

# Autorregulación frente a la audiencia

Adriana Olvera López<sup>a,b,\*</sup>, Yazmín Alejandra Lara Gutiérrez<sup>a,b</sup>,  
Teresa I. Fortoul van der Goes<sup>a,c</sup>, Melchor Sánchez Mendiola<sup>a,b</sup>



**E**star frente al público nos reta a mantener su atención. Sabemos que una escucha activa no es fácil de sostener, por ello es recomendable echar mano de algunas estrategias de control para lograr una comunicación efectiva.

<sup>a</sup>Maestría y Doctorado en Educación Médica. UNAM. Ciudad de México, México.

<sup>b</sup>Coordinación de Desarrollo Educativo Evaluación e Innovación Curricular. UNAM. Ciudad de México, México.

<sup>c</sup>Departamento de Biología Celular y Tisular Facultad de Medicina. UNAM. Ciudad de México, México.

\*Correspondencia: Adriana Olvera López.

Correo electrónico: adriana.olvera@unam.mx

## ¿Qué es la autorregulación?

De acuerdo con Zimmerman y Moylan (2009) es la capacidad que tenemos para controlar nuestros pensamientos, emociones, motivaciones y acciones para alcanzar los objetivos que establecemos.

Esto permite que seamos capaces de analizar lo que sucede en nuestro entorno y ajustar nuestra actuación de acuerdo a lo que se requiera en ese momento, es decir, adaptarnos correctamente al medio, considerando las circunstancias contextuales, sin dejar de tomar en cuenta los propósitos por los que estamos ahí.

De las estrategias existentes, quizás una de las más empleadas en el entorno escolar es el sonido “shhh”, o el llamar a alumnos por su nombre o apellido de una forma sentenciosa. Esto puede disuadir a alguien de distraerse, pero la forma es poco gentil (**figura 1**).

## ¿ES POSIBLE HACER ALGO DISTINTO Y MÁS EFICAZ?

### Primero

Date cuenta cuando la audiencia ha dejado de prestarte atención: están allí, pero su mente no, nota que observan su celular reiteradamente, conversan entre ellos, incluso algunos duermen.

Figura 1

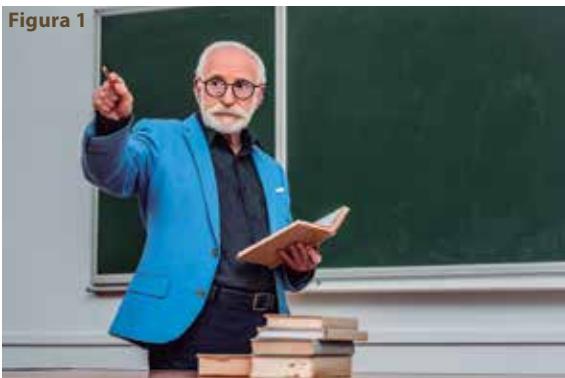


Figura 2



## Segundo

No entres en pánico ni te molestes, esto es normal y a todos nos pasa. Con calma elige un momento y forma de intervención apropiada. En la medida en que aguardes un poco antes de reaccionar, podrás darte cuenta de todas tus posibilidades. Algunas de las intervenciones que puedes realizar son:

- Genera emociones: usa frases como “entonces me interesaré en...”, “cómo se sentirían ante...”, “observé que...”, etc.
- Invita a participar a alguien o a todos mediante alguna pregunta o ejercicio.
- Cuenta una anécdota.
- Haz un cambio en la voz: volumen, tono.
- Emplea el humor (siempre de forma inteligente y respetuosa).

## ¿Te gustaría saber más?

- Polaino, Aquilino. Aprender a escuchar. La necesidad vital de comunicarse. Barcelona: Planeta. 2008.
- Ruiz Morales, Á. J. Presentaciones efectivas en medicina. El arte de comunicar y transmitir: diez recomendaciones. Revista Colombiana de Psiquiatría. 2012;41:S69-S78.
- Zimmerman B, Moylan A. Self-regulation: Where metacognition and motivation intersect. En: Hacker DJ, Dunlosky J, Graesser AC (Eds.). Handbook of Metacognition in Education. New York: Routledge; 2009. p. 299-315.

Tabla 1. Sugerencias para un adecuado control de la audiencia

Prepara tu presentación	Ten claro el propósito de tu presentación Conoce el perfil de tu audiencia Identifica el momento en que los asistentes comienzan a desviar su atención Elige el momento donde aplicarás la intervención más pertinente
Realimenta	Fíjate en el tipo de intervención que realiza el expositor frente a su público Verifica si la intervención es pertinente: la pertinencia radica en que logre llamar la atención de forma inteligente, creativa y respetuosa Verificar si la intervención es eficaz: la eficacia radica en que logre mantener la atención del público de forma sostenida

Recuerda que una presentación balanceada en colores, imágenes y sonidos, provee estímulos diversos que ayudan a sostener la atención de tu audiencia (**figura 2**).

En la **tabla 1** encontrarás sugerencias para desarrollar la autorregulación frente a la audiencia que contribuirán a la comunicación. La clave está en que, como expositor, consigas identificar los dos momentos que arriba mencionamos: primero, cuando el público ha comenzado a distraerse; y segundo, el instante en que los atraerás de nuevo.

Recuerda que intervenir de forma intempestiva cuando nos percatamos de la disminución de atención no siempre es la mejor opción, también podemos ser creativos, dejar pasar unos segundos (o incluso minutos) para intervenir adecuadamente con estrategias pertinentes y eficaces. ●