

EL CONTEXTO QUE FALTA

Casi nada de lo que se entiende mal se entiende mal por falta de información.

Falta otra cosa.

Un dato suelto no significa nada: una fecha, un nombre, una cifra no dicen nada hasta que alguien pone el foco en la totalidad. Con la información de las empresas o con la prensa que lees a diario pasa igual, solo que ahí el contexto no falta por descuido. Falta porque nadie lo ha puesto y no lo ha puesto lo suficiente.

Mi trabajo consiste en ponerlo.

Quién soy

Me llamo Jesús Arcos. Soy historiador y asesor cultural.

Vengo de la creatividad y del diseño. Empecé dando clases de diseño gráfico e informática y trabajando como creativo publicitario; de ahí pasé a la imagen corporativa y a la comunicación institucional. La Historia llegó después, y no vino a sustituir lo anterior: vino a ponerlo en contexto.

Hoy coordino proyectos culturales internacionales en el ámbito de la diplomacia cultural -exposiciones, ciclos de cine y de música, programación con instituciones públicas y privadas-, enseño Historia y escribo sobre cómo el pasado permite leer la actualidad, y cómo esta oculta muchos mitos del pasado en favor de unos intereses.

- Son tres oficios y una sola operación: construir el contexto que falta para que algo se entienda y comunique una realidad. Da igual que el asunto tenga dos mil años o que haya salido esta mañana.



De dónde viene

Mi formación es poco lineal, y lo es a propósito:

01

Historia y Geografía

02

Máster en Mediterráneo Antiguo

03

Estudios de doctorado en Historia Antigua

04

Máster en Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca

05

Máster en IA e Innovación

06

Geopolítica y habilitación docente

No es adorno de currículum: es la herramienta. Investigo como historiador y lo comunico como director de arte. Y uso IA en todo el proceso, como instrumento de contraste y de alcance, nunca en lugar del criterio.

Historia + diseño + IA

Una sola herramienta de lectura y comunicación.



Cómo trabajo

Tres modos. Una misma operación: construir el contexto que falta.



01 Asesoría

Una organización rara vez tiene un problema de información. Tiene un problema de lectura: sabe lo que quiere decir, pero no cómo va a sonar. Antes de un lanzamiento, una campaña, un comunicado o un cambio de rumbo, paso el mensaje por cinco lentes y construimos juntos el momento en que conviene decirlo, a quién hay que llegar primero, qué relato se activa, qué intereses conviene que se vean alineados y en qué precedente apoyarlo.

02 Formación de equipos

Lo anterior, instalado en tu gente. No es formación en liderazgo ni en habilidades directivas: es formación en criterio, dirigida a quien decide y a quien comunica. Un equipo que sabe leer un contexto deja de necesitar que alguien se lo lea.

03 Docencia

Enseño Historia. No como una sucesión de datos que hay que retener, sino como una manera de mirar. Quien aprende a leer así un episodio del siglo XIX lee igual el periódico de esta mañana.

Atención bifocal y afinado

Debajo de las tres cosas hay dos operaciones.

01 Atención bifocal

La atención bifocal consiste en mirar el detalle sin soltar el conjunto. Una fecha que no cuadra solo significa algo si sabes qué ocurría alrededor; y el conjunto solo se entiende si alguien se ha parado antes en la fecha.

02 Afinado

El afinado viene después: quitar lo secundario hasta que queda lo que sostiene el asunto. No es resumir. Es distinguir.

**No es resumir.
Es distinguir.**



CARIM ante un titular ajeno

Se llama CARIM -contexto, actores, relato, intereses, memoria- y funciona igual en los dos extremos.

Lees una noticia sobre una subida de precios.

C Contexto

dice en qué momento sale y qué se publicó la semana anterior.

A Actores

quién habla y quién no aparece.

R Relato

si te la cuentan como algo inevitable o como una decisión.

I Intereses

a quién le conviene que la leas de esa manera.

M Memoria

qué ocurrió la última vez que pasó algo parecido, y por qué nadie lo menciona.



CARIM ante un mensaje propio

Una empresa va a anunciar un cambio de rumbo.

C

El contexto

elige el momento y lo que hay alrededor que juega a favor.

A

Los actores

señalan a quién hay que llegar primero: dentro antes que fuera.

R

El relato

decide qué historia se activa y cuál conviene no rozar.

I

Los intereses

aclaran con quién quiere que la lean alineada.

M

La memoria

busca el precedente en el que apoyarse.

Leer y construir son la misma operación en direcciones opuestas. Por eso quien sabe desmontar un mensaje sabe levantarlo.

PRUÉBALO

Mándame un titular y te devuelvo lo que hay detrás.

