

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Gestión de Medios

Eugenia Ávalos V.

Publicaciones

Raúl Salvador R.

Editor

Pablo Escandón M.

Consejo Editorial

Héctor Espín

Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco R.

**Portada, diseño
y diagramación**

Mayra Cajilema C.

**Chasqui es una publicación del
CIESPAL**

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas
de Comunicación y Cultura<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas

de América Latina y el Caribe

en Ciencias Sociales y Humanidades

<http://redalyc.uaemex.mx>**Impresión**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**Presidente**Victor Hugo Olalla P.
Universidad Central del Ecuador

María Isabel Salvador

Ministra de Relaciones Exteriores, Comercio e
Integración

Raúl Vallejo C.

Ministro de Educación

Héctor Chávez V.

Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar

Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton

Comisión Nacional de UNESCO
para los países andinos

José Camino C.

Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.

Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Yolanda León T.

FENAPE

Edgar Jaramillo S.

Director General del CIESPAL

Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177

Fax (593-2) 250-2487

web: <http://www.ciespal.net>weblog: <http://chasquirevista.wordpress.com/>

Apartado Postal 17-01-584

Quito - Ecuador

Registro M.I.T. S.RL027

ISSN 13901079

Personaje	Pág.	Covuntura	Pág.
Biografía: El más leído luego de Gabo	4	Blogs: Encuentros y desencuentros	52
Germán Castro Caycedo: Más cerca de la realidad	6	Uso y consumo de las TIC: Las relaciones de poder en el aula	58
Hágase tu voluntad: Una muestra de virtuosismo periodístico	8	Aula	
El hueco: Migrantes en la cinta de Moebius	14	Lenguaje: Localismos y estandarización en el español...	64
El Palacio sin máscara: La lectura de quien no estuvo allí	20	Manejo de información: Cuando de rumores se trata	68
En busca del cronista mayor: Charla con Germán Castro Caycedo	26	La entrevista en TV: En vivo o grabada, conversar es lo importante	72
Portada		Sindicación de contenidos: El cambio de la reportería <i>on line</i>	76
Opinión: No creo en los géneros	30	Comunicación organizacional: Los <i>stakeholders</i> legitiman a la organización	80
Experiencia: Lo que me dejó el periodismo	32	Encuestas políticas: Paradojas y aproximaciones	84
Periodismo y literatura: Dos aguas de un río vigoroso	36	Publicaciones	88
Notas de un encuentro de cronistas: Las crónicas amenazan con reconquistar lectores	38	Actividades del CIESPAL	92
El trabajo editorial: Anatomía de un texto	44	Agenda	96
Revistas y blogs: Los espacios para la narrativa periodística	48	Próximo número	99



Fotografía: David Guzmán Figueroa

La entrevista en TV:

En vivo o grabada, conversar es lo importante

Leonardo Parrini.

Chileno, periodista y productor de televisión radicado en Ecuador. Conductor y productor del programa *Rastros y Rostros* del CIESPAL.

producciong@ciespal.net

Desde la teoría de la comunicación, la actividad periodística se ha enriquecido con los conceptos de información, públicos, noticia, entrevistas, recursos de la comunicación, etc., pero en la práctica del día a día ¿cómo se plasman los conceptos y cómo funcionan en una entrevista o en un informativo de televisión? Diversos

La entrevista es, ante todo, una buena conversación en la que ambas partes colaboran para que el espectador obtenga información valiosa y la procese. Un buen entrevistador es un excelente conversador.

aspectos de la vida vertiginosa que vivimos convierten al Noticiero en un vademécum de información válida.

Las noticias de televisión difieren de la prensa o de la radio, en las que un solo reportero provisto de un lápiz, una computadora o una grabadora, puede producir un reportaje completo. La televisión, a diferencia de cualquier otro medio, supone e impone actuar en equipo. Un grupo que actúa: desde el camarógrafo que registra las tomas, el editor que las acomoda en el reportaje, hasta el productor periodístico que maneja el relato para incorporarlo al noticiero. He ahí el grupo responsable de producir información en las fuentes, que forma una unidad de producción básica para la realización de reportajes o notas periodísticas de un noticiero, a lo que hay que sumar tramoyistas, directores de cámaras, camarógrafos de estudio, jefes de piso, luminotécnicos, sonidistas, entre otros, que conforman el ejército de personas que pone un noticiero al aire.

Ya en el día a día de un programa informativo, se hace indispensable que en una etapa de preproducción actúe un Consejo Editorial integrado por un vicepresidente de Noticias, director, productor ejecutivo, productor general y realizadores, encargado de definir la política editorial del Informativo. Política que implica pautas generales de la línea a seguir por productores y realizadores, en cuanto a contenidos y formas, que establece temas y tratamiento y formatos del noticiero. Este Consejo Editorial puede reunirse una vez por semana para planificar, analizar y evaluar al equipo periodístico y por ende al Informativo.

El director o productor asigna fuentes, temas a cubrir, notas por realizar y reparte las responsabilidades de cada realizador. El reportero asignado debe cubrir las fuentes informativas o las noticias previstas para la edición diaria del informativo, y en la realización de las notas,

siempre recurre a las entrevistas para recabar información. Se accede a las fuentes, mediante la conversación.

La entrevista



Este es el género periodístico que se ha convertido por excelencia en herramienta fundamental del reportero para la obtención de datos, testimonios y detalles de un hecho que amerita ser tratado como noticia de un informativo. Puesto que el objetivo del *anchor* o conductor en el *set* es hacer noticia, la entrevista cobra un valor instrumental de primer orden para generar elementos que constituyan una noticia al aire.

Algunos entrevistadores quieren 'entender' a sus entrevistados, se esfuerzan en atisbar sus interiores, en deducir su fórmula íntima, el garabato esencial de su comportamiento, como el novelista que al desarrollar su personaje explora los extremos de su ser. La entrevista no es un simple cuestionario o juego de preguntas y respuestas ya que, como ningún otro ejercicio periodístico, requiere de una estrategia por parte del entrevistador y del entrevistado. La entrevista

es cara a cara, un juego similar al tenis, donde cada movimiento cuenta a la hora de tomar la iniciativa. La peor postura de un entrevistador suele ser aquella del reportero *enfant terrible*, fastidioso y narciso, cuya única ambición es dejar constancia que es más listo que su entrevistado, cuando en el fondo no lo es porque no aprende nada de él.

Si bien es cierto que el entrevistado es el oponente del entrevistador en una batalla incruenta, en una obra teatral, ambos actores se atienen a normas tácitas. La ambición del periodista consiste en desmontar al personaje externo para atisbar al ser que hay más abajo. La opción del entrevistado radica en fijar los puntos y temas de interés que se propone dejar en la mente del público.

Hay muchos recursos para ello: puede haber halagos, discusión intelectual, enfrentamiento airado, complicidad, ironía, aburrimiento. Puede haber etapas: la conversación puede construir un entendimiento o crear un conflicto, puede desembocar en un chispazo de intimidad fugaz o en una situación anómala e inquietante. Son instantes en que el entrevistado suele decir cosas que jamás ha dicho, en los que el tiempo parece suspenderse y las palabras construyen mundos.

La entrevista tiene un valor literario que implica una recreación de los límites y los modos de ser, a través de la palabra, y ofrece también un elemento notarial, la riqueza de una visión próxima y contemporánea al entrevistado. En este sentido, las entrevistas son la voz y la mirada del testigo.

Fuego cruzado

Existe un antes, un durante y un después de la entrevista, sea ésta un *briefing*, encuentro informativo, una Rueda de Prensa, Comunicado de prensa o un Tour de medios. En cualquiera de estos casos, antes de iniciar la entrevista es recomendable definir los temas por orden de importancia, establecer una pauta o cuestionario y consignar información sobre el entrevistado y

prepararse para asistir, eventualmente, al peor de los escenarios tomando en cuenta que una entrevista suele ser siempre un fuego cruzado.

La entrevista es un juego de inquirir aquello que no se ha dicho y siempre persigue un propósito: obtener información sobre tal o cual tema, buscar una reacción, conseguir una confirmación o desmentido y, a diferencia de un conversatorio, la entrevista puede ser de semblanza, de fondo o meramente informativa.



David Guzmán Figueroa

Antes de entrar al set, fíjese con claridad qué pretende de la entrevista, cuál es su objetivo estratégico y final; el momento clave de la entrevista para obtener la declaración o el testimonio que se espera del entrevistado es un proceso que se ve durante el desarrollo de la conversación.

Cualquiera sea su sentido, la entrevista tiene tercios, como el toreo. Al inicio se pica al entrevistado con preguntas generales y/o puntuales para ablandarlo; luego se lo capotea sacando de él un máximo de información y el remate en la estocada final o pregunta clave, en la que el entrevistado deja entrever lo que queríamos conseguir de su declaración para cumplir con el propósito de la entrevista. El entrevistado también dispone de recursos que, tanto el entrevistador como su contrincante deben tener en cuenta. El vocero debe ser claro, conciso concreto y coherente. El entrevistador debe ser ágil, incisivo, ameno y cordial.

El decálogo de la entrevista

Los mandatos de una entrevista se los puede enunciar en diez recursos que ambos actores, periodista y entrevistado, deben tomar en cuenta para marcar la cancha.

1.- Definir los *talking point* o temas que se quieran fijar en la mente del público. Se recomienda elegir dos o tres ideas básicas y reiterarlas durante la entrevista. Es conveniente manejar información relevante y usar anécdotas para matizar y enriquecer el diálogo.

2.- Indicar una conclusión inicial y luego dar detalles como un *lead* que anticipa, resumidamente, toda la energía informativa del relato.

3.- Tomarse el tiempo, reiterar la pregunta y hacer pausas para matizar el ritmo de la entrevista.

4.- Proporcionar información suficiente y clara con datos frescos y comprobables.

5.- No mentir jamás. Una mentira empaña la credibilidad de cualquier emisor y arruina el prestigio de toda fuente informativa.

6.- Obligación del vocero a ser cordial y cultivar un capital de opinión con los periodistas.

7.- Hacer noticia. Los medios solo difunden lo interesante y novedoso.

8.- Buscar primicias para marcar un liderazgo periodístico.

9.- El periodista no debe pelearse, gratuitamente, con el entrevistado. Por su parte, el vocero debe reclamar solo ante actos de mala fe por parte del entrevistador.

10.- Necesidad de que, tanto periodista como vocero, se conozcan antes de la entrevista, se investiguen mutuamente, para establecer si será un debate o un testimonio.

Cinco, cuatro, tres, dos... Al aire

Es importante saber que el mensaje se transmite no solo mediante palabras, sino con gestos y actitudes. Se debe tener en cuenta que el lenguaje gestual en televisión dice mucho. Es conveniente conservar la compostura física en el *set*, sentarse recto y mostrarse relajado, no cruzar las piernas, pero usar las manos para enfatizar las palabras. Es mejor hablar en tono coloquial, sin pretender dar cátedra ni subestimar al televidente. Se debe evitar levantar mucho la voz o gesticular demasiado; es necesario alternar las miradas entre la cámara y el entrevistado, se debe evitar sonreír sin motivo o jugar con el lápiz, porque denota nerviosismo.

Mientras se plantean las preguntas se debe ser corto y sintético, es preferible hablar con titulares y usar términos sencillos. Es recomendable el uso de analogías y ejemplos, no así hacer bromas o tutear al interlocutor, puesto que no se debe mostrar intimidad con el entrevistado, pero sí mantener siempre contacto visual con él.

Al final del día, hacer noticia es una tarea apasionante, realizada con mística y entrega total, conjugando la opción del comunicador a expresar su versión del mundo, pero al mismo tiempo preservando el derecho del televidente a estar bien informado. Las prerrogativas del uno terminan donde empieza el derecho del otro; solo así la comunicación puede apostar a ser un gesto democrático, un tentativa posible de transformar en el imaginario del público una realidad, por lo demás, siempre cambiante. 

