

Así se aprende a hablar (bien) en público fuera de la universidad

En España no existen asignaturas obligatorias de oratoria y los estudiantes se organizan por su cuenta para debatir en torneos

ANA TORRES MENÁRGUEZ

18 MAY 2017

Hablar bien en público no está en la carta de presentación de los españoles. Ni la escuela, ni el instituto ni la universidad incluyen asignaturas obligatorias de oratoria. Fuera de los programas oficiales de las universidades se han multiplicado los clubes de debate impulsados por los propios alumnos con el objetivo de aprender a argumentar y ser capaces de defender ideas sólidas. Hace cinco años apenas existían cinco torneos de debate universitario en España y ahora [se organizan más de 30 al año](#). La capacidad de hablar bien en público es una de las habilidades críticas para triunfar en el nuevo escenario laboral, según varios informes como el último publicado por el [Workforce Connections](#), un *think tank* dependiente de la agencia para el desarrollo internacional del Gobierno de [Estados Unidos](#).



GETTY

“En ninguna etapa educativa se enseña a saber elegir el contenido más relevante o a emplear técnicas para ser persuasivo y convincente”, expone Irene Miguelsanz, de 25 años e impulsora de la [Sociedad de Debates de la Universidad Autónoma de Madrid](#) en 2013. “En la universidad no había nada, lo montamos todo nosotros”, dice sobre el club, que este curso cuenta con 40 alumnos que de forma voluntaria acuden varias horas a la semana para recibir formación y debatir, una actividad por la que pagan 15 euros al año. “Cada curso nos esforzamos por captar el máximo número de alumnos que en cuanto son conscientes de la importancia de la oratoria para conseguir un trabajo, se animan”.

Después de preguntar a 91.000 empleadores en [Reino Unido](#) cuál fue la destreza que más echaron en falta en los candidatos que se presentaron a las ofertas de empleo en 2016, la mayoría destacaron la comunicación oral: la habilidad para persuadir e influir a terceros y la de elaborar discursos o presentaciones, según [un informe](#) de la Comisión para el Empleo del Gobierno británico.

Ser buen orador no solo amplía las posibilidades de encontrar un empleo, también repercute en el expediente académico. Según las investigaciones de Neil Mercer, profesor de Educación de la [Universidad de Cambridge](#) y director de su centro de oratoria, los niños a los que se enseña el “arte de las discusiones razonadas” mejoran sus notas en matemáticas y ciencias. “Es importante que los jóvenes desarrollen opiniones con criterio y eso conlleva saber explorar los diferentes ángulos de un argumento”, señala en el informe [The State of Speaking in our schools](#), elaborado por la consultora Voice 21 junto a Cambridge. Ganar la confianza necesaria para poder compartir en público pensamientos e ideas creativas de forma que los demás

se sientan atraídos es el objetivo de la oratoria en el siglo XXI, según Mercer.

CONSEJOS PARA HABLAR EN PÚBLICO

1. Conocer el material. Es importante escoger algún tema que suscite interés e investigar sobre él tanto como se pueda. Estar muy informado ayudará a plantearlo con mayor seguridad. No significa que haya que emplear toda la información recopilada.

2. Discurso ensayado, aplauso asegurado. Hay que salir al escenario con el texto bien aprendido. No es necesario memorizarlo, pero si se quiere tener éxito, hay que ensayarlo. Con cuatro veces basta. Los tres primeros golpes son para hacer pruebas y el cuarto se hará unas horas antes de la ponencia. El ensayo se hará de un tirón.

3. Controlar el tiempo de la intervención. Se ha estimado en 21 minutos el tiempo que una persona atiende sin distraerse a una comunicación, así que conviene respetar el tiempo previsto de intervención.

4. Conocer a las personas. Si es posible, conocer a las personas que componen la audiencia es algo positivo. A medida que van llegando, presentarse y preguntarles algo para saber más sobre ellas permitirá establecer una mayor conexión.

5. Preparar un inicio y un final de impacto. El primer minuto es muy importante. Hay que crear un inicio que atrape y capte la atención del público. Y se debe contar, igualmente, con un final impactante. Está demostrado que el inicio y la despedida son los dos momentos que concitan una mayor atención del público.

6. Cuidar la comunicación no verbal. El psicólogo alemán Albert Mehrabian concluyó en los años 80 que, cuando comunicamos, el 93% del mensaje recae sobre la comunicación no verbal (55% lenguaje corporal y 38% paraverbal) mientras que solo el 7% son nuestras palabras.

Estos son los consejos de Carles Lombarte, autor del libro *Método Lombarte para hablar en público*.

Precisamente, España importó de Reino Unido el modelo de torneo de debate universitario. La primera vez que se organizó uno fue en el año 2000. La iniciativa no surgió de las universidades sino de la empresa Unipublic, conocida por la organización de la vuelta ciclista a España. Participaron más de 70 equipos de cerca de 40 universidades públicas y privadas. "La experiencia se repitió anualmente hasta 2006. Ahí empezó la atomización de la oratoria y cada entidad organizó su torneo", cuenta Manuel Bermúdez, profesor de filosofía y director del [Aula de Debate de la Universidad de Córdoba](#), una de las más numerosas en alumnos, unos 300 este año, junto a la [Universidad de Comillas](#), que suma 240.

"Al año de ingresar en el club de debate los chavales mejoran la nota media de su expediente académico en un punto y medio. Gracias a las técnicas que les enseñamos aprenden a organizar mejor lo que estudian y desarrollan su pensamiento crítico", señala Bermúdez. A diferencia de universidades como la Autónoma de Madrid o la Complutense, en las que los clubes han surgido por el empeño de los alumnos, la sociedad de debate de la de Córdoba se consolidó en el año 2012 gracias al impulso de 10 profesores del centro. "El único inconveniente de que sean los alumnos los que gestionan los clubes es que una vez que se gradúan peligra su continuidad", indica Bermúdez.

En España los universitarios practican dos tipos de debate: el académico y el *BP*, basado en el modelo parlamentario británico. La diferencia principal es el tiempo para preparar las intervenciones; en el británico solo disponen de 15 minutos y en el otro cuentan con varias semanas. “El académico les permite investigar, aprender a diferenciar las buenas de las malas fuentes y a ser muy rigurosos”, explica Francisco Valiente, coordinador del club de debate de Comillas. En el modelo de debate británico están prohibidos los dispositivos móviles y prima la improvisación, la capacidad de crear argumentos de forma rápida.

CURSOS DE ORATORIA

1. **Escuela Europea de Oratoria**. Curso de especialista en oratoria. Precio: 2.400 euros (108 horas). Además existen monográficos opcionales: 200 euros.
2. En la **UOC** existe la asignatura **Expresión Oral y Escrita** de cuatro meses de duración por un precio de 500€.
3. La **Universidad Pontificia Comillas** **ICAI-ICADE** desarrolla un *Taller de Oratoria y Dialéctica* destinado a alumnos e interesados fuera de la universidad. Precio: 110 euros (alumnos) / 220 euros (resto)
4. La empresa **Train&Talk**(fundada por el campeón mundial de debate en español en 2015, **Antonio Fabregat**) diseña cursos de oratoria personalizados para grupos o individuales que van desde los 700 a los 2.000 euros, según las necesidades y el número de horas.

5. La [consultora Anexa](#) ofrece cursos de oratoria, debate y negociación tanto para profesionales en activo como para profesores y alumnos. Las formaciones van desde los 100 euros por cinco horas hasta los 2.000 euros por clases particulares de unas 20 horas.

Las diferentes asociaciones de estudiantes que han creado clubes de debate coinciden en que la búsqueda de financiación es la gran batalla. "La Complutense solo destina 150 euros al año al club, una cantidad totalmente insuficiente si tenemos en cuenta que las inscripciones a los torneos nacionales cuestan entre 80 y 150 euros por equipo -de cuatro estudiantes-", lamenta José García, director de la [Sociedad de Debates Complutense](#), con 40 alumnos apuntados. En su caso, cuenta García, siguen "vivos" gracias a las ayudas de la [Fundación Universitaria Española](#).

La Autónoma de Madrid destina mil euros al año a su club. "Nuestra asociación suple las carencias del sistema educativo y por eso necesitamos más financiación", apunta Irene Miguelsanz. "Es complicado que entiendan que para progresar en el mundo de la oratoria es necesario participar en torneos y para eso se necesita dinero", añade.

Miguelsanz pone un ejemplo. Para participar en el próximo [Campeonato Mundial Universitario de Debate en Español](#), que se celebra este verano en Guatemala, se requieren unos 3.000 euros para cubrir la inscripción y los costes del viaje. "Necesitamos patrocinios privados y para eso nos vendría muy bien que la universidad se implicara".



Los ganadores del torneo organizado por la Fundación Española de Debate Jurídico en su viaje a Boston.

Además de las asociaciones de universitarios, también hay fundaciones que organizan sus propios torneos. Una de ellas es la [Fundación Española de Debate Jurídico](#), que nació hace dos años de la mano de cinco universitarios y que cuenta con el patrocinio del despacho Legal y Económico y de la editorial Wolters Kluwer, entre otros. A diferencia de otros torneos, el que organiza cada año esta fundación tiene como premio un viaje de unos 10 días para debatir en universidades internacionales. Este año los ocho ganadores han viajado a Estados Unidos para competir con estudiantes de universidades como la de [Tufts](#) (Boston) -fundada en 1901- o [St.John's](#) (Nueva York).

"Debatir en inglés es otro de los retos de la oratoria en España y estos viajes solo se pueden financiar con patrocinios privados", cuenta Raquel Chasserot, una de las ganadores de 22 años y estudiante de Derecho y ADE de la Universidad Autónoma de Barcelona.

"Aprendes a ser muy analítico, a identificar los argumentos del otro para darles la vuelta y a ser más resolutivo", explica Patricia Muñoz, ex alumna

del club de debate de la Complutense y otra de las ganadoras del torneo. Ahora trabaja en el despacho Cuatro Casas y cree que la oratoria es fundamental para encajar en el mercado laboral. "El primer día de la clase de oratoria el profesor nos dijo: el poeta nace, el orador se hace". Muñoz y sus compañeros dedican una media de 15 horas a preparar un debate en formato académico.

EL RETO: SU PRIMER DEBATE EN INGLÉS

"Somos muy buenos, pero nunca hemos debatido en inglés". La que habla es Lucía Aparicio, estudiante de Derecho y ADE y una de las ganadoras del torneo organizado por la Fundación Española de Debate Jurídico. Está, junto a sus compañeros, en una de las aulas del Real Colegio Complutense de Harvard, donde se celebra el primer debate de su gira por Estados Unidos. No es un torneo real; los chicos van a debatir entre ellos para que un jurado compuesto por varios profesores de la universidad les den consejos antes de enfrentarse a los estadounidenses, duros contrincantes teniendo en cuenta que su formación en oratoria se inicia en preescolar.

Mientras se hacen con botellas de agua para resistir los casi 40 minutos que dura el torneo, se alisan sus camisas y vestidos. Además del don de la palabra, los universitarios tienen que respetar el código de vestimenta que acompaña al debate. Un estilo muy solemne.

"Aquí (en Estados Unidos) no se pueden sustituir las palabras por lenguaje corporal. Se analizan en profundidad los argumentos y se tienen que aportar muchos datos", les transmite José Manuel Martínez, director del Real Colegio Complutense. La valoración es buena, pero Martínez cree que para competir con los estadounidenses deben dar más peso al aspecto emocional, introducir historias personales de impacto. La ironía es otra de sus

recomendaciones. "La caricatura del argumento, hacerlo con elegancia y con inteligencia, llegando incluso al chiste. Ese es otro de los puntos fuertes del debate en USA".

Los chicos toman nota y más tarde se reúnen para modificar sus presentaciones. Es la primera vez que debatirán en la universidad de Tufts, también en Boston, y creen que sin este tipo de retos es imposible mejorar. "Nuestro fuerte no es el inglés, en eso falla la educación española. Participar en estos debates es una forma de medir tu potencial y avanzar a un ritmo rápido", explica Raquel Chasserot, otra de las alumnas de 22 años. "La carrera acaba de empezar y dentro de 10 días ya estaremos soñando en inglés".