



Tema 2. La conexión con la audiencia

Introducción

Si no se conoce personalmente a la audiencia con la que se tendrá comunicación es de vital importancia informarse e investigar acerca de quiénes son, cuál es su perfil y ocupación para adecuar el mensaje que se quiere transmitir y generar empatía.

En toda presentación la "estrella del show" es la audiencia, ya que son quienes determinarán si las ideas serán utilizadas, difundidas o quedarán en el olvido.

Cuando se habla en público, existe cierta tendencia a dirigirse siempre a un mismo sector, dejando fuera a dos terceras partes de la audiencia, evidentemente el orador debe proyectar su voz hacia toda la audiencia, creando un abanico de sonidos audibles que abarquen a todo el público.

Quizá llamar la atención de los asistentes al momento de exponer no sea tan complicado como mantener su interés a lo largo del discurso. Sin embargo, la actitud es determinante para crear una primera impresión con el público; es el momento de mostrar cordialidad, ganas de conectar y predisposición a tener una relación de vínculo con el contenido y la audiencia.

Un expositor necesita más de la audiencia que esta de él. Por lo tanto, generar una conexión con los asistentes es vital para que la presentación sea todo un éxito.



Explicación

4.1 La audiencia

De acuerdo con Covey (2020) toda presentación oral inicia con el tipo de audiencia a la que va dirigida. El cómo contar una historia dependerá de quiénes serán aquellos que van a escucharla.

Se puede transmitir un mensaje claro, con unos recursos visuales extraordinarios y en un espacio adecuado, pero si no se toma en cuenta a la audiencia dicha presentación está más cerca del fracaso que del éxito.

La audiencia es quien define el tipo de lenguaje a utilizar, la complejidad de los recursos, el tiempo de duración, el ritmo, el tono, inclusive la formalidad o informalidad del presentador.

Figura 1. La audiencia



¿QUIÉNES SON?
¿QUÉ EDAD TIENEN?
¿POR QUÉ ASISTEN?
¿QUÉ NIVEL DE ESTUDIOS TIENEN?

¡CONÓCELOS!

Antes de comenzar a diseñar una presentación se debe conocer a qué tipo de personas va a dirigirse el mensaje. Por lo que conocer la edad, el nivel educativo o formativo, su conocimiento sobre el tema y experiencia en otros temas similares, así como sus expectativas al finalizar la presentación, resultan ser elementos indispensables para pautar el mensaje.

Al plantear una presentación pensando más en la audiencia, aplicando criterios de simplicidad, teniendo complementos visuales adecuados y siendo concretos permitirán una mejor presentación en público.

Relatar adecuadamente una historia que evoque **emociones** y posibilite al escucha integrar lo aprendido a través de las **sensaciones** en las que se vio envuelto durante la presentación, es indispensable para conectar con el tipo de personas que conforman la audiencia.

Saber **leer a la audiencia** durante cada presentación resulta muy útil para adaptar las técnicas y recursos del orador en caso de que se pierda el ritmo o el interés de los espectadores con el tema expuesto. Así se sabrá cuándo se tiene que hacer uso de la voz, el humor o acelerar/disminuir la velocidad para no perder la conexión con los asistentes.

De igual forma, conocer a la audiencia permite elaborar un contenido adecuado para las presentaciones. La clasificación del público puede hacerse por su grado de entendimiento del tema: en experto y no especializado, por ejemplo.

Figura 2. Tipos de públicos en las presentaciones

EXPERTO	NO ESPECIALIZADO
<ul style="list-style-type: none"> El público es conocedor del tema y busca profundizar sus conocimientos, actualizarse o explorar nuevos campos afines. Se requiere de un discurso complejo, tanto de lenguaje como de información de valor. Es necesario incluir datos sustentados e información especializada 	<ul style="list-style-type: none"> Quienes conforman esta audiencia tienen poco o nulo conocimiento del tema, por lo que la presentación deberá utilizar un lenguaje coloquial y ejemplos prácticos. El mensaje debe ser básico, pero relevante, para incentivar al público a indagar más sobre el tema.
HOMOGÉNEO	HETEROGÉNEO
<ul style="list-style-type: none"> Los participantes comparten características entre sí, como edad, estudios, intereses, o grados. Para conectar con esta audiencia hay que encontrar los puntos en común. 	<ul style="list-style-type: none"> Se caracteriza por su diversidad. Representa un reto debido a que el tema a abordar debe ser llevado desde diferentes perspectivas, evitando provocar el rechazo por posturas rígidas.

Fuente: Elaboración propia.

El mayor desafío de toda presentación es lograr la atención del público y mantener su interés; sin embargo, no es imposible si se siguen las recomendaciones pertinentes, se ponen en práctica las técnicas, se desarrolla correctamente el tema y se practica hasta dominar el arte de presentar.

4.2 El orador

Frecuentemente a la hora de hablar en público las personas utilizan un tono de voz rígido e impersonal utilizando un lenguaje serio y formal o incluso demasiado técnico. Este estilo de conferencia resulta cansado y tedioso para el público.

Para obtener un resultado natural, menos forzado y más agradable para la audiencia, el orador deberá utilizar un estilo coloquial/formal, aquel que permita enganchar con la audiencia a la vez que brinda conocimientos avanzados sobre un tema o varios en específico.

De acuerdo con Anderson (2021), en una presentación el ponente cuenta con poderosas herramientas de comunicación eficaz que al usarse adecuadamente tendrán un efecto positivo en el discurso:

- **La voz:** debe ser clara, fuerte, pausada y natural, es necesario que el discurso sea audible y entendible para todos los asistentes.

Lo primero se resuelve con el equipo técnico necesario para amplificar el sonido en caso de tener un foro de más de 50 personas. Para audiencias pequeñas el pronunciar y vocalizar adecuadamente las palabras, modular la voz y emitir sonidos claros a una velocidad adecuada va a permitir captar y mantener la atención de la audiencia durante todo el mensaje.

Hablar a prisa dificulta la comprensión del mensaje, mientras que un ritmo lento al hablar causa aburrimiento y cansancio. La práctica, y las técnicas de modulación de voz, así como grabar, reproducir y volver a empezar el proceso ayuda a pulir la vocalización, eliminar muletillas, balbuceos y mejorar la oratoria personal.

- **La mirada:** debe mantenerse un contacto visual con la audiencia durante toda la presentación evitando dar la espalda por cualquier motivo.

Al mirar a toda la audiencia en forma de un abanico visual se crea una conexión directa entre el orador y la mirada de cada uno de los espectadores. Cuando se fija la mirada en un individuo se genera una conexión, por lo que es necesario fijar la mirada suavemente con todos los asistentes de forma periódica generará un vínculo mayor con lo que se está contando.

- **Los gestos:** aprender a gesticular correctamente permite respaldar el mensaje con la comunicación no verbal, transmitir intención mediante una buena dicción para generar un contexto emocional y acompañar la historia que se va a contar.

- **Los movimientos:** en toda comunicación aquello que se expresa con el cuerpo es tan importante como aquello que se dice con palabras.

El desplazamiento intencionado y relacionado con la estructura del discurso permite reforzar su solidez y coherencia.

Existen diversas posiciones de ventaja dependiendo lo que se quiera decir. Para exponer un aspecto clave colocarse en el punto central del escenario es lo ideal, si la presentación tiene tres partes es conveniente iniciar por la parte izquierda, para proseguir al centro y terminar la última parte del lado derecho. Si se quiere utilizar el escenario como línea del tiempo el pasado es el lado izquierdo, el presente es el centro y el futuro es el lado derecho.

4.3 Conectar con la audiencia

Según Álvarez (2016), resulta muy típico ver presentaciones donde el orador empieza con una introducción al tema y prosigue con comentar la estructura de su exposición; sin embargo, este tipo de exposición puede *Spoilear* (revelar) los contenidos, haciendo que la audiencia pierda el interés desde el inicio.

Una forma de evitarlo es crear huecos en el conocimiento de la audiencia e ir rellenándolos a medida que avanza la exposición, plantear una historia con saltos e incógnitas para generar un interés constante e intermitente en donde el público mantenga la atención para no perder el conocimiento.

La atención del ser humano decae a los 10 minutos de haber empezado a centrarse en algo, por lo que es recomendable sectionar la presentación en segmentos de 10 minutos que culminen con un punto memorable enfocado en crear un contraste para mantener la atención y el interés con la audiencia.

A estos los denominan "ganchos" o anzuelos y sirven para provocar una respuesta emocional en el público, haciéndolos relevantes para la presentación. Por ejemplo:

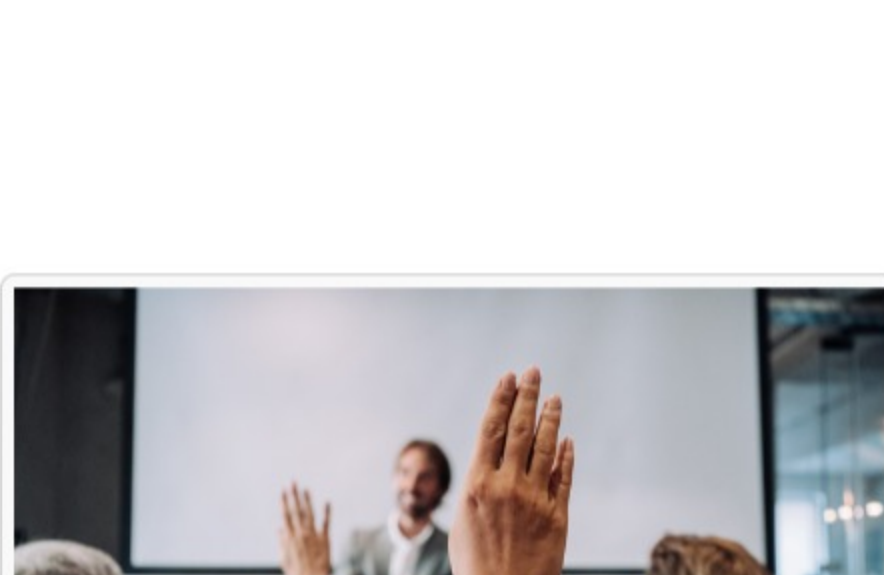
- Contar una historia.
- Mostrar un video acorde a la temática.
- Hacer bromas o utilizar el humor para mantener un espacio relajado y ameno.

Mantener el interés de la audiencia también está relacionado con interactuar con ella, lo que incluye hacer preguntas, escuchar sus respuestas y opinar al respecto en caso de ser necesario; hacer parte a la audiencia de la presentación es integrarlos a la historia desde un proceso guiado y controlado que impida el aburrimiento, pero que evite la incomodidad de una interacción forzada y sosa.

Un espacio de preguntas y respuestas al final es decisión del orador; sin embargo, hay que recordar que si se elige llevar a cabo se debe proporcionar a las personas una herramienta para anotar las dudas que surjan durante la presentación para que al final pueda plantearlas sin olvidarlas.

4.4 Claves para una conexión exitosa con la audiencia

- Nunca excederse del tiempo previsto, respetando la dinámica, el espacio y el tiempo de la audiencia.
- Aprender a leer al público, saber leer las señales es indispensable, ya que marcan la pauta para utilizar ganchos o recursos que permitan volver a captar la atención de los escuchas.
- Ensayar, ensayar y ensayar, para un mejor manejo de la información, un mejor control de la voz, ejercitar la pronunciación y garantizar que la comunicación no verbal sea acorde al mensaje que se quiere transmitir.
- Recordar que la audiencia es quien determina el impacto de la presentación, por lo que recibir feedback permitirá hacer ajustes y desarrollar las propias habilidades expositivas futuras.



Cierre

Tomarse el tiempo para ponerse en el lugar de la audiencia permitirá crear una mayor conexión y adaptar el mensaje adecuadamente en función de analizar el trayecto que van a recorrer las personas que presencien la exposición a fin, determinando cuáles son los conocimientos que se quiere que se lleven consigo y la experiencia que van a adquirir al escuchar la presentación.

La capacidad para transmitir ideas de forma clara, amena y efectiva resulta un factor clave para conectar con la audiencia; resulta casi imposible vincularse con una persona a la que no se le entiende, es plano o su comunicación no verbal causa rechazo. Integrar un lenguaje natural, fluido, claro, comprensible, ameno, directo y concreto es esencial para asegurar gran parte del éxito de la presentación.

Transmitir las ideas a la audiencia es más sencillo si se construye un buen vínculo, el secreto del éxito está en ganarse al público en los primeros minutos de la presentación, a través de frases, afirmaciones, anécdotas, comentarios o una buena sonrisa. Así las ideas fluirán relajadamente de inicio a fin.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, G. (2016). *El arte de presentar: Cómo planificar, estructurar, diseñar y exponer presentaciones*. Gestión 2000. ISBN 8498752205
- Anderson, C. (2021). *Charlas TED*. Ediciones Culturales Paidós. ISBN 6075690417
- Covey, S. (2020). *El ponente atractivo: Lo que nunca te contaron sobre hablar en público*. Amazon Kindle. ISBN 8412253361
- Nussbaumer, C. (2021). *Storytelling con datos: Ejemplos PRÁCTICOS*. España: ANAYA MULTIMEDIA. ISBN 8441507430

Para saber más

Los siguientes enlaces son externos a la Universidad Tecnológico, al acceder a ellos considera que debes apegarte a sus términos y condiciones.

Videos

Para conocer más acerca de **la conexión con la audiencia** te sugerimos ver lo siguiente:

- TED Talks. (2013). *How to speak so that people want to listen* | Julian Treasure | TED Global [Archivo de video subtitulado]. Recuperado de https://www.ted.com/talks/julian_treasure_how_to_speak_so_that_people_want_to_listen?referrer=playlist-how_to_make_a_great_presentation&autoplay=true
- TED Talks. (2017). *TED's secret to great public speaking* | Chris Anderson | TED Global [Archivo de video subtitulado]. Recuperado de https://www.ted.com/talks/chris_anderson_ted_s_secret_to_great_public_speaking?referrer=playlist-how_to_make_a_great_presentation&autoplay=true

Lecturas

Para conocer más acerca de **la conexión con la audiencia** te sugerimos leer lo siguiente:

- Lozano, I. (2022). *Cinco tips para hablar frente a tu equipo de trabajo*. Recuperado de <https://blog.locutora.org/cinco-tips-para-hablar-frente-a-tu-equipo-de-trabajo/>
- Calvo, A. (2016). *Presentaciones efectivas*. Recuperado de https://www.tec.ac.cr/sites/default/files/media/doc/taller-6-presentaciones_guia_taller_presentaciones_efectivas_0.pdf

Checkpoint

Asegúrate de:

- Considerar las características de cada audiencia a la hora de exponer.
- Analizar el mensaje y el contenido de la presentación para que se adecue a la audiencia.
- Recordar las herramientas para conectar con el público en una presentación.
- Adoptar el ensayo y la práctica como herramienta para mejorar la habilidad de exponer.

"Tecnológico no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares o de la legislación aplicable, estas se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio".

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECNOLÓGICO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECNOLÓGICO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECNOLÓGICO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educativo y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que modifique la autoría del material.