

Consejos útiles para hablar con periodistas



Consejos útiles para hablar con periodistas

En primer lugar, debe tener claro que prácticamente todas las esferas de la vida se consideran en la actualidad como “públicas”. Por definición, todo lo relativo a la administración pública es público.

Sin embargo, hoy día la apertura de mercados y el hecho de que la mayoría de las compañías ya no son propiedad de grupos familiares, sino de grupos de accionistas, hacen que también el mundo de las empresas, de los negocios o de las organizaciones de la sociedad civil, pase a ser de interés público.

Toda entidad, estatal o privada, está ahora sometida al escrutinio o es fuente de información para la prensa. La pregunta relevante no sé si usted debe relacionarse con la prensa; sino más bien cómo puede conducir

esa relación de la mejor manera posible. En cualquier momento usted podría recibir una llamada de un reportero solicitando una entrevista. Cuando decida conceder una, recuerde que:

- La entrevista es una oportunidad para transmitir sus mensajes claves y positivos.
- Una entrevista puede ser un vehículo ideal para alcanzar a sus públicos más importantes.

¿Cómo responder a las preguntas de los reporteros?

Cuando usted hable con un reportero:

- Siempre diga la verdad
- Sea cortés
- Sea usted mismo
- Responda a las preguntas como a usted le parece apropiado y no como al reportero le gustaría que usted lo haga.
- Use un lenguaje positivo, no negativo.

Usted no está en la obligación de contestar cada una de las preguntas. Sin embargo, al conceder la entrevista, usted acepta la obligación de responder. Cuando un reportero le dice que usted no contestó como a él o ella le hubiera gustado que usted lo hiciera. Una entrevista no es una conversación, y por lo tanto las reglas de la cortesía en las conversaciones cotidianas no aplican. Esto quiere decir que:

- Repetir sus mensajes clave cuantas veces sea necesario.
- Usar sustantivos y no pronombres. Por ejemplo, en vez de hablar de “nosotros”, mencione cada vez el nombre completo de su empresa, institución y organización.

Una entrevista no es un interrogatorio judicial. Por lo tanto:

- No responda únicamente con un “sí” o un “no”.

- No se limite exclusivamente al tema de la pregunta, lleve el tema a su terreno.
- Responda brevemente y de inmediato divulgue su mensaje “Sí...” “pero además...”. “No...” “déjeme explicarle...”. “Yo no lo sé...” “Lo que yo sí sé es que...”.
- Tire el anzuelo. Trate de influencias una pregunta que usted quiere responder: “Usted parece interesado en conocer más de”. Enfatice lo que usted considere más importante: “El punto más importante de esto es...”.

Mantener el control es la clave para el éxito en una entrevista:

- El reportero, o la forma como se presentará la nota periodística, está fuera de su control.
- Lo que sí está -y debe estar- bajo su control es la información que usted ofrece al reportero.
- Si usted no sabe, no especule ni fanfarronee.
- Use un lenguaje “citable” en la prensa. Que sus palabras formen parte de la noticia.

- Muchas de las citas que los periodistas utilizan, no fueron espontáneas, fueron planeadas por sus entrevistados.
- Busque un lenguaje colorido, que evoque una imagen.

Entienda el proceso

- Los reporteros no tienen la obligación de utilizar sus respuestas, ni siquiera tienen la obligación de desarrollar una nota periodística.
- El tiempo dedicado a una entrevista no guarda, ni tiene que guardar, relación con la cantidad de espacio o de tiempo que la historia recibirá en el medio.
- El reportero también hablará con sus competidores, o sus adversarios, y cualquier cosa que
- El reportero no tiene la obligación de decirle cómo hará su nota, cuáles ángulos va a destacar y cuáles no, etc. a menudo él mismo no lo sabe sino hasta que termine de recopilar la totalidad de la información.

- Los editores a menudo modifican el ángulo o el enfoque de una noticia. Lo que puede empezar siendo una nota general sobre su empresa, organización o institución, puede terminar siendo una nota muy crítica.
- El reportero no siempre decide cuál será el título de la nota, o escoge las fotos, o escribe el pie de foto o decide el tiempo, el espacio o el lugar donde aparecerá la nota.
- A menudo el entrevistado siente que fue mal citado. Esto sucede, en la mayoría de los casos, cuando el editor modifica el contexto en el cual la cita es colocada. El reportero no tiene participación alguna en este proceso.
- Casi por definición, todas las citas son consideradas fuera de contexto. A menudo la pregunta es “cuán fuera de contexto” están y si usted cree que el nuevo contexto las hace favorables o desfavorables a sus intereses.
- Las rectificaciones casi nunca recibirán la misma visibilidad o destaque que la nota original.

Las reglas para hablar con los reporteros

Las reglas no están formalizadas. Más bien son convenciones periodísticas. Algunos medios incluso pueden tener su propia forma de interpretar cada convención. Una entrevista se realiza generalmente bajo una serie de reglas que a menudo se consideran conocidas por todos. Pero ¡vaya a la segura! Siempre haga explícitas las reglas bajo las cuales se hará la entrevista. Confirme cuáles serán esas reglas y como serán interpretadas por los reporteros en cada caso y antes de dar inicio la entrevista:

- Todo lo que usted dice es “on the record”. A menos que usted solicite lo contrario de antemano y obtenga el asentamiento del reportero.
- Nunca haga una declaración primero, y luego diga “esto es off the record”.

On - record

Lo que diga será atribuido. A menos que explícitamente se acuerde lo contrario, todo lo que usted hable con un reportero es “on record”.

No atribuible

Lo que diga puede ser usado, pero no será atribuido a usted mencionando su nombre. Defina de antemano cómo será la atribución, por ejemplo: “Una fuente cercana a la empresa...”, “una fuente digna de crédito...”, etc.

Off record

Lo que usted diga no será usado para darlo a conocer al público. Pero puede ser usado para conseguir a una fuente que si lo diga on-record. Por ello, lo que usted diga eventualmente sí será de conocimiento público. De ahí que, aún cuando esté off-record, no diga nada que usted no esté dispuesto a ver posteriormente como de conocimiento público.

Entrevistas por teléfono

Algunos inconvenientes

- No puede observar al reportero y tampoco su lenguaje corporal.
- No se puede ver lo que se está escribiendo.
- No conoce si tiene documentos u otra información en su poder.
- Aumenta la probabilidad de los malos entendidos.

Oportunidades

- Se puede atender de manera rápida.
- Se puede grabar la conversación para tener un respaldo, pero siempre indicando al reportero lo que usted va a hacer.

Reglas básicas de la entrevista telefónica

- Manténgase concentrado: no efectúe ninguna otra actividad durante el desarrollo de la entrevista.

- Es preferible hacerlo de pie; su voz transmitirá mayor autoridad.
- Gesticule durante la entrevista. Enfatice los puntos necesarios con movimientos de brazos y expresiones faciales, como lo haría normalmente en una conversación cara a cara para reforzar sus puntos de vista.
- Si la entrevista se está grabando, o está siendo transmitida en vivo, considere que usted está “al aire” desde el momento cuando toma el teléfono y hasta el momento en que lo cuelga.
- Si es posible establezca el momento más adecuado para usted conceder una entrevista, no tiene que ser inmediatamente.
- Piense, tome el tiempo necesario para responder, no se precipite.

Estableciendo las condiciones

- Cuando un reportero llame solicitando una entrevista, determine el mejor momento para usted. Sin embargo, debe considerar cuidadosamente el sentido de urgencia de

la noticia y el plazo final con que cuenta el reportero. Recuerde que si usted no da la información de manera oportuna, la nota se transmitirá o publicará de todos modos, pero sin su versión.

- Pregunte sobre el “ángulo de la nota” y sobre otras fuentes que serán consultadas.
- Averigüe sobre el reportero, cuán informado está sobre el tema, qué ha escrito antes
- Determine y ponga por escrito los mensajes clave y téngalos con usted durante la entrevista.
- Refuerce el o los mensajes clave. Repita cuantas veces pueda sin caer en la exageración sus mensajes clave.
- Llamar al reportero con su nombre le sirve para ganar algunos segundos así lo requiera para mejor formular su respuesta. Por ejemplo; “usted sabe María es importante recordar que...”.
- Use sustantivos y no pronombres. En lugar de “la institución” o “la empresa”, diga por

ejemplo “nosotros en la institución XXx” o “para nosotros de la empresa xyz”.

- Si usted no puede contestar, dígallo con toda claridad y sinceridad: “no estoy autorizado para referirme a ese tema”. Cuando así sea, indique al reportero cuál otra persona podría referirse a ese tema.
- Además apele al sentido común del reportero: “estoy seguro que usted mismo entiende que esas cifras deben mantenerse confidenciales porque sino nuestros competidores...”.
- Si no puede conceder la entrevista de inmediato, de todos modos reciba la llamada para definir en conjunto otra hora o fecha. No lo haga por medio de su secretaria.

¡Cuidado!

- No diga “sin comentarios”. Si no conoce la respuesta, admítalo y establezca las posibilidades que lo pueda hacer en el futuro cercano; o sugiere a alguien que sí lo pueda hacer.

- No responda rápido. ¡piense! tómese unos segundos antes de responder.
- No se deje arrastrar a una trampa: ¡jamás responda preguntas hipotéticas!
- Tenga cuidado con "Y...". Cuando termine de expresar la idea no diga nada más. Termine y punto.
- Jamás Mienta.

Entrevistas en la TV

Lo que sí debe hacer

- Defina con precisión los mensajes clave. No responda en párrafos, utilice una frase para cada idea.
- Vaya al grano. Responda lo más importante primero y bien claro.
- Anticipe la preguntas clave que el entrevistador hará y establezca la forma de utilizarlas para transmitir sus mensajes clave.
- Anticipe las preguntas negativas que le harán y defina la forma de verlas positivas en función de sus mensajes clave.

- Sin forzarlo, trate de terminar cada respuesta en un tono positivo: "... Y estoy seguro de que todo será solucionado".
- Diga siempre la verdad. Cualquier otro punto de acción es suicida. Si no está preparado para decir la verdad, mejor no aparezca ante los reporteros.
- Mencione su organización usando el nombre, y no pronombres como "nosotros".
- Mantenga un tono parejo de voz y un ritmo normal de conversación. Visualícese en la sala de su hogar en plena plática. Actúe con naturalidad.
- Si fue invitado a una entrevista en el estudio, vea el programa de antemano para conocer como se conduce el entrevistador. Tente de conocer lo más que pueda sobre el programa y el entrevistador.
- Cada cierto tiempo refiérase al entrevistador llamándolo por su nombre.
- Gesticule de manera natural, sin exageraciones. Si se hace bien, ayuda a dar énfasis a sus palabras.

- Mantenga la vista en alto, viendo a los ojos al entrevistador y de tiempo en tiempo voltee a ver la cámara como si fuera otra persona presente en la conversación
- Siéntese erguido, con los hombros hacia atrás y mueva con naturalidad las manos
- No olvide que en la TV existe un elemento inescapable de entretenimiento. Sea Ameno. Defina para cada mensaje clave un sound-bite
- Acuérdesse de transmitir sus mensajes clave, aunque no le hagan preguntas sobre ello.

Lo que no se debe hacer

- No tema decir “ no sé la respuesta” y luego mitigue el asunto: “sin embargo, puedo decirle que existen otros elementos que también...”.
- Si el entrevistador es hostil o crítico no caiga en la trampa de parecer a la defensiva. Más bien, lleve la conversación a un terreno coloquial, por ejemplo relatando una anécdota; “permítame contarle sobre la vez que...”.

- No use jerga especializada no tiene significado para quienes no la conocen. Ejemplo: en vez de inflación, diga “suben los precios”.
- No hable en tercera persona, más bien trate de personalizar la conversación
- Si la silla es giratoria, no gire, esto le resta fuerza a su mensaje y afecta la concentración de la audiencia. Ponga los pies firmemente en el suelo y no se mueva.
- No repita usted una pregunta negativa cuando se la hagan.

Para manejar un entrevistador difícil

Algunos entrevistadores serán siempre hostiles o críticos. Recuerde que ellos tienen la ventaja de “jugar en casa”: su estudio, su canal, su audiencia. Algunos aspectos que pueden ser de ayuda para lidiar con entrevistadores difíciles:

- Enojarse o perder el control es lo que más quisiera ese entrevistador que usted haga. ¡Si usted cae en esta trampa ilucirá pésimo!

- Mantenga el control, no pelee ni asuma una actitud de confrontación.
- Cuidado con las preguntas capciosas o hipotéticas, las preguntas hechas en términos de sí o no.
- También esté alerta con las llamadas preguntas complejas: "Díganos: ¿qué hizo con el dinero robado?"

El entrevistador hostil puede ubicarse en cualquiera de estas categorías:

El ametrallador

- Dispara varias preguntas en rápida sucesión. Cuando usted empieza a responder una plantea otra más.
- Hágale ver que está haciendo varias preguntas a la vez, y, por su parte, con voz serena pregúntele: "¿Cuál de todas prefiere que conteste de primero?"
- Recuerde, usted tiene derecho a terminar la respuesta.

El interruptor

- Constantemente interrumpe su respuesta con otras, o con comentarios, que lo sacan a usted de su línea de argumentación
- Permita que termine de hacer la pregunta o comentario, y diga que usted se referirá a ello más adelante. Y luego continúe con su línea de respuesta; "como estaba diciendo..."
- También puede ignorar la pregunta o comentario, finalizar su respuesta y luego pedir al entrevistador que repita la pregunta o el comentario.

El calificador

- Algunos utilizan adjetivos en sus preguntas o comentarios que son negativos para usted o su organización.
- No lo dejes pasar. Rechaza el uso de esos adjetivos y más bien mencione usted algunos positivos que queden en la memoria de los televidentes. "creo que usted no tiene razón, déjeme explicarle que sucede..."

El parafraseador

- Es el que intenta poner palabras en su boca, de hacerlo decir lo que el quiere escuchar, bajo el esquema: "entonces lo que usted quiere decir es que..."
- Responda con firmeza: "no eso no es lo que yo quiero decir. Lo que sí quiero decir , y lo reitero para que usted lo entienda bien es que.."

No se esconda

Lo más importante es que el empresario o ejecutivo de una compañía explique con claridad sus conceptos y que el periodista despeje todas sus dudas. Nunca se esconda a la prensa.

- Si la fuente es buscada porque la empresa está en problemas (ya sea financieros, de ambiente, salud, laborales, etc) lo mejor que puede hacer el empresario es buscar asesoría
- Si quien anda tras la información es un buen periodista, éste se la ingeniará para buscar,

excavar, investigar y al final siempre va a publicar todo, con el agravante de que la fuente no quiso dar información (se escondió, negó entrevistas); hasta quizá alguna de esta información va a estar tergiversada y el empresario no tendrá derecho de respuesta.

- Es un hecho que una vez salida a la luz pública una noticia que cause daño a la empresa, será más difícil revertir el impacto negativa. El primer impacto es lo que se fija más en la mente de las personas.
- La habilidad del empresario radica en salir bien librado de las preguntas incómodas, que siempre van a existir muy a su pesar.

Temor inducido

- En estos tiempos de apertura y de globalización al empresario, al ejecutivo, al líder de una organización le llegó la hora de dejar a un lado el temor inducido hacia la prensa. Debe estar abierto, no estar predispuesto y no ver al periodista como un enemigo.

- Lo más importante es que usted visualice el contacto con un periodista como una oportunidad y no como una amenaza.
- Una buena relación es un elemento más del factor de competitividad de las empresas. Cuanto mejor sean esas relaciones con los periodistas, mejor será la imagen de esta compañía ante la opinión pública.
- Al final de cuentas de este mundo de gran competencia y nuevas exigencias la imagen de su empresa es el activo intangible más valioso.

INEC. Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Edificio principal: de la Rotonda de la Bandera 450 metros oeste, sobre Calle los Negritos, Edificio Ana Lorena, Mercedes de Montes de Oca. Teléfono: 2280-9280 ó (506) 2253-7579. Fax: 2224-2221

Edificio Censo: costado oeste de Casa Presidencial, Edificio Langer, Área de Censos de Población y Vivienda, Zapote, Costa Rica. Teléfono: 2527-1000 ó 2527-1028. Fax: 2253-1963

Sitio en Internet: www.inec.go.cr
Apartado: 10163-1000 San José, Costa Rica.

