Unidad IV: EL AUDITORIO

El auditorio es un conjunto de personas que asisten a una conferencia, coloquio, concierto o espectáculo. Es un grupo heterogéneo cuyos miembros presentan un interés común. Por ese motivo concurren al mismo lugar a escuchar al mismo orador. También un auditorio o audiencia puede ser el alumnado en una clase, o un grupo reducido de personas que nos esten escuchando por distintos motivos.

CARACTERÍSTICAS DEL AUDITORIO

El auditorio es el tercer factor de la trilogía oratoria. Cada uno de ellos, orador, discurso y auditorio, conforman un todo inseparable, por lo cual, es imposible pensar en uno sin considerar a los otros. Un auditorio es siempre, en mayor o menor medida, una muchedumbre, compuesta por un número de individuos que se agrupan alrededor de un orador por distintos motivos:

Motivos del auditorio

CURIOSIDAD	CASUALIDAD	INTERÉS PROFESIONAL
#**A** muchos oyentes los intriga el tema a tratar por el orador, siempre y cuando éste lo publicite en forma atractiva. #**A** otros miembros del público no los guía el deseo de escuchar a un orador sino su renombre y fama, es decir, no sienten curiosidad por el tema a tratar sino por la personalidad del orador.	# **C**asi todas las conferencias o discursos públicos cuentan con una buena cantidad de oyentes que han llegado hasta el orador conducidos por alguien interesado en llevarlos tras de sí # **G**uiados por simple casualidad	# **E**ste auditorio está integrado por estudiantes, académicos, congresales (de cualquier tipo o corporación) u otro grupo colegiado, cuyos miembros asisten a escuchar al orador porque están interesados en el tema que se trata #Algunos podrían conocer sobre aquello que se expone.

Es de importancia y en la medida de lo posible, conocer la conformación del auditorio antes de emitir su discurso, ya que no sería apropiado expresar conceptos que sean inconvenientes o inadecuados a su conformación sociológica. Éstas son:

Conformación del auditorio

TAMAÑO	HETEROGENEIDAD	ANONIMATO
#El auditorio debe medirse con objetividad, en lo posible, saber exactamente cuántas personas van a asistir #Cuál es el sexo y edad de las mismas, ya que una idea clara del público permitirá al orador deducir los recursos que necesitará para captar su atención y alcanzar la persuasión. **Problema**: encontrarse con auditorio superior o inferior al esperado. **Respuesta**: ser lo suficientemente hábil y flexible. Para ello, no se debe caer en el error de creer que un auditorio pequeño es más fácil de manejar o menos peligroso que uno numeroso. Si es numeroso, más alto tendrá que hablar y deberá esforzarse más para que los de atrás lo vean bien.	# Si bien se dirigirá a un determinado auditorio, entre los asistentes, deberá tenerse en cuenta la diversidad que estará dada por la subjetividad, ya que por más que se compartan intereses o tipología, la singularidad de cada persona lo hará pensar e interactuar de una única manera pudiendo presentarse de manera diferente al resto. **Problema:** considerar al auditorio como un todo, como una unidad **Respuesta:** tener apertura en la actitud y cuidar que aquello que se expone contemple las diferencias.	# Puede que ocurra que debamos exponer ante un auditorio al que desconozcamos absolutamente, que incluso puede que no este presente físicamente y por tanto todo de él. No sabremos sus datos personales, ideologías o nivel sociocultural. **Problema:** Dificultad para la preparación y adecuación ante la falta de datos. **Respuesta**: incluir recursos diversos que permitan la comprensión del mensaje desde un discurso claro, sencillo y objetivo

ADECUACIÓN AL AUDITORIO

Hablar en público implica una gran responsabilidad, aun cuando sólo se hable frente a un número reducido de personas, sea en la situación que sea. Por lo tanto, es conveniente, de ser posible, que quien lo haga, tenga una idea concreta de cómo es el público con el que se va a enfrentar, como su edad, sexo o profesión. El análisis del público es el estudio específico de este último, porque frente a él se pronunciará un discurso. La adecuación a quienes nos escuchan o leen, es el proceso que consiste en relacionar el material del discurso directamente con el público. Puede que el público sea siempre el mismo, en cuyo caso apenas tendrá motivos de preocupación; pero si esto no ocurre es responsabilidad del orador averiguar de antemano y con exactitud qué clase de auditorio se reunirá para escucharlo, a fin de determinar con anticipación sus preocupaciones e intereses.

Cuando quien se expresa se ha ocupado de saber ante quién va a hablar, el público lo detecta casi inmediatamente y le agradece, ya que se siente más a gusto, mejorando así la relación entre el que dice y el que recibe el mensaje.



El acercamiento del orador hacia el público debe realizarse en tres etapas:

1. **OBSERVACIÓN Y PRIMER CONTACTO**: el orador procederá con mucha cautela en los primeros momentos en que aparece ante el auditorio. Tratará de causar una primera impresión favorable.

2. DESARROLLO DEL TEMA: una vez que tomó contacto con el auditorio, el orador deberá seguir las siguientes pautas con el fin de estrechar lazos con la audiencia y ganarse su respeto:

- Presentar el tema de una manera que capte la atención de sus oyentes.
- No emplear preguntas que hagan sentir ignorante al auditorio, o frases del tipo: "como ustedes saben" para luego expresar algún concepto inconcluso o técnico científico que sólo es conocido por el orador.
- El humor, discretamente usado dispone al público a ser más receptivo.
- Hablar a un ritmo regular y agradable, ni lento ni rápido, para no aburrir a quien escucha
- Hablar con sencillez y claridad.
- Desarrollar su tema sin titubeos ni vacilaciones, de lo contrario, no podrá ejercer influencia sobre su público.
- Repetir el mismo concepto fundamental tantas veces como sea necesarias para que el público lo capte.
- Emplear los gestos y ademanes adecuados, esmerándose para que resulten espontáneos.
- Ilustrar con ejemplos y casos específicos todas sus afirmaciones.
- Consultar a su auditorio haciendo uso de la interrogación retórica. A los oyentes les gusta que el orador cuente con su asentimiento aunque éste sea tácito.
- Interpretar a sus oyentes tratando de determinar lo que piensan o sienten y no pueden expresar por sí mismos. El auditorio se alegra cuando ve que el orador comparte sus ideas y las divulga.

3. ACEPTACIÓN: cuando el público asimila lo que el orador ha venido diciendo y las ideas y los conceptos que éste ha desarrollado, se logra la aceptación. En este punto el orador logra cumplir con los objetivos de su discurso.

¡PARA TENER EN CUENTA!

LA MIRADA

La mirada o sostén visual es el elemento más importante en la comunicación con el público. Es el mejor referente para establecer el contacto y conocer el efecto que las palabras producen en el oyente y, de esta forma, modificar el discurso según las características o predisposición del auditorio. La mirada debe ser amigable, abierta y sincera. Si el público es numeroso, para abarcarlo totalmente, se debe mirar a la primera fila, luego al centro del salón, y luego hacia los costados; o hacia atrás y hacia adelante, o del último de la izquierda al primero de la derecha, y del primero de la izquierda al último de la derecha. También es recomendable mirar a quienes escuchan con atención, ya que la retroalimentación los motivará a seguir escuchando con interés.

INTERFERENCIAS

El discurso también puede presentar interferencias que el orador debe tratar de eliminar para poder comunicarse con eficacia con su auditorio. Las más comunes son:

- molesto murmullo durante la disertación
- el sonido inoportuno de los teléfonos celulares
- el arribo tardío de algún espectador

En el primer caso, el orador debe advertir con la mirada, simplemente observando al sector donde se genera ese murmullo. Si el ruido persiste podrá llamar la atención en forma cordial pero firme. Con relación a los teléfonos celulares, lo ideal es proponer a la concurrencia que apague sus aparatos antes de comenzar la exposición. Por último, cuando algún miembro del auditorio llega tarde e interrumpe el discurso porque la gente tiende a observarlo hasta que se acomoda, lo aconsejable es darle amablemente la bienvenida y luego hacer silencio para reencausar la atención y continuar con la disertación.

LA ATENCIÓN

Todo orador sabe que el público es su ESPEJO. Si él está aburrido, la gente también lo estará; si se quiere ir, las personas también querrán hacerlo; si simpatizan con el auditorio, sus integrantes simpatizarán con él. A través de sus gestos, el auditorio expresará su interés o su aburrimiento:

SÍNTOMAS DE ATENCIÓN:

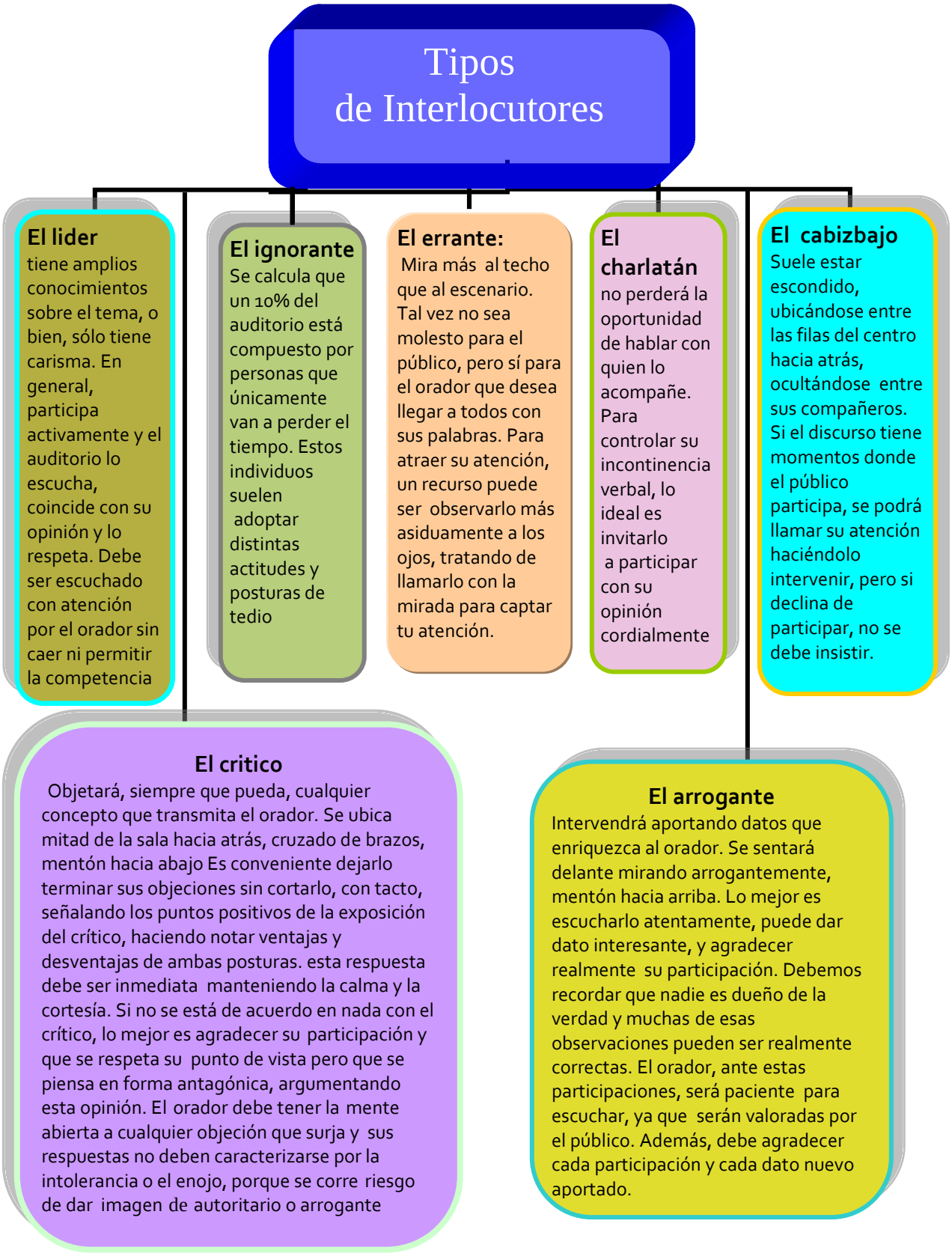
- Las cabezas están erguidas.
- Hay gestos de evaluación e interés (por ejemplo, el dedo índice y el pulgar oprimen la barbilla).
- Inclinación lateral de cabezas (lo que significa mayor atención aún).
- Gestos de asentimiento.

SÍNTOMAS DE ABURRIMIENTO:

- Hay mayor movimiento de cabezas.
- Muchos orientan sus torsos hacia la puerta (el cuerpo apunta adonde quiere ir).
- Hay balanceo corporal, hacia los costados o hacia atrás y hacia adelante.
- Con la cabeza inclinada, una mano cubre los ojos.
- La persona que tiene anteojos, juega con ellos.
- Hay profundos y audibles suspiros.
- Más personas tosen o carraspean o, incluso, silban.
- La gente observa el reloj más asiduamente.
- Las miradas son erráticas.
- Los mentones caen pesadamente sobre las manos que los sostienen.
- En casos extremos, se observan bostezos masivos o sueño profundo de algunos
- miembros del auditorio.

Ante los primeros indicios de aburrimiento, el orador debe cambiar la estrategia de exposición, el ritmo o participación, o, en caso de haber dicho lo suficiente, dar por finalizada la disertación-

Hay distintos tipos de interlocutores que participarán del auditorio:


Tipos
de Interlocutores
El lider
tiene amplios conocimientos sobre el tema, o bien, sólo tiene carisma. En general, participa activamente y el auditorio lo escucha, coincide con su opinión y lo respeta. Debe ser escuchado con atención por el orador sin caer ni permitir la competencia
El ignorante
Se calcula que un 10% del auditorio está compuesto por personas que únicamente van a perder el tiempo. Estos individuos suelen adoptar distintas actitudes y posturas de tedio
El errante:
Mira más al techo que al escenario. Tal vez no sea molesto para el público, pero sí para el orador que desea llegar a todos con sus palabras. Para atraer su atención, un recurso puede ser observarlo más asiduamente a los ojos, tratando de llamarlo con la mirada para captar tu atención.
El charlatán
no perderá la oportunidad de hablar con quien lo acompañe. Para controlar su incontinencia verbal, lo ideal es invitarlo a participar con su opinión cordialmente
El cabizbajo
Suele estar escondido, ubicándose entre las filas del centro hacia atrás, ocultándose entre sus compañeros. Si el discurso tiene momentos donde el público participa, se podrá llamar su atención haciéndolo intervenir, pero si declina de participar, no se debe insistir.
El critico
Objetará, siempre que pueda, cualquier concepto que transmita el orador. Se ubica mitad de la sala hacia atrás, cruzado de brazos, mentón hacia abajo Es conveniente dejarlo terminar sus objeciones sin cortarlo, con tacto, señalando los puntos positivos de la exposición del crítico, haciendo notar ventajas y desventajas de ambas posturas. esta respuesta debe ser inmediata manteniendo la calma y la cortesía. Si no se está de acuerdo en nada con el crítico, lo mejor es agradecer su participación y que se respeta su punto de vista pero que se piensa en forma antagónica, argumentando esta opinión. El orador debe tener la mente abierta a cualquier objeción que surja y sus respuestas no deben caracterizarse por la intolerancia o el enojo, porque se corre riesgo de dar imagen de autoritario o arrogante
El arrogante
Intervendrá aportando datos que enriquezca al orador. Se sentará delante mirando arrogantemente, mentón hacia arriba. Lo mejor es escucharlo atentamente, puede dar dato interesante, y agradecer realmente su participación. Debemos recordar que nadie es dueño de la verdad y muchas de esas observaciones pueden ser realmente correctas. El orador, ante estas participaciones, será paciente para escuchar, ya que serán valoradas por el público. Además, debe agradecer cada participación y cada dato nuevo aportado.

Más allá de esta diferenciación para darnos pautas sobre quienes reciben las palabras del expositor recordemos a Confucio:

> **"No enseñar**
> **a un hombre que está dispuesto a aprender es desaprovechar un hombre.**
> **Enseñar a**
> **quien no está dispuesto a aprender es malgastar las palabras."**

TÉCNICAS PARA EL ESCENARIO

Todo orador que procure conseguir un ciento por ciento de efectividad con su discurso debe tener en cuenta que en los últimos tiempos ya no basta con la exposición oral; los elementos que la complementan incidirán notablemente en la influencia que éste pretenda ejercer sobre su auditorio.

El arreglo de la sala suele ser realizado por el organizador pero el disertante debe estar atento a algunos aspectos que garanticen su comodidad y la de su auditorio. En otras palabras, debe planearse el ambiente de manera tal que el público sienta que ese lugar es agradable o incluso familiar. Es por eso que se recomienda una decoración sobria aunque no deprimente. Asimismo, las condiciones acústicas de la sala deben ser favorables y debe estar convenientemente iluminada. En caso de que la sala no tenga sillas fijas, se debería dejar menos que las personas que se esperan, pues añadir más dará la sensación de que arribó más gente de la esperada pero el excesivo número de sillas vacías provocará la impresión opuesta, es decir, el fracaso de la charla. En cuanto a la ubicación del conferenciante y del auditorio en la sala, la posición correcta, tanto para uno como para los otros, es la que se basa en el principio del anfiteatro griego y romano. Esta disposición consiste en un escenario en el que se ubicará el orador y frente a él las butacas ubicadas no en línea recta sino de manera ascendente, para que ningún miembro del auditorio se halle privado de observar al conferenciante. Otra forma en la que el público puede situarse en la sala es la disposición semicircular, pero para que el conferenciante tenga

control de la audiencia y ésta pueda verlo el número de participantes no debe ser superior a treinta. Un buen orador para llegar a sus oyentes no sólo debe contar con un lugar agradable y cómodo, también debe preocuparse por conseguir un buen equipo de sonido y debe considerar la posibilidad de emplear imágenes complementando su exposición. Estamos en un tiempo en el que la imagen y el sonido adquieren cada vez más relevancia y fidelidad. Estos recursos han comenzado a incorporarse en muchos de los miembros de nuestro auditorio desde la niñez, por los medios audiovisuales de comunicación. A esto debemos sumar la rápida secuencialidad de imágenes, surgida de la costumbre del televidente de hacer zapping. Esta rápida sucesión de imágenes no debe pasar desapercibida por el orador. Por el contrario, contemplar estos aspectos a la hora de hacer una presentación, le otorgará mayor atención del auditorio, sobre todo si éste se compone de niños y adolescentes, quienes retienen mejor la información presentada en un formato audiovisual. El proyector multimedia es el elemento audiovisual más utilizado ya que permite proyectar textos, gráficos y videos mediante un enlace entre la computadora y el cañón. Es ideal para pasar imágenes en formato Power Point o Presi. Al utilizar este recurso es conveniente emplear letras claras y visibles, con un tamaño adecuado al espectador, incorporar color a las imágenes y gráficos para hacerlos más atractivosl. Para permitir la visión desde todos los ángulos, la pantalla debe situarse a un metro sobre el nivel del piso y a cinco metros del público y no puede medir menos de 1, 80 mts por 1, 80 mts.

BIBLIOGRAFÍA

· CAMAROTA, Humberto Raúl y MINGRONE, Patricia Lucía (2001). **Oratoria para el éxito interpersonal, social, empresarial y pedagógico.** Buenos Aires, Editorial Bonum.

· FERNÁNDEZ, Jorge O. (2007). **La expresión oral. Persuasión**, Lumiere, Buenos Aires.

· LOPRETE, Carlos Alberto (1992). **Introducción a la oratoria moderna**, Plus Ultra, Buenos Aires.

· MONASTERIO, Diego Luciano (2010). **Nuevo manual de retórica parlamentaria y oratoria deliberativa.** Buenos Aires, Fundación Konrad Adenauer Stiftung.

· REYERO, Javier (2006). **Hablar para convencer,** Madrid, Pearson Educación.