

LUIS

BASSAT

GUTUN ZURIA

FESTIVAL DE LAS LETRAS

BIOGRAFIA - AUTOBIOGRAFIA



hó

Alhóndiga Bilbao

AUTO/BIOGRAFÍAS MÍNIMAS

GUTUN ZURIA

FESTIVAL DE LAS LETRAS

BIOGRAFIA - AUTOBIOGRAFIA

Castellano

Antolatzailea Organiza

hó

Alhóndiga Bilbao

bbk=

Proiektu laguntzaileak
Colaboradores de proyecto

 **VEOLIA**
TRANSPORTE



metro
bilbao



Lankopi
servicios gráficos

LUIS

BASSAT

El texto de esta auto biografía mínima es un extracto del libro CONFESIONES PERSONALES DE UN PUBLICITARIO, publicado por Editorial Crítica (Colección Noema), Barcelona, 2008. Alhóndiga-Bilbao agradece al autor y a Editorial Crítica su colaboración.

Esta publicación ha sido impresa por:



Estimado/a lector/a,

Si no deseas conservar esta Auto/Biografía mínima , por favor, no la tires. Seguro que alguien de tu alrededor estará interesado/a en leer el contenido de estas páginas. Gracias por ayudarnos a cuidar nuestro entorno.

Luis Bassat (Barcelona, 1941) es probablemente el publicitario español de mayor renombre internacional. Conocido entre el gran público por las Ceremonias Olímpicas de Barcelona y por sus dos candidaturas a la presidencia del FC Barcelona, ha recibido en innumerables ocasiones el reconocimiento por su trayectoria profesional.

Gran amante de la cultura y la literatura, Luis Bassat manifestó su apoyo a AlhóndigaBilbao desde el momento en el que conoció el proyecto. Gutun Zuria, Festival de las Letras, te presenta en esta Auto/Biografía mínima la figura de este gran comunicador, publicitario, padre, amigo... y enREDado con AlhóndigaBilbao.

Confesiones de un comunicador

El día que cumplí sesenta años, mi familia y mis compañeros de trabajo me regalaron una fiesta sorpresa en el Palau de la Música de Barcelona, a la que invitaron a todos mis amigos. Fue una noche repleta de emociones. Tal vez la mayor de todas fue el discurso que hizo mi hijo pequeño, Quique:

“Hola:

Quisiera compartir en una noche tan especial como ésta unas líneas que mi abuelo paterno, José Bassat, escribió hace ahora justo 59 años, el día que mi padre cumplía su primer año de vida. Fueron escritas como dedicatoria en la primera página de este libro: “Cómo ganar amigos e influir en las personas”. Su autor, por todos conocido, Dale Carnegie.

“A mi querido hijito Luis, que cumple hoy su primer año, le obsequio con este libro para que cuando sea mayor lo lea tantas veces como para aprenderlo de memoria, en el caso de que quisiera ser un hombre de bien.”

Papá, 6 de octubre de 1942

Si a mí me tiembla la voz al releerlas, me imagino lo que debe sentir mi padre, en una noche como ésta, al oír las resonar entre nosotros. Son palabras proféticas, son

palabras sabias. Son palabras que brillan en nuestros ojos. Tengo lejanos recuerdos de mi abuelo, el Pepé, pero me lo podría imaginar, sentado entre nosotros, con su mirada tranquila, su aire emprendedor, cogiendo de la mano a su inseparable Yolanda –mi abuela–, sonriendo orgulloso de poder comprobar que efectivamente su hijo es un hombre de bien. Tan orgulloso como lo estoy yo hoy. Yo soy el hijo pequeño de Luis y Carmen. Casi me da vergüenza decir que soy el pequeño porque nos hemos hecho todos mayores ya. Me llevo 33 años con mi padre, y he podido compartir con él 27 años de nuestras vidas, todos ellos memorables. Han sido el principio de mi vida, el fundamento de mi personalidad, mis cimientos morales e intelectuales. Han sido 27 años llenos de vida.

Al ser el último de los hermanos, he tenido unos padres muy “rodados”. Me han educado con unas ideas muy claras, con prudencia y con mucha sabiduría, con toda la experiencia aprendida con Yolanda, Ana y José, mis hermanos. Han sabido aconsejarnos cuando ha hecho falta, pero también han sabido mantenerse al margen cuando éramos nosotros quienes debíamos tomar las riendas de nuestras vidas. Ahora podemos volar solos, pero sólo porque alguien nos ha enseñado a volar. Y queremos agradecerse. En nombre de toda mi familia, de los que estamos y de los que desgraciadamente ya no pueden estar con nosotros, me gustaría compartir estos momentos de reflexión personal con todos vosotros, los amigos de mi padre, que representáis para él la mayor

de las riquezas. Mi padre es un hombre de gentes, un amigo de sus amigos, y nada puede hacerle más feliz que veros a todos juntos hoy aquí. No tenéis más que mirarle a la cara: a estas alturas de la noche le brillan los ojos como a un niño el día de su cumpleaños, sólo que es un niño que cumple 60 años. Tal y como se lo enseñó su padre, él me ha educado para ser un hombre de bien. Ahora lo veo, delante de mí, con su mirada tranquila, con su aire emprendedor, cogiendo de la mano a su inseparable Carmen, mi madre, sonriendo orgulloso al poder comprobar que efectivamente su hijo intenta ser un hombre de bien. Tan orgulloso como lo estoy yo hoy. Tan orgullosos como lo estamos todos hoy. Felicidades, papá. Felicidades.”

Quique tenía razón. Mi padre me regaló ese libro cuando yo cumplí un año, y lo he leído muchas veces. Poco después de acabar mi posgrado, Eduardo Criado, mi profesor de publicidad en la Escuela de Administración de Empresas, me contó que estaba a punto de irse a América para intentar traer a España los cursos Dale Carnegie. Ante su extrañeza, le enumeré unos cuantos principios que había leído, tantas veces, en el libro que me había regalado mi padre. Dale Carnegie era para mí algo tan natural, tan familiar, que no dudé en pedirle que me dejara ir con él. Me dijo que no podía ser, pero que si quería podría participar en el primer curso que hiciera en Barcelona. Esperé impaciente a que volviera, y Carmen y yo nos inscribimos en el primer curso. Se hacía en el Hotel Presidente, un día por

semana, de seis a diez de la tarde. A las seis llegábamos cansados, después de haber estado trabajando todo el día, y a las diez estábamos nuevos, llenos de energía, de vitalidad, de emociones.

Dale Carnegie descubrió que hablar en público es la mejor manera de ganar confianza con uno mismo. Y montó unos cursos que, enseñando a hablar en público, conseguían, además, aumentar la confianza de los participantes en sí mismos, ayudándoles a controlar mejor sus preocupaciones y, en definitiva, haciéndoles crecer personal y profesionalmente.

Carmen y yo, siguiendo las instrucciones del curso, nos lanzamos a él “como un galgo detrás de una liebre” y, al acabar, Eduardo nos nombró inmediatamente ayudantes suyos. Tras mi primer curso como ayudante, Eduardo Criado me lanzó un reto. En París se hacía un curso para instructores. En francés. No dudé, le dije que sí y nos fuimos a París. Yo a seguir el curso y él a darme ánimos. Duró tres fines de semana completos. Durante el día seguía las sesiones y durante buena parte de la noche preparaba con él las clases del día siguiente.

Saqué el número uno, pero el mérito fue de mi padre, no mío. Con el título en la mano empecé como instructor, primero en Barcelona y luego en Madrid y otras ciudades. Y en tan sólo catorce semanas veía los milagros que se producían: personas tímidas que el primer día apenas

podían balbucear unas palabras y que el último daban una charla que ponía a la gente en pie aplaudiendo.

Hablar en público, realmente, es muy fácil. Es como hacerlo con otra persona, con un amigo que te está escuchando y al que quieres explicarle algo de manera sencilla. Como afirmaba Catón, el verdadero orador es el hombre honesto capaz de hablar bien.

Si alguien es capaz de ser uno mismo y de explicar a los demás lo que sinceramente piensa y cree, si es capaz de hacerlo con sus propias palabras sin tratar de ser falsamente elocuente, si lo hace convencido de lo que está diciendo, y si pone el suficiente entusiasmo para entusiasmar a los demás, entonces es un buen orador. Tuve la oportunidad de ayudar a más de dos mil personas a mejorar su capacidad de comunicarse con los demás. Unos movían mucho las manos, otros nada. Unos hacían frases muy largas, otros muy cortas. Nunca me metí en eso. Lo único importante era ver si habían escogido bien el tema o no. Si hablas de algo que sabes, casi seguro que lo harás bien. Si hablas de algo que no sabes, seguro que lo harás mal. Si hablas de algo que te emociona, seguramente harás que la audiencia se emocione. Si hablas de algo que no te importa, seguramente a la audiencia tampoco le importará lo que digas.

¡Cuánto podrían aprender algunos políticos de un curso así!

En mi vida profesional he tenido que hacer miles de presentaciones. Algunas muy comprometidas, como la del concurso para ganar la organización de las ceremonias de inauguración y clausura de los Juegos Olímpicos de Barcelona '92. En una hora tenía que explicar el trabajo de tres intensísimos meses a un jurado formado por treinta y seis personas del Gobierno de España, la Generalitat de Catalunya, el Ayuntamiento de Barcelona, el Comité Olímpico, etc. Y lo hice, intentando ser yo mismo. Explicando las cosas de la forma más sencilla. No leyendo ni memorizando, sino utilizando mis propias palabras. Con toda la modestia, pero también con toda la convicción de que lo que estaba presentando era lo que necesitaba Barcelona. Y con la esperanza de que si nos seleccionaban para hacerlo, Barcelona, Cataluña y España, quedarían bien. Y quedamos bien.

Pero la comunicación no es sólo oratoria.

Cuando un padre habla con su hijo y su hijo no le entiende, ¿de quién es la culpa, del padre o del hijo? En un 99 por ciento de ocasiones la culpa de una falta de entendimiento es del que habla, no del que escucha. Es cierto que el que escucha puede no estar prestando la suficiente atención, pero eso también puede ser culpa del que habla, por no haber sabido captársela o ganársela. Cuando un profesor suspende a la mayoría de una clase, indudablemente se está suspendiendo a

sí mismo ya que no ha conseguido cumplir su función principal, que es que los alumnos aprendan.

La parte activa de la comunicación es responsable de que la parte pasiva le preste atención, le comprenda, le crea y, hasta si me apuran, que haga lo que la parte activa le pide. Y esto sucede tanto en charlas entre padres e hijos como en conversaciones de negocios y, muy especialmente, en discursos políticos. Una vez le pregunté al entrañable humorista Miguel Gila cuál era el secreto de su éxito en los escenarios y me contestó que, simplemente, trataba de pensar como la persona más inteligente de la audiencia pero hablaba para que le entendiera la más tonta.

El lenguaje hablado es muy rico y el lenguaje escrito lo es mucho más, pero no deben confundirse. La comunicación verbal ha de ser mucho más simple, sencilla y directa que la escrita. Algunos políticos y muchos conferenciantes confunden ambos lenguajes y hablan en público leyendo lo que han escrito. El resultado suele ser que al cabo de unos instantes la audiencia desconecta la atención, lo que se hace con enorme facilidad, pensando simplemente en otra cosa. Tal vez algo del discurso consigue devolver el pensamiento de la audiencia a las palabras del conferenciante pero si continúa con su discurso leído, muy probablemente volverá a perder la atención de su auditorio.

La comunicación se ha de tallar, como se talla un mármol para convertirlo en una escultura, pensando qué es lo que queremos comunicar y a quién se lo queremos comunicar. ¿Verdad que no hablamos igual con un niño que con un adulto? Pues de la misma forma hemos de ser conscientes de cómo decimos las cosas en función de a quién se las decimos y en las circunstancias en las que se las decimos. Es muy distinto decir que se está incendiando la casa que gritar “¡Fuego!”.

Ya he dicho que lo que importa no es lo que uno dice sino lo que los otros entienden. No hablamos para auto-satisfacernos, o no deberíamos hacerlo. Hablamos para comunicar algo a alguien de la forma más efectiva posible. Hablar no es el objetivo, es el medio para conseguir convencer, motivar, educar, persuadir o, simplemente, que nos entiendan.

Hace poco conocí a un famoso abogado de Barcelona. Ambos buscábamos lo mismo, sólo que por caminos diferentes. Creo que hubiéramos podido llegar muy fácilmente a un acuerdo en un tema en el que los dos estábamos a favor. Pero inició un discurso tal elaborado, tan jurídico, utilizando una terminología tan sofisticada y, si se me permite, una verborrea tan indigesta, que automáticamente mi razón se cerró en banda y me dije a mí mismo: “Este señor nos quiere engañar, quiere demostrarnos, a mí y a todos los demás, que sabe más que nosotros, que puede más que nosotros, y que al final se hará lo que

él diga". No hace falta aclarar que no llegamos a firmar nada. Y eso que en esencia estábamos de acuerdo, pero su grandilocuencia lo echó todo por tierra. A él le debió de parecer que decía lo que tenía que decir, pero yo tuve la sensación de que nos engañaba, lo percibí como pura falsedad y pura mentira.

Cuanta mayor es la distancia, social o de edad, entre dos personas que hablan, más hay que cuidar este punto. Los seres humanos tienen vocabularios muy diferentes, en función de su cultura, de su profesión o de sus hábitos. Por eso, si queremos que el otro nos entienda, hemos de hacer un esfuerzo para hablarle en su lenguaje.

Recuerdo que hace muchos años Nestlé sacó una campaña en televisión de su chocolate blanco Milkibar, dirigida a los niños pequeños. Utilizaba imágenes y símbolos adecuados, pero al final decía: "Milkibar, la blanca alternativa". Le escribí una carta a mi buen amigo Jordi Garriga, director de publicidad de Nestlé, y le pregunté si los niños de esa edad sabían lo que quería decir alternativa. Evidentemente, no. Al cabo de poco cambiaron el eslogan de Milkibar.

Los periódicos, las televisiones y las radios están llenos de palabras y frases que pronuncian profesionales y políticos, que ellos consideran de uso normal, pero que la gente no entiende. A esto hay que añadirle la auténtica sopa de letras en que se ha convertido nuestro idioma:

SOPEP, FIAM, FIAP, FCC, CNMV... ¿Qué nos hace suponer que si decimos INCAVE todo el mundo entenderá que nos estamos refiriendo al Instituto para la Calidad de las Agencias de Viaje Españolas? La utilización indiscriminada de siglas es otro ejemplo de que se piensa demasiado en lo que se quiere decir y muy poco en lo que el otro va a entender. El tono de voz también es importante. Tenemos el que tenemos, pero si cuando hablamos en público nos dirigimos a los que están en primera fila, automáticamente, el volumen de nuestra voz se adaptará a esa distancia y los de atrás no nos oirán.

Shelly Lazarus, la presidenta mundial de Ogilvy, tiene una extraordinaria capacidad de hablar y de que se la oiga bien siempre. Y es porque vocaliza perfectamente y habla para los que están más lejos. No para los que están más cerca. En cambio, a Harrison Ford, el fornido Indiana Jones, casi no se le oye cuando se habla con él en persona.

También el lenguaje del cuerpo es fundamental. No se trata tanto de cómo deben moverse los brazos, que eso ha de ser natural, sino de la actitud. De entrada cuando damos la mano a alguien y, en vez de estrechárnosla, la deja blanda, ya nos está diciendo mucho de sí mismo. Cuando un orador no mira a la audiencia, porque no levanta los ojos de sus papeles o del suelo, también nos está diciendo algo de sí mismo.

Pocas intervenciones son tan recordadas como aquella en la que Nikita Krushev golpeó la mesa con su zapato para protestar. El lenguaje del cuerpo incluye la utilización de objetos y de apoyos visuales. También la forma en que se sale a hablar. Un andar cansino es muy diferente a un paso decidido. Y toda nuestra presencia, desde el traje al peinado, pasando por las uñas. Todo comunica.

Yo miraba la agenda cada mañana antes de vestirme. Y no lo hacía igual si iba a pasar el día trabajando con creativos que si debía visitar clientes, o si tenía previsto asistir a un rodaje en el campo. Recuerdo la primera vez que tiré mi americana al público. Iba vestido con traje y corbata y al final del día tenía que dar una charla en la universidad y me interesaba hacerlo en mangas de camisa, como iban los estudiantes. Se me ocurrió poner una silla junto al micrófono desde dónde yo hablaba de pie. Les comenté que hacía calor y que me iba a quitar mi chaqueta. La dejé en el respaldo de la silla. Entonces les dije que si al cabo de un año alguien les preguntaba si yo, antes de mi conferencia, me había quitado la chaqueta, la mayoría no lo recordaría. Me la volví a poner y esta vez, al quitármela, en vez de colocarla en el respaldo de la silla, la tiré hacia la audiencia. Cayó en la sexta fila, entre la sorpresa y la risa de los estudiantes, con lo que les pude decir que, ahora sí, recordarían al cabo de mucho tiempo que yo me había quitado la chaqueta antes de mi charla. Y que ésta es la diferencia entre una mala y una buena

campana de publicidad. Es sorprendente el número de veces que, al encargarme una conferencia, me han pedido que tire mi chaqueta.

El otro día me comentaba Pilar Lladó, famosa directora de comunicación, que en su mundo, en Madrid, se habla de tres gestos: la libreta de notas de Valls Taberner, la chaqueta de Luis Bassat, y uno de Mario Conde, que no me atrevo a reproducir.

En otra ocasión y en otra universidad, en su facultad de Ciencias de la Información, tuve que dar una conferencia junto con Luis del Olmo. Él hablando de periodismo y yo de publicidad. El llenazo era extraordinario, por él, no por mí. La sala estaba abarrotada y había más de doscientas personas en pie. Me tocó empezar a hablar y dije: "En solidaridad con todos los que no han conseguido una silla, yo hablaré de pie". Una ovación espontánea me hizo ver que en este caso mi lenguaje corporal y verbal habían acertado.

En principio una conferencia no debe leerse. Es mejor escribir un guión con cada uno de los temas que deban tocarse y representar esos temas por una palabra o una frase.

Cuando Filomatic ganó el premio Líderes de Marketing, me pidieron que fuera a explicar el caso. Escribí las cuarenta cosas que debía explicar pero me llevé sólo un papel con una palabra por cada una de ellas. Y como

lo preparé con tiempo, pude memorizar, por orden, las cuarenta palabras, con lo cual hablé una hora sin mirar ni una sola vez el papel.

Jordi Pujol lleva a todas sus conferencias un simple papel con unas pocas palabras escritas y muchas veces tampoco lo mira. Adolfo Suárez tenía una gran habilidad para hablar en mítines o en televisión y que la gente recordara, al menos, alguno de sus latiguillos, como el inolvidable “puedo prometer y prometo...”. Y no digamos Johan Cruyff, con sus famosas frases del tipo “Antes de cometer un error, no lo cometo”, “Cada desventaja tiene su ventaja” o “Si hubiera querido que me entendieses, me habría explicado mejor”. Felipe González tiene una especial gracia sevillana para explicar lo más serio en palabras corrientes. Miguel Milá, Premio Nacional de Diseño, comunica extraordinariamente bien, a pesar de una pequeña tartamudez, que hace todavía más entrañable lo que dice. Xavier Mariscal, cuando nos presentó a los miembros del jurado el primer boceto para Cobi, la mascota de los Juegos Olímpicos de Barcelona, prácticamente no dijo nada. Dejó el papel encima de la mesa y no llegó a quitarse el abrigo. Sabía que el dibujo hablaría por él.

Dorothy Sarnoff fue una excelente actriz de teatro que perdió buena parte de su voz y tuvo que dejar su profesión, pero empezó una nueva, enseñar a hablar y a presentarse a famosos, desde presidentes de países a ejecutivos de multinacionales. Ogilvy se asoció con ella y

yo tuve la oportunidad de seguir uno de sus cursos, en inglés. Por eso me preparaba tanto cada sesión, ya que los demás eran americanos y hablaban en su lengua materna. Descubrí entonces que hablar en otro idioma tiene varias ventajas. Al no dominar las florituras de un idioma extranjero, se habla de forma más simple, directa, y se va al grano.

Un directivo que trabajó en nuestra oficina de Madrid tenía fama de hablar muy bien, de presentar magníficamente. Pero un día le vi y oí hacerlo en inglés y fue horroroso. Lo hizo muy mal. En castellano podía engañar con las palabras, pero en inglés, no. Era evidente que no tenía nada interesante que decir. Y no hay peor orador que el que no tiene nada que decir. Aunque sepa manejar las palabras.

Incluso cuando habla un buen orador, es fácil perder la atención. Una azafata que se le acerca para llevarle agua. Un técnico que se pone de pie para preparar el proyector, una puerta que se abre... ¡Hay tantos ladrones de atención! En teatro esto se llama robar el papel. Cuando un actor está hablando y otro se mueve o hace un gesto y distrae la atención de los espectadores, no le está haciendo ningún favor a su colega. Como cuando un conferenciante está hablando y alguien en las primeras filas empieza a comentar algo con su vecino. La única solución que tiene el conferenciante, si el comentario se alarga, es parar él. En el silencio se hace más evidente

que alguien del público está hablando, lo que le induce a dejar de hacerlo inmediatamente. Comunicar puede tener diferentes objetivos, como informar, recordar, explicar... El más difícil de todos es convencer.

Una de las veces de mi vida que he necesitado más capacidad de convicción fue hace muchos años, al término de una etapa de la Vuelta Ciclista a España, en Tarragona. Tenía previsto seguir con el helicóptero de la organización, que iba a Barcelona, para poder dormir en mi casa esa noche. Los productores de televisión me pidieron, para evitarse el viaje ellos, que les hiciera el favor de llevar a Barcelona la película de 35mm que habían filmado. Entonces se trabajaba así y se revelaba y editaba todo en la emisora. Acepté encantado e hice uno de los vuelos en helicóptero más hermosos que recuerdo, de Tarragona a Barcelona, a muy poca altura, por encima de las playas y reconociendo cada pueblo. Llegamos en poco rato al parque de Montjuïc, donde estaba la emisora de Televisión Española. El piloto vio, junto al edificio, un campo de deporte vacío y aterrizó ahí. Bajé del helicóptero con mi cartera en una mano y la bobina en la otra. El aparato se elevó de nuevo y se dirigió al aeropuerto donde iba a pasar la noche, ya cercana. Comencé a andar hacia la salida y fui comprobando, una a una, que todas las puertas estaban cerradas. No me lo podía creer. Sólo, encerrado en un campo de deporte, anocheciendo y con un material que debía salir esa noche por televisión. No se me ocurrió nada más que silbar tan fuerte como pude

y gritar por si pasaba alguien por ahí. Al cabo de un rato se acercó a la valla un vigilante del parque. Le expliqué lo que me había sucedido y con cara de incrédulo me dijo que saliera por donde había entrado. Nunca antes había necesitado tanto y tan urgentemente convencer a alguien de algo. Le dije que me acompañara él a Televisión Española, le di mi carné de identidad, utilicé todos los argumentos del mundo y sólo al final de unos minutos angustiosos conseguí convencerle de que me abriera. Afortunadamente, las cosas no siempre son tan dramáticas, aunque la ley de Murphy dice que en una presentación, o en una conferencia, todo aquello que puede fallar, falla.

En una ocasión estaba a punto de dar una conferencia de mucho compromiso a los directivos de una multinacional que se reunían en Barcelona, en el Hotel Arts, cuando de repente se fue la luz y nos quedamos sólo con las de emergencia, pero sin ninguna posibilidad de que funcionaran ni los micros ni mucho menos el ordenador. Esperé unos minutos y me decidí a dar aquella conferencia para cuatrocientas personas sin micro, casi sin luz y sin ningún apoyo visual. Por fortuna, sabía bien lo que tenía que decir y pude hacerlo sin ayuda del ordenador, aunque me quedé afónico toda la semana. Excusarse no suele servir de nada. El conferenciante que pide perdón por su faringitis y empieza su charla mencionado a todas aquellas personas que podrían hacerlo mejor que él, podrá ser muy honesto, pero no empieza con buen pie.

Como en tantas cosas de la vida, para llegar a hablar bien en público, hay que practicar. Tiger Woods dijo en una ocasión: “Cuanto más practico, más suerte tengo”.

Comunicar a través de los medios de comunicación, como la radio y la televisión, no es más difícil. La radio es íntima, personal. Y no cohíbe, porque uno no ve a los cientos de miles o millones de personas que están escuchando. Si el entrevistador de la radio es bueno, y muchos lo son, te hacen sentir bien, cómodo, y charlan contigo como si nadie más lo oyera. La televisión ya es otra cosa. Hay más parafernalia: maquillaje, luces, personas colgándote el micro inalámbrico, regidores que te dicen dónde te has de sentar y cuándo vas a salir en pantalla. Yo procuro, tanto en la radio como en la televisión, seguir siendo yo mismo. Probablemente no sabría hacerlo de otra manera. Las personas no somos actores capaces de representar diferentes papeles. Tenemos bastante con representar el nuestro. Y a veces, aun ése nos cuesta. Tampoco en la radio o en la televisión es recomendable leer, excepto cuando se ha de ser tremendamente preciso, o cuando nuestra situación emocional no nos permite otra cosa.

La comunicación escrita es distinta. Muchos estudiantes prefieren los exámenes escritos a los orales. Se puede pensar más, reflexionar o incluso volver a escribir. Y la timidez no afecta de la misma manera que cuando estás solo delante del profesor o del tribunal que te examina.

También es cierto que en todos los colegios enseñan a escribir y redactar, mientras que en muy pocos enseñan a hablar en público.

Para mejorar nuestra capacidad de hablar hay relativamente pocas personas en las que fijarnos, para mejorar nuestra capacidad de escribir hay miles de maestros, desde los clásicos hasta los escritores más modernos, los periodistas, los redactores publicitarios... Cuando un texto puede leerse sin esfuerzo, es porque previamente alguien ha hecho un gran esfuerzo por escribirlo así.

Indro Montanelli, el gran historiador y periodista italiano, escribió un magnífico artículo en La Vanguardia titulado "¿Qué es saber comunicar?" donde decía algo tan importante como esto: "Saber escribir significa ponerse con humildad al mismo paso que el lector, hablarle en su lenguaje con claridad y sencillez. Cosas que los profesores consideran fáciles y de escasa importancia y que, en cambio, son difícilísimas y de lenta adquisición. Es decir, hay que saber comunicar".