

10 CONSEJOS PARA ENGANCHAR A SUS OYENTES CON SUS HISTORIAS



Obviamente, en radio, debemos evitar el zigzagueo.

Particularmente en la radio, una historia siempre debe viajar en línea recta desde el punto A al punto B y luego al punto C.

Aquí es importante entender que un oyente habitualmente está haciendo otras tareas mientras escucha radio, así que las historias y la comunicación en general deben ser lo más lineales y fáciles de seguir posible.

Por esto hay que preparar lo que se va a decir. Saber exactamente dónde empieza la nota y cómo la van a cerrar. Y aquí es donde se vuelve clave el manejo del conductor del programa.

Trate de evitar la improvisación. Es muy fácil descarrilarse, salirse del tema y pasar a otro, dejando el primero “*en punta*”. Esto hace que, muchas veces, los temas no se cierren y que terminen dando vueltas sobre otros asuntos.

7. Ensayo y planificación.

Cuando yo estudiaba publicidad en Medellín, la universidad nos llevó a Bogotá a conocer los estudios de la Televisora Nacional. Esta visita incluyó una invitación a un programa concurso.

Allí nos dimos cuenta de que los productores hacían trampa, a espaldas de los delegados de rifas, juegos y espectáculos, para que todos los concursantes ganaran algún premio, salieran felices del programa y los televidentes se sintieran satisfechos.

Sí: todo estaba fríamente calculado.

Bueno, y seguramente usted ya sabía que los participantes de los realities de futuras estrellas de la música o de

imitadores, siempre hacen una práctica antes de subir al escenario en vivo.

Así es: los jurados muestran sorpresa, pero todo está fríamente calculado. Y aunque los jurados no lo supieran, los productores del programa sí se han asegurado de que lo que va a salir al aire es entretenido y va a captar la atención del público.

Un programa de radio no tiene por qué ser diferente. Un buen director o el conductor del espacio debe fijar claramente los lineamientos de la conversación, quiénes van a participar, cuáles serán los temas a tratar, cuánto tiempo va a durar el segmento y cómo van a cerrarlo.

Recuerde: cuando el portero del equipo de fútbol hace el saque de meta procura que un mediocampista tome el balón y lo pase a un delantero para que marque un gol. No lo hace para que se queden jugando con la bola en la mitad de la cancha...

8. Evite las frases trilladas y las muletillas.

Ya lo he mencionado en varios artículos anteriores. Sé que no es fácil darse cuenta, y por eso uno debe escuchar las grabaciones del programa. Lo ideal es hacer '*Airchecks*' permanentes, que permitan revelar estos errores.

Pero también sé que, aunque sepa cuáles son sus debilidades, es difícil superarlas, y para esto sólo hay una forma de lograrlo: su empeño, disciplina y fuerza de voluntad.

Elimine las palabras de relleno como «jem», «ah», «básicamente», «en mi opinión», «en realidad», etc., y procure enriquecer su vocabulario mediante la lectura. Lea todo lo que pase por sus manos: folletos publicitarios, revistas, libros, blogs...

9. Claridad.

Este punto también podría llamarse 'contextualización'.

Aunque usted piense que es diferente, es importante que sepa que los oyentes no escuchan su programa todos los días. Y cuando lo hacen, no escuchan el programa completo sino unos pocos minutos. Y lo que es peor: no necesariamente lo escuchan todos los días a la misma hora.

Por esta razón es clave que usted les explique claramente a los oyentes, estén o no familiarizados con su programa, quiénes son los integrantes del elenco, cuáles son las secciones habituales del programa, cuáles son los temas que tratan, cuál es la actitud.

Y algo más importante aún: recuerde que en cada minuto están llegando oyentes nuevos. Es posible que algunos de ellos no hayan escuchado el segmento que pasó hace 5 o 10 minutos, así que su función es contextualizar.

Diga, al comenzar cada segmento, de qué están hablando, por qué están hablando de eso, quién es el invitado y por qué lo llevaron al programa.

10. Pausas.

Gracias a los editores de audio digitales, se ha vuelto común que se les quiten los momentos de respiración natural a los locutores. Por eso, muchos de ellos suenan como robots.

En una conversación normal, quien habla hace pausas mientras piensa, o cuando quiere crear alguna reacción, o cuando quiere darle suspenso a su conversación.

En la radio debe ser igual. No tiene que hablar a toda velocidad. Así no conversa el común de la gente. Hable de manera natural. Tenga momentos intencionales de silencio y espere medio segundo antes de responder cualquier pregunta.

Conclusión

Todos conocemos a un amigo que uno invita a las reuniones porque es muy bueno contando historias. Termina convirtiéndose en el alma de la fiesta.

En la radio de hoy no solo gana la emisora que tenga más oyentes sino la que sea capaz de retenerlos por más tiempo.

Aplique estos consejos y verá cómo mejorará su comunicación.