

# DESCUBRE EL ARTE DE HABLAR EN PÚBLICO

FERNANDO MIRALLES



Fernando Miralles, campeón de España de oratoria, te revela todos los secretos para que tus presentaciones sean un éxito.

*EmprenBooks*

# DESCUBRE EL ARTE DE HABLAR EN PÚBLICO

FERNANDO MIRALLES



Fernando Miralles, campeón de España de oratoria, te revela todos los secretos para que tus presentaciones sean un éxito.

**EmprenBooks**

Primera edición: septiembre 2022

Diseño de la colección: Emprenbooks

Corrección morfosintáctica y estilística:

Emprenbooks

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

De esta edición: Emprenbooks, 2022

Editor: Valen Bailon

DEPÓSITO: B 18142-2022

ISBN: 978-84-17932-48-0

Editorial Vanir

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

[prensa@editorialvanir.com](mailto:prensa@editorialvanir.com)

Barcelona

*Bajo las sanciones establecidas por las leyes quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización por escrito de los titulares del copyright, la reproducción total o parcial de esta obra por medio o procedimiento mecánico o electrónico, actual o futuro —incluyendo las fotocopias y la difusión a través de internet— y la distribución de ejemplares de esta edición y futuras mediante alquiler o préstamo público.*

# ÍNDICE

## ORATORIA PARA EL COMUNICADOR DEL SIGLO XXI

### **PRIMER REGALO**

Parte 1 [Introducción y por qué este libro es totalmente necesario \(explicación de las nuevas tecnologías y avances en el mundo\)](#)

Parte 2 [Lo verbal. No cuentes rollos \(un solo mensaje\)](#)

Parte 3 [El arte de contar historias \(\*storytelling\*\)](#)

Parte 4 [La estructura del esqueleto de la sardina](#)

Parte 5 [No verbal: cómo moverte por el escenario](#)

Parte 6 [No verbal: cómo mover las manos](#)

Parte 7 [No verbal: cómo mirar al público](#)

Parte 8 [No verbal: cómo modular la voz](#)

Parte 9 [Muletillas y cómo evitarlas](#)

Parte 10 [Cómo identificar correctamente a tu audiencia](#)

Parte 11 [Cómo acelerar la confianza para que te escuchen](#)

Parte 12 [El método que cambiará todo \(método ANSVA\)](#)

Parte 13 [Claves de guionizado perfectas](#)

Parte 14 [Empieza el juego: cómo aprender de los demás](#)

Parte 15 [Ejercicios y consejos prácticos](#)

Epílogo

### **SEGUNDO REGALO**

### **DEDICATORIA**

### **CONOCE AL AUTOR**

# PRIMER REGALO

Antes de que te sumerjas en la lectura de este libro me gustaría hacerte un regalo. Con el que podrás complementar todo lo que vas a aprender en las siguientes páginas, te voy a dar acceso sin coste a un curso para que domines el arte de contar historias. No es un curso para que escribas libros de ficción o le cuentes un cuento a tu sobrino. Es un curso en el que aprenderás cómo utilizar sutiles historias con el fin de alcanzar tus objetivos: más ventas, convencer a alguien, negociar mejor... Historias diseñadas con un propósito en mente. Para poder acceder a él, lo único que tienes que hacer es escanear el código QR con tu teléfono.



Si prefieres abrirlo en otro dispositivo, puedes entrar a través del siguiente enlace:  
<https://fermiralles.com/libro/regalo-1>

# Parte 1

Introducción y por qué este libro es totalmente necesario (explicación de las nuevas tecnologías y avances en el mundo)

La lluvia golpeaba aquel vagón del metro que me estaba acercando al aeropuerto internacional JFK, de Nueva York, a una velocidad vertiginosa. Apenas quedaban cuatro horas para el despegue de mi avión. En aquel vagón, con música en mis auriculares, podía ver que todo el mundo estaba a lo suyo. Nadie miraba a nadie y el individualismo se mantenía por bandera.

Mientras recorría a toda velocidad las diferentes paradas que me estaban llevando desde la estación central de Nueva York hasta el aeropuerto internacional, situado en Queens, reflexionaba acerca del libro que tenía que escribir: este libro.

El motivo de mi pensamiento fue la intensa carga de trabajo a la que había estado sometido durante los meses de verano, impartiendo talleres de oratoria en escuelas de negocios, asociaciones e, incluso, clases particulares a un gran empresario.

En el pulso de mi negocio, poco a poco veía cómo nacía una nueva figura de comunicadores: los empresarios y emprendedores. Y te preguntarás: «¿A qué te refieres, Fernando?».

Es muy sencillo: cada vez más directivos, empresarios y emprendedores quieren aprender a hablar en público de

forma eficaz, impactando a su audiencia y consiguiendo generar confianza.

¿Los motivos?

*Influencers. Comunicadores 360. Podcasters. YouTubers. Streamers. Gamers. Casters. Instagramers.*

Las nuevas profesiones del siglo XXI han cambiado la forma de pensar de muchos de nosotros. A lo largo de mi desarrollo y crecimiento profesional en las aulas de colegios, escuelas de negocios, universidades y empresas, he podido vivir cómo han surgido nuevas profesiones que han acaparado las portadas de los medios de comunicación y cómo los adolescentes han sucumbido a sus sueños más aspiracionales.

Todo el mundo quería ser futbolista, cantante o (simplemente) famoso. Los actores eran los profesionales más deseados y los objetivos para ser alcanzados por parte de los corazones adolescentes. Hoy... ya no.

Vivimos en un cambio de era donde los medios tradicionales ya no son los lugares donde el ciudadano medio quiere estar. Si bien estos viejos estamentos, enclaves de la comunicación *per se*, siguen siendo un formato de credibilidad y estatus, la realidad es que incluso estos mismos medios están migrando cada vez más hacia ese mundo virtual y cayendo en las mismas técnicas que emplean estos jóvenes desde sus hogares.

Lo curioso viene por parte de la siguiente generación: la de los empresarios y directivos.

En los últimos años ha tomado auge la marca personal. Lo que antiguamente se llamaba reputación hoy tiene toda una logística digital y de comunicación, que es, cuando menos, apasionante.

Los empresarios se están dando cuenta de que ya no solo les sirve crear un nombre comercial y vender. Ahora son conscientes de que, con la irrupción de estas nuevas tecnologías en nuestros hogares y de esta nueva fama, los consumidores quieren conectar con los propios

empresarios de las marcas que compran. Quieren marcas humanizadas.

Desde el tiempo que llevo formando en oratoria, ya han sido varios los empresarios que, a título individual, han querido contratar mis servicios para ayudarles a ponerse sobre los focos.

Estos empresarios siempre habían vivido en un segundo plano y, por primera vez en su vida, habían decidido salir al mundo de las masas a dar conferencias. Querían conectar y humanizar su marca.

Así que, en vista de que los nuevos dueños de negocios, empresarios, directivos y todo aquel que quiera darse a conocer al mundo debe aprender a comunicar en escenarios tanto virtuales como presenciales, este es el manual, claro, directo y conciso, para poder aprender a hablar en público en este siglo en el que vivimos, con una nueva faceta provocada por el mundo *online*.

En este libro te desvelo todas las técnicas y herramientas que me han llevado a ganar diez premios de comunicación, entre ellos el campeonato de España de discurso en español por Toastmasters Internacional en 2018 y el Campeonato Internacional de Plan de Negocio, celebrado en Corea del Sur en 2018, organizado por SolBridge International School. Además, son técnicas que he ido puliendo y enseñando durante más de dos años en escenarios de tres continentes: América, Asia y Europa.

Por ello, si quieres mejorar tus habilidades al hablar en público, transformar tu capacidad de comunicar y generar empatía y conexión, este es tu libro.

Ha pasado solo un año y medio desde que decidí lanzarme a la aventura de escribir este libro práctico con el objetivo de ayudar a emprendedores, empresarios y directivos.

Aunque no solo para empresarios y directivos. Un estudio de Deloitte en 2018 afirmaba que, para 2030, el 50 % de la población mundial iba a trabajar como *freelance*.

Esto, ligado al teletrabajo, auspiciado por la pandemia vivida en 2020, va a provocar el auge de la marca personal y la necesidad de comunicar bien para diferenciarnos de los demás.

Hablar en público es una necesidad imperiosa para destacar ante la vasta muchedumbre de personas que ya no encontrarán un gran empleador escondido tras un nombre comercial. El futuro está más cerca de lo que parece y dominar a tu público en el escenario, en videoconferencia o a través de un vídeo es un requisito indispensable para poder llevar pan a la mesa.

Incluso si tu perfil de trabajo es muy técnico, llegará un momento en el que tendrás que comunicar ante tus compañeros o para tu equipo. Nos adentramos en un mundo apasionante donde las personas cobran más relevancia que nunca y saber conectar con ellas a escala será crucial.

Este es el resumen de una vida dedicada al arte de la palabra. Un arte que me ha dado confianza en mí mismo, una forma de ganarme la vida, grandes amistades, e incluso el amor.

Te aviso de antemano: este es un libro que no funcionará si no practicas lo que se plantea. Nadie aprende a nadar con un libro. A hablar en público solo se aprende hablando.

Así que (como digo en mis talleres): «*Go!*».

## Parte 2

### Lo verbal. No cuentes rollos (un solo mensaje)

«Vayamos al grano». Solamente con esa frase: «Vayamos al grano» podría resumir el contenido de este capítulo. No obstante, por lo que vivo a diario con mis alumnos, es totalmente necesario escribir cada una de estas palabras.

Somos verdaderos adictos a irnos por las ramas. Es un hecho, nos gusta. Para más inri, cuando tenemos que improvisar delante de una audiencia, nos ponemos más nerviosos y tendemos a divagar mucho más.

¿Cómo me di cuenta de esto? La respuesta es una historia que combina un momento en el que estaba preparando una formación para una empresa y tenía cerca a mi madre.

Recuerdo como mi madre nos estaba contando la semana, ya que había pasado mucho tiempo desde que la habíamos visto. Algo normal en las madres. Sin embargo, entre todas esas palabras que salieron de su boca, detecté algo que cambiaría para siempre el rumbo de mis discursos: el eterno paréntesis.

Mi madre tiene un don: le encanta hablar. Esto sería fantástico si no tuviese una contraparte: divaga mucho.

Una conversación con ella puede resultar en lo siguiente:

—Chicos —dirigiéndose a mí y a mi hermano—, he tenido una semana horrible.

—¿Qué ha pasado, mamá?

—Resulta que el proveedor que vino a la farmacia a entregarnos unos nuevos productos —empieza el

paréntesis—, que, por cierto, es uno de esos jóvenes que conocimos cuando nos invitaron a visitar el laboratorio, que está casado con una chica guapísima. ¿Sabéis quién os digo?

—No me suena, mamá. Pero dime qué pasó.

—¿En serio no os suena? Sí, hombre, ese con el que te tomaste un café aquella vez.

—No recuerdo, pero continúa, por favor.

—Vale, sí. —Se recompuso tratando de pensar qué estaba diciendo—. Pues tuve aquel problema —de nuevo—, encima en una semana demasiado intensa y dura en la que habíamos vendido muchísimas sillas de ruedas.

—Mamá, por favor, me pierdo.

—Pero hombre, déjame hablar.

Y así, hasta el infinito.

Es probable que pienses que parece de broma o que este tipo de conversaciones no se aplican cuando estamos hablando en público. Por supuesto, esto no sucede hablando en público. Hablando en público esto es mucho peor: no tenemos a nadie que nos interrumpa y nos devuelva a la senda de la buena comunicación.

Cuando estamos en un escenario y nos ponemos nerviosos, ya sea realizando una presentación sobre un nuevo producto, una exposición de ventas o, simplemente, haciendo una intervención para comunicar los resultados, la experiencia me dice que nos vamos por las ramas. Esto provoca que muchísimos mensajes realmente importantes que se deben comunicar nunca lleguen de forma efectiva al destinatario.

Para que puedas entender esto de forma más específica, te voy a poner el ejemplo de un partido de tenis. En un partido de tenis, los jugadores intercambian una pelota de un campo a otro tratando de ganar el punto a su rival. Es un deporte que requiere una gran habilidad y sobre todo una increíble fortaleza mental.

Imagina que, en una final de un Grand Slam, como el Roland Garros, donde Federer intenta ganar a Nadal, en lugar de jugar con una pelota, juegan con dos a la vez.

Pese a ser dos de los mejores jugadores del mundo (y de la historia), es muy probable que no sean capaces de jugar un partido en condiciones con dos pelotas a la vez. Cuando estén golpeando una, es probable que la otra esté aterrizando en el lado contrario de la pista en el que te encuentres y tu rival te haya ganado el punto.

Si cambiamos el partido de tenis por tu cerebro, se ha demostrado que este no es multitarea. Puede parecer que sí lo es, pero lo que sucede en realidad es que ejecuta pequeñas acciones muy rápido. Al igual que en un partido de tenis, nuestro cerebro también sufre devolviendo más pelotas de las que puede asumir.

Regresando a nuestras exposiciones en público, ya sabemos que el cerebro de nuestra audiencia, como el de todo ser humano, no es capaz de asumir más mensajes de los que puede soportar. Es decir: la audiencia es vaga por naturaleza. No *vaga* en el mal sentido, sino que nos genera a los oradores una necesidad flagrante de poder digerir al máximo cada palabra que queremos comunicar antes de que esta salga de nuestra boca, puesto que corremos el riesgo de perder la oportunidad de impactar de forma correcta.

Si somos capaces de identificar un solo mensaje a transmitir y lo comunicamos de manera escueta, sin florituras y sin añadir más palabras de las que corresponde, conseguiremos nuestro objetivo: comunicar bien.

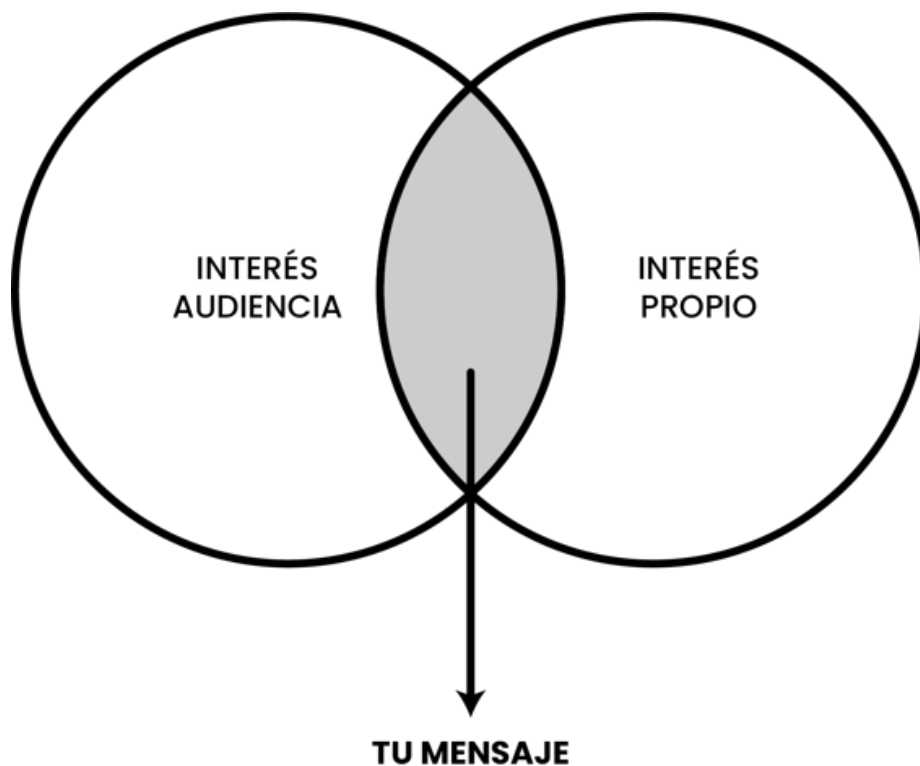
Cada vez que salimos a hablar en público, tenemos un objetivo en mente. Si no, ¿qué estamos haciendo en ese escenario? Siempre tenemos un propósito. Por ello, para poder servir a ese propósito de una manera efectiva, te recomiendo que hagas siempre lo mismo: identificar tu mensaje.

Una vez has identificado tu mensaje tienes que responder dos preguntas que te ayudarán a conseguir transmitirlo de manera efectiva:

- 1- ¿Qué es lo que quiere tu audiencia de forma egoísta?
- 2- ¿Qué quieres tú de forma egoísta?

Cada una de estas preguntas va a representar un círculo. Dentro de cada uno de esos círculos se encuentran todas aquellas palabras que importan a cada una de las partes.

En el círculo 1 se encuentra todo aquello que le interesa a tu audiencia (aficiones, asuntos del trabajo, su familia, etc.). Y, en el círculo 2, todo aquello que te interesa a ti.



Como ves en el gráfico, en la unión de ambos círculos hay una intersección: todo aquello que os interesa tanto a tu audiencia como a ti.

Por tanto, cada una de las palabras que salgan de tu boca tienen que ir dirigidas a la intersección. Y todo aquello que no se encuentre en ella tienes que eliminarlo. Tu objetivo es mostrar a tu audiencia que lo que quieres transmitirles les interesa.

En este caso concreto, todas las palabras que estoy escribiendo, tratan de hacer referencia a una única cuestión: que entiendas a la perfección que solamente hay que transmitir un mensaje. ¿Quieres verlo? Fíjate en cómo lo he hecho contigo en este capítulo:

¿La historia sobre mi madre? Ha sido una anécdota para poder ayudarte a empatizar con la idea de que únicamente tienes que emitir un solo mensaje. ¿La referencia al partido de tenis? Una ayuda con un ejemplo visual del problema que genera el no transmitir un solo mensaje.

Hasta los conceptos que se salen del plano más formativo, como ha sido el caso de las historias que te acabo de describir, hacen referencia única y exclusivamente a que tienes que emitir un solo mensaje.

Además, en todo momento te hago ver que esto es necesario para que puedas conectar más con tu audiencia y, por tanto, hablar mejor en público (tus intereses).

Sin embargo, aunque parezca algo sencillo de trabajar, en realidad se complica mucho, ya que encontramos dos grandes tipos de discursos: los preparados y los improvisados. Como puedes imaginar, los discursos sobre los que podremos trabajar más fácilmente la habilidad de identificar un solo mensaje y ejecutarlo son los discursos preparados. En los discursos preparados tenemos tiempo, tranquilidad y disposición para poder planear hasta la última coma de lo que vamos a decir. Esto es una gran ventaja.

Pese a ello, en el otro lado de la balanza, se encuentran los discursos improvisados, que forman parte de nuestra vida. Están arraigados en nuestro ser y siempre estamos

improvisando nuevas conversaciones. Aunque no sea frente a una audiencia, nos pasamos el día hablando con personas y, cada vez que hablamos, es de manera improvisada. Es decir, no salimos de casa pensando en cada una de las palabras que le vamos a transmitir a nuestro compañero en el trabajo, a nuestro mejor amigo o a nuestro cliente. Normalmente, dejamos que fluya.

El problema de estas improvisaciones continuas es que por su gran abundancia en nuestro día a día, no ponemos control a nuestras palabras y entendemos que comunicamos bien.

Estuve formando en México al equipo comercial de una empresa de fabricación de lámina de acero en sus habilidades de oratoria para la venta con el fin de facilitar la comunicación entre el vendedor y el comprador. Estas formaciones son imprescindibles, ya que tienen como objetivo eliminar al máximo todas las interferencias que puedan existir entre ambos interlocutores (mala expresión, defecto de síntesis, muletillas, problemas en la estructura, un mal uso del tono de voz, etc.).

Sin embargo, hubo una persona (como suele haber en uno de cada diez talleres que imparto) que se mostró reticente a aprender y participar porque «ya sabía». Esta persona se empeñó en que llevaba muchos años dedicado a las ventas y sabía exactamente cómo hacer una buena presentación y no cometer errores básicos.

Como suelo hacer siempre que me encuentro un «vanidoso», aproveché para alimentar su ego y utilizarlo como fuente de ejemplo y éxito dentro del equipo comercial de la empresa. Por supuesto, tenía que entender que no todos estaban a su nivel y que requerían una formación como la que se estaba impartiendo, y que era un privilegio poder contar con su presencia para poder materializar en carne y hueso el concepto de un buen vendedor.

Como buen narcisista, entró al juego, empezó a hablar y yo anoté posibles mejoras en su comunicación a medida

que esta persona iba compartiendo sus anécdotas y peripecias. Se le veía disfrutar, y todos disfrutaban con él. Cuando terminó, agradecí su participación y le hice una radiografía comunicativa al completo donde le hice ver, incluso delante de sus compañeros, que a pesar de ser uno de los mejores vendedores de la empresa, podía mejorar muchos aspectos de sus habilidades de comunicación. De manera imperiosa, debía trabajar la síntesis de su mensaje. Efectivamente, nuestro supervendedor cometía errores. ¡Quién lo iba a decir!

Por supuesto, se lo hice ver de forma sutil, muy suave y sin poner en riesgo su ego laboral frente a sus compañeros. Pero sí se dio cuenta de que todavía tenía un rango de mejora disponible para su arsenal de habilidades.

Uno de los principales puntos de mejora que nuestro supervendedor tenía que trabajar era que caía de lleno en el eterno paréntesis. Era una persona a la que se le veía que disfrutaba muchísimo con lo que hacía. Te narraba diferentes historias para acercarte a la visión de la empresa y de sus productos, transmitía un buen lenguaje corporal... Pero necesitabas papel y bolígrafo cerca porque había que sintetizar sus palabras. Como tenía tanto que contar y el hombre sabía mucho de su campo, muchas veces divagaba y cuando estaba contando una historia sobre por qué el material que estaban empleando era una novedad, desviaba su atención a una anécdota con un cliente de años atrás y que no aportaba ningún tipo de valor al mensaje principal.

Puede que estés pensando que quizá sea algo exagerado, que no importa tanto si te desvías un poco. Recuerda: vivimos en la era de la falta de atención. En un estudio capitaneado por Microsoft, han determinado que el intervalo de atención en un aula es de tan solo 8 segundos (incluso menos). Notificaciones, relojes inteligentes, *emails*, interrupciones... Todo juega en nuestra contra, y el mensaje tiene que ir lo más directo posible. De cara a las

próximas generaciones, nos enfrentaremos en el mundo laboral con personas que se han criado con redes sociales donde deciden si prestar atención a lo que se muestra o no con tan solo deslizar el dedo. Esto no es broma. Soy docente de vocación y estudié el máster de profesorado en escuelas secundarias y bachillerato. Cuando imparto clases, noto que el esfuerzo que tengo que realizar en mi comunicación es enorme. Te preguntarás por qué. Es muy sencillo: como docente y orador compito con el teléfono y con redes sociales diseñadas para generar adictos a una dopamina fácil de conseguir. Ahora bien, a pesar de salir muchas veces exhausto de las clases, consigo la máxima valoración por parte de mis alumnos y que dejen de utilizar el teléfono, al menos por unas horas.

Y esto no solo sucede en aulas con gente joven. Cuando imparto formaciones de oratoria a equipos directivos de grandes multinacionales también me encuentro con esa dinámica: ordenadores en la mesa porque están “apagando fuegos”, llamadas urgentes y numerosas distracciones del día a día que interfieren en la comunicación.

Por ello, y con perspectiva de que nos dirigimos hacia esta nueva realidad comunicativa de atención selectiva por parte de la audiencia, debemos trabajar más que nunca nuestras habilidades de síntesis. Recuerda: la audiencia es vaga por naturaleza. A los seres humanos nos gustan las cosas bien masticadas y digeridas. Cuanto más me hagas trabajar para entenderte, menos te entenderé.

Una vez ejemplificada la importancia de esta necesidad de síntesis de un solo mensaje, voy a plantearte una serie de ejercicios para potenciar esta habilidad poco a poco.

Como te comentaba unas líneas más arriba, existen dos principales tipos de discursos: los preparados y los improvisados.

## **Discursos preparados**