

# **Entrevista con los medios de comunicación**

Una lista de lo que hay que hacer y lo que hay que evitar tomada de “La entrevista con los medios de comunicación” de la Oficina de relaciones con los medios de comunicación de la FAO

## **Sea proactivo**

La simple respuesta a las preguntas no siempre permite transmitir sus mensajes clave.

## **Cuando los medios llaman...**

FORMULE LAS SIGUIENTES PREGUNTAS PARA SABER PERFECTAMENTE CON QUIÉN ESTÁ HABLANDO

¿Cuál es su nombre?

¿A quién representa?

¿A qué se refiere la entrevista?

¿Sobre qué aspectos particulares se centra?

¿Está hablando con otras personas? ¿Serán entrevistadas al mismo tiempo?

¿Cuál es su plazo? ¿Cuándo se hará el reportaje?

(Según el plazo) ¿Puedo volverlo a llamar mañana? ¿En una hora? ¿30 minutos? ¿Diez minutos?

¿Cuál es su teléfono/número de fax o correo electrónico?

## **No tenga miedo de negociar cuando un periodista le pida una entrevista que no está programada:**

Sea gentil, amable y cordial.

Recalque que usted necesita primero la información.

No diga nada que no quiera ver impreso o emitido.

Manténgase tranquilo.

No diga “sin comentarios” o “de modo confidencial”.

No acepte la entrevista o la rechace automáticamente.

Una negociación adecuada determina:

Una clara definición del programa y de los límites de la entrevista.

La posibilidad de orientar la entrevista a esferas en las que *usted* desea centrarse.

La posible inclusión de personas o referencias que *usted* podría sugerir.

Sea prudente

El periodista tal vez intente interrumpir con una pregunta de “contenido”, procurando llevarlo a lo esencial de la entrevista. Diga “antes de que lleguemos a eso” y siga gestionando el tiempo para prepararse.

Si usted no quiere conceder la entrevista, explique el motivo y ofrezca poner al entrevistador en contacto con la persona adecuada.

Hágalo rápidamente. Los periodistas tienen plazos sumamente limitados.

Algunas reglas básicas

No considere al periodista como a un enemigo o como a un amigo. El periodista tiene que realizar un trabajo profesional y para hacerlo bien debería cuestionar sus declaraciones.

Esté convencido de todo lo que le diga a un periodista, de lo contrario *no lo diga*.

“De modo confidencial” es una cuestión arriesgada puesto que el periodista puede encontrar confirmación en otras fuentes y utilizar la información.

“Atribución con reserva” significa que el periodista puede utilizar la información, pero sin nombrar la fuente.

### Prepárese para la entrevista – en su mensaje:

Brinde los puntos principales que usted quiere que su público meta (los indecisos y los que no saben) sepa y recuerde;

Destaque al periodista los motivos por los que su tema es importante, qué se realizará en el mundo real;

Coloque su tema en función del interés periodístico: Qué es lo novedoso y significativo, de qué manera concuerda con las temas actuales, explique una tendencia, agregue un aspecto nuevo a una noticia actual;

Calcule de 5 a 20 segundos (el promedio del “clip” de televisión o “corte de voz” de radio – que usted haya visto o escuchado después de que el periodista haya presentado el tema y antes de que la entrevista salga al aire – es diez segundos) para una transmisión de radio o televisión o no más de tres líneas para los medios impresos;

Presente o incluya “imágenes verbales”. Reforzando estas imágenes durante toda la entrevista adquieren una posición dominante (Un ejemplo muy conocido es la expresión “piensa globalment y actúa localmente”).

Recuerde:

Controle datos y estadísticas, consulte con los demás.

Su público no es un sólido partidario ni un fuerte adversario de su posición. El destinatario en el que debería centrarse es en los indecisos, y en los que no saben.

Un periodista o entrevistador a menudo toma lo que los adversarios o críticos dicen como base para las preguntas de la entrevista.

No entre en una discusión con el periodista al enfocar un punto de vista diferente.

Concéntrese en persuadir a *su* público meta.

Elabore sus mensajes:

Su objetivo es ser guiado por el mensaje más que por la pregunta. Esto significa que usted debe:

Saber bien cuáles son sus mensajes

Transmitir coherentemente *sus* mensajes.

Introducir con firmeza sus mensajes en la entrevista.

Evitar las reacciones provocadas por la pregunta, que puede impedirle transmitir los mensajes que desea comunicar.

No responda simplemente a las preguntas, contéstelas pero continúe con sus mensajes.

Una cita que puede ser citada es irresistible cuando:

Es breve.

Es autónoma.

Se expresa en lenguaje coloquial, no en jerga.

Es profusa, es una metáfora.

Es vehemente, energética.

Tiene un atractivo directo, personal.

### Gestione la entrevista

Evite las palabras con efecto “Anzuelo”

No repita las palabras “anzuelo” – palabras cargadas que un periodista puede utilizar en preguntas, tales como “destrucción”, “avidez”, etc. Cuando repite la palabra “anzuelo” en su respuesta tal vez está dando al periodista una cita que no quisiera que sea usada.

### **Utilice “puentes”**

Cuando un periodista lo mantiene alejado del tema que usted quiere debatir, vuélvalo a llevar a sus mensajes con frases de enlace: “esta no es la verdadera cuestión. La verdadera cuestión es...” “Observémoslo desde este punto de vista...”

### **Supere el “quedarse en blanco”**

Cuando usted no encuentre las palabras justas para expresarse, haga una pausa. Ordene sus ideas. Manténgase tranquilo. Comience de nuevo. Si usted realmente no comprende o no estaba concentrado, pídale al periodista que le repita la pregunta.

### **Atención a los comentarios “improvisados”**

Los periodistas pueden utilizar algunos de sus comentarios, también los que ha hecho de forma improvisada, expresados antes, durante o después de la entrevista. Pueden ser “dignos de ser citados”. No baje la guardia.

Asimismo, si la entrevista se realiza en su oficina, controle el entorno para ver si no transmite posibles mensajes negativos. Evite ser interrumpido por llamadas telefónicas y controle sus expresiones faciales y el lenguaje corporal.

## **Entrevistas telefónicas**

Sujete el micrófono a varios centímetros de su boca.

Reflexione antes de responder.

Proyecte energía y confianza, haga hincapié en las palabras clave, hable despacio y claramente.

Siéntese derecho y que su cara sea expresiva; su tono será cordial.

No se sienta obligado a llenar los silencios, aunque sean incómodos, que el periodista puede usar para que usted siga adelante.

Repita sus mensajes.

Nunca pierda los estribos.

Evite los sonidos “¡puf!”.

## **Entrevistas en el estudio de radio**

Mantenga una actitud agradable y establezca un buen contacto con el entrevistador.

Presente una cara expresiva para crear un tono cordial.

Pronuncie con claridad, hable despacio y varíe la inflexión de la voz.

Dé respuestas breves: a lo sumo 30 segundos.

Considere la entrevista como un diálogo energético.

Piense en una persona que lo está escuchando en su casa o en el coche; establezca una relación con ese oyente.

## **Otros invitados en el estudio**

No deje que tomen el control del programa.

Utilice puentes para volver a sus mensajes.

Si usted no está de acuerdo, dígalo con firmeza pero educadamente.

Evite las opiniones personales; la discusión cara a cara con otro invitado le restará valor a sus mensajes.

Demuestre sentido del humor, pero evite ser mordaz o sarcástico.

Hable a menudo más directamente a otros invitados, no al anfitrión.

## **Entrevistas radiales “Línea abierta”**

En la radio “línea abierta”, a usted, el invitado en el estudio, le hacen preguntas tanto el anfitrión del programa como los oyentes que llaman. Recuerde:

Su objetivo es persuadir al público, no necesariamente a la persona que llama.

Siempre demuestre respeto por la persona que llama.

Si usted comienza a empantanarse, gentilmente diga “coincido en que discrepamos” y siga adelante.

Hable directamente con la persona que llama, no con el anfitrión.

### **Entrevistas en el estudio de televisión**

Averigüe antes de que la entrevista comience en qué se va a centrar, de modo que no lo encuentre desprevenido.

Llegue pronto para familiarizarse con el entorno y para ponerse a gusto.

Mientras espera, esté tranquilo, respire profundamente, tome agua (no café).

Una vez que se haya sentado en el plató, permita que las personas del equipo del estudio le pongan su micrófono.

Cuando el entrevistador se presenta, intercambie algunos comentarios corteses.

No se mire en el monitor – esto puede hacerle perder la concentración. Si usted tiene miedo el monitor podría distraerlo, pida que lo giren.

Póngase de acuerdo con el entrevistador que usted mirará directamente hacia él o ella, y no a la cámara.

Mantenga su atención en el entrevistador.

Durante la entrevista, proyecte cordialidad en su voz, anime su cara.

Piense en la entrevista como si entablara un diálogo con un espectador que esta en su casa.

Usted podría estar en cámara todo el tiempo, por eso preste atención a lo que hace, aún cuando no esté participando en el diálogo.

### **“Dobles lugares”**

Cuando el periodista está en un lugar (estudio) y usted en otro:

Mire directamente hacia la cámara, no hacia los monitores o a su alrededor.

Imagine que la lente de la cámara son los ojos del entrevistador.

Mantenga la mirada en la lente, aún cuando el entrevistador u otros invitados hablen.

Si hay otros invitados en el programa, diríjase a ellos directamente, no mediante el entrevistador.

Hable como si estuviera en la misma sala del entrevistador o invitados. No levante la voz.

No se sorprenda. En las entrevistas grabadas, las preguntas pueden ser respondidas por el camarógrafo o un productor, más que por el entrevistador.

Asegúrese que el auricular se ajuste cómodamente en su oreja. Si se le cae, vuelva a ponérselo suavemente y continúe. Si usted no puede escuchar la pregunta, pídale cortésmente al entrevistador que la repita.

### **Cuando la TV viene hacia usted**

Escoja un lugar para hacer acomodar al personal del equipo y maquinarias de la TV. Un equipo de TV necesita de 15 a 30 minutos para instalarse y otros 15 minutos para guardar todo. Si usted está ocupado, su oficina podría no ser el mejor lugar para la entrevista. De cualquier manera, evite un espacio burocrático: aléjese de su escritorio.

Asegúrese, antes de que lleguen los camarógrafos, de sacar todos los objetos que no desea que se vean en la cámara. Piense en un ambiente pertinente relativo a su tema para mejorar el impacto visual.

Relájese. Esté preparado para desempeñar un papel (entrando en su oficina, respondiendo a una llamada, firmando una carta) para establecer un ambiente general.”

Después de la entrevista, se le puede pedir que asienta con la cabeza y simule un diálogo con el periodista para poder hacer una posterior edición. El micrófono podría estar todavía encendido, por eso no diga nada que luego lamentaría haber dicho.

O usted u otra persona debería estar en la sala después de la entrevista para ver al periodista cuando hace la “repetición de las preguntas ” (en las que la cámara gira hacia el periodista y las preguntas originales se formulan nuevamente) a fin de garantizar que se utilice la misma formulación como en la entrevista.

Cuando el periodista y el equipo de la TV van a su lugar de trabajo, la entrevista casi siempre está grabada y editada. Por ello, haga una pausa antes de cada respuesta mientras mira hacia abajo y luego alce la vista y comience. Esto le permite tener tiempo para pensar. Por último, las luces apagadas, no significan que la cámara esté apagada. Preste atención a lo que dice y hace; esto también puede ser usado.

Sea breve en sus respuestas.

No se refiera a una declaración anterior, esto compromete el “corte de voz”.

No utilice el nombre del periodista en la respuesta, esto destruye el “clip” para otras emisoras.

No cuente (1,2,3..) o utilice letras (a,b,c...) en sus respuestas; esto compromete el “clip”.

No responda a cada matiz o aspecto de la pregunta – vaya a lo esencial y luego vuelva a su mensaje.

Controle el ritmo, desacelérelo. Baje la cabeza mientras escucha la pregunta. Haga una pausa por unos segundos, luego levante su cabeza y pronuncie un mensaje completo mientras mira directamente al periodista que ha formulado la pregunta. (De esta manera, usted se concede su tiempo para pensar, sin comunicar una expresión facial de desconcierto).

### **Entrevistas de pie**

Cuando las entrevistas se llevan a cabo de pie en un vestíbulo, en las escaleras del edificio, en la parte de atrás de una sala siguiendo un discurso o rueda de prensa, etc.:

Vaya despacio. Permítase tiempo para pensar.

No deje que sus palabras se adelanten a sus pensamientos. De vez en cuando haga una breve pausa.

Enfatice sus palabras y nuevamente concédase tiempo para reflexionar.

Hable moderadamente, manténgase tranquilo, independientemente de la intensidad del cuestionamiento.

No deje que el encuentro se haga muy largo; diez minutos a lo sumo. Una vez que haya dicho lo que quería decir, pida disculpas de forma cortés pero firme y retírese.

### **Ruedas de prensa**

Después de que el presidente haya establecido la agenda, transmita una pequeña alocución preparada antes de que realicen las preguntas.

Manténgase tranquilo. No reaccione sobremanera a preguntas “cargadas”; no repita la palabra cargada de emoción en su respuesta.

No llame a los periodistas por nombre, esto puede destrozar el “corte de voz” para los demás.

Sea directo, use el lenguaje coloquial, no la jerga.

Mire hacia una parte de la sala cada vez que alce la vista. Exprese su mensaje con convicción hacia esa parte de la sala. No mire hacia todas las partes de la sala; en un primer plano, esto puede aparecer esquivo e inseguro.

Responda la idea central de la pregunta sin comenzar a detenerse en detalles. Limite sus respuestas a un máximo de 30 segundos.

No entre en un diálogo cara a cara con un periodista. Sugiera volverlo a encontrar o hacerlo encontrar con otra persona después de la rueda de prensa.

Use material visual para ilustrar sus puntos.

Repita los mensajes que ha incluido en su discurso de apertura durante las respuestas a las preguntas.

### **Algunos consejos sobre la comunicación verbal**

**Ritmo:** Un ritmo demasiado rápido o demasiado lento frustrará al espectador y al oyente.

Varíe el ritmo de la expresión para mantener el interés de su mensaje.

**Inflexión:** Varíe el énfasis que usted coloca en las palabras. Esto contribuye a atraer la atención sobre los conceptos clave. Evite un aporte tedioso y monótono. Evite expresar “¡Puf!”, “este...” y “okey”.

**Pausas:** Haga una pausa antes o después de las palabras clave para enfatizar su importancia y comunicar su aprecio.

**Tono:** Se comunica confianza adoptando un estilo de discurso medido y relajado. Mantenga su tono cordial. Hable como si estuviera participando en un diálogo ameno con un oyente o espectador.

**Palabras:** Use el lenguaje coloquial, claro para ayudar al espectador/oyente a comprender sus mensajes. Evite la jerga, explicaciones demasiado técnicas o burocráticas. No hastíe a su público con frases inconexas.

**Energía:** En última instancia, cuando usted habla, la energía que proyecta sobre el tema y en el aporte de sus mensajes es lo que el oyente o el espectador recordarán. No pierda fuerza al final de las frases.

### **Algunos consejos sobre la comunicación no verbal**

Más de la mitad de lo que usted comunica en una entrevista televisiva no es verbal:

Ilumine su cara; y la cara animada conecta sus sentimientos a las palabras que pronuncia.

Proyecte una imagen de equilibrio entre un aire pensativo discreto cuando escucha las preguntas o mientras otros están hablando y la energía cuando usted habla.

Comunique cordialidad mediante sus expresiones faciales y mediante un lenguaje corporal abierto.

Mantenga su vista en el entrevistador, sin mirarlo fijamente.

Sonría sólo cuando corresponda.

No se distraiga con gestos innecesarios.

No curve sus hombros (sentarse sobre fondo de la chaqueta ayuda a mantener el cuello derecho y mejora su postura).

Siéntese erguido; no se incline para un lado.

Mantenga su pie extendido sobre el suelo con sus piernas unidas o cruzadas a la altura de rodillas, los pies dirigidos hacia el entrevistador.

No ponga un brazo detrás; parece un gesto defensa.

No incline su cabeza hacia un lado; esto comunica inseguridad o debilidad.

### **Algunos consejos sobre el modo de vestir y la apariencia**

El modo en que usted aparece, no lo que dice, será la primera y quizás la impresión más duradera sobre el espectador de televisión: Su ropa y su apariencia deberían distraer lo menos posible.

Usados correctamente, reforzarán lo que usted dice.

Para hombres:

Evite el terno; éste tiende a parecer acartonado y demasiado formal.

No lleve trajes negros; éstos proyectan una falta de confianza.

Evite los modelos, estilos o colores exagerados. Los estilos conservadores en una gama mediana de colores, gris y azul en particular, mejoran su imagen. El azul marino es el que más favorece a casi todos (excepto a las personas que son muy rubias o de piel muy clara; ellos podrían preferir el gris oscuro).

Evite, camisas estampadas o con muchas rayas de manga corta; lleve una camisa blanca o azul claro. Lleve corbatas que tengan colores fuertes, como el bordó, que reflejará el color en su cara. Asegúrese que su corbata toque la hebilla de su cinturón y esté derecha.

La barba o los bigotes deben estar arreglados y no deben cubrir el labio superior. Puesto que la barba y los bigotes tienden a esconder las expresiones de la cara, compéñselo con una animación mayor de su cara. Si usted es calvo o tiene entradas, pida que le pongan maquillaje para evitar los reflejos.

Para mujeres:

Evite las exageraciones: no se ponga faldas cortas, conjuntos llamativos y escotes atrevidos; evite también conjuntos que sean demasiado serios o sin color – éstos proyectan frialdad.

Los colores fuertes proyectan seguridad (azul real, gris esmeralda, no es recomendable un rojo muy encendido).

Lleve un trajecito de chaqueta y falda o vestido a medida; evite la ropa casual.

Lleve pocas joyas.

No lleve sandalias, zapatos sin punteras o medias con motivos excéntricos.

Evite las blusas de blanco puro (a menos que las lleve con una chaqueta) y de muchas rayas y estampados que puedan crear un efecto de contraste en la pantalla.

Tenga el cabello retirado para que se vea claramente la cara.

### Algunos consejos sobre las preguntas difíciles

**Con fuerte contenido:** “¿Qué daño le ha provocado esto a la reputación de su organización?”

No acepte la premisa tácitamente tratando de ignorarla. En cambio, cuestiónela cordialmente y con firmeza. Luego, siga adelante rápidamente con su mensaje.

**Provocativas:** “¿No piensa que esto lo destruye?”

No repita la palabra provocativa “destruir”, ni por asomo la niegue. Rechace la pregunta sin repetir la palabra provocativa.

**Personales:** “¿Usted, qué piensa?”

No exprese su opinión personal, diciendo: “No creo que el tema aquí sea mi opinión personal...”

**Opiniones de los demás:** “¿Por que piensa, usted, que el (...) gobierno decidió hacer eso?”

Remita la pregunta a la autoridad apropiada. Hable sólo en nombre de *su organización*.

**Usted no sabe la respuesta:** Diga que no lo sabe y ofrezca preparar la respuesta para el periodista. Nunca mienta; nunca intente adivinar.

**Usted sabe la respuesta pero no le es consentido responder:** Exponga su razón por la que usted no puede responder: “Esto es confidencial, está en los tribunales, sería conveniente para mí hacer comentarios, este tema es muy delicado, está actualmente en revisión, negociación, debate...”

**Trampa entre dos opciones:** “¿Usted recomienda mayor financiación o el mantenimiento del nivel actual?”

Ignore las dos opciones, no se sienta atrapado. Responda con un mensaje directo y conciso volviendo hacia su tema.

**Cargadas, hostiles:** “¿Su organización ignora simplemente el problema?”

No responda con hostilidad o emotivamente. Realice un rápido y claro descargo de responsabilidad. Reformule el tema con menos palabras emocionales. Si existen algunas verdades para alegrar, admítalas pero exprese de otra manera el tema en sus propios términos.

**Persistentes:** “¿Entonces por qué se sigue negando a decir que...?”

Educada pero firmemente señale que usted no va a ceder. Repita su mensaje.

**Indefinidas, abiertas:** “¿Háblame de su organización?”

Solicite al entrevistador que aclare la pregunta, para indicar en qué aspecto desearía centrarse.

**Hipotéticas:** “¿Qué hará su organización si usted no llega a un acuerdo?”

No suponga. Considérela como una conjetura: “No quisiera especular...”

**Rumores:** “Según los rumores que corren, otros países ...”

Responda diciendo: “Sería inconveniente responder a los rumores, nos ocuparemos en su momento.” O diga: “No he visto pruebas para apoyar un rumor de este tipo.”

**Múltiples:** “¿Qué impacto tendrá esto...y será capaz su organización de continuar para...o también tendrá su organización que...?”

No tiene que responder a todas las preguntas de una vez. escoja la que es más fácil para responder.

**Consejo:** “¿Qué consejo le daría su jefe?”

No dé consejos o recomendaciones a su jefe en público.

**Expresa conmiseración:** “¿Esto debe ser penoso para usted, considerando todas las dificultades que afronta?”

No ceda a la tentación de ponerse de acuerdo.

## Estructure sus respuestas

Prevea su respuesta a una pregunta que puede ser de tres breves etapas de 30 segundos:

### 1. BREVE RESPUESTA INICIAL – EXPONGA SU MENSAJE:

Empiece ubicándose, use una “imagen verbal” para establecer el tema y proponer un mensaje clave. No entre en detalles.

Aliente al periodista para seguir lanzando un “gancho” o apoyándose en su discurso inicial o manténgase en silencio. (Un “gancho” es una alocución que invita al periodista a seguir adelante con su mensaje – como “tenemos un nuevo enfoque” – sin profundizar de que se trata.)

*En todo caso, después de 30 segundos usted debería guardar silencio.*

### 2. PROFUNDIZAR– APOYAR SU MENSAJE:

Este debe incluir un hecho o estadística clave, o una breve descripción u otra explicación sobre el motivo por el que ha elaborado su alocución inicial. Imagine qué puede llegar a persuadir a sus espectadores/oyentes o lectores que son los indecisos, o los que no saben. *Nuevamente, después de 30 segundos, guarde silencio.*

### 3. PROFUNDIZAR ULTERIORMENTE – ILUSTRE SU MENSAJE:

Proporcione otras pruebas suplementarias o emplee un ejemplo preparado o analogía preparada para ilustrar y apoyar ulteriormente su mensaje; o incluya otro mensaje y explíquelo brevemente.

*30 segundos es, nuevamente, todo el tiempo que debería tomarle.*

De este modo la entrevista se convertirá en un intercambio dinámico entre usted y el periodista. Siguiendo este modelo por etapas le ayudará a mantener el control de la entrevista, y hará que el periodista lo siga en lugar de que sea usted el que sigue el ritmo del periodista.

### **Breve reseña**

Sea educado; nunca se enoje.

Sea amable, si no sabe la respuesta, lo dice y ofrezca averiguarla.

Nunca mienta; diga siempre la verdad.

Si no quiere decir la verdad, no sea evasivo; si no quiere dar información, diga el motivo.

Aténgase a su esfera de responsabilidad.

Responda a las preguntas del periodista, pero vuelva a su mensaje.

Si usted no está seguro de la pregunta, pídale al periodista que la repita.

Aténgase a los hechos; no exprese sus opiniones.

Aténgase al tema; no plantee cuestiones o temas que no quiera ver citados en el reportaje.

Evite la jerga.

Repita sus mensajes. Cada vez que usted repita su mensaje aumentan las posibilidades de verse en las noticias finales.

Respete los plazos del periodista; devuelva la llamada cuando ha sido acordada.

Controle que lo que ha sido dicho durante la entrevista y observe detenidamente la noticia impresa o grabada; aprenda de ella.