



## LA ENTREVISTA RADIOFÓNICA

Por Verónica de Assas,  
Asesora LED-ICER

La radio es, hoy por hoy, el medio popular por excelencia. Es el medio más asequible y masivo de la comunicación social, el de mayor influencia en la opinión pública y que está presente en todos los estratos sociales. La radio destaca por sus singulares características: la actualidad, la inmediatez, la instantaneidad, la simultaneidad, la rapidez, la capacidad de ser entendida por un público muy diverso, la carencia de percepción visual entre emisor y receptor y un largo etcétera.

“Si la *actualidad* y la *rapidez* de la difusión son los aspectos más relevantes de la información, es evidente que la *simultaneidad* y la *inmediatez* (características esenciales de la tecnología radiofónica) prestan un gran servicio a la información. (...) El papel de la radio como medio informativo no queda, sin embargo, limitado a dar la primera noticia, papel al que le han querido reducir todos aquellos que -como dijera Marshall MacLuhan- intentan constreñir este “sistema nervioso de información” en una “información nerviosa del sistema”, que se materializa en los resúmenes de dos minutos o en las píldoras de treinta segundos. La radio como medio informativo puede jugar un papel muy diferente. Además de transmitir lo más rápidamente posible los acontecimientos actuales, puede aumentar la comprensión pública a través de la *explicación* y el *análisis*”<sup>1</sup>.

---

1 PRADO, Emilio, *Estructura de la Información Radiofónica*, Editorial Mitre, Colección Textos de periodismo, 1985, pág. 23 y 24.

Otra característica de la radio es la participación de los oyentes con ideas o propuestas concretas o soluciones a los diversos problemas que afrontan las comunidades. Asimismo, es importante destacar la retroalimentación con los oyentes, los sondeos de audiencia, etc.

“La radio se comunica con un público heterogéneo, compuesto por los diversos escalones socio-culturales y, consiguientemente con diferentes niveles de comprensión (...) hay que lograr que los mensajes radiofónicos puedan llegar a todos los escalones de la audiencia captando el interés de cada uno”<sup>2</sup>. La radio es, como ya hemos mencionado, un medio de difusión masivo que llega a todas las clases sociales. La radio establece un contacto más personal, porque ofrece la posibilidad de participar en el acontecimiento o noticia que se está retransmitiendo. Es un medio selectivo y flexible. Por otro lado, la radio nos brinda la oportunidad de alcanzar un mercado amplio con un presupuesto bajo, mucho más bajo del que se necesita en otros medios. Por eso mismo, la audiencia potencial de la radio es mayor. La importancia de la radio como medio de difusión se basa principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio de comunicación per sé. La radio tiene duende, se habla del duende de la radio, esa calidad íntima del tú a tú, que la mayoría de los otros medios no tienen.

## **EL LENGUAJE RADIOFÓNICO**

Para que se pueda dar la comunicación debe existir un lenguaje y un código o conjunto de normas y reglas que den sentido a ese lenguaje. Además, debe haber un canal que posibilite esa comunicación y una situación que la propicie. Por mucho que queramos conversar con alguien sería imposible hacerlo si no tenemos un interlocutor o si no tenemos nada que decir, es decir, si no hay mensaje alguno que transmitir.

“Las mismas características que hacen de la radio el medio informativo por excelencia, influyen y determinan la estructura de la información radiofónica que tiene dos características esenciales: brevedad y sencillez. Al redactar un texto periodístico para la radio hay que sentarse a escribir pensando que se va a elaborar un texto para ser oído, para ser contado, y no para ser leído. (...) El primer elemento para tener en cuenta es la *puntuación*. En radio la puntuación sirve para asociar la idea expresada a su unidad sonora (...) sólo se necesitan dos signos de la amplia gama que nos ofrece la escritura. Estos son el punto y la coma. La coma en el texto radiofónico marca una pequeña pausa que introduce una variación en la entonación y da lugar a la renovación si es preciso. No se debe utilizar este signo si en la expresión oral no hay que realizar esa pausa, aunque fuera correcta su colocación en la redacción

---

2 op. cit, pág. 28.

impresa. Cualquier alteración de esta norma contribuye a que la lectura de ese texto sea eso, una “lectura” y no una “expresión hablada” de unas ideas. Y el punto es la señal que indica el final de una unidad fónica completa. El resto de signos son casi innecesarios en su totalidad”<sup>3</sup>.

En radio tenemos todas y cada una de las condiciones necesarias para hacer de la comunicación una realidad, pues contamos con un lenguaje y un código específico utilizado por los profesionales del medio para construir los mensajes y sonidos que llegan a nuestros oídos a través de los aparatos receptores.

De hecho, si ahora sintonizáramos una emisora de radio escucharíamos que se van alternando voces, música y otros sonidos como cuñas publicitarias, etc. Y si nos paramos a analizar, caeríamos en la cuenta que dentro de esa orquesta sinfónica de sonidos, música y palabras existe un orden. Las voces no se atropellan generalmente las unas a las otras, una voz aparece cuando ha callado otra, un fragmento musical que suena al inicio de un informativo va desapareciendo lentamente y así con multitud de variantes.

### **COMPONENTES DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO**

Los componentes del lenguaje radiofónico son cuatro:

**(1) la voz** (o el lenguaje de las personas), **(2) la música** (o el lenguaje de las sensaciones); **(3) los efectos sonoros** (o el lenguaje de las cosas) y **(4) el silencio**.

El uso que se hace de estos componentes varía de acuerdo al tipo de programa: mientras que en un informativo predominan las voces de aquellos locutores que relatan las noticias, en un programa musical es la música la que tiene un papel protagonista.

Utilizando sólo la voz, o sólo la música, o la voz y la música, o la voz y el silencio, o todos los componentes al mismo tiempo podemos influir en el estado de ánimo del oyente y lograr que se alegre o se ponga triste, que vea en su mente un paisaje, que recree una situación, que sienta miedo, que se entretenga o que se aburra... en el universo de la radio, en el mundo

---

3 PRADO, Emilio, *Estructura de la Información Radiofónica*, Editorial Mitre, Colección Textos de periodismo, 1985, pág. 25 y 26.

radiofónico todo es posible. “La radio tiene una gran capacidad de sugestión sobre el oyente, que tiene que crear mentalmente la imagen visual transmitida por la imagen acústica”<sup>4</sup>.

-

---

<sup>4</sup> PRADO, Emilio, *Estructura de la Información Radiofónica*, Editorial Mitre, Colección Textos de periodismo, 1985, pág. 14.

## EL PERIODISMO RADIOFÓNICO

El periodismo radiofónico nos exige que la información sea presentada de manera clara y concisa. El guión debe estar bien organizado, con frases de estructura simple (sujeto, verbo y predicado), que faciliten una lectura fluida y fácil de expresar en voz alta. "Las frases deben ser cortas, pero no basta con ello. Una frase breve no garantiza una expresión lógica si no va acompañada de una estructura lineal, un desarrollo lógico de la idea que contiene. Para ello hay que recurrir a la estructura gramatical más sencilla. (...) Debe evitarse la formulación de las frases en negativo, pues es mucho más asequible la formulación en positivo"<sup>5</sup>.

Recordemos que la lectura en radio precisa una adecuada redacción para este medio. Insistimos en que debe hacerse de manera sencilla mediante el uso de palabras y oraciones comprensibles desde el punto de vista conceptual y fónico. Además, conviene recurrir a la reiteración de ideas, es decir, dar a conocer un contenido y proceder a su repetición con el objetivo de que la memoria del receptor lo retenga, ya que el mensaje radiofónico es efímero.

En definitiva, el periodismo radiofónico se resume en la siguiente premisa: ***contar todas las cosas que pasan, en el momento mismo de los hechos, con toda la carga informativa o emotiva y en el menor tiempo posible.***

## LA ENTREVISTA RADIOFÓNICA

La palabra *entrevista* deriva del **LATÍN** y significa "Los que van entre sí". Una entrevista es un diálogo o una conversación basada en una serie de preguntas elaboradas, planeadas o preparadas con anterioridad y dirigidas a una o a varias personas que conocen de algo, saben de algún asunto y que ofrecen respuestas que son importantes para una audiencia.

Pero debemos ser muy conscientes de que una entrevista preparada siempre será más exitosa que una improvisada. El ó la entrevistadora debe esmerarse en desarrollar sus habilidades, tener una fuerte disposición y un alto grado de audacia además de conocimiento del tema, es decir, tener un objetivo claro y definido de lo que se quiere lograr con la entrevista y qué información se quiere transmitir al oyente.

Por otra parte, debemos conocer a nuestro o nuestra entrevistada (fuente) y saber que sus respuestas nos aportarán datos precisos y asegurarnos de que es la persona competente para entregar la información requerida.

---

5 PRADO, Emilio, *Estructura de la Información Radiofónica*, Editorial Mitre, Colección Textos de periodismo, 1985, pág. 28 y 30.

## ¿Quiénes son los protagonistas de la entrevista?

Generalmente son dos personas: una que pregunta llamada entrevistador y otra, llamada entrevistado, quien es conocedora del asunto que responde las preguntas que son interesantes para el oyente. Podemos decir que la entrevista es una relación triangular entre:

*El oyente*

*El entrevistador*

*El entrevistado*

**El entrevistador:** Debe tener disposición y paciencia para llevar a cabo con éxito una entrevista. Debe hablar de manera clara, precisa y en voz entendible siendo conveniente además que hable en voz regulable, ya que puede ayudar a mejorar de alguna u otra manera el resultado de la entrevista. El entrevistador debe de informarse muy bien tanto sobre el tema del que van a hablar como de la trayectoria del entrevistado.

Las preguntas deben ser precisas y sencillas (cortas), deben ser exactas a lo que se quiere preguntar, y adecuadas al nivel educativo del entrevistado. Además, la entrevista debe realizarse en el menor tiempo posible, aunque lo de la durabilidad siempre depende de la disponibilidad de tiempo de ambas partes. El entrevistador debe estar seguro de lo que desea preguntar y anotar las preguntas antes de comenzar la entrevista si es necesario. Además debe estar preparado para realizar preguntas improvisadas a partir de las respuestas que le dé el entrevistado o entrevistada y para ello debe tener información sobre la persona a la cual entrevistará.

**El entrevistado:** Tenemos que elegirlo de manera cuidadosa, pues no basta que sea famoso y popular sino que pueda aportar algo nuevo. Debe de justificar su presencia en la radio. Para comenzar debemos saber su nombre

completo y, si es posible, tener a mano su hoja de vida. Si el entrevistado descubre al aire que no sabemos mucho acerca de su persona se puede sentir agraviado y con justa razón.

Recordemos que si tratamos algún conflicto, él o ella representan a una de las partes y debemos saber exactamente cuál es su posición. Más una vez hemos escuchado a un entrevistador decir: “usted como abogado de la empresa que opina de las últimas...” para ser interrumpido por el entrevistado: “perdón pero yo represento al Consejo de Defensa del Estado, así que no le podría...”. En un caso así más vale enterrarse. Las explicaciones confundirán al auditor y el trabajo mal hecho matará la credibilidad del entrevistador y de la emisora. La información abundante nunca será inútil aunque no la usemos toda puesto que se guarda en un archivo que resultará muy valioso en un futuro cercano.

Si se puede, es conveniente conversar aunque sea 5 minutos con el entrevistado de forma privada antes de comenzar con la entrevista, para romper el hielo y observar sus reacciones y su manera de contestar. Incluso le podemos decir diplomáticamente que deseamos respuestas breves ya que tenemos varias preguntas.

Es más espontáneo si el entrevistado no sabe las preguntas que le vamos a hacer, aunque a veces solicitan que se les envíe un cuestionario previo, durante la entrevista siempre se puede incluir una pregunta “sorpresa”. El entrevistado si debe estar informado sobre el tema que hablaremos con él.

<b>POR QUE UN ENTREVISTADO</b>	
<b>ACCEDE A LA ENTREVISTA</b>	<b>NO DESEA LA ENTREVISTA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emplea la entrevista para dar a conocer los puntos de vista personales.</li> <li>• Aprovecha la ocasión con fines de difusión educativa y cultural.</li> <li>• Intenta crear corriente de opinión favorable a su posición.</li> <li>• Consigue notoriedad pública.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconfía de la motivación del periodista.</li> <li>• Desconfía de la capacidad profesional del periodista.</li> <li>• Le teme al micrófono por falta de soltura y propiedad.</li> <li>• Teme que la entrevista lo perjudique.</li> <li>• Falta de tiempo.</li> </ul>

### **¿Para qué se hace una entrevista?**

Lo más importante de la entrevista es ofrecer a los oyentes más información, de forma amplia y verdadera, sobre el tema tratado. Una entrevista se hace para:

- Ofrecer al oyente información sobre cosas novedosas e interesantes que pasan en nuestra comunidad o en cualquier otro lugar y sobre diferentes temas.
- Conseguir de los entrevistados la mejor información posible a la que los oyentes no pueden acceder de otra manera.
- Descubrir y comentar cosas que pasan, mostrando nuevos aspectos e incluyendo cosas que no conocía el oyente.
- Dar a conocer una opinión o el pensamiento sobre algún asunto que tiene que ver con la comunidad, la región o el país.

### **¿Cuál es la duración de la entrevista?**

No hay un tiempo límite para la duración de la entrevista. Sin embargo, hay que tratar de hacer la entrevista en el menor tiempo posible. El tiempo puede ser más o menos largo o corto, todo depende de lo que queramos averiguar y del tiempo del que disponemos en antena para realizar la entrevista.

### **¿Cuál es la herramienta del entrevistador?**

El entrevistador puede llegar sin grabadora, sin libreta, pero la herramienta que no puede dejar es la pregunta. Si pregunta no habrá respuesta y según lo que pregunte al entrevistado serán las respuestas. Podríamos decir que la pregunta es el machete del entrevistador.

En la entrevista se hacen preguntas que son consideradas básicas en el periodismo: ¿Quién?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Qué?, ¿Cómo?, Y ¿Por qué?, ¿Para qué?

Para cada pregunta hay una respuesta:

- |                  |   |
|------------------|---|
| <b>¿Quién?</b>   | Te dará como respuesta un nombre, un cargo.   |
| <b>¿Cuándo?</b>  | Una fecha, un horario.  |
| <b>¿Dónde?</b>   | Un lugar, un paraje, terreno, edificio.   |
| <b>¿Qué?</b>     | Pregunta por lo que pasó, una opinión. Se espera una explicación de lo que sucede o una idea de lo que es el hecho. |
| <b>¿Cómo?</b>    | Pregunta por una manera de hacerlo y se responde con una historia de lo que pasó.                                   |
| <b>¿Por qué?</b> | Explicará las causas de lo que pasó. La respuesta es una explicación, una justificación, un ataque o una defensa.   |



**¿Para qué?** Pregunta por lo que sucederá como consecuencia de lo que pasó. La respuesta ofrece una explicación o un detalle de las consecuencias a un futuro corto.

¿Quién?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? dan respuestas breves y precisas.

¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Por qué? y ¿Para qué? ofrecen respuestas más largas y mejor explicadas.

## **TIPOS DE PREGUNTA**<sup>6</sup>

### **Preguntas abiertas**

Elas motivan e invitan a contar la historia para una respuesta de análisis. Permiten que el entrevistado cuente muchos detalles que ofrecen una explicación variada. Las preguntas abiertas hacen que el entrevistado aporte muchos detalles.

### **Preguntas cerradas**

Debemos evitar que tengan juicios de valor pues con las preguntas cerradas se buscan datos precisos. Con frecuencia este tipo de entrevista comienza con un verbo y debemos buscar que las respuestas no sean muy largas. Debemos cuidar de no caer, sin darnos cuenta, en el intento de condicionar las respuestas (adelantarse a la respuesta).

Ejemplos: - ¿No es cierto que a usted le gustan las empanadas?  
- ¿Usted ya se va, verdad?

### **Preguntas directas**

Se hace directamente, sin rodeos, ni excusas. Se desea "ir al grano" rápidamente. La pregunta directa es breve y clara. Se busca que el entrevistado conteste sin dar vueltas a la respuesta. Su defecto radica en no hacer otro tipo de preguntas que permitan ampliar la información. Es bueno pensar en otras preguntas para complementar la directa.

Ejemplos: ¿Qué cantidad de dinero destina el gobierno para atender a los niños de la calle?  
¿De qué manera se administra ese dinero?  
¿Qué tipo de atención reciben los niños?

---

<sup>6</sup> Información recogida de distintos Manuales de la Comunicación publicados por la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER).

### **Preguntas indirectas**

Es el arte de preguntar sin que parezca que se pregunta. Para darnos cuenta de ello debemos escuchar con atención la forma que usamos para hablar todos los días, en la casa, en la escuela o en la calle. Las personas realizan preguntas indirectas y de vez en cuando hacen un breve comentario que también es una forma de motivar a quien entrevistamos para que siga hablando del tema.

Ejemplo: Ya se conocía lo de los niños de la escuela...

### **Preguntas múltiples**

Hay reporteros que para acelerar la entrevista hacen dos o tres preguntas al mismo tiempo.

Ejemplo: ¿Desde cuándo experimenta el laboratorio con esa nueva medicina, qué efectos provocan en los pacientes que la consumen y cuáles son los principales daños que provoca?

Es preferible evitar este tipo de preguntas pues el entrevistado solo contestará una y quizá no será la más importante y por lo general es la última la que más recuerda. Esta forma de contestar confunde. El entrevistado podría responder así:

“Vamos por partes. Bueno, sobre la primera pregunta....”

“En realidad usted. me pregunta tres cosas diferentes. La primera... ¿Cuál era la segunda?...”.

La confusión se evita fácilmente preguntando una cosa a la vez.

Otro riesgo que corremos al utilizar preguntas múltiples, especialmente en temas importantes, es que el entrevistado no conteste las primeras y sólo responda a la última. O lo que es más grave aún para la información, que escoja la "que mejor le parece", se extienda en ella e ignore las demás.

### **Pregunta doble**

Al entrevistado se le ofrecen dos preguntas en una y sólo puede escoger una respuesta. Ejemplo:

ENTREVISTADOR: ¿Usted será candidato por mandato de su partido o porque se lo ha pedido el Presidente de la República?

ENTREVISTADO: Ninguna de las dos cosas. Seré candidato por decisión personal.

No debemos hacerlas a menos que estemos seguros de que la respuesta va a ser la que suponemos. Es mejor hacer nuestra pregunta de otra manera. Ejemplo:

ENTREVISTADOR: ¿Por qué se presenta usted como candidato?

### **Preguntas derivadas**

Este tipo de preguntas sólo pueden hacerse si durante la entrevista hemos puesto toda nuestra atención en lo que ha dicho el entrevistado. Sirven para pedir alguna aclaración sobre lo que dice el entrevistado, para resaltar un punto de vista importante de la persona, es decir, para destacar su opinión. Ejemplo:

ENTREVISTADOR: ¿Entonces usted se opone a un aumento de los precios?

ENTREVISTADO: Efectivamente. Yo no creo que con eso solucionemos el problema. Por eso...

La pregunta derivada es también el guión para nuestro entrevistado. Debe sentir, debemos de hacerle saber que lo estamos escuchando con atención e interés. La pregunta derivada debe hacerse siempre en una entrevista pues nos puede permitir una relación amistosa con el entrevistado.

### **Preguntas conflictivas**

Algunas veces el periodista debe hacer preguntas difíciles. El temor que ellas provocan en el entrevistado se hace claro en la respuesta o en la forma de no querer respondernos. Debemos ser claros a la hora de solicitar reacciones sobre críticas, amenazas o acusaciones.

### **Longitud de las preguntas**

Las preguntas deben ser claras, cortas y concisas. Las preguntas deben tener las palabras correctas. La persona que escucha la pregunta debe entender muy bien lo que deseamos saber. Algunas veces se necesitan pocas palabras, en otras ocasiones nos podemos alargar un poco más para que se comprenda la importancia de lo que queremos averiguar, pero no debemos alargarnos demasiado.

## **LAS CLASES DE ENTREVISTADOR**

**El improvisador:** Nunca tiene tiempo ni se preocupa por nada. Su trabajo es desordenado y a la carrera. Es más importante el tiempo que el orden y el contenido de la entrevista.

Cree que con lo que sabe puede improvisar en todo momento las preguntas.

**El nervioso:** Temblor en las manos, ojos agitados e inseguridad en la voz. Demuestra la inseguridad al no conocer de lo que va a preguntar.

Estos nervios se le pegan al entrevistado, así que es importante controlar los nervios.

**La estrella:** Son tan capaces y seguros que adoptan con sus entrevistados una forma paternal o protectora que irrita. Hacen de cada pregunta un discurso largo y aburrido de cada discurso un espectáculo tedioso.

**El sordo:** Se preocupa más por las preguntas escritas que por escuchar lo que dice entrevistado.

**El enredado:** Desea que el entrevistado se dé cuenta que sabe sobre el tema, por lo que busca palabras raras enredando la pregunta. Muchas veces, el entrevistador a veces le contesta: ¿Perdón, me puede repetir la pregunta?

**El culto:** Habla raro y usa palabras difíciles. La voz suena falsa y gruesa y la pronunciación arrastrada los hace ver tontos. Miran desde arriba a sus entrevistados, y menosprecian el conocimiento del invitado.

**El manipulador:** El propósito no es conocer lo que piensa una persona sino reafirmar sus verdades absolutas, haciendo preguntas que contienen respuesta. Corta la respuesta e impide que se digan cosas que contradigan sus opiniones.

**El velorio:** Se toma la profesión tan en serio que está prohibido reír o pedir aclaraciones.

Al tomar ese tono, el entrevistado es contagiado y la entrevista se hace aburrida y pesada.

## **LA ESPECIALIDAD DEL ENTREVISTADOR**

Independientemente del tipo de entrevistador que seamos, ***nuestra principal tarea es preguntar pues somos la voz de la audiencia***. Pero, ¿cuáles preguntas podemos hacer? Hagamos las que haría el público, las que harían nuestros oyentes.

Esto es un gran reto y a la vez una gran responsabilidad pues debemos de ponernos en el lugar del otro: representar quizá a miles de niños, niñas y adolescentes de tal manera que cuando ellos escuchen la entrevista sientan como si les quitáramos la pregunta de la boca porque eso es lo que ellos preguntarían.

Por tanto, se deben hacer preguntas que el público y nuestra audiencia haría, pedir las aclaraciones que el público querría pedir, expresar las preocupaciones que el público quisiera expresar y no puede hacerlo porque no tiene el micrófono en la mano. El buen entrevistador es un buen comunicador, es aquél o aquella que sabe hablar bien y, lo más importante, sabe escuchar y además con atención.

Para llegar a ser un buen entrevistador hacen falta muchas horas de vuelo, mucha experiencia, mucha práctica. Al practicar mucho y evaluar lo practicado, que es lo que llamamos experiencia, podremos llegar a hacer buenas entrevistas.

El entrevistador es la voz del radioescucha pero no imitemos a los entrevistadores famosos, sus poses, sus maneras de hablar. Y si vamos a preguntar, hagámoslo bien. Precisamente **José Ignacio López Vigil**, en su ***"Manual Urgente para radialistas apasionados"***, dice que las preguntas deben obedecer a los diez puntos siguientes:

1. Haga preguntas claras.
2. Haga preguntas cortas.
3. Haga preguntas concretas (que usted mismo pueda responder).
4. Haga una sola pregunta cada vez.
5. Haga preguntas abiertas.

6. Combine preguntas de aclaración, de análisis y de acción.
7. Evite preguntas indiscretas.
8. Evite preguntas dudosas o manipuladoras.
9. Haga como abogado del diablo...
10. Cambie la forma de hacer sus preguntas.

### **NOSOTROS COMO ENTREVISTADORES**

1. Disfruta el ser tu mismo.
2. Busca ayuda cuando la necesites.
3. No le niegues una sonrisa ni una palabra amable a nadie.
4. Ofrece disculpas si ofendes o generas malos entendidos.
5. Debes estar siempre listo para salir tras la entrevista.
6. Concentra tu atención en escuchar a los demás.
7. Ponte en los zapatos del otro. Ser empático.
8. Evita imponer su opinión, escucha opiniones ajenas, y valora las formas diferentes de ver las cosas.
9. Cuando te equivoques, reconoce tus errores.
10. Oídos abiertos y ojos despiertos ante las cosas que pasan en tu comunidad.

### **CLASIFICACIÓN DE LA ENTREVISTA**

**¿Cuántas formas de entrevistas se pueden hacer?**

<b>ENTREVISTA EN VIVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suenan auténticas y naturales</li> <li>• Adquieren valor de documento</li> <li>• Pueden trasladar al oyente al lugar de la entrevista.</li> <li>• Permite realismo y espontaneidad.</li> <li>• Buena habilidad y preparación para que las preguntas no salgan fingidas ni suenen falsas.</li> </ul>
<b>ENTREVISTA GRABADA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicamente tiene mayor calidad.</li> <li>• Puede quedar nítida, limpia, sin ruidos.</li> <li>• Voces equilibradas de tono y volumen.</li> <li>• En los estudios el entrevistado se puede sentir tímido.</li> </ul>

<b>ENTREVISTA ESPONTÁNEA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suelen utilizarse entrevistas de interés actual.</li> <li>• Casi sin previo aviso al entrevistado.</li> <li>• Entrevistas breves, a las personas de la calle.</li> <li>• Hay que estar informado previamente sobre el asunto.</li> <li>• Exige agilidad para hacer preguntas breves y oportunas.</li> </ul>
<b>PREPARADA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No son tan improvisadas ni tan rígidas.</li> <li>• Se discute previamente con el entrevistado el contenido de la entrevista.</li> <li>• Es lo que más se usa y se recomienda.</li> </ul>
<b>ENTREVISTA ESCRITA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevistador escribe sus preguntas y el entrevistado sus respuestas.</li> <li>• Es precisa y completa.</li> <li>• Permite medir bien el tiempo.</li> <li>• Asegura que no queden aspectos sin mencionar.</li> <li>• Cuidado, puede resultar demasiado rígida.</li> <li>• Se pierde la espontaneidad, puede evitarse estando atento.</li> <li>• Suele notarse que el entrevistado está leyendo.</li> </ul>

## Entrevistas según el contenido

<b>DE ACTUALIDAD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta entrevista se transmite en directo casi al mismo tiempo en que ocurre el hecho o la noticia.</li> <li>• Importa saber qué pasó y cómo, para darlo a conocer de inmediato sin ahondar.</li> <li>• Casi siempre se emplean preguntas directas y precisas.</li> <li>• Por lo general no pasa de 3 a 4 minutos.</li> </ul>
<b>DE OPINIÓN O INTERPRETACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• También es de actualidad inmediata. Es para hoy. Aunque no necesariamente en directo y en vivo.</li> <li>• Es sobre una noticia que ya se conoce.</li> <li>• Interesa ahondar en pormenores y detalles.</li> <li>• Se busca identificar consecuencias del hecho noticioso.</li> <li>• Se busca que el entrevistado haga comentarios, exponga razones y explique el por qué de las cosas.</li> </ul>
<b>DE SEMBLANZA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permite conocer el ser humano que está detrás de la noticia, la opinión o interpretación.</li> <li>• ¿Cómo es, qué piensa, por qué razona de esa forma y no de otra? Sus rasgos, sus triunfos y fracasos.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay que buscar un ritmo de conversación adecuado que le permita al entrevistado analizar y ponderar.</li> <li>• El entrevistador debe tener una idea clara de quién es la persona que va a entrevistar.</li> </ul>
--	---

## Entrevistas según la actitud del entrevistador

<b>LIBRE O ABIERTA:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconoce de la materia.</li> <li>• La participación del entrevistador es escasa en profundidad, por el desconocimiento de antecedentes.</li> <li>• Interroga a fondo para aclarar.</li> </ul>
<b>ALUSIVA REFERENTE:</b> O	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El conocimiento de los hechos básicos nos permite ser más precisos.</li> <li>• La entrevista interpretativa y de semblanza son a su vez alusivas o referentes.</li> <li>• La labor del periodista es más intensa y participativa.</li> </ul>
<b>DIRECTIVA:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los hechos y la visión del personaje son conocidos.</li> <li>• Busca precisión y profundidad.</li> <li>• Las preguntas son claras, precisas e inequívocas.</li> <li>• No hay tiempo para divagaciones.</li> <li>• Predomina en el género informativo.</li> </ul>

## Según los integrantes que la componen

<b>INDIVIDUAL:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un entrevistador y un entrevistado.</li> </ul>
<b>COLECTIVA</b>	<p>Un entrevistador y varios entrevistados juntos. Se trata de llegar a una opinión colectiva.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un mismo tema se va completando y profundizando, debatiendo y dando posiciones contrarias entre todos los que participan.</li> </ul>
<b>ENCUESTA:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un entrevistador y varios entrevistados por separado.</li> <li>• Se puede hacer en la calle, por teléfono, por correo electrónico, etc.</li> <li>• Puede convertirse en un vox populi (la voz de pueblo), es la voz de la gente en la calle y dura 2 ó 3 minutos.</li> <li>• Permite presentar variedad de opiniones y puntos de vista sobre un tema.</li> </ul>



<b>CONFERENCIA DE PRENSA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Varios entrevistadores y un entrevistado.</li><li>• El personaje en cuestión es presentado por su representante, luego dice unas palabras y a continuación una batería de periodistas le interrogan sobre el tema en cuestión.</li></ul>
----------------------------------	--

## **20 CONSEJOS PARA UNA BUENA ENTREVISTA**

(Por José Zepeda, Director del Departamento Latinoamericano de Radio  
Nederland Worldwide)

1. Prepararse antes de ir a la entrevista.
2. Revisar los detalles del equipo de grabación. Probar el micrófono antes de la entrevista y comprobar que tenemos cinta o espacio en la memoria de la grabadora así como suficientes baterías.
3. Tener claro el tema, el objetivo y la persona que vamos a entrevistar.
4. Elaborar un cuestionario que sirva de guía para plantear las preguntas.
5. Prepararse a uno mismo (ni estrella, ni estrellado).
6. Ponerse en los zapatos del oyente. Haga las preguntas que haría el oyente.
7. Explique al entrevistado el objetivo, la duración y el tema de la entrevista.
8. Establecer un ambiente tranquilo y amable.
9. Ubicar el lugar donde se realiza la entrevista.
10. Presentar al entrevistado con sencillez.
11. Introducir el tema que se va a desarrollar.
12. Mantener un tono coloquial, sencillo y natural de conversación. Use un buen tono de voz y algo de humor (si se puede) sin abusar.
13. Ponga mucha atención, concéntrese y escuche. Evite los nervios en la medida de lo posible.
14. Descubra en cada respuesta algo que le permita hacer la siguiente pregunta. Así la entrevista se hará agradable y amena.
15. Interrumpa sólo si es necesario para aclarar, ampliar, volver al tema ó si el entrevistado se extiende demasiado.
16. Procurar ejemplos cuando la explicación del entrevistado no es del todo clara.
17. Mantenga el control de la entrevista. Evite desviarse del tema o que el entrevistado lo haga. Usted es el entrevistador y representa al oyente.
18. Resumir y subrayar (resaltar) las cosas importantes.
19. Saber finalizar la entrevista (antes de la última pregunta de una pequeña señal al entrevistado). También podemos usar las siguientes frases: “y ya para terminar”, “finalmente”, “por último, explíquenos”.
20. En cuanto a la despedida, que sea tan amable como breve: “*Muchas gracias*”.