

ENTREVISTA A JULIO ALARD

EL SUSURRO DEL ALACRÁN

UNA NOVELA DE AVENTURAS MIRANDO AL ORIENTE

El susurro del
ALACRÁN
JULIO ALARD JOSEMARÍA



RAFAEL GONZÁLEZ-MACHO
VIT-AP UNIVERSITY
OCTUBRE 2023



La relación entre el mundo de la publicidad y la literatura ha sido tradicionalmente fructífera. La lengua, sus sutilezas y la persuasión que, en muchas ocasiones, se ejerce con su uso son las herramientas comunes del escritor y del vendedor.

Julio Alard es el director académico del Centro de Formación Profesional Superior en ESIC Business School, en Madrid. Se ha dedicado a la asesoría de mercadeo y a la enseñanza superior durante más de 30 años. Eso da para mucho, para contar muchas historias y estoy seguro de que él las tiene guardadas. Después de vivir la vorágine de la publicidad de empresas, algunas de ellas multinacionales, encontró un lugar aparentemente más cómodo en la enseñanza.

Nos hemos encontrado con él, mirando desde la India hacia Orán (Argelia), donde se desarrolla gran parte de la historia que nos vino a contar, y hemos escuchado lo que un par de personajes, salidos de a saber dónde, le decían:

-Él es un publicitario que ahora se ha metido a novelista -dijo, desde el taburete, uno de los presentes dándose un tono como de maestro de escuela antigua, riguroso, pero con reposado afecto.

-No, yo lo conozco muy bien -desde un rincón en penumbra interrumpió una voz áspera-, Julio Alard siempre ha tenido historias en su cabeza y quizá también ha inventado cuentos mientras trabajaba con todas esas empresas. Seguro, seguro que lo ha hecho.

Julio Alard: Lo que es seguro es que todos arrastramos una historia. Una historia vital que en la mayoría de las ocasiones estaría entre las mejores y más grandes jamás contadas. Todos los personajes que habitamos este planeta azul tenemos historias que contar, algunas merecerían una gran novela o una película, a veces un largo metraje, otras un cortometraje, pero igualmente intenso y cargado de emociones. Esto mismo es lo que se interpreta de la famosa frase de Eduardo Germán María Hughes Galeano, mundialmente conocido por su primer nombre y su último apellido. Eduardo Galeano, nos dejó, antes de irse en la primavera del año 2015, una sentencia para la posteridad, o al menos para recordarla de vez en cuando: «Los científicos dicen que estamos hechos de átomos, pero a mí un pajarito me contó que estamos hechos de historias»

-Uno puede haber ido a la escuela, a la universidad, o ser profesor como Julio, pero la academia, y eso lo sabemos todos, también desvía a las personas, las cambia, sin duda. -La voz cavernosa no dejaba de opinar como un verdadero metiche- ¿Tú crees que el paso por la academia tiene alguna utilidad para un contador de cuentos?

-Influye, yo creo que sí, pero ¿utilidad...? No sé. Quizá, se conoce mucha gente en los salones de clase, en el claustro, en la cafetería... más de uno podría ser un personaje de novela, pero las academias matan la poesía.

J. A.: Todo influye, la academia, la universidad por supuesto, aunque a veces forma tanto como deforma. También influye el ver pasar la gente. Los que van y de repente se cruzan en tu camino y, sin saber muy bien por qué, te ves unido a ellos, y te marcan, te dejan una huella indeleble. Otros, la mayoría, continúan su camino sin apenas dejarte huella, porque no te interesaron, o porque no surgió esa fuerza invisible magnética que atrae y une definitivamente a las personas. Ya lo decía el poeta, Machado, que además era sabio, como todos los poetas, una sapiencia alcanzada por su inmensa riqueza interior: «Todo pasa y todo queda, pero lo nuestro es pasar, pasar haciendo caminos, caminos sobre la mar».

Me dejo para el final la última cuestión, sobre si la educación mata la creatividad. Muchos se muestran de acuerdo en la falta de fomento en los colegios de la creatividad y la imaginación. Quizás no fuera el caso del bueno de Machado, que se formó en la Ins-



titución Libre de Enseñanza, un lugar que fue creado para el pensamiento libre, respeto mutuo entre las personas y el fomento de nuevas ideas.

Hablaban con el autor de *El Susurro del Alacrán*, Julio Alard, parecía que lo conocían, pero guardaban una cautelosa distancia, como si el novelista hubiera entrado a contarles algo que ellos creían saber, pero ignoraban. Temían que les descubriera, entre las páginas del libro, ese Oriente próximo, pero siempre tan lejano.

-*El Susurro del Alacrán* suena a misterio, ¿Qué es eso de un escorpión susurrando? ¿Acaso pueden hablar esos bichos? -su voz rota era más profunda en las preguntas, como la de esas antiguas radios.

-Es posible. Yo creo que es una novela negra, de crímenes, ya sabes, de la época de los contrabandistas, entre España y el Oriente, el Mediterráneo. Ya sabes, cuando las guerras de Europa, y de España, y del mundo, con personajes que sufren y sueñan, casi postales en blanco y negro.

J. A.: *El Susurro del Alacrán* es la historia de Julián y de su hijo Jorge, de su amigo Tomás, de su mujer Marcelle, de Darid, de Félix, de Amelia, de María, de Rafaela, y de muchos personajes que vivieron una época trágica. No es solo una ficción histórica de intriga y descubrimientos oscuros, es también un canto al amor y a la amistad incondicional en un tiempo duro, convulso y lleno de incertidumbres.

Ahora, probablemente los más agoreros, los gurús del tiempo quieren ver en los momentos actuales, los mismos malos agüeros que desembocaron en aquella calamidad. Si pensamos en el frentismo que nos ha perseguido como una mala pesadilla a los españolitos de a pie, como causa principal y necesaria para los trágicos acontecimientos que se vivieron, pues qué quieres que te diga, vivimos tiempos que se parecen como gotas de agua del mismo estanque enfangado.

A través de sus páginas, *El susurro del alacrán* nos transporta desde el taller de alpargatas de Julián,

en su Cartagena natal, a las calles del Orán colonial, sumergiéndonos en el día a día de sus habitantes y tejiendo una trama llena de misterio y pasión. La obra se convierte así en un relato que trasciende el trasfondo histórico para explorar, a través de sus personajes, la compleja conducta humana en tiempos azarosos. Es «el amor en los tiempos del cólera», como tituló el Premio Nobel Don Gabriel García Márquez para relatar el amor intenso, incomprendido entre Florentino Ariza y Fermina Daza. *El susurro del alacrán* es también la historia de amor paterno filial, pero no solo, también el amor de los amigos, y los amores no correspondidos, y también de las venganzas que se van tejiendo poco a poco. En definitiva, las grandezas y miserias de las personas, con sus motivaciones, sus pequeños logros y sus grandes fracasos.

-¿Son reales los personajes de una novela? No, ¿verdad? Se exagera, se exagera mucho ¿no es así? ¿O es la realidad así de exagerada?

-La realidad no es nada normal, -se había detenido la voz en la linde que dibujaba el foco tembloroso sobre sus pies.

J. A.: Todos los personajes existen en tu imaginación. En el proceso libre de creación, vas poniendo de aquí y de allá. Te descubres como un creador, cogiendo barro de aquí y una costilla de allá, para

ir modelando a esos personajes, que tienen un aspecto físico, su voz propia y sobre todo motivaciones. Motivaciones profundas que son las que los llevan a actuar, a hacer cosas, unas buenas y otras malas. Todos los personajes tienen un trozo de alguien, son como pequeños *Frankenstein* que llevan piezas que encajan en un nuevo ser, con vida propia. Alguna vez te has imaginado la conversación que tendría Alonso Quijano con su creador el insigne Don Miguel de Cervantes: «Me pintaste loco y desmadrado, recibí palizas e incomprendiones por parte de malandrines que abusaron de mi confianza y bondad», le reclamaría por daños y perjuicios el personaje a su autor. «La culpa fue de vuesa merced, esa locura sobrevenida fue por leer aquellos libelos de caballerías. ¿Acaso no lo recuerda? Los devoraba como Saturno comiéndose a su hijo». Le respondía el Manco de Lepanto.

-¿Es la publicidad una vía para contar historias?

-Es sólo una excusa, -respondió con firmeza mientras se sentaba nuevamente en el taburete.

J. A.: Siempre, la publicidad cuenta historias, fantasías animadas de ayer y hoy como decía el título de la clásica serie de dibujos animados, cuyo nombre original era *Merrie Melodies*. En inglés, que siempre suena mejor, sobre todo para algunos parludos que esconden tópicos y cosas comunes en



el idioma de Shakespeare, porque piensan que les ennoblece y les hace dignos de ser superiores, en publicidad lo llaman *storytelling*. Aunque esto de contar historias es coetáneo con la propia humanidad. Las cuevas de Altamira son testigo, con sus bisontes de ocho patas, un relato en el que aquellos artistas querían expresar que aquellos bichos peludos de enormes cabezas corrían que se las pelaba.

-La literatura es un género de la publicidad, -la voz quería saber qué tanta publicidad tiene la literatura.

-No, vayámonos a los manuales que enseñan en las escuelas, ni son géneros, ni son como el agua y el aceite, quizá como el aceite y la sartén.

J. A.: Aguas abajo, el fin que persiguen la literatura y la publicidad es contar historias, entretener; a veces, aunque menos, informar; las más de las veces, emocionar. En eso coinciden, aunque, a decir verdad, la publicidad está contagiada de esa persuasión innata, ese intentar convencer de algo, mover a la gente a la acción, a que hagan, o piensen algo. «Directo al pie» que dirían en el argot futbolero. Eso es lo que hace la publicidad. Y dicho esto, es cierto que hay muchos publicitarios metidos a escritores. Al propio García Márquez se le atribuye el eslogan «Yo sin Kleenex no puedo vivir». También Carlos Ruiz Zafón el autor de *La sombra del viento* fue, en sus años, director creativo de una importante agencia de Barcelona. O el propio Miguel Ángel Furones, que lo fue de la todopoderosa Leo Burnett Worldwide, con novelas como *El escritor de anuncios* o *Primera Clase*. También, desde el otro lado, se colaron algunos narradores, como el director Martin Scorsese (narrador audiovisual) que dirigió el corto *La clave reserva* para una marca de cavas. Y es que la publicidad atrapa tanto como centrifuga. Al final estamos ante herramientas de narrar y ficcionar con objetivos claros y bien diferenciados.

-¿Se escribe para entretener, para criticar, opinar, para homenajearse a uno mismo? -miraba a la sombra y miraba a Julio.

-Se escribe para vender libros, carajo, -respondió la voz ronca, sin más miramientos.

J. A.: Recuerdo hace mucho tiempo, creo que fue el primer profesor que tuve en la universidad donde caí fortuitamente, como Alicia cuando perseguía al conejito y cayó por la madriguera. Entonces, me di de bruces con el país de las maravillas que entonces era la publicidad, con sus luces de neón, sus

colorines, sus palabras adornadas y sus tipografías retrecheras. Pues bien, ese profesor de cuyo nombre no puedo, no quiero acordarme, había escrito varios libros sobre la publicidad, incluso uno sobre la historia de esta. Efectivamente uno se puede imaginar que aquellos eran libros de obligada lectura, y de obligada compra también. Aquel ilustre profesor y escritor decía que de la pluma, no vivían más que algunos empresarios de granjas avícolas. Tenía gracia el señor, y sobre todo la manera de desincentivar a cualquiera que pretendiera escribir exclusivamente con fines económicos.

Hoy en día puedo afirmar que, salvo excepciones, de escribir se saca poco dinero. Se escribe por todo lo que dices, a veces como terapia, o para entretener, o para sacar de tu cabeza las cosas que pesan y aliviar la mente y el alma, para contar historias, para crear personajes. Para algunos, y no es mi caso, por vanidad. El problema es que en esta ecuación hay dos, el que escribe (los que escriben) y los que leen. Si estos son menos el resultado se descompensa. Hay que fomentar la lectura, y también la escritura.

