

## ¿Ha oído hablar del ‘Diseño de conversación’?

**¿Qué tiene su presentador de radio favorito que lo hace mejor que los demás? Hay muchas formas de hacer radio, pero hay una habilidad en particular que permite hacer excelente radio.**

Todo lo que un presentador de radio realmente trata de hacer es convencer al oyente de que pase un rato todos los días con él a través de lo que habla y la forma como lo hace.

Sin embargo, cada oyente quiere un presentador que se adapte a su estilo de vida.

A los oyentes les encantan los presentadores de radio que poseen cualidades admirables, pero esas cualidades que buscan en un locutor son diferentes para cada persona. Todo depende del tipo de persona con la que ese oyente quiera pasar el tiempo.

Algunos aman a los presentadores irreverentes porque *‘rompen las reglas’, ‘dicen las cosas como son’, o ‘no les importa que no sean políticamente correctos’*. En cambio, otros encuentran a esos presentadores irreverentes como arrogantes, desagradables y ofensivos.

A algunas les encantan los presentadores que parecen esos novios que les recuerdan los agradables desayunos con sus padres. Otros encuentran ese estilo de radio tipo *«miembro ideal de la familia»* dolorosamente aburrido.

Hay gente que disfruta oyendo a esos narcisistas que se creen celebridades y que solo hablan acerca de sus propias vidas. Otros buscan presentadores que explican lo que está pasando en el mundo. A algunos les gustan los locutores que son infantiles e inmaduros. Otros quieren presentadores viejos y tranquilos.

Algunos prefieren a esos locutores que siempre hablan sin equivocarse y que suenan como si la vida es perfecta. En cambio, otros gustan más de los comunicadores que suenan como personas normales, con errores, pausas, 'patinadas' y un resbalón aquí y allá.

Y las voces de los locutores también juegan un papel importante en el gusto de la gente. Algunos suenan como que siempre andan de rumba. Otros parecen papás aconsejando a sus hijos. Y, al final, son los oyentes quienes evalúan las cualidades de los locutores y así forjan sus gustos personales.

Por todo lo anterior es que se vuelve tan difícil definir qué es lo que hace bueno a un locutor. Diferentes audiencias quieren diferentes tipos de personas frente al micrófono.

Sin embargo, cualquiera que sea el estilo de presentación, siempre habrá una gran cualidad que permite hacer buena radio, independiente del estilo y el contenido.

### **Esa cualidad se llama "*Diseño de conversación*"**

En la radio hablamos de "*salidas al aire*" refiriéndonos a esos momentos en los que se interrumpe la música o los comerciales para que el locutor hable. Una salida al aire consiste, generalmente, en lo que un presentador habla solo o con colaboradores, entrevistados o personas que llaman.

Independientemente de quién más esté en el micrófono, los mejores presentadores de radio crean buenas conversaciones consistentemente siempre que salen al aire, ***gracias a la forma como diseñan y administran esos momentos de conversación.***

Claro, esto es mucho más fácil decirlo que hacerlo. Piense en la cantidad de cosas que pasan en la vida común. Por ejemplo, puede ser que uno converse

con un amigo y que no pase nada interesante. Uno no se `encarreta' con esa charla.

Tal vez la conversación se termina y no salió nada interesante. Quizás la otra persona se ofendió o se distrajo. Tal vez usted no entendió el chiste o el apunte de la otra persona, o a su amigo no le importa lo que usted le está contando.

Pero, por el contrario, también es cierto que algunos amigos son extremadamente buenos para tener conversaciones entretenidas. Uno los busca para que nos entretengan o nos levanten el ánimo. Ellos deberían ser presentadores de radio.

Un locutor exitoso debe crear buenas salidas al aire en cada turno o programa. Eso requiere esfuerzo, de forma que pueda enganchar al oyente en cada salida mediante conversaciones divertidas, interesantes, estimulantes, emotivas, etc.

***Sin importar cuál sea el estilo, la actitud o los temas preferidos, un buen presentador de radio diseña sus conversaciones realmente bien.***

Antes de salir al aire y comenzar a hablar, evalúa el contenido y busca la mejor manera de contarlo para lograr el efecto deseado frente al oyente. Decide qué estado de ánimo y tono son los más apropiados para ese contenido.

También evalúa las fortalezas y debilidades de todos los que están acompañándolo en la mesa de trabajo para descubrir la mejor manera de aprovechar las cualidades de cada uno. Y algo importante: sabe exactamente en qué momento hablar de determinado tema o contar una historia.

### **¿Cómo hacer ese diseño de contenido?**

Para usted ser un buen conductor, presentador o locutor de radio, debe saber que una buena salida al aire debe tener una buena apertura, una duración adecuada y, sobre todo, un cierre impactante.

Es decir:

### **1. Saber cómo comenzar una salida al aire**

Al igual que en una canción, el *intro*, esos primeros 5 o 10 segundos, son cruciales. Necesita un «*gancho*» que capte la atención y sugiera que lo que sigue será interesante y vale la pena quedarse oyendo.

### **2. Saber cuánto va a durar esa salida al aire**

Algunas conversaciones pueden moverse en diferentes campos si el contenido es complejo e interesante. Por el contrario, algunas conversaciones pueden ser muy cortas, porque el contenido no tiene mucha profundidad o porque la función de esa salida es mostrar parte del contenido y dejar el resto para una salida posterior.

### **3. Saber cómo finalizar exitosamente esa salida al aire**

Un buen presentador sabe de antemano cómo terminar su salida al aire sin depender de que surja algo gracioso o inesperado. Puede dejar flotando una pregunta, un buen remate o una idea que deje al oyente pensando.

Pero un buen presentador también tiene que ser consciente de que puede surgir un comentario espontáneo o inesperado, un buen momento de clímax, un chispazo que le permita terminar el tema antes de cerrarlo como lo tenía planeado.

### **Diseño para situaciones comunes de radio**

Como presentador de un programa de radio usted tiene que estar preparado para tener compañeros de mesa o invitados de diferentes tipos. A continuación los describo y sugiero cómo diseñar la salida al aire con cada uno de ellos:

## **1. Invitados aburridos o distraídos:**

A veces, el personaje que se supone que debe entrevistar es realmente tímido, aburrido o increíblemente *'elevado'* o falto de concentración.

En este caso, es una buena idea dirigir la entrevista de manera enérgica, estructurando la conversación con muchas preguntas a través de las cuales pueda guiar al entrevistado.

También puede hacer preguntas simples que tengan respuestas fáciles, y tenga a la mano anécdotas que pueda contar en caso de que el entrevistado se quede en la mitad del camino.

## **2. Invitados divertidos:**

A veces usted tiene entrevistados o compañeros divertidos. Si la persona que lee las noticias o que presenta los deportes es interesante y divertida, lo único que debe hacer es dejarla brillar, proporcionándole puntos de partida que den pie a conversación.

Tírele una idea o una historia a ese invitado, y deje que la desarrolle con su gracia. No tema quedarse callado si cree que al interrumpirlo con sus comentarios le frenará el impulso.

## **3. Invitados de piedra:**

A veces sus compañeros de mesa realmente no tienen nada que ofrecer, excepto la lectura de noticias o de boletines de tráfico. Para estos casos use contenido que funcione como un monólogo en el que usted es quien cuenta la historia sin tener que darles participación a sus compañeros.

## **4. Buenos coequiperos:**

A veces, sus compañeros de mesa aprenden a «hacer eco», es decir, saben cuándo responder estratégicamente para dar más impacto al contenido. Pero no tiene que ser hablando sino con un “*ajá*”, con una risa o con un par de palabras de complemento.

Esto es poderoso cuando es usted quien quiere contar toda la historia sin interrupciones que lo saquen del camino. Sin embargo, sí es posible complementar lo que dice con los comentarios de algún oyente.

### **5. Los buenos conversadores:**

A veces, su conversación incluye temas como «*Qué tan difícil es aprender a manejar*». Aquí usted debe juzgar si sus compañeros de mesa o los oyentes al aire son buenos conversadores. Si es así, debe decidir cómo incluir sus anécdotas en las salidas al aire.

### **6. Compañeros sensibles:**

A veces, su contenido es sobre opiniones como «*Uno nunca debería 'encarretarse' con la ex de su amigo*».

Con contenidos como este, usted debe juzgar con anterioridad si sus compañeros tienen aportes interesantes o si el debate es demasiado personal para que se sientan cómodos participando e incorporarlos o excluirlos según su criterio.

### **7. Los inmaduros:**

A veces, alguien en el estudio no tiene la madurez emocional para hablar acerca de alguno de los temas que están tratando. Es crucial mantenerlos alejados de contenidos profundos y, en especial, emocionales.

## Conclusión

No importa cuál sea su estilo o los contenidos que acostumbre presentar. Los mejores presentadores de radio que he escuchado tienen claro su ***diseño de conversación***.

Trabaje en ello. No deje todo a la improvisación. Está bien que confíe en su talento, pero mientras mejor preparado tenga su programa o su turno, mejor le irá con sus oyentes y tendrá más posibilidades de crecer en audiencia.

Ya lo sabe: en el mundo actual de los medios, *los contenidos son la clave*, pero esos contenidos deben estar bien preparados, bien diseñados, y que obedezcan a una razón de ser transmitidos.

---