

Storytelling

ENTREVISTA: Christian Salmon Escritor

"Vivimos en la gran mentira"

"Desde los años ochenta, la cosmética de las empresas ha tomado una importancia desproporcionada" -

JUAN CRUZ EL PAIS 19/10/2008

Christian Salmon, francés de Marsella, donde nació en 1951, dedica su esfuerzo de escritor a revelar la gran mentira en la que vivimos. El resultado es el libro **Storytelling**, que publica ahora en España Península y que tiene este subtítulo: *La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Él fue presidente del Parlamento de Escritores, y, una vez extinguida esta esforzada institución, Salmon no ha cesado de preguntarse sobre la ficción que vivimos. Esta semana hablamos en París con él acerca de sus conclusiones.

Pregunta. Se deduce de su libro que vivimos engañados.

Respuesta. Vivimos en la gran mentira. Se ve muy bien en la crisis financiera: la percepción de las cosas es más importante que la realidad de las cosas. Ésta es una crisis de percepción. Y si hablamos de política, es lo mismo. Los políticos no argumentan, no abren un debate, sino un teatro, una historia. *Storytelling*: cuentan un cuento. John McCain ha escrito un libro, *Faith of my fathers (La fe de mis padres)*, y Obama titula el suyo *Dreams from my father (Sueños de mi padre)*... Independientemente de que nos guste más Obama, lo cierto es que los dos presentan un teatro virtual, una cadena de posturas que obedecen a los mismos códigos: *storyline, timing, framing, networking*... La percepción es más importante que la realidad.

P. ¿Y la crisis también se cuenta como se cuenta un cuento, o una mentira?

R. Desde los años ochenta, la *belleza* de las empresas, su cosmética, ha tomado una importancia demasiado desproporcionada en relación con la realidad. Toma el caso de Enron: es la primera empresa de ficción que no se comporta con un criterio racional, sino como un actor haciendo una *performance* ante una audiencia a la que quiere divertir y a la que quiere convencer de que es la más innovadora.

P. La más novedosa.

R. Pero no demuestra la capacidad de innovación con criterios profesionales sino simbólicos. Echa a un 10% de trabajadores cada año y así cree estar dando una muestra de renovación. Y sólo está actuando para que la vean desde Wall Street.

P. O sea, todo un circo.

R. Todo un circo. La realidad de la economía no existe, y eso que no existe genera plusvalía, pero se aleja de la realidad. Lo que ocurre hoy es un retorno, una vuelta de la realidad.

P. Una realidad terrible.

R. George Soros ha escrito un libro en el que dice que la causa de la crisis no son los especuladores, sino cómo la gente en Wall Street analiza las cosas por la percepción que tienen, no por la realidad de las cosas. Existe un *storytelling* del *management* financiero, un *storytelling* del *marketing*: una marca es hoy en día una historia. Lo que he intentado hacer en el libro es mostrar cómo se construye, al lado de la realidad, un orden nuevo del relato, un orden ficticio que sustituye a la realidad.

P. En narrativa o en ficción eso es noble, pero en política y en economía eso tiene consecuencias terribles. No es lo mismo Flaubert que Enron.

R. Absolutamente. Desde siempre, la humanidad contó historias. Mi convicción es que la novela moderna se constituyó a partir de una polémica con el *storytelling* de la época. *Don Quijote* habla desde su prólogo de un hombre que tiene la mente llena de mentiras, de falsos relatos.

P. Que la novela viene a limpiar.

R. A desmitificar. *Madame Bovary* es también una reacción contra el *storytelling*, los cuentos, de la época. Así que la ética de la novela es luchar contra el *storytelling*. Y ahora esta tendencia a dormir a la gente con cuentos ha tomado una fuerza que nunca se había visto.

P. Ahora todo es cuento, parece. Lo que decía León Felipe: nos tratan de dormir con cuentos.

R. Antonio Damasio, un neurocientífico, decía recientemente que "el cerebro es la articulación de razón y de ilusión". Eso es normal. Pero hoy día una campaña electoral es una agresión permanente del cerebro con un bombardeo de noticias falsas. Cuando Roosevelt hablaba en la radio, uno tenía tiempo de pensar, la razón podía retomar el argumento; pero hoy no hay tiempo de reflexión, y eso hace desaparecer los espacios democráticos. Porque necesitan un tiempo, una arquitectura institucional (las cámaras parlamentarias, el poder ejecutivo, el poder legislativo). Toda esta arquitectura hoy día desaparece por otra escena, una escena de la *performance* política: un hombre se sitúa ante la audiencia y trata de orientar las emociones hacia sí mismo.

P. Y, además, ese hombre no es él mismo, está rodeado de gente que le susurra qué ha de hacer.

R. Son los *spin doctors* de los candidatos, los *lobbies*, los *storytellers*... He escrito algo cómico sobre el primer Gobierno de Sarkozy. Decía que la Mesa del Consejo era como un gobierno de las flores, cada uno representaba un símbolo: uno era la igualdad; el otro, los derechos humanos, el otro era el humanitario. ¡Un jardín! Los ministros no son elegidos por su competencia, sino por su presencia mediática, por su capacidad de acción en los campos mediáticos.

P. Por la flor que representan.

R. Es terrible. Por ejemplo, la ministra de Justicia, Rachida Dati, la que va a tener un hijo con no se sabe quién, es como la Cenicienta, que se transforma a medianoche en una reina. Es una historia, como un cuento. Y está en las elecciones norteamericanas, por supuesto: Barack Obama cuenta un cuento, John McCain cuenta un cuento. Pero Barack Obama va a ganar porque no es solamente el cuento: él dispone de un cuadrado mágico (el *storyline*, el *timing*, el *framing*, el *networking*) que le permite gestionar el tiempo, encuadrar su mensaje, financiar la campaña con los adecuados militantes... Y McCain sólo tiene el *storyline*, todo lo demás se le ha desbaratado. Y cuando ha atraído a Sarah Palin, no lo ha enmendado, lo ha empeorado: él es un presidente viejo que tiene un encuadre ideológico, y ella es una vicepresidenta joven con un encuadre completamente diferente.

P. Volvamos a la mentira. Insuperable la de las armas de destrucción masiva en Irak.

R. Bush llegó en el 2000 con una historia (un *storytelling*) que contar, todo el gabinete estaba preparado para contar un cuento, y el atentado contra las Torres Gemelas crea otra realidad... En los días posteriores al 11-S, el equipo de Bush citó en la Casa Blanca a los directores de Hollywood: había que imaginar lo que seguía.

P. Y fue la invasión de Irak.

R. Con un cinismo tremendo. Una invasión basada en cuentos. Y hay un cuento, el de las mujeres afganas a las que los talibanes arrancaban las uñas, que empezó a estar en todos los discursos, como si ésa fuera una práctica habitual que justificaba cualquier represión. Y luego tú investigas y ves que ese fue tan sólo un caso, y no tan grave como llegó a estar en los cuentos sobre las atrocidades de los talibanes.

P. La mentira sirve para controlar a la opinión.

R. El poder hace circular historias para mantenerse. Si consiguiera del todo su propósito estaríamos ante un totalitarismo, pero aún es posible contradecir los cuentos.

P. ¿Habría que desconfiar de todo?

R. No, de la experiencia no hay que desconfiar. Yo creo que estamos en un nuevo modo de opresión, no solamente política, sino una opresión simbólica que impide a la gente construir su propia vida, pensar y contar su propia experiencia. Éste es el momento de una nueva lucha democrática.

P. Para salir del cuento y del infierno.

R. Exacto. -