



ASISTENCIA TÉCNICA AL PROGRAMA
“ACCESO AL EMPLEO A TRAVÉS DE LA MEJORA DE LAS HABILIDADES LABORALES Y EL
FOMENTO EMPRESARIAL EN HONDURAS” (EURO EMPLEO)
LA/2019/412-746

GUÍA PRÁCTICA DE VOCERÍA

GI51: SERVICIO DE APOYO AL FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES DE VOCERÍA DE
FUNCIONARIOS Y FUNCIONARIAS JERÁRQUICAS DE SETRASS QUE FORMAN PARTE DEL
SECTOR EMPLEO DE HONDURAS.

Febrero de 2023

Nombre expertos:
Patricia Jeannette Orantes Alarcón

Asistencia Técnica implementada por:

IDOM  **involas**



Este documento fue realizado con la contribución de la Unión Europea. Su contenido es exclusiva responsabilidad de sus autores y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea.



TALLER PARA LA FORMACIÓN EN **HABILIDADES DE VOCERÍA**



ENTRENAMIENTO PARA EL MANEJO DE ENTREVISTAS

CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	PREPARACIÓN PARA LA ENTREVISTA	4
	Conozca el tema que va a exponer	4
	Utilice cifras	4
	Utilice un lenguaje que merezca citarse	4
	Póngase en el lugar del reportero	4
	Tome en cuenta al público	4
	Determine los puntos clave	5
	Sea previsor	5
3.	AL MOMENTO DE DAR LA ENTREVISTA	6
	Tome el control	6
	Convierta lo negativo en positivo	6
	Evite el uso de vocabulario especializado	6
	Cuidado con lo "extraoficial"	6
4.	CONSIDERACIONES PARA LA ENTREVISTA	8
	Medios para el consumidor/ramo industrial	8
	Televisión	8
	Radio	9
	Medios impresos	10
5.	TIPOS DE ENTREVISTAS	11
	Sesión informativa	11
	Por teléfono	11
6.	TIPOS DE ENTREVISTADORES Y DE PREGUNTAS	11
	El que pregunta como ametralladora	11
	El que interrumpe	11
	El que parafrasea	12
	El incisivo	12
7.	RESUMEN	13
8.	ANEXO / Transiciones	14
	Mensajes Clave	15

**UNA ENTREVISTA NO ES UN EJERCICIO INTELECTUAL
ES UNA OPORTUNIDAD PARA DIRIGIR MENSAJES ESPECÍFICOS A
PÚBLICOS ESPECÍFICOS A TRAVÉS DEL FILTRO DE UN REPORTERO.**

Resulta atractivo tener una charla a fondo con un reportero bien informado. Es fácil creer que el reportero seleccionará sólo lo positivo, los aspectos interesantes del inmenso y variado conjunto de ideas, opiniones y datos incluidos en la entrevista.

Sin embargo, es probable que esto no suceda. El entrevistado debe responsabilizarse de lo que surja en la entrevista. Guíe al reportero a su tema, dándole los elementos necesarios para que informe los hechos desde el punto de vista de su compañía u organización.

Los elementos que conforman la sesión de Entrenamiento para Manejo de Medios lo capacitan para ofrecer entrevistas y transmitir exitosamente a los medios de comunicación los mensajes de su empresa.

PREPARACIÓN PARA LA ENTREVISTA

CONOZCA EL TEMA QUE VA A EXPONER

- ✓ La clave para dar una entrevista exitosa es conocer qué información quiere comunicarle al reportero: qué quiere decir/qué quiere que escriban acerca de su compañía u organización y sobre su especialidad. Esto deberá estructurarse previamente y convertirse en el centro de la entrevista.

UTILICE CIFRAS

- ✓ Utilice cifras; éstas son el justificante del tema que está exponiendo.
- ✓ En caso de que las políticas de la empresa le impidan dar a conocer determinadas cifras, comuníquelo a los periodistas y utilice estadísticas que ya hayan sido publicadas. También puede remitir a los reporteros a terceras fuentes, como son los consultores o las agencias que recaban datos. En este caso, trate de darle opciones. Por ejemplo, señale que... "por cuestión de políticas, no revelamos nuestros reportes financieros; sin embargo, puedo decirle que somos la compañía No. 18 de Washington".

UTILICE UN LENGUAJE QUE MEREZCA CITARSE

- ✓ Utilice una o dos citas que ayuden a dar la información. Los reporteros están atentos al lenguaje que merezca citarse.
- ✓ Busque un lenguaje interesante, coloquial y vivo; citas que resuman un asunto o expliquen un tema difícil con una metáfora, analogía o ejemplos breves que apoyen sus mensajes.
- × Evite el lenguaje negativo o defensivo. Recuerde que, para los reporteros, el lenguaje negativo ("no, ya no lo hacemos". "no fue un fracaso -- nos fue muy bien con ese producto". "no soy vengativo al decir esto") es muy citable.

PÓNGASE EN EL LUGAR DEL REPORTERO

- ✓ Si su información es útil, novedosa, bien estructurada, apoyada en hechos, con un lenguaje que merezca citarse y totalmente comprensible existirá una buena posibilidad de que se publique.

TOME EN CUENTA AL PÚBLICO

- ✓ Piense en el proceso de la entrevista como una charla con el público a través del reportero. En vez de reaccionar negativamente a la actitud del reportero, recuerde que el objetivo es hacer llegar su mensaje al público. Una entrevista no es una deliberación, debate o discusión intelectual.
- ✓ Muéstrese atento y profesional, independientemente de la manera de ser del reportero.
- ✓ Recuerde: a los reporteros les gusta hablar con personas "auténticas", no con portavoces hábiles que expresan pomposamente los ofrecimientos de la compañía. Este procedimiento lleva sus mensajes a través del reportero y los transmite al público al que quiere llegar.

DETERMINE LOS PUNTOS CLAVE

- ✓ Deberá abordar su tema desde una serie de puntos clave. Se recomienda que los puntos clave sean tres.
- ✓ Responda a las preguntas, pero siempre haga la transición que le permita regresar a los puntos clave que forman el núcleo o esquema de su exposición.
- ✓ Siempre desarrolle mensajes personales. Cada persona deberá ser capaz de describir sus áreas de responsabilidad. Usted deberá ser capaz de explicar por qué es la mejor persona para presentar su tema. Tal vez le pregunten sobre sus experiencias individuales. Tenga en cuenta que éste no es un ejercicio para expresar una opinión personal, sino una oportunidad para emplear su propia experiencia y así generar credibilidad en usted y en su compañía.

SEA PREVISOR

- ✓ Prevea las preguntas (especialmente las difíciles) y las actitudes que puede manifestar.

-
- ✓ Prepare respuestas que suavicen estas preguntas y deje sitio para hacer transiciones hacia los puntos de su mensaje y centrar de nuevo la atención en ellos. Se le proporcionará antecedentes sobre el reportero y el “ángulo” que desea darle al artículo, el estilo del reportero, preguntas muestra, la extensión de la entrevista. Para lograr mayor objetividad es mejor que un tercero consiga la información.
 - ✓ Recuerde leer los periódicos antes de su entrevista y estar enterado de los acontecimientos recientes que pudieran tener un impacto en su exposición.

AL MOMENTO DE DAR LA ENTREVISTA

- ✓ El tono de una entrevista deberá ser el de una conversación animada --atractiva y entusiasta, abierta y franca -- usted tiene la responsabilidad de mantener la concentración.
- ✓ Decida de antemano qué tan sincero será. Si no conoce la respuesta a una pregunta, dígallo, y ofrezca darle un seguimiento después. Si no puede contestar una pregunta, explique por qué: "todavía no hemos tomado una decisión...". Es una buena idea darle al reportero un indicio de cuándo podría responder en forma más específica.
- ✓ Recuerde que debe ser conciso. Una entrevista de 10 minutos puede reducirse a una transmisión de 20 segundos al aire o a tres líneas impresas. Debe ser capaz de concretar sus pensamientos en unas cuantas frases que vayan al grano.

TOME EL CONTROL

- ✓ Tome la iniciativa: contextualice, explique, enfatice los puntos clave que usted requiera que se comprendan o tomen en consideración. Utilice ejemplos sustanciosos que le ayuden en su presentación.
- ✓ Corrija lo más pronto posible las aseveraciones erróneas que haga el reportero, en forma comedida, no amenazadora. Su entrevista puede ser perdurable y por eso usted quiere que toda la información sea totalmente correcta.

CONVIERTA LO NEGATIVO EN POSITIVO

- ✓ Si le hacen preguntas negativas, responda en tono positivo.
- ✓ No vuelva a emplear el lenguaje negativo. Cuando responda, haga transiciones hacia sus mensajes clave (vea las frases de transición en la página 14).

EVITE EL USO DE VOCABULARIO ESPECIALIZADO/EXTRANJERISMOS

- ✓ Utilice el lenguaje que el reportero y el público entienda, encuentre significativo y perciba como adecuado.
- ✓ En caso de que sea inevitable utilizar términos en inglés, pronúncielos con claridad.

CUIDADO CON LO "EXTRAOFICIAL"

- × No diga cosas que no quiera que se publiquen o salgan al aire.
- × No hable "de manera extraoficial" (off-the-record).
- × No suponga que la entrevista ya terminó porque la grabadora esté apagada, la libreta guardada o el reportero gráfico no esté poniendo atención.
- × Evite los comentarios hechos sin pensar, las observaciones sarcásticas y el humor fuera de lugar. Su tono, modales y charla antes, durante y después de la entrevista deberán ser constantes, haciendo énfasis en la información que desea transmitir.

CONSIDERACIONES PARA LA ENTREVISTA

MEDIOS PARA EL CONSUMIDOR/RAMO INDUSTRIAL

Los medios PARA EL CONSUMIDOR y los DEL RAMO INDUSTRIAL son los dos "polos" de la prensa, estando en un extremo el amplio sector de lectores en general y, en el otro, los lectores específicos de una industria. Al hablar con los medios, siempre tenga en mente a su público.

Los medios del ramo industrial son cada vez más competitivos y no se puede confiar en que harán una descripción favorable de su empresa.

- ✓ Cuando utilice lenguaje técnico, defina los términos en un lenguaje claro. Además, recuerde que no todos los reporteros de publicaciones industriales son profesionales.
- ✓ La explicación y el contexto son cruciales, defina la forma en que se inserta su organización en la industria o entorno general.

TELEVISIÓN

Es natural sentir cierta ambivalencia ante una presentación en la televisión. El ámbito de un estudio de televisión no es muy conocido: las luces, las cámaras y la actividad pueden distraer mucho, se llegará a un auditorio grande. Para ello:

- ✓ Acostúmbrese rápido al ambiente. Llegue temprano y "explore el terreno" para que se oriente. Acóplese al caos y al constante movimiento de los técnicos detrás de las cámaras, de modo que no lo distraigan durante la entrevista. Deje que el anfitrión o el personal del programa le asignen su lugar, le ajusten el micrófono, etc.
- ✓ "Sea usted mismo". La adopción de diferentes personalidades para la entrevista se verá falsa.
- ✓ Ejercer control personal y muestre presencia. Recuerde que las cámaras lo tomarán desde diversos ángulos y que habrá desde "close-ups" de su cara hasta tomas de cuerpo entero que incluyan tanto a usted como al entrevistador. Usted siempre debe lucir interesado, tranquilo y confiado.
- ✓ Vea al entrevistador. Escuchar y hablar resueltamente, viendo a los ojos, mostrará su interés y preocupación.

-
- ✓ Vea a la cámara sólo cuando se lo indique alguien en el estudio (por ejemplo, al hacer un llamado al público o conceder una entrevista vía satélite desde un lugar remoto).
 - ✓ Diríjase al reportero por su nombre.
 - ✓ Presente su mejor imagen. Vista de manera conservadora y cómoda. Evite un atuendo todo negro/todo blanco. Las mujeres tienen más opciones (y retos) con el guardarropa. Seleccione un estilo y un color favorecedores. Asegúrese de que su falda tenga el largo suficiente. Los hombres, el traje gris oscuro o azul (sin chaleco) con camisa blanca, azul claro u otro color pastel liso son adecuados. Las corbatas con detalles en rojo funcionan bien. Los calcetines deben llegar a la rodilla en caso de que cruce la pierna.
 - × No use anteojos sensibles a la luz y saque los objetos abultados y las plumas de sus bolsillos.
 - ✓ Deje en casa la joyería deslumbrante y ostentosa.
 - ✓ Para las apariciones importantes en televisión, utilice polvo, aplicado por profesionales. Una polveada en el rostro ayuda a evitar el brillo que producen las luces intensas.
 - ✓ Revise (y vuelva a revisar en el último momento) su peinado, que los bolsillos laterales del saco estén correctos, que la corbata esté derecha y cerciórese de que los calcetines estén ajustados. Cuando tome asiento, recuerde desabrocharse el saco y jalarlo hacia abajo.
 - ✓ Durante la entrevista, siéntese bien en la silla para proyectar energía y entusiasmo. Permanezca sentado hasta que le indiquen.
 - × No tema gesticular o expresarse con naturalidad, utilizando las manos para ayudar a enfatizar sus opiniones. Debe evitar los movimientos apresurados o nerviosos. No balancee las piernas ni se mueva en el asiento.
 - ✓ Retroaliméntese con las opiniones objetivas de sus colegas respecto a su lenguaje corporal, para garantizar que estos mensajes sean consistentes con los verbales.
 - ✓ Hable lo mejor posible. Evite las "muletillas" ("eh..." y los "este...").
 - ✓ Tome uno o dos segundos para decidir y aclarar qué quiere expresar. Esto le dará al público la oportunidad de sintetizar lo que ya escuchó.
 - ✓ Hable fuerte, empleando las variantes vocales -- inflexión, volumen, ritmo al hablar -- para que su voz se mantenga activa y atraiga la atención.

RADIO

- ✓ Exprésese con claridad. La manera en que utilice las palabras es especialmente decisiva en la radio. Usted tendrá la posibilidad de orientar la imaginación del escucha. El tono de su voz contribuirá a conformar la percepción que la audiencia tenga de usted. La entonación demostrará su entusiasmo y hará que sea fácil, atractivo y agradable escuchar su voz. Las pausas prolongadas (de cuatro segundos o más) resaltan particularmente y pueden distraer al auditorio.
- ✓ Sepa qué quiere decir y esté preparado para responder. Tenga presente los objetivos de la entrevista.

MEDIOS IMPRESOS

Las observaciones antes mencionadas se aplican también a las entrevistas de prensa. En un artículo, un reportero puede describir o comentar su postura, apariencia, lenguaje corporal, tono de voz, expresiones faciales y tiempo de reacción.

- ✓ Se debe esperar que la entrevista sea grabada, aunque los reporteros pueden utilizar cualquier comentario que haga descuidadamente. Manténgase siempre alerta.

TIPOS DE ENTREVISTAS

- **Sesión informativa.** El reportero recaba información general para tener el contexto o familiarizarse con los asuntos y participantes clave. El periodista puede recurrir a cualquier cosa que usted haya dicho en esta entrevista (o en cualquiera otra); la preparación y la cautela son decisivas.
- **Por teléfono.** No conceda entrevistas sin antes prepararse, especialmente cuando un reportero lo tome por sorpresa en el teléfono. Pregúntele de qué quiere hablar y dígame que le llamará en un tiempo determinado. Asegúrese de tener tiempo suficiente para (1) confirmar la identidad y perfil del reportero y (2) para preparar los puntos clave de su mensaje.

TIPOS DE ENTREVISTADORES Y DE PREGUNTAS

EL QUE PARECE AMETRALLADORA

El que parece ametralladora suelta andanadas de preguntas, las cuales suelen volverse más negativas conforme transcurre la entrevista. No trate de responder inmediatamente a todas ellas. Primero escuche las preguntas y escoja la más adecuada para iniciar el planteamiento de los mensajes clave. Deje las preguntas más negativas para después. Tal vez se vuelvan a plantear; en caso contrario, habrá tenido tiempo de prepararse y aprovecharlas en otra oportunidad de referirse a los mensajes clave.

No le regrese el control al reportero preguntándole cuál de todas esas preguntas desea que le conteste. Hay muchas posibilidades de que seleccione la más difícil de todas.

EL QUE INTERRUMPE

Este reportero interrumpe la exposición que usted está realizando. No sea impaciente ni trate de competir con él para ver quien es más capaz de interrumpir al otro. Considere que usted tiene derechos que puede ejercer: reconozca amablemente que toma en cuenta a quien lo interrumpió, pero vuelva al punto que estaba tocando y termine de exponerlo.

Si considera que las interrupciones del reportero son producto del entusiasmo que le causó su información, puede optar por hablar más a fondo respecto a esas preguntas. Sin embargo, cuide que no sea usted el culpable de la interrupción, dando respuestas demasiado largas o poco específicas.

EL QUE PARAFRASEA

Los reporteros parafrasean para asegurarse de que entienden lo que usted está diciendo; buscan declaraciones resumidas que expresen en pocas palabras su exposición. En ocasiones pueden tratar de retarlo al presentar una perspectiva diferente sobre lo que usted ha dicho.

No deje que los reporteros hablen por usted. Esté alerta a los indicios de paráfrasis: "entonces lo que usted está diciendo es...", "en otras palabras...", "me parece que...". Escuche las paráfrasis con todo cuidado. Como éstas se las pueden atribuir, vuelva a plantear incluso aquellas paráfrasis que juzgue que son buenos resúmenes de su información, para que así la cita aparezca en sus propias palabras.

EL INCISIVO

El reportero que todo lo rebate utiliza la negatividad para provocar interesantes citas negativas de su parte y, en cierta forma, arruinar su exposición. Debe tratar a esta persona como si fuera "amable y considerada" y evitar responderle en un tono negativo.

Ante todo, no repita el lenguaje negativo específico que un reportero introduce en la conversación. Desmentir una idea o declaración negativas en forma a su vez negativa es material citable. Por ejemplo: "yo no diría que nuestra compañía está lamentablemente rezagada en el mercado X". Este último ejemplo es una respuesta a la pregunta "¿No está su compañía lamentablemente rezagada en el mercado X?", que puede dar pie a la cita "Ejecutivo declara que la compañía no 'está lamentablemente rezagada en el mercado X' ".

RESUMEN

Sin duda, usted tiene mucho en qué pensar cuando se prepara para una entrevista. Contar con buena información que pueda ser transmitida en mensajes sólidos, optimizará el resultado de cualquier entrevista con un reportero. Preséntese bien vestido (tomando en cuenta el lugar, la hora y la ocasión); exprese sus ideas con seguridad y naturalidad.

Tome el control de la entrevista, contestando sencillamente las preguntas basándose en sus mensajes clave. Dése un tiempo para prepararse mentalmente y practique. Esto le permitirá sentirse a gusto con la entrevista y le dará la capacidad de tomar el control para transmitir efectivamente su mensaje.

ANEXO

- **Transiciones**

Definición:

Transición significa tomar la línea de cuestionamiento del periodista y voltearla a nuestro favor.

Técnica:

Responda con una frase introductoria que le permita regresar a sus mensajes clave.

Ejemplos:

- Ese es un punto/pregunta interesante, pero déjeme/permítame recordarle....
- Antes de que se me olvide, quisiera decirle al auditorio...
- Permítame poner su pregunta en otra perspectiva...
- Sin embargo, es importante apuntar que...
- Eso lo entiendo, pero estoy aquí para hablar sobre...
- De lo que en realidad quiero hablarle es / En realidad estoy aquí para hablarle acerca de...
- Lo más importante es...
- Pero no podemos olvidar que / Y no olvide...
- Antes de responder esa pregunta, quisiera añadir...
- Esa no es mi especialidad, sin embargo le puedo decir..
- Déjeme contestar su pregunta diciendo que...
- Buena observación! Pero quizá a su auditorio le gustaría saber que...
- Eso me recuerda que...
- Antes de pasar a otra materia/tema, permítame agregar...

-
- Permítame nada más agregar...
 - Eso me recuerda...
 - Permítame responderle diciendo que...
 - Permítame darle algunos antecedentes...
 - Examinemos más de cerca...
 - Ese es un punto importante porque...
 - Lo que eso significa es...
 - Otra cosa que debemos recordar es...
 - Como decía....

- **Transiciones “Puente”**

Definición:

Cambiar de un aspecto a otro en un mismo tema

Técnica:

Conteste brevemente, luego dé su mensaje

Ejemplos:

- Sí...(la respuesta)... y adicionalmente...
- No...(la respuesta)... déjenme explicar...
- Ahora que ya cubrió _____, pasemos a...
- Si bien _____ ciertamente es importante, no olvide que _____...

- **Señales**

Definición:

- Indicaciones que le permiten resumir y subrayar sus mensajes clave e ideas principales.
- Contribuyen a que el periodista los comprenda y transmita eficientemente al público.

Técnica:

Enfatice o dé prioridad a lo que considere importante

Ejemplos:

- En resumen, podemos decir que...
- Lo más importante de todo esto es...
- Yo lo resumiría de la siguiente manera...
- Nuestra estrategia tiene tres puntos clave...
- Déjeme ser claro a este respecto...
- La clave de todo lo anterior es...
- Esto se puede resumir en tres puntos: uno...
- Permítanme un último apunte...

