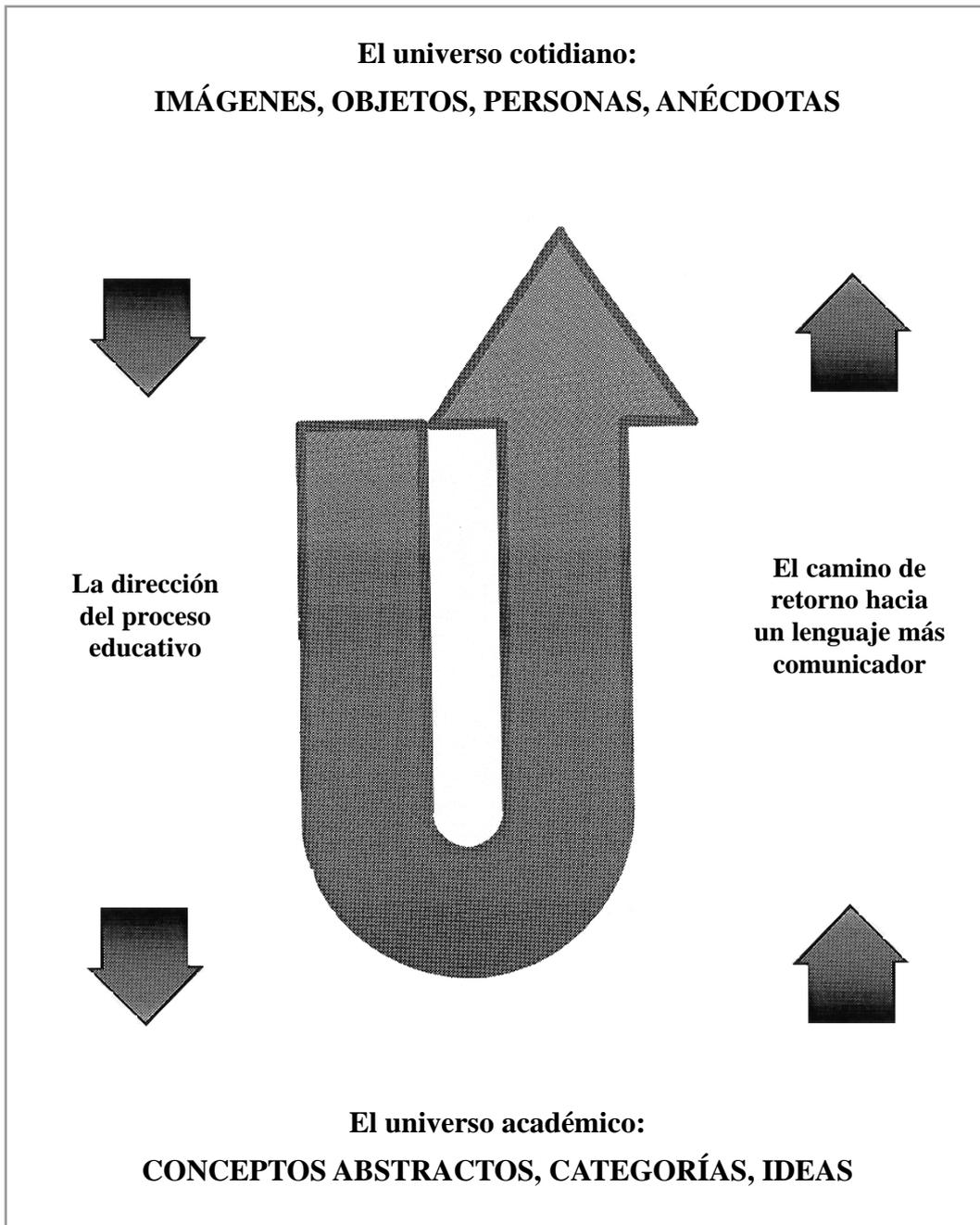


Figura 2