

## CÓMO ENGANCHAR A LA AUDIENCIA CON SU CONVERSACIÓN



Para seducir al oyente hay que saber contar historias.

Todos conocemos esa persona que, a pesar de no ser la más agraciada, es capaz de envolver y atrapar a otras personas con su conversación. Tienen un don especial. Nacen con él. Y no solo consiguen parejas hermosas sino que, incluso, muchas veces terminan siendo los mejores vendedores en todos los campos.

Pero no todos nacemos con esa habilidad, fundamental para la radio. Y debemos luchar para conseguirla.

Ya está claro que solo con música es muy difícil triunfar en radio hoy en día. Para escuchar únicamente canciones están las plataformas de *streaming*, que además permiten al usuario escoger lo que quieren oír en el momento que lo deseen.

De ahí que la frase “El contenido es el rey” se haya puesto de moda en los medios y plataformas que pretenden seducir al público.

Ahora lo importante de una emisora musical no son tanto las canciones que suenan sino la forma como se presentan, como se ‘venden’ al público; la forma como la gente puede sentirse identificado y las historias que se cuentan de ellas.

Al fin y al cabo, esa es la gran diferencia entre la radio y las plataformas de *streaming*.

Y si uno mira los resultados de audiencia, es fácil notar que, en general, los mejores horarios de las emisoras musicales más exitosas son aquellos en los que más se habla, por ejemplo, como los *Morning Shows*.

Pero enganchar a un oyente con una historia requiere trabajo. Si bien es cierto que hay contadores de historias naturales, esos que la conversación les fluye de manera natural, no todo el mundo cuenta con esa facultad, pero sí se puede desarrollar.

Y para que un talento de radio pueda crear contenidos auténticos y con los que la gente se sienta identificada, se deben buscar nuevas experiencias, salirse de su zona de confort y buscar historias de la vida real.

En 2010, la Universidad de Princeton publicó en el Diario de Neurociencia (*Journal of Neuroscience*) los resultados de un estudio acerca de lo importante que es saber contar historias.

En uno de los apartes, el artículo decía que «*sencillamente, cuando se cuenta una historia, los cerebros de quien habla y de quien la escucha mostraron patrones fuertes de actividad en exactamente las mismas áreas. Las dos personas estaban conectadas en un “emparejamiento neuronal”, lo que creaba*

*una fusión mental entre ambos. Las dos personas se conectaron en dos niveles profundos: la historia y la autenticidad”.*

¿Cómo entender eso? Digamos que usted tuvo una experiencia emocionante y quiere compartirla con sus oyentes.

Probablemente usted aplicó las “6 W” del periodismo (*What, Who, Where, When, Why y How*, que en español se traducen ‘*Qué, Quién, Dónde, Cómo, Cuándo y Por qué*’). Digamos que ya hizo la tarea y tiene la información correcta.

¿Ahora qué? ¿Simplemente cuenta la historia? ¿O más bien involucra a los oyentes en ella?

Si la historia que va a contar toca alguna fibra de sus oyentes, ellos se conectarán, ¿cierto? Puede que sí o puede que no. Contar buenas historias es un arte y hay que cultivarlo para poderles dar vida.

¿Cómo hacerlo? A continuación le presento algunos consejos para enriquecer sus historias y cautivar a su audiencia.

1. Añada un diálogo. Nada funciona mejor en un cuento que mostrar diálogos para atrapar la atención de un oyente. Ejemplo:

– *Mi amigo me dijo, “¿sabías que tu novia te está poniendo los cuernos?”*

– *Yo le respondí: “No, cuéntame, por qué lo dices...”*

2. No se quede en contar la historia. Descríbala: Hay que recrear los eventos y no quedarse simplemente en contarlos. Use entonaciones diferentes, mida el ritmo cuando habla, use expresiones faciales, gestos, lenguaje corporal. Sí, es en serio. Aunque el oyente no lo está viendo, usar el lenguaje de su cuerpo en la cabina de radio se traducirá en una expresión vocal más emocional al aire.

**3. Apele a los 5 sentidos. Para eso están los adjetivos. Pinte la escena. Cuente detalles. Adorne la conversación. Una cosa es decir *“iba en mi bicicleta”* y otra *“iba en mi destartalada bicicleta de carreras azul”*.**

**4. Arme la historia antes de contarla. Antes de salir al aire, sepa exactamente qué es lo que va a contar. Sepa de antemano cómo empezará su historia y, sobre todo, cómo la va a terminar. Recuerde todos los detalles antes de abrir el micrófono.**

**5. Decida cuáles detalles deben ser omitidos. Generalmente las mejores historias dejan de lado cosas que desvían la atención. Nada peor que empezar una historia y salirse del camino por contar algo que recordó de improvisado.**

**Concéntrese en lo que está hablando. No se distraiga ni se deje distraer. No se vaya por las ramas. Vaya directo al punto. Y si ve que se está saliendo del tema, regrese a él tan rápido como pueda.**

**6. Seduzca a sus oyentes. Empiece con una frase que enganche. Para crear un gancho efectivo, pregúntese a usted mismo, *“¿qué es lo que llama la atención?”*. Ejemplos:**

**– *«Díganme si lo que les voy a contar hace de mí un mal padre».***

**– *“No se imaginan lo que encontré ayer al abrir una lata de atún...”***

**– *“¿Qué haría usted si se ve que su vecina toma el sol desnuda en el patio?”***

**7. No hay que buscar un chiste al final de cada historia. Las cosas divertidas en las historias habitualmente no son el chiste del final. Lo divertido es lo que pasa con las personas y las circunstancias. Y cuando la gente se ríe es porque piensa, *“sí, eso me ha pasado a mí”*.**

**8. Sea vulnerable. Los oyentes responden a la vulnerabilidad. No esconda sus errores y embarradas. Ríase de usted mismo. Así no le hace mal a nadie, mostrará su lado humano y la gente se identificará con usted.**

## **Conclusión**

**Mientras muestre más de usted en una historia, más profunda será la conexión con el público. Los oyentes seguramente responderán a la perspectiva que usted les muestra y querrán compartir sus propios sentimientos, experiencias y conclusiones.**

---