

---

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 Juevas**

**Agustí López**

**Robert Ferrer**

**Libros de Cabecera**

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

Barcelona – Madrid

1ª edición: junio 2021

© 2021 Cristina Jueas 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 Jueas 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, ensaya, ensaya	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

# Introducción

Comunicar ante una audiencia, comprometer a otras personas en tu proyecto o algo más sencillo como conseguir la atención de un público, puede ser misión imposible si no sabes cómo hacerlo o por dónde empezar. Y es que una correcta comunicación, sin duda, puede marcar la diferencia en tu vida.

Una gran idea puede cambiar el mundo, influir en el comportamiento de miles de personas o revolucionar una sociedad entera. Puede generar un movimiento, cambiar un paradigma o destrozarse un prejuicio. Pero también puede ser rechazada por haberla presentado mal, o a destiempo.

Es algo que sucede todos los días, continuamente. Seguramente tú también lo has presenciado o incluso puede que te haya pasado a ti. Si es así, seguro que sabes a qué nos referimos: esa amarga sensación que queda después de haber lanzado una gran idea, algo que era una auténtica bomba pero que terminó no cuajando. Quizá porque lo hiciste de forma brusca, sin una buena presentación: tal vez balbuceante, tal vez precipitada... El caso es que te diste cuenta claramente de lo difícil que es transmitir una idea, un concepto. Las palabras son poderosas, sí. Y la forma en que son transmitidas es determinante.

Para tener éxito en prácticamente cualquier faceta de la vida necesitas comunicar, influir de alguna manera en otras personas. Y no nos referimos a manipular, sino a conseguir un acuerdo, un paso a la acción o un compromiso. Estos son solo algunos ejemplos, pero todos ellos requieren interacción entre personas. Y comunicación.

Si ya has tenido que hablar en público sabrás lo difícil que puede resultar exponerte ante los demás. Incluso si ese público está en una pequeña sala de reuniones, en tu cabeza se puede convertir en un inmenso auditorio.

Este libro es un proyecto de los tres autores: Cristina Juesas, Agustí López y Robert Ferrer para dar una respuesta a todos esos retos. Queremos ayudarte a hacer de tu idea algo grande.

Posiblemente hayas leído ya algunos libros sobre cómo hablar en público o puede que hayas asistido a cursos sobre la materia. Nuestro enfoque no es teórico ni parte de convencionalismos, todo lo contrario: buscamos la transformación a través de la acción.

A los tres nos une la organización de eventos TEDx desde hace ya algunos años (TEDxVitoriaGasteiz, TEDxTarragona y TEDxGracia). Como seguramente conoces, son eventos independientes organizados desde el voluntariado y bajo una licencia TED en los que se presentan charlas al más puro estilo de las grandes TED Talks. Son eventos con cientos de asistentes, con una gran repercusión local pero también con un impacto importante en la red gracias a la publicación de las charlas en el canal oficial de TEDx en YouTube. Esto nos ha permitido no solo liderar la organización de un evento de esas características, sino sobre todo ayudar a todo tipo de oradores a crear charlas únicas que dejan huella.

Solo a través del ejercicio llega la maestría. De manera que te invitamos a leer atentamente las siguientes páginas llenas de ideas, que podrás poner en práctica de forma inmediata.

Este libro hemos querido que sea una herramienta de trabajo real para tu próxima charla. Para que la próxima vez puedas utilizar la estructura narrativa más popular de la historia de la humanidad: *el viaje del héroe*. Una estructura narrativa que puedes identificar en la Biblia, en mil y una novelas y también en muchas películas de Hollywood.

Hemos desmenuzado y analizado el viaje del héroe para conozcas de qué forma se puede incorporar en una charla, en una presentación o en una conferencia. Hemos destripado las etapas y pasos del viaje del héroe, y te desvelamos todos los secretos de algunas de las grandes historias.

En las próximas páginas conocerás no solo qué es el viaje del héroe, sino que a partir de ahora aprenderás a identificarlo en multitud de

libros, películas y series. Pero no nos hemos quedado ahí, sino que hemos creado un método en cuatro pasos para que lo uses y tu próxima charla cause el impacto que necesitas.

## **Tres cosas en las que este libro es distinto a los demás**

Valoramos mucho que hayas decidido invertir en este libro y que nos hayas escogido para ayudarte a mejorar la forma en que hablas en público. Hay muchas opciones en el mercado para seguir aprendiendo, así que deja que te expliquemos brevemente en qué destacamos:

- 1. Vamos al grano, sin dar rodeos.** Sabemos que, muy probablemente, a tu alrededor hay mil distracciones y que, además, es posible que hayas leído otros libros sobre cómo hablar en público. Así que no nos andaremos por las ramas. Cada elemento, cada línea, cada ejemplo han sido revisados para sacar el máximo provecho a tu tiempo.
- 2. Este método es único.** El viaje del héroe, sin exagerar, es la estructura narrativa más popular de toda la historia. Sin embargo, es difícilmente aplicable a las charlas modernas, de pocos minutos y centradas en una sola idea. Nosotros hemos hecho el ejercicio de análisis y síntesis del viaje del héroe y, por primera vez, es aplicable en solo cuatro pasos.
- 3. Vamos más allá de la teoría.** Nos gustan los libros sobre hablar en público que tienen un enfoque práctico y realista. Así que hemos querido hacer de este libro una herramienta de trabajo más que un tratado académico. Hemos preparado ejemplos de aplicación del viaje del héroe en casos de empresas, charlas y también en libros, series y películas.

## **La estructura de este libro**

Hablar en público es algo complejo, que necesita más dedicación que el tiempo que dura la lectura de este libro. Este no es un méto-

do milagroso que te convertirá en un orador de éxito en un abrir y cerrar de ojos. Eso ya depende de ti y, sobre todo, del compromiso que adquieras en la preparación de tus charlas y presentaciones.

Sin embargo, te vamos a dar las claves para que superes ese momento fatídico de exponerte ante una audiencia y, con la práctica, dejes a tu público impresionado y con ganas de más. Por ello hemos estructurado este libro en tres partes bien diferenciadas:

- I. No sé hablar en público.** Te contamos cuáles son las claves más importantes que deberás tener en cuenta antes de empezar con el diseño y preparación de tu charla. Cuando vayas a preparar una charla, antes de preparar la primera transparencia o pensar en el cierre, tendrás que planificar, y después ejecutar.
- II. El viaje del héroe: cómo organizar la narración:** Con los cuatro pasos que te proponemos podrás incorporar esta estructura a cualquier charla o presentación en público profesional. Incluimos varios ejemplos prácticos de situaciones comunes en el entorno corporativo para que aplicar el método a tu caso concreto sea coser y cantar.
- III. Cómo prepararte para salir a escena.** El viaje del héroe te dará un recurso excepcional: la estructura narrativa más popular de la historia. Sin embargo, más allá de la narrativa hay otros elementos que debes preparar adecuadamente para que tu charla cumpla con sus objetivos.

Además, al final del libro encontrarás en los **Anexos** el análisis de la aplicación del viaje del héroe en docenas de casos, para que puedas ver cómo funciona este método en la práctica y en charlas que seguramente habrás visto alguna vez; también en películas, series y libros que te ayudarán a comprender en más profundidad cómo utilizarlo. Atención, esos anexos están llenos de *spoilers*. Los que avisan no son traidores.

Y, por último, hemos incluido como material adicional las plantillas que hemos diseñado para hacer más cómoda la preparación de tus charlas con el método del viaje del héroe.

## Introducción

Para nosotros la creación de este libro ha sido también todo un VIAJE DEL HÉROE, con mayúsculas. La idea de su creación surgió a raíz de un libro electrónico que publicamos en 2019 sobre este mismo tema y que fue todo un éxito. Lo pusimos a la venta en Amazon y en descarga para nuestros suscriptores, y nosotros mismos nos llevamos una enorme sorpresa ante la gran acogida que tuvo. En pocos días llegó al primer puesto como más vendido en su categoría para —lo confesamos— nuestro asombro. Eso nos hizo ver que el tema tenía un gran interés para muchas personas. Lo que había empezado casi como un divertimento tenía un gran potencial. Y en nuestro camino surgió un mentor, la editorial Libros de Cabecera, que nos ayudó en este maravilloso y retador viaje. Sin ellos este camino seguramente no se hubiese completado y tal vez se hubiese quedado en un proyecto más.

Sabíamos, en el fondo, que solo habíamos arañado la superficie del viaje del héroe. Había mucho más que explicar que lo que habíamos contado en aquellas escasas 100 páginas. Los tres teníamos claro que, si de verdad queríamos ayudar a más personas a transformar sus charlas, debíamos ir más allá. Teníamos que hacer un esfuerzo aún mayor y crear un auténtico paso a paso con todas las herramientas. Un documento que recogiese todas nuestras ideas y que dentro de unos años siguiese siendo válido.

El proceso ha sido dificultoso, porque este es un libro escrito a seis manos. Ha sido una experiencia llena de esfuerzo y dificultades, claro que sí. Meses de trabajo, manuscritos y revisiones. El resultado de todo ello lo tienes delante ahora mismo. Este es el fruto de un viaje apasionante, algo que no habíamos experimentado antes. De hecho, tenemos la sensación de que, precisamente ahora, es cuando empieza el verdadero viaje. Un viaje en el que tú tendrás el protagonismo.

En nuestras páginas web [www.cristinajuesas.es](http://www.cristinajuesas.es), [www.agustilopez.com](http://www.agustilopez.com) y [www.robertferrer.org](http://www.robertferrer.org) encontrarás más contenidos que te pueden ser útiles en tus proyectos. Allí está toda la información sobre nuestros cursos, los artículos que publicamos y diferentes herramientas para descargar. Entra ahora y participa de la conversación, te esperamos.

## **No solo de héroes vive el hombre**

Antes de proseguir, queremos hacer una aclaración alrededor de *El viaje del héroe* y su significado semántico. Por lo que a nosotros respecta lo utilizamos considerando por igual, por supuesto, la existencia de héroes y heroínas. Ni siquiera debería ser necesario hacer una aclaración de este tipo, pero es cierto que la gran mayoría de referentes narrativos tradicionales que protagonizan historias heroicas son figuras masculinas. Es algo que sucede desde que se cuentan historias y, como en tantos otros ámbitos, ha acabado generando un genérico en nuestro lenguaje. Y al final las referencias culturales acaban dando forma a nuestra manera de entender el mundo y la interpretación que le damos a nuestra realidad. Nos hemos esforzado por darte también ejemplos de historias protagonizadas por mujeres y, por descontado, te invitamos a que tú hagas lo propio cuando crees tus propias historias.

El viaje del héroe, como descubrirás en estas páginas, no es una invención afortunada de un escritor solitario. Se trata de un patrón establecido de forma no coordinada en diferentes culturas, reconocible por todos nosotros y con el que nos podemos identificar rápidamente.

El viaje del héroe es, en definitiva, una representación esencial sobre cómo conseguimos metas importantes en nuestras vidas. Explica, con cierta épica, cómo nos convertimos en una versión mejorada de nosotros mismos. Cómo alguien aparentemente ordinario es capaz de conseguir resultados extraordinarios. Cómo cualquiera de nosotros puede llegar a ser un héroe. Y justo en este punto reside la magia de esta estructura narrativa.

Es un hecho: desde que vivíamos en cuevas nos fascinan las historias cargadas de héroes, de personajes elevados a la categoría de mitos y hechos grabados a fuego para la historia. Porque nos permite tener esperanza de un mundo mejor. Nos deja espacio para creer que las cosas siempre pueden cambiar, por difícil que parezca. El viaje del héroe es una lucha contra lo establecido, contra los sistemas que oprimen y limitan. Es una invitación ilusionante a luchar

## Introducción

por un ideal, por una meta, por dejar las cosas mejor de cómo las encontramos. Es la toma de conciencia que cualquiera de nosotros tiene una mejor versión esperándole. Eso sí, no exenta de esfuerzo y sacrificio, el camino para la redención y el éxito es duro y está lleno de peligros.

El viaje del héroe no es algo nuevo. Ni siquiera es algo que no sea sobradamente conocido en determinados ámbitos como, por ejemplo, en la elaboración de guiones. Más adelante te daremos un montón de ejemplos de charlas, libros, películas y series que utilizan el viaje del héroe como estructura narrativa. Y te sorprenderás de lo presente que está en todo tipo de contenidos actuales. Posiblemente todavía no tengas muy presente esta estructura, pero verás cómo serás capaz de identificarla en películas como *Interstellar* o en series como *Breaking Bad*, por poner algunos ejemplos.

Porque el viaje del héroe no es una moda. No es una tendencia. No es el último truco de los productores de Hollywood para ganar audiencia. Simplemente es una estructura narrativa que describe el armazón que la humanidad viene utilizando desde hace miles de años para contarse.

Y lo hace porque necesitamos las historias. Necesitamos creer que el ascensor social sigue funcionando y que uno de nosotros, cualquiera, podrá dar un paso adelante y ser el próximo héroe. Las historias configuran, en parte, nuestro sistema de creencias y la cultura y valores en los que nos basamos. Son piezas de un enorme puzzle que acaba dando forma a nuestro modo de pensar, nuestro marco mental.

El viaje del héroe no es una estructura narrativa más. Es lo que nos permite contar una historia con las claves necesarias para conectar con la audiencia de una forma profunda, yendo directos al corazón y modificando una determinada creencia. A veces será una transformación completa, profunda. Otras será solo un ligero paso adelante.

En el 100% de los casos el viaje del héroe será la llave que abrirá la construcción de un futuro mejor. Eso es precisamente lo que lo hace

tan relevante. Vas a conseguir que tus charlas, tus conferencias, tengan alma y sepan llegar a lo más profundo de tu audiencia para crear una conexión única.

Tal vez no seas un héroe mitológico, ni tu empresa sea el país de Nuncajamás. Pero seguro que en tu día a día te enfrentas a retos mayúsculos, a proyectos que al empezar parecen inasumibles. En muchas ocasiones, cuando damos una charla queremos provocar algún tipo de reacción en la audiencia; queremos que modifique una opinión, o que se movilice para realizar algún tipo de acción, o simplemente que se alinee con tu propuesta. Y ahí es donde el viaje del héroe te puede ser de gran ayuda.

En las próximas páginas te vamos a dar todas las claves para que puedas aplicar el viaje del héroe con el método que hemos creado de solo 4 pasos. Te contaremos cómo crear los personajes, el paso a paso que debes seguir y todos los detalles para que no te pierdas nada. Tendrás todos los ingredientes para convertir tus charlas en algo extraordinario. Para que tus presentaciones hagan su propio viaje del héroe y, ahora sí, dejen una huella imborrable en tu audiencia.

Vamos a empezar por el principio...

## 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>



© Juan Segovia

## **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.