

---

Cristina Jueas, Agustí López, Robert Ferrer

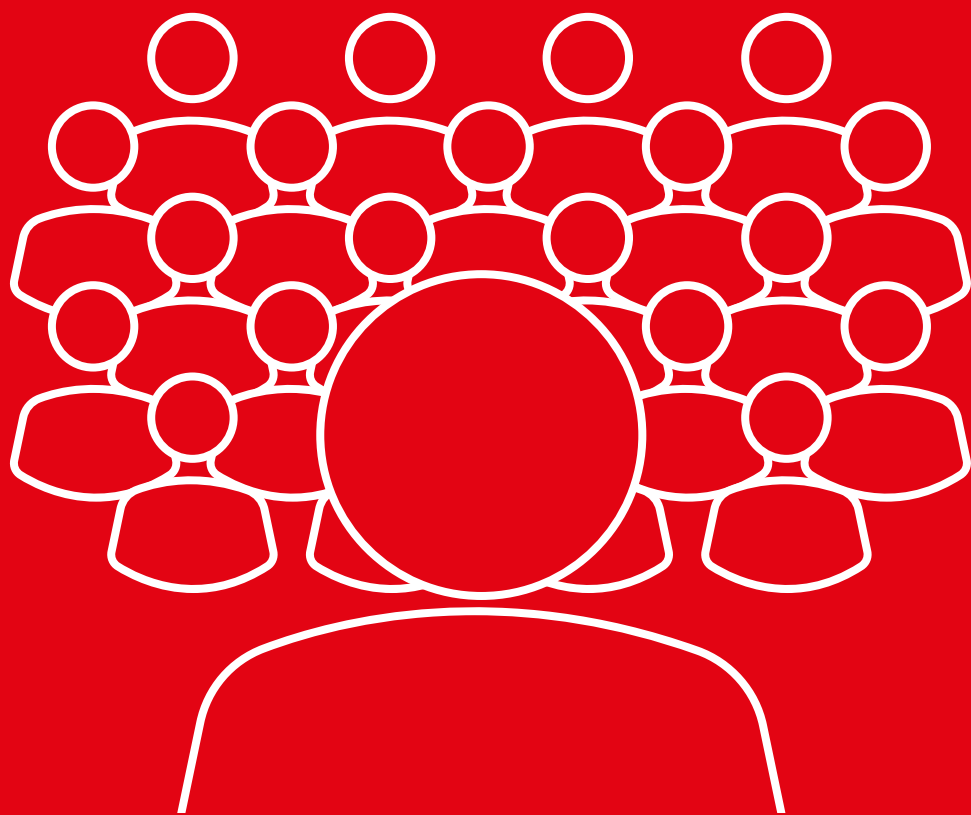
---

# Hablar en público en 4 pasos

---

Un método basado en El Viaje del Héroe

---



Libros de Cabecera

# Hablar en público en 4 pasos

## Un método basado en El Viaje del Héroe

Cristina Juesas, Agustí López y Robert Ferrer

Tanto en el trabajo como en la vida cotidiana nos toca hablar en público con frecuencia: una reunión en la oficina, el lanzamiento de un proyecto o una junta de la comunidad de vecinos. ¿Cuántas veces has tenido que hacer una presentación y no has sabido ni por dónde empezar?, y ¿cuántas de estas veces has quedado satisfecho con el resultado?

La solución definitiva está entre tus manos. En este libro los autores exponen un método innovador para preparar charlas y presentaciones utilizando la estructura del conocido viaje del héroe, simplificándolo y adaptándolo a cuatro pasos. Cuatro pasos que podrás aplicar a cualquier tipo de charla profesional como, por ejemplo, presentaciones de producto, resultados de ventas o lanzamiento de proyectos.

No necesitas ser un orador con experiencia previa para dejar a tu audiencia con la boca abierta y ganas de más. Con *Hablar en público en 4 pasos: Un método basado en El Viaje del Héroe* podrás aprender de forma detallada cómo crear tu charla, con ejemplos de aplicación en el mundo de la empresa y referencias a películas, libros y series.

El libro incluye, además, todas las plantillas de preparación para que puedas aplicar esta técnica todas las veces que necesites y que nunca más tus presentaciones sean aburridas.

**«Saber hablar en público en el mundo profesional es una habilidad tan básica como saber atarse los cordones. Requiere que te enseñen a realizar el nudo, requiere que te equivoques, requiere que practiques y llega un momento en que lo haces sin pensar. Este libro es la mejor guía para aprender a hacerlo».**

Fernando de la Rosa, director de desarrollo de negocio de Foxize

Más información aquí:

THEMA: KJP  
ISBN: 978-84-122722-6-0



**Libros de Cabecera**  
[www.librosdecabecera.com](http://www.librosdecabecera.com)

# **Hablar en público en 4 pasos. Un método basado en El Viaje del Héroe**

**Cristina Jueas**

**Agustí López**

**Robert Ferrer**

**Libros de Cabecera**

[www.librosdecabecera.com](http://www.librosdecabecera.com)

Barcelona – Madrid

1ª edición: junio 2021

© 2021 Cristina Juesas Escudero, Agustí López Hernández  
y Robert Ferrer Vilalta

© 2021 Libros de Cabecera S.L.  
Rambla de Catalunya, 53, 7º G  
08007 Barcelona (España)  
[www.librosdecabecera.com](http://www.librosdecabecera.com)

Cristina Juesas Escudero ISNI: 0000 0004 9338 2713

Agustí López Hernández ISNI: 0000 0004 9338 273X

Robert Ferrer Vilalta ISNI: 0000 0004 9338 2801

Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamo públicos.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, [www.cedro.org](http://www.cedro.org)) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Diseño de la colección: Nèlia Creixell

Editora: Virtuts Angulo

Portada: P.A.R

Maquetación: Nèlia Creixell

ISBN: 978-84-122722-6-0

eISBN: 978-84-122722-7-7

THEMA: KJP

Depósito Legal: B 11260-2021

Impreso por DC PLUS, Serveis editorials, scp

Impreso en España – *Printed in Spain*

# Índice

<b>Prólogo</b>	7
<b>Introducción</b>	13
<b>Parte I: No sé hablar en público</b>	21
1. Qué quieres conseguir con tu charla	25
2. Es la audiencia, ¡estúpido!	31
3. Dale forma a tu mensaje	37
4. Los cuatro pilares de un discurso	43
5. Supera tus miedos	55
6. Aun sin saber de diseño vas a enamorar a tu audiencia	61
7. Hablar en público requiere preparación	65
<b>Parte II: El viaje del héroe: cómo organizar la narración</b>	67
8. Las charlas memorables son las que dejan huella	71
9. Qué es el viaje del héroe	77
10. El viaje del héroe: cuatro pasos para triunfar	83
11. Los personajes: el bueno, el feo y el malo	103
12. La llamada a la acción	127
13. Casos prácticos	131
<b>Parte III: Cómo prepararte para salir a escena</b>	141
14. El miedo escénico	145
15. Preparar el PowerPoint	151
16. Ensayo, ensayo, ensayo	157
17. Cuida tu voz	165
18. La puesta en escena	169
19. No se te puede olvidar	179
20. Las charlas virtuales	183
21. El <i>elevator pitch</i>	187
<b>Conclusión: preparado para triunfar</b>	191
<b>Anexos</b>	193
1. Charlas que siguen la estructura del viaje del héroe	197
2. Películas, series y libros que emplean el viaje del héroe	217
3. <i>Checklist</i> de preparación	237

4. <i>Checklist</i> de puesta en escena	239
5. Plantilla de audiencia	241
6. Plantilla para la creación de personajes	243
7. Plantilla del viaje del héroe	245
<b>Glosario</b>	247
<b>Bibliografía y enlaces</b>	251

# Prólogo

Abderramán III fue califa de Córdoba gran parte del siglo X, uno de los hombres más poderosos de su tiempo. Según el historiador Ibn Idar dejó esta reflexión en su diario:

He reinado 50 años en victoria y paz. Fui amado por mis súbditos, temido por mis enemigos y respetado por mis aliados. Riquezas y honores, poder y placeres, aguardaron mi llamada para acudir de inmediato. No existe terrena bendición que me haya sido esquivo. En esta situación he anotado diligentemente los días de pura y auténtica felicidad que he disfrutado: suman catorce.

Aprovechando que soy cordobés, al inicio de algunas de mis conferencias especialmente dirigidas a directivos y *managers*, suelo contar esta historia apoyándome en varias diapositivas que incluyen el texto y la efigie del personaje. Luego pregunto a la audiencia sobre la enseñanza que concluyen del relato y, para finalizar, muestro una última diapositiva con mi propia moraleja de la historia:

La vida del directivo es más dura de lo que parece. Si hasta un califa se queja de su vida, ¿cómo no ibas a desanimarte tú de vez en cuando? Los directivos también lloran.

Con este breve contenido mi objetivo es iniciar mi intervención con un tono humorístico (¡qué importantes son los emoticonos!), didáctico y participativo, e introducir de paso temáticas como la motivación y la llamada *gestión de las emociones*.

Hace ya 30 años, tras finalizar la carrera de Psicología, y de forma complementaria a mi actividad profesional, empecé a impartir conferencias y acciones de formación relacionadas con la gestión de personas, el desarrollo de la carrera y la motivación, en las que he tenido la oportunidad de compartir propuestas con miles de personas, por ejemplo, en cuatro eventos TEDx celebrados en España.

Pero no hace tanto que decidí empezar a presentarme de forma específica como *conferenciante de empresa con rigor y humor*, bajo mi marca Yoriento.com, porque organizaciones, empresas y agencias de eventos incrementaron la demanda de profesionales que realizaran intervenciones breves dirigidas a medianas o grandes audiencias, especializados en temáticas como motivación, liderazgo, trabajo en equipo, comunicación o ventas, y con diversos objetivos, formatos y estilos.

Mi larga travesía como comunicador autodidacta habría sido más eficiente y fundamentada si hubiera llegado antes a mis manos esta excelente publicación: *Hablar en público en 4 pasos. Un método basado en El viaje del héroe*. Este libro traslada de forma integral y aplicable cómo convertirnos en conferenciantes y comunicadores solventes y motivadores. Si quieres informar, persuadir o entretener con eficacia a tus audiencias este manual te muestra cómo hacerlo. ¿Qué más se puede pedir? Bueno, tal vez haber contado con un prologuista famoso y atractivo.

Aprovechando el estrado que me proporcionan los autores, Cristina, Agustí y Robert, voy a permitirme trasladar algunas reflexiones, con rigor y humor, sobre el oficio de *conferenciar* y sobre el mundo de las conferencias. Y una recomendación inicial sería asignar un título sugerente, concreto y breve a cada intervención, como voy a intentar con esta parte del prólogo como si de una ponencia se tratara: *Tres ideas chocantes sobre ser conferenciante*.



## **UNO. Si eres conferenciante parecerás un profesional más importante**

---

«Si le han invitado a dar una charla será por algo»

---

### **Los profesionales que hablan en público parecen mejores. Hazte conferenciante**

¿Y a qué se debe esta explosión comunicativa en formato conferencia? Mi hipótesis es que la globalización, la digitalización y la competencia por el talento, han generado una necesidad de captar y ofrecer recursos de aprendizaje continuo. En este contexto, las actividades en formato conferencia también han aumentado su cuota en el mercado-ecosistema de la formación para profesionales e equipos, ya sea en modelos abiertos o *in company*.

### **Las conferencias como producto de entretenimiento**

La guerra por la atención, consecuencia del desempeño multitarea, multipantalla y *on-offline*, exige estilos formativos que incluyan el entretenimiento, los contenidos audiovisuales y la implicación de las audiencias. Los consumidores de formación quieren que las conferencias sean también experiencias innovadoras e inspiradoras.

### **El objetivo de ser conferenciante**

En el contexto de esta *burbuja conferenciadora*, convertirse en conferenciante es un objetivo tan generalizado que encontrar a alguien armado con un PowerPoint frente a un auditorio ya no es garantía de que esa persona sea un referente profesional o, incluso, de que tenga algo interesante que decir.

Si el *mercado de las conferencias* crece es inevitable que cada vez más profesionales se intenten reconvertir en conferenciantes, sean o no capaces de ofrecer valor y entretenimiento a sus audiencias.

—Hijo, ¿qué quieres ser de mayor?

—Conferenciante.

—¡Ese es mi niño!

## **DOS. Lo contrario de un conferenciante divertido no es un conferenciante serio, sino aburrido**

*Si vas a decir la verdad a la gente, hazle reír o te matará.*

**Oscar Wilde**

Lo contrario de divertido no es serio, sino aburrido. Muchos conferenciantes que resaltan *la importancia del humor* en la empresa y en la educación, dan discursos tediosos y desprecian a los ponentes divertidos, entretenidos o que fomentan la participación.

También en la actividad de hablar en público, *marca es el perfume que usas*, que eliges tú, pero *reputación es el olor que dejas*, la cual depende de las opiniones de tus clientes y audiencias. Dicho de otra forma, la marca es lo que dices que haces, pero la reputación es lo que haces.

No hay nada que no se pueda comunicar con una sonrisa, pero lo difícil no es *decir algo sonriendo*, sino que lo que se dice genere sonrisas.

La razón de que haya muchas más conferencias aburridas que divertidas es esta: ser divertido implica más elaboración, esfuerzo y riesgo que ser aburrido. Hasta aquí mi tesis doctoral *El uso del humor para hablar en público*.

No te hagas el *gracioso*, haz *graciosa* tu intervención. No es la persona conferenciante la que tiene que ser suficientemente entretenida, sino que debe serlo su conferencia.

La idiosincrasia y el estilo personal de la persona comunicadora pueden facilitar la atención y la conexión con el público. Pero un conferenciante no puede mejorar con facilidad su vis cómica y el carisma, pero sí aumentar su preparación y dedicación para comunicar mejor.

Si quieres entretener a tu audiencia enfócate en elaborar una presentación entretenida y deja de intentar ser una *persona que entretenga*.

Ser divertido en una intervención en público puede ser más o menos difícil, pero el verdadero reto es aplicar el humor de forma profesional y con sentido en los contenidos que debes tratar y para los objetivos que quieres conseguir.

Por supuesto el entretenimiento también es la clave para que los contenidos de tus intervenciones obtengan mayor alcance *online*: **si quieres likes, como el humor no hay.**

## **TRES. No hay público malo, sino conferencias mal elegidas**

Antístenes (444-365 a.C.) fue fundador de la escuela cínica y afirmó que «solo existe lo individual», oponiéndose explícitamente a la Teoría de las Ideas de Platón.

Cierto día en que Antístenes habló muy extensamente en su habitual diatriba crítica con otros colegas filósofos, Platón le dijo: «¿Ignoras que la medida de un discurso no es del que habla, sino del que escucha?».

---

**Nadie se quejó nunca de que una conferencia  
fuese demasiado breve**

---

Parafraseando a Mark Twain, generalmente me cuesta más de un mes preparar una buena conferencia improvisada. De hecho, cuanto más breve es la intervención, más tiempo necesito para prepararla.

Ten en cuenta que el esfuerzo que no dedicas a sintetizar tus ponencias, lo dedica tu audiencia para soportarlas.

Es importante que los profesionales de la comunicación sean conscientes de que las conferencias no son para el conferenciante, ni tampoco para los clientes que les contratan, sino para su público. Las intervenciones no tienen que ser o parecerles buenas al ponente ni a sus colegas o contactos, sino a las personas a las que se dirige.

Es importante conocer las motivaciones actuales de la audiencia y sus preferencias en cuanto a estilos de aprendizaje y entretenimiento. Algunas historias, chistes o ejercicios funcionan siempre y para todos, y otras solo funcionan a veces y para algunos. Elige sabiamente para adaptar ideas, contenidos y formatos en cada intervención.

Y recuerda evitar aplastar a tu audiencia con una sobrecarga de contenidos. El objetivo de una conferencia es compartir ideas, no demostrar que tienes mucho material.

---

**Cuando crees que el público es malo significa que estás  
impartiendo una conferencia equivocada**

---

Disfruta y aprende mucho de los consejos de *Hablar en público en 4 pasos. Un método basado en El viaje del héroe*. Yo lo he hecho.

**Alfonso Alcántara** (@Yoriento)

Córdoba, 29 de marzo 2021

## Los autores

---



### **Cristina Juesas**

Comunicación corporativa y científica, oratoria y eventos.

Desde 2009 a 2015 acompañó al Gobierno Vasco y a la Universidad del País Vasco en sus procesos de transformación digital. Ahora ayuda a otras organizaciones a desarrollar estrategias para comunicar mejor con sus diferentes audiencias. Además del mundo digital, está especializada en oratoria y diseño de presentaciones e infografías.

Directora de comunicación en la Fundación iO. También es profesora asociada en Digipen Institute of Technology Bilbao, donde imparte clases en inglés. Ha colaborado como docente con universidades como la UPV/EHU, la Universidad de Mondragón, la UNED y la Nebraska Wesleyan University, además de escuelas de negocios, cámaras de comercio y diversas organizaciones públicas y privadas.

Organiza TEDxVitoriaGasteiz desde 2014 y ha colaborado con TED impartiendo talleres en varias de sus conferencias en el mundo. Dos veces Distinguished Toastmaster (DTM), fue directora del Distrito Suroeste de Europa de Toastmasters International durante el curso 2020-2021. En 2012 ganó el Premio Bitácoras en la categoría de mejor blog cultural con su proyecto unadocenade.com.

[www.cristinajuesas.es](http://www.cristinajuesas.es)

[hola@cristinajuesas.es](mailto:hola@cristinajuesas.es)

<https://www.linkedin.com/in/cristinajuesas/>

<http://twitter.com/maripuchi>



---

## **Agustí López**

Marketing, innovación y eventos.

Es consultor especializado en marketing e innovación. Se diplomó en Ingeniería Técnica Industrial, tiene un Máster en Marketing de Gran Consumo por la Universidad de Barcelona y un MBA por EADA.

Creador de Canal Consultor, el primer podcast y escuela dedicado exclusivamente al mundo de la consultoría. Colabora habitualmente con empresas ayudándolas en sus procesos de digitalización y transformación

Es un apasionado de la formación, disfruta muchísimo con cada curso, con cada grupo. Da clases en el Máster de Recursos Humanos de la Universitat Rovira i Virgili (Tarragona). Y, sobre todo, imparte cursos en empresas que necesitan formar a sus equipos de trabajo.

Fundador y *curator* de TEDxTarragona desde 2015, lidera un equipo permanente de más de 15 personas. El proyecto ha ido creciendo con iniciativas como el formato Salon, la Première, o el Micro Obert hasta ser un evento de referencia en Tarragona en el ámbito de la difusión de ideas y la innovación.

Ganador de los premios Blog Catalunya 2013 en la categoría de Comunicación.

[www.agustilopez.com](http://www.agustilopez.com)

[agusti@agustilopez.com](mailto:agusti@agustilopez.com)

<https://www.linkedin.com/in/agustilopez/>

<http://twitter.com/agustilopez>



---

## **Robert Ferrer**

Asesor de comunicación y RSC, coach de ponentes y mentor.

Su actividad profesional se dirige a personas emprendedoras y directivas. Genera estrategias para el desarrollo humano de las personas y marcas, creando organizaciones más humanas y sostenibles que logren sus objetivos de rentabilidad económica, sociales y ambientales.

Licenciado en Ingeniería Industrial, Máster en Digital Business por ESIC y Desarrollo de Organizaciones Conscientes por la Universitat de Barcelona. Distinguished Toastmaster (DTM) por Toastmasters International. MBA en empresas sociales, *coaching* y mediación de conflictos con comunicación no violenta.

Formador en comunicación en The Social MBA y en escuelas de negocio como la Barcelona School of Management. Acompaña a personas emprendedoras y directivas para hacer realidad sus ideas. Colabora con fundaciones, BCorps, pymes, ONG y startups para crear estrategias de negocio y comunicación que logren humanizar sus marcas.

Fundador, *curator* y *coach* de ponentes de TEDxGracia desde 2013. También ha participado como *coach* de ponentes en las ediciones de 2015 de TEDxBarcelonaED y TEDxBarcelonaWomen, rol que desempeña en la actualidad como parte del equipo de TEDxEixample y TEDxJardinsdeLaribal.

[www.robertferrer.org](http://www.robertferrer.org)

[hola@robertferrer.org](mailto:hola@robertferrer.org)

<https://www.linkedin.com/in/robertferrervilalta/>



## Libros de Cabecera

[www.librosdecabecera.com](http://www.librosdecabecera.com)

**Libros de Cabecera** pretende hacer llegar a empresarios, directivos, consultores, emprendedores, estudiantes y, en general, a cualquier persona interesada en el mundo de la empresa y la economía, contenidos que **inspiren a la acción** en el mundo de los negocios y la gestión empresarial.

La filosofía por la que nos regimos es la de la **divulgación rigurosa**, aunando la precisión en el tratamiento de los temas con una redacción fácil de seguir, que ayude a los lectores a la puesta en práctica de las conclusiones y sugerencias de los autores. Defendemos que los textos divulgativos y amenos pueden ser serios y rigurosos.

Aunque muchos de nuestros autores son noveles como escritores, todos son expertos en las materias que exponen. Nuestro equipo de edición, compuesto de profesionales que combinan las competencias editoriales con un amplio conocimiento del mundo empresarial, trabaja conjuntamente con ellos para que cada libro que publiquemos cumpla con los parámetros de **excelencia, simplicidad y orientación a la acción**.

Nuestras colecciones constan de manuales prácticos, libros temáticos, ejemplos de mejores prácticas, ensayos de actualidad y textos académicos con tono divulgativo.

En definitiva, ambicionamos que todos nuestros libros se lean y que sean la referencia sobre el tema que traten. Aspiramos a que se conviertan en auténticos *libros de cabecera* para nuestros lectores.

Confiamos, querido lector, que a ti también te ocurra con este libro.

Estamos a tu disposición en: [editorial@librosdecabecera.com](mailto:editorial@librosdecabecera.com)

También en Twitter: [@libroscabecera](https://twitter.com/libroscabecera)



**Hasta aquí la versión gratuita  
de este libro.**

**Si quieres seguir leyendo,  
puedes comprar el libro entero en:  
[www.librosdecabecera.com](http://www.librosdecabecera.com)**

**Gracias**

## **Libros de Cabecera**

Libros de empresa y economía

Libros de Cabecera es un proyecto editorial que pretende hacer llegar a empresarios, directivos y profesionales de la gestión de empresas, contenidos prácticos e innovadores, que les sean de utilidad en el desarrollo de su negocio y de sus tareas profesionales.