



UNIDAD 4. COMUNICACIÓN ORAL.

Comunicación verbal.....	2
Hablar en público.	3
Hablar en público. Técnicas para hablar en público.....	4
Conversando.....	6
Tenemos que hablar, ¿Qué decimos?	6
Discursos.....	7
Hablar en público. Discursos.....	8
No solo cuenta la voz. Vestuario.....	10
Imagen personal.....	11
Vestuario hombre.....	11
Vestuario mujer.....	11
Comunicación no verbal. La importancia de los gestos	12
Exposición y gestos.....	18
Consejos a tener en cuenta.....	18
Preparación previa a la intervención.	20
El momento de la verdad. Empezamos.....	21
Llegó la hora y los nervios a flor de piel	22
Palabras soeces y palabrotas	23
Hablar en público. Entrevista telefónica	24
Hablar en público. Entrevistas en televisión.....	25
Hablar en público. Entrevistas radio-prensa.....	26
Hablar en público. Ruedas de prensa.	27
Hablar por teléfono.....	28
Hablar por teléfono. El contestador automático.....	29
Hablar por teléfono. El móvil y sus consideraciones.	30
Hablar por teléfono. El teléfono y la empresa.....	31
La Entrevista	32



Comunicación verbal.



A pesar de los grandes avances de la tecnología la palabra sigue siendo uno de los medios de comunicación más eficaces que existen. Quien sabe hablar bien, con corrección y perfección demuestra su buena educación personal. Contar en una reunión con un buen conversador es un lujo tanto para el anfitrión como para los invitados. La conversación es un arte. Y como tal hay que saberlo apreciar y, si se puede, potenciar.

En la comunicación verbal, aunque es importante lo que se dice, también es muy importante como se dice. (siempre recuerdo el dicho de mi madre: a veces no se ofende por lo que se dice (letra) , sino por como se dice (música)). Por eso tengamos en cuenta que a la hora de hablar es tan importante la letra como la música. Y aún es más importante cuando no está delante nuestro interlocutor (como es el caso del teléfono).

Tal y como decíamos anteriormente hay que cuidar la vocalización, entonación y timbre siempre, pero mucho más cuando no tenemos delante a la persona /s pues estamos perdiendo algo tan fundamental como la comunicación no verbal, los gestos.

Diferenciaremos de forma clara los dos tipos de comunicación hablada: cuando hay alguien delante (reuniones, conferencias, etc) y cuando no lo hay (teléfono, intervenciones en radio, etc).

Las conversaciones no presenciales, muy de actualidad desde la aparición del teléfono, y de nuevo puestas en auge con la aparición de InterNet, han hecho que se creen nuevos lenguajes, o formas de expresarse y que cuenten incluso con sus propias expresiones. Las palabras, en este tipo de conversaciones, cobran una gran importancia por dos razones fundamentales: no vemos a nuestro interlocutor, y en muchos casos, son de países distintos, por los que las palabras y ciertas expresiones, pueden tener significados distintos.





Hablar en público.



Si en algo coincidimos todos es del miedo que sentimos la mayoría a dirigirnos al público. Todos los estudiosos apuntan en el mismo sentido: tenemos miedo al ridículo, y en España somos muy temerosos de hacer el ridículo. La mejor forma de superarlo la práctica, y pensar que nos estamos dirigiendo a un grupo de amigos. No todos somos grandes oradores, pero sí que podemos ser unos oradores amenos y eficaces, si hacemos llegar nuestro mensaje de forma cordial, clara y efectiva.

Para lograr nuestro objetivo, podemos dar algunas pautas básicas a tener en cuenta:

1. Debemos saber **cuando empezar y cuando terminar**, e incluso improvisar. Si vemos que el público está muy aburrido, podemos tratar de acortar el discurso.
2. Que es lo **que queremos decir y transmitir**. Hay que tener claro el objetivo del discurso y sus puntos fundamentales, para hacer llegar el mensaje correctamente y que sea comprensible por el público.
3. **Como hacerlo llegar**. Debemos "interpretar" el papel de forma convincente para que el público reciba y crea el mensaje. Hay que saber captar su atención y mantenerla.



Una forma de perfeccionar nuestro discurso o intervención pública, es practicar. Delante del espejo, grabándolo en una cinta y escuchándolo, con amigos que pueden hacer de críticos, etc. Pero no ha de olvidarse del mayor protagonista: la voz. Hay que cuidar la entonación (module y dirija bien su voz), el tono (claro y relajado), el volumen (ni bajo, que no se oiga nada, ni gritando, atemorizando al público), el ritmo (no hable muy pausado, ni rápido como con ganas de terminar lo antes posible) y vocalización (pronuncie correctamente, se le entenderá mejor). Evite pausas, tartamudeos, repeticiones, vacilaciones y alargamiento de palabras (tipo eeeehhhh, queeee, buenoooo, etc).

Explicaremos los supuestos más comunes en los que tenemos que hablar en público.



Hablar en público. Técnicas para hablar en público.



Hablar en público no es nada fácil. Requiere definir bien los objetivos, ser claro, conciso, organizado y saber al público que nos dirigimos. Debemos poner un límite a nuestra exposición, no muy extenso para no "cansar" a los oyentes. No se deben decir más de unas 150 a 175 palabras por minuto, para que la gente pueda seguir correctamente su disertación. Tampoco diga menos, para que la gente no se distraiga o pierda interés por el tema.

1. Conocer los destinatarios. Quien va a ser nuestra audiencia: estudiantes, profesionales, empresarios ... nos ayudará a enfocar nuestra exposición de forma correcta.

2. Organización. Exponer de forma organizada todos los temas nos permite que sea más fácil seguir el "hilo" de nuestra charla.

3. Extensión. Exponga solamente lo fundamental del tema. No quiera extenderse hasta agotar el tema. Acabaría cansando al público y perdiendo su atención.

4. Objetivos. Debemos concretar bien y de forma definida los objetivos de la charla, ponencia o conferencia. Tenemos que "tener claro" cual es el mensaje que queremos transmitir a nuestra audiencia, sin repetirnos en interminables palabras que no nos conducen a ninguna conclusión clara.

5. Ayudas. Cuente a su lado, con todo tipo de ayudas que hagan comprender mejor la exposición que está realizando: proyectores, ordenadores, diapositivas, gráficos y cualquier tipo de documentación que pueda facilitar a los oyentes. Ahora bien, sin abusar de los mismos, marginando totalmente al orador.



1. Coloque el micrófono a la altura correcta y compruebe que el sonido llega a toda la sala.

2. Organice bien la introducción, desarrollo y conclusión de la charla.

3. No abuse de la gestos y la expresión corporal.

4. En la medida de lo posible, interactúe con los oyentes, para hacerlo más ameno.

5. Hable como si se dirigiera solo a una persona.

6. Si va con retraso, resuma partes poco importantes.

7. Evite cualquier tipo de distracción : ruidos, móviles, música, etc.

Uno de los modelos más conocidos para un correcta exposición hablada es el **modelo SPAM**. Este nos da 4 puntos básicos:

1. Situación. Tener en cuenta la hora y el lugar donde se va a celebrar el acto.

2. Propósito. Las metas que el orados espera obtener con su charla.

3. Audiencia. A que personas va destinado nuestra charla.<B



Tenemos como principales:

- 1. Informativo.** Lo que se expone es nuevo para la audiencia, y se expone de forma clara y precisa, para que la información expuesta sea de utilidad al público asistente.
- 2. Persuasivo.** El orador trata de explicar características de un producto o servicio, de convencer de la conveniencia del mismo.
- 3. Entretenimiento.** El motivo de la exposición suele tener una finalidad de entretenimiento.

A parte del método elegido para su conferencia, charla o exposición, deberá tener en cuenta ciertos puntos básicos a cualquier tipo de charla:

1. Ser breve en los agradecimientos y reconocimientos previos a la charla.
2. Mantener la cabeza elevada y mirar al frente y a la audiencia, siempre que podamos.
3. Cuidar la voz. Emplear un tono adecuado, una vocalización correcta y un volumen adecuado.

Lo mejor que podemos hacer antes de una "actuación" en público es practicar.

1. Lea su ponencia en alto varias veces para escucharse. En incluso, grábela y escúchese o tenga a alguien con Usted para que opine.
2. Utilice su lenguaje corporal y sus gestos, como si estuviese delante del público. Lo mejor es practicar delante de un espejo.
3. Procure memorizar las partes fundamentales del texto, para evitar una continua lectura del mismo y estar demasiado tiempo con la cabeza baja.





Conversando



Si algo hacemos en cualquier tipo de evento al que acudimos, es hablar. Hablamos para presentarnos, para expresar nuestras opiniones, para dar una muestra de agradecimiento, etc. Pero también para dar un discurso, una ponencia en un congreso, cuando concedemos una entrevista, etc. Son muchos los ámbitos en los que tenemos que utilizar la palabra para expresar algo. Haremos un breve repaso de todas estas situaciones y las características propias de cada uno de ellos.

Tenemos que hablar, ¿Qué decimos?



Hay ocasiones en las que tenemos que hablar en público, tanto por necesidad (cuestiones laborales, como la presentación de un proyecto, por ejemplo), como por petición expresa de amigos, familiares, etc. (por ejemplo hablar en un funeral, en un homenaje, etc.).

Si tenemos que hablar en público, debemos "conocer", en cierta medida, que es lo que el público espera oír, y estar a la altura de las circunstancias. Si en nuestra intervención tenemos que citar algunos nombres, es conveniente apuntarlos para no olvidarlos o confundirlos.

Si hablamos sobre otras personas, debemos ser generosos con los elogios, dentro de la mayor sinceridad posible, sin caer en el abuso excesivo de la alabanzas. Y debemos procurar no hablar demasiado de personas o situaciones ajenas al tema expuesto.

En el caso de homenajes, recepciones, bienvenidas, etc. se suele recurrir a unas palabras de agradecimiento y brindis posterior. La intervención será muy breve (no más de 4 o 5 minutos), y al finalizar es cuando se ofrece el brindis entre todos los presentes.

Antes de hablar, debemos lograr un completo silencio en la sala, utilizando cualquier técnica discreta que conozcamos. Generalmente diciendo "Por favor, presten atención un momento", o fórmulas similares, suele ser





suficiente para conseguir la atención de los presentes.

Recuerde que todas las intervenciones, cuando hay una comida por el medio, se hacen a los postres. Y deben ser lo más breves y concisas posibles. No es una sala de congresos donde exponer una tesis.

Discursos



Hablar para una determinada audiencia, sea cual sea el tema del discurso, implica conocer algunas técnicas que nos hagan dominar de forma correcta la lengua hablada. Habrá, por supuesto, diferencias entre dar un discurso a un gran auditorio, que dar un pequeño discurso o charla a un grupo reducido de personas. Pero en el fondo los conceptos fundamentales son los mismos. Los múltiples detalles a tener en cuenta (gestos, tono de voz, volumen, etc.) serán tratados de forma detallada para tener un mayor conocimiento del tema de los discursos y charlas.



Hablar en público. Discursos.



Vamos a diferenciar, relativamente, lo que es un discurso con "pronunciar" unas palabras. Decimos esto por la diferencia, a nuestro entender, entre realizar una exposición mínimamente extensa o decir "cuatro" palabritas, aunque bien dichas. Podemos diferenciar dos tipos principales de discursos:

1. Los pronunciados en comidas y banquetes de cualquier tipo.
2. Los pronunciados en otros actos o actividades de la más diversa índole.

Cuando hay una visita de un Jefe de Estado o cualquier otra personalidad (puede ser de la política o del mundo de deporte, el espectáculo, etc.), se suele ofrecer una comida o cena en su honor. Y lo normal es que se haga un pequeño discurso al término de la misma (generalmente al término de los postres). El desarrollo de este discurso es: se saluda y da la bienvenida al invitado de honor (por parte del anfitrión) y luego el invitado de honor dice unas palabras sobre el motivo de su visita y da los agradecimientos pertinentes.



Es habitual que en este tipo de actos se proceda a realizar un brindis por el invitado de honor y por la buena marcha de su país, institución o empresa. Es una práctica habitual conocer de antemano el texto tanto del anfitrión como del invitado para evitar incoherencias. Como reglas generales: el discurso ha de ser breve, claro y

fácilmente comprensible por la audiencia. Si el invitado extranjero va a decir algo más que "unas palabras" habrá que contar con un sistema de traductores o haber impreso el mismo en el idioma del resto de los invitados. También es posible elegir un idioma común que todos entiendan (generalmente, el inglés).



Otro acto similar, es el homenaje a una determinada persona o empresa (por haber recibido un premio o distinción, o por otros motivos, como puede ser una jubilación). El desarrollo suele seguir estos pasos:

1. El organizador, brevemente, explica el motivo del homenaje y presenta a quienes van a hablar sobre el homenajeado.
2. Hablan los oradores presentados (amigos, jefes o familiares).
3. El homenajeado, da las gracias a todos por el acto.

Hasta ahora hemos visto los discursos "previstos", pero que ocurre cuando se nos pide que hablemos sin estar previsto. Algunos consejos:



1. No lo intente hacer en un idioma que no domine.
2. No trate de mencionar a todo el mundo, siempre podría olvidarse de alguien y podría molestar. Límitelo al invitado de honor o al anfitrión.
3. Sabemos comenzar (empiece con un saludo a los presentes), pero hay que saber terminar.

Cuidado con extenderse demasiado y aún menos irse por las ramas. Sea breve.

4. Por si acaso, si acude a un acto en el que puede surgir este imprevisto, no está de más llevarse unas palabritas apuntadas.

Antes hemos comentado el brindis (muy habitual en comidas y cenas).

Propiamente dicho, el discurso del brindis, solo es un agradecimiento, por lo tanto no se extienda. A la hora de brindar no se chocan las copas, como solemos pensar; solamente se levantan las copas (a la altura de los ojos), se mira a todos los presentes y se bebe (o se hace el ademán de beber, si es abstemio).

Nunca se hace chin - chin con las copas, ni se dice nada como suerte, cheers o similar. Nunca se brinda con agua; siempre con vino o cava, y como hemos dicho, si no le gusta o no bebe, se hará un ademán nada más.



Existen otros actos, que no son comidas o cenas, en los que se dan discursos, que pueden ser únicos o múltiples. El único, es cuando el anfitrión habla y el invitado de honor responde. Los múltiples es cuando hablan varias personas, como por ejemplo en un acto académico, una inauguración, etc. El orden entonces para hablar es claro: de menor importancia a mayor importancia. Habla primero la persona de menor importancia, para terminar hablando la de mayor importancia. Cada orador presenta y cede el turno a la persona que seguidamente a él va a intervenir.



1. Para atraer la atención, si es una comida, no haga ruido con la cucharilla en una copa. Simplemente carraspee al micrófono o dele unos golpecitos como si probara si funciona.
2. Evite, a no ser que sea un orador excelente, el discurso hablado, y opte por el discurso leído. Es más

seguro y no le traicionará la memoria.

3. Si es de los últimos en hablar, trate de ser más breve y ameno que el resto. La audiencia está más cansada y distraída que al principio, y muchas de las cosas ya están dichas.

Común para todos los discursos: sea breve, claro y ameno.



No solo cuenta la voz. Vestuario.



Una intervención hablada, incluso por un medio como la radio, requiere de algo más que la voz. Requiere de una presencia digna del orador, en cuanto vestuario e higiene personal.

El vestuario, al igual que ocurre en cualquier otro acto o evento, deberá ir acorde a la "etiqueta" que se requiera. Si nuestra intervención, es para un público general (no se enmarca dentro de ningún acto formal: una cena de gala, un homenaje, etc), nuestro vestuario deberá ser todo lo formal que la ocasión lo requiera (teniendo en cuenta otros factores: como lugar, hora de celebración,

época del año, etc).

1- El atuendo que lleves o cómo lo lleves son aspectos importantes. Estarás indicando cual es tu posición social, quien eres y lo que pretendes que los demás piensen de tí. 2- Como siempre, evita los extremos. Utiliza estilos y colores que te favorezcan y con los que te sientas a gusto. 3- Antes de que digas una sola palabra, tu público se hará una imagen de tí por tu aspecto personal. Procura no dar una primera imagen desfavorable. 4- Un buen sistema para saber cómo debes ir, es el siguiente: debes ir homogéneo con el grupo mejor del público no debe parecer que te has vestido para hablar. 5- Si los que te escuchan son un grupo de personas que te conocen y saben de tu imagen física habitual, deberás corresponder con esa imagen, de lo contrario podrías producirles un efecto negativo. 6- Si estás obligado a hablar sentado, no te hundas en el asiento ni te echas hacia adelante sobre la mesa. 7- Procura llegar sin estorbos que puedan molestarte (paraguas, bolsos, gabardinas, carteras, ...) déjalos si te es posible en el guardarropía.





Imagen personal



El vestuario es muy importante en todos los ámbitos de nuestra vida, pero en el ámbito laboral adquiere una cierta importancia en función del cargo que desempeñemos. Las personas que trabajan de cara al público deben dar una determinada imagen, agradable y cordial, y el vestuario hace mucho. Aquí podríamos aplicar la conocida frase, una imagen vale más que mil palabras. La gente entra en un establecimiento, despacho u oficina, y lo primero que ve es nuestra imagen, por ello debemos cuidarla.

Vestuario hombre



A la hora de elegir un vestuario debemos tener en cuenta ciertos puntos, que en algunos casos no solemos tener en cuenta y que se reflejan en nuestra manera de vestir. Sin perder nuestro propio estilo (siempre evitando ser unos "esclavos" de la moda), deberíamos conocer como combinar prendas, colores, tejidos, etc. y también saber que todos factores son muy dependientes de otros, como época del año, tipo de evento, y alguna de nuestras características físicas, entre otros puntos.

Vestuario mujer



La riqueza y variedad de prendas que hay en el mercado, nos hace, que elegir un vestuario determinado para las mujeres sea un tarea bastante compleja. Las gran cantidad de estilos, diseños, tejidos, etc. que existen, complican la elección de las prendas más adecuadas, ya que la mayoría de ellas son válidas, dejando la última palabra a la mujer: su propio criterio es el que cuenta. Es una decisión totalmente personal basada en el mejor conocimiento personal para utilizar las prendas que mejor le sientan.

Comunicación no verbal. La importancia de los gestos



Aunque el hombre lleva más de un millón utilizando este tipo de comunicación, ésta no se ha empezado a estudiar nada más que hace sólo unas décadas. El investigador Albert Mehrabian descompuso en porcentajes el impacto de un mensaje: 7% es verbal, 38% vocal (tono, matices y otras características) y un 55% señales y gestos. El componente verbal se utiliza para comunicar información y el no verbal para comunicar estados y actitudes personales. Este investigador, Albert Mehrabian, afirma que en una conversación cara a cara el componente verbal es un 35% y más del 65% es comunicación no verbal.

Muchos gestos utilizados son comunes en la mayoría de los países, aunque otros pueden significar cosas distintas dependiendo de donde estemos. Los gestos básicos suelen ser los que más universalizados están: mover la cabeza para afirmar o negar algo, fruncir el ceño en señal de enfado, encogerse de hombros que indica que no entendemos o comprendemos algo, etc. Otras veces, hay gestos que vienen heredados del reino animal, como puede ser enseñar los dientes en señal de enfado (agresividad).



Aunque sepa que puede significar un determinado gesto, no caiga en el error de interpretarlo de forma aislada; es fácil que pudiera equivocarse. Los gestos se pueden fingir, pero no todo el cuerpo actúa de la misma manera. Las cejas, la risa, la pupila de los ojos y otros pequeños detalles seguramente nos delatan. Por regla general, cuando estamos mintiendo o forzando una situación, el cuerpo nos delata. Por eso las situaciones personales, se resuelven mejor cara a cara, que por teléfono y otro medio donde se puede esconder el cuerpo y perder una importante parte del mensaje (la parte no verbal).



Aunque el tema es amplio y daría para cientos de páginas, vamos a exponer los principales gestos y actitudes que nos pueden ayudar en nuestra vida cotidiana y en los negocios. La mayoría de los gestos y movimientos que utilizamos habitualmente, nos vienen condicionados por el entorno en el que nos hayamos criado. Los matices culturales, son de gran importancia en el lenguaje corporal. También el entorno familiar, tiene una clara influencia en nuestro comportamiento y en

nuestra manera de "hablar con el cuerpo".

Hay algunos gestos que se utilizan de forma universal (con sus excepciones) para significar lo mismo. El signo de "OK", con varias teorías sobre su origen,



aunque la más aceptada según nos informa uno de nuestros amables visitantes es una deformación de la expresión "all correct" en "oll korrekt" que apareció en algunos periódicos estadounidenses y canadienses durante el siglo XIX.

Otra teoría es que procede de la oposición al significado de "KO" (Knock Out). Significa que toda está correcto, aunque en determinados países se hace referencia a la homosexualidad por similitud del círculo formado con los dedos, y en otros países se utiliza para indicar algo nulo, inválido, cero o nada de nada.

Bienvenidos , a la primera plataforma en InterNet sobre saber estar y El conocido signo de la "V, como símbolo de la victoria o el triunfo, popularizado por Winston Churchill, en la Segunda Guerra Mundial, no significa lo mismo, si se hace con las palmas hacia afuera, que significa victoria, que con las palmas hacia adentro que significa un insulto obsceno. Otro conocido gesto, el dedo pulgar hacia arriba o hacia abajo, que indica el acuerdo o desacuerdo. Pero en algunos países se utiliza para insultar, como en Grecia, y en otros solamente significa el número uno , como en muchos países de habla Inglesa (USA, Nueva Zelanda, Australia, etc). Hay muchas variantes con este dedo, como la conocida para hacer "auto-stop", pero alargaremos más el tema.



Sabemos realmente hasta donde acercarnos a una persona para charlar, para presentarla, etc. Todas las personas, según estudios recientes y según Allan Pease, tenemos nuestros territorios muy bien delimitados: la zona íntima, de hasta 50 cms. de distancia, donde se acercan las personas más allegadas (familia, amigos íntimos, etc). La zona personal hasta 1,25 cms. aproximadamente, distancia utilizada en reuniones, entorno laboral y social. La zona social, hasta los 3 mts. más o menos, que es utilizada con personas ajenas a nuestro entorno (el cartero, un electricista, etc. y gente en la vía pública).



El tema de las distancias es de gran importancia a la hora de entablar un contacto o conversación con otra persona. Hay muchas personas que no les agrada que otros "invadan" su territorio o zona personal. Nunca le ha ocurrido que una persona se echa hacia atrás para mantener una distancia cómoda para ella. Este tipo de situaciones son muy variables en función del entorno (rural o urbano) y en función de la situación. Los que han crecido en zonas poco pobladas (núcleos rurales), suelen tener unas distancias más amplias en sus zonas (tanto íntimas, personales y sociales) que aquellas personas que han nacido en poblaciones con mayor densidad de población (generalmente núcleos urbanos).



COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA
PROF. EDUARDO BUSTOS FARIÁS
ABRIL DE 2004



Quien no ha oído la expresión "habla con las manos". Son fundamentales en la comunicación no verbal. Generalmente: palmas hacia arriba y abiertas, indican sinceridad, honestidad. Palmas hacia abajo, abiertas, significan una posición dominante y en ocasiones, poca honestidad (cuando se quiere mentir).



Si cerramos la mano y apuntamos con un dedo, suele indicar una posición dominante y algo agresiva. En cuanto a los apretones de mano: cuando las manos están verticales, significa igualdad. Si nuestra mano está encima, significa dominio, control, y si está debajo, sumisión, recato. Si hace con fuerza significa seguridad.



El apretón de manos puede ir acompañado de otras acciones, como poner la otra mano encima haciendo un bocadillo a la mano de la persona saludada. Si se utiliza con gente conocida demuestra confianza; con gente desconocida el efecto es el contrario. Dar la mano y coger la muñeca o coger el codo, solo se debe hacer con personas conocidas o del entorno cercano. Dar la mano y coger el brazo o el hombro, solo debería hacerse en casos de gran amistad o relaciones muy personales, al tener que invadir la zona íntima de una persona. Estos gestos son interpretados como símbolo de honestidad y sinceridad en personas cercanas y el efecto contrario en personas desconocidas o recién presentadas.



Entrelazar las manos: puede ser a la altura de la cara, apoyados en la mesa, o de pie en la parte baja de la cintura. Según estudios para que existe relación entre la altura de las manos entrelazadas y la actitud negativa. A mayor altura, mayor negatividad. Frotarse las manos: se espera algo bueno, una expectativa positiva, un buen entendimiento entre las partes. Juntar las yemas de los dedos de ambas manos, significa un alto grado de confianza en uno mismo, y una seguridad. Hacia arriba se utiliza cuando se opina sobre algo; hacia abajo se suele utilizar cuando se está escuchando.

Cuando cruzamos y agarramos nuestras manos por detrás de la espalda, denota un alto grado de seguridad en nosotros mismo y una clara posición dominante. En cambio si lo que cogemos por la parte trasera son nuestras muñecas es signo de intranquilidad e inseguridad.

Dicen que los pulgares representan la fuerza del carácter, por eso son utilizados para destacar ciertos gestos. Meterse las manos en los bolsillos dejando los pulgares fuera es signo de poderío, de dominación, de seguridad. Lo mismo pero más disimulado, si es en los bolsillos traseros. También cruzar los brazos dejando los pulgares fuera, es signo de actitud dominante.



Se dice, que la cara es el espejo del alma. Pero es mucho más que eso. Cuando la mano tapa la boca, es señal de mentira. Tocarse la nariz en múltiples

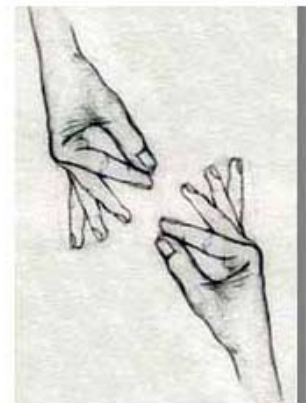


formas es indicativo de que se está contando algo falso, así como frotarse los ojos, indica lo mismo.

Otros gestos que denotan mentira, o al menos que no se está siendo sincero son: rascarse el cuello, tirarse del cuello de la camisa, apretar los dientes, reírse con la boca muy cerrada y los dientes apretados, etc. No obstante, como se ha dicho anteriormente, los gestos no se pueden interpretar por separado para no obtener conclusiones erróneas.

Si se muerde las uñas, chasquea los dedos, o repica con ellos sobre la mesa, está dando muestras de inseguridad y de nerviosismo. Si apoya su barbilla sobre su mano, significa aburrimiento. Pero si apoya su mano con un dedo sobre la sien denota interés por el tema que se está tratando. También si pone su dedo sobre la mejilla denota un alto interés por el tema. Acariciarse la barbilla o apoyar el pulgar e índice en la barbilla, denota pensamiento, evaluación de la situación, toma de decisiones.

Frotarse la cabeza o darse palmadas en ella denota enojo, enfado y otras veces un simple olvido. <Bocar al pie en una varilla de la silla o en algún lugar semielevado (una actitud intermedia).



Los ojos muy abiertos, denotan sorpresa, admiración, mientras que los ojos más cerrados o forzosamente cerrados denota desconfianza, seriedad, desaprobación. Las personas que miran a los ojos suelen inspirar más confianza y ser más sinceras que las que rehuyen la mirada. Según Allan P., la mirada puede ser: de negocios, la franja comprendida entre los ojos y la frente. Mirada social, que comprende la franja entre los ojos y la boca.

Y la mirada íntima que comprende la franja situada entre los ojos y el pecho, pudiendo llegar a recorrer prácticamente todo el cuerpo. Las miradas de reojo suelen demostrar complicidad o una duda, en espera de analizar otro gesto o actitud.

Cuando fumamos, también se envían señales a nuestros interlocutores. Cuando se echa el humo hacia arriba, está demostrando un alto grado de seguridad y una actitud positiva. Cuando se echa al frente denota una actitud de entendimiento, de acuerdo con nuestro interlocutor. Y cuando se echa hacia abajo, denota una actitud negativa, de rechazo. Si se golpea muchas veces el cigarrillo contra el cenicero, es signo de inseguridad, de falta de confianza. También si se enciende un cigarrillo, y se apaga muy pronto a las pocas caladas, significa un deseo de terminar la conversación. Los fumadores de pipa según estudios, son más cautelosos y reposados para tomar las decisiones que los fumadores de cigarrillos.





En determinadas ocasiones podemos observar que en algunas reuniones se imitan gestos seguramente de forma involuntaria. Esto significa que pensamos de la misma manera que la persona a la que estamos imitando gestos. Es un signo de concordancia con las posturas, o también puede significar un paso de acercamiento a las posturas de su interlocutor. Es una manera de tratar de ganarnos la confianza de nuestro interlocutor. Hay que procurar no imitar de forma voluntaria todos los gestos, ya que podría volverse contra nosotros, y entrar en actitudes más desafiantes y negativas, lo que no sería nada bueno.

Aunque sería tema para cientos de páginas, los gestos son tan variados como las personas, y como las situaciones en las que nos encontremos. Por ejemplo, apoyar la patilla de las gafas en la boca, significa que estamos pensando o evaluando una determinada propuesta, o que necesitamos más tiempo para evaluarla. Mirar por encima de las gafas, puede interpretarse como una actitud de incertidumbre o desconfianza, como si deseáramos un análisis más profundo de la situación. Las actitudes no verbales, como hemos visto pueden darnos unas buenas pistas a la hora de saber que actitud toman nuestros interlocutores en muchas conversaciones y reuniones.





Exposición y gestos.

Los gestos son una parte muy importante de la exposición. Con los gestos podemos atraer la atención o el efecto contrario. Todo depende del buen uso que hagamos de ellos.

Generalmente, opinan los expertos, un abuso en el uso de gestos, da una imagen negativa del individuo, y se toma menos en serio lo que dice. En pocas palabras, el que gesticula mucho, es tomado poco en serio, y es considerado más un "charlatán".

Los gestos, no dejan de ser la "explicación gráfica" de algo; por ellos deben ser "adecuados" a lo que estamos hablando, siempre siendo moderados en su uso. Ambos extremos son malos (abuso de gestos o permanecer inmóvil como si fuésemos una figura de mármol).

Hay que tener en cuenta, que todo nuestro cuerpo habla, no solo las manos. La boca, los ojos, los brazos, la piernas ... y que tratar de disimular, no siempre es una buena solución. Podemos mentir con la boca, pero nuestros ojos, nuestra cara, etc. pueden decir lo contrario. No es fácil "fingir" con los gestos. Seamos naturales y expresivos.



En nuestro capítulo sobre el lenguaje corporal puede encontrar más información detallada sobre este interesante tema.

Consejos a tener en cuenta.



Debemos comprobar los micrófonos para que se encuentren en perfecto estado y funcionen correctamente. En determinadas ocasiones hacen un pitido por culpa del "acople", por lo que debemos separarlos o bajar el volumen.

Para comprobar que funcionan, podemos preguntar al público si se oye correctamente, aunque también otras personas optan por dar unos golpecitos al micro para ver que funciona (aunque nos parece más recomendable la primera opción).

Dependiendo del tamaño de la sala y del número de oyentes, se puede intervenir sin micro, dando una ambiente más cercano y personal a la charla. Pero hay que asegurarse de que todo el mundo escucha bien, sino habrá que utilizar sistema de megafonía.



La utilización de medios audiovisuales, puede ser de gran interés como complemento a nuestra charla. No obstante, los profesionales recomiendan preparar la exposición como si se tuviera apoyos audiovisuales, para que en caso de que fallen estos medios, no se vea afectada la exposición en gran medida. Cuando usemos medios audiovisuales, hay que procurar no dar la espalda al público.

En caso de llevar objetos o piezas que mostrar, no se deben ver hasta el momento de su presentación para evitar la distracción del público. (quien no ha ido a una presentación y se ha pasado todo el rato mirando ese ordenador nuevo que van a presentar o ese nuevo envase).

Es importante controlar el tiempo de duración de nuestra exposición, y adaptarlo al tiempo del que disponemos. Por ello es fundamental ser puntuales y empezar con puntualidad. Si no controlamos bien el tiempo de forma "intuitiva" podemos colocarnos un pequeño reloj en atril, pero no está bien, mirar el reloj cada poco. Es síntoma de nerviosismo y da la impresión de querer acabar pronto.

Si le interrumpen, no se ponga nervioso e ignore los comentarios o "ataques" que puedan venir del público. Si son muy insistentes, ruegue que abandonen la sala, o de la orden a los correspondientes servicios de seguridad para que lo haga. La mejor forma de terminar una discusión es evitarla.

Cualquier otro problema que pueda surgir (irse la luz, quedarse sin sonido ...) debe ser tratado con calma, y no debe trasladarse el nerviosismo que podamos tener al público. Se les debe tener informados en todo momento para tranquilidad de todos. Si el problema persiste se puede dar por concluido el acto.



Hablando de finalizar actos, no diga nunca frases que den a entender que va a terminar su exposición, cuando aún falta mucho para ello (para terminar ... para ir concluyendo ... voy a terminar diciendo ...). Se crea una expectativa que puede resultar negativa para su exposición.

Si la exposición ha sido larga, se puede terminar con un breve resumen de la misma, haciendo hincapié en los puntos más importantes de la misma.

También es adecuado terminar con un final "impactante" para dejar un buen sabor de boca a los asistentes.

Tal y como dijimos para levantar la atención del público, no termine con una frase hecha o un tópico. Debemos huir de ellos. Es mejor terminar con cierta naturalidad que utilizar recursos muy manidos.

Aunque los explicamos en el capítulo de las entrevistas, si nuestra exposición se retransmite por televisión debemos cuidar ciertos detalles (aunque es fácil



que desde la producción nos den estos consejos previos): evitar los colores brillantes, y los tejidos que brillan, pues dan problemas de reflejos; a veces las prendas blancas, dependiendo del tejido, producen ciertos molestos halos de luz, y no hacen buen contraste; lo mismo que las telas brillantes, debemos evitar ir con demasiadas joyas o bisutería que puede dar lugar a brillos y reflejos muy molestos; debemos dejar que nos maquillen (aunque no nos guste demasiado) para que no parezcamos un "cadáver" en la televisión, pues la luces tan fuertes nos hacen parecer más pálidos; las gafas, si no son imprescindibles, podemos dejarla, para evitar brillos y reflejos; en definitiva debemos tener en cuenta todas las cosas que no "quedan bien" en la televisión para tratar de evitarlas y facilitar el trabajo de los cámaras.

Preparación previa a la intervención.



Todo el mundo coincide que una preparación previa de nuestra intervención le dará mayor fuerza y credibilidad a la misma. Por lo tanto, es muy importante los ensayos y preparaciones previas.

Casi todos los expertos recomienda un ensayo frente al espejo, para que podamos vernos, aparte de escucharnos, y ver nuestros gestos y nuestros movimientos de manos y del cuerpo. También recomiendan el uso de una grabadora, para grabar nuestros ensayos y encontrar posibles errores de tono, dicción, etc.

Con todo esto logramos "pulir" nuestros posibles defectos o faltas a la hora de hacer una intervención hablada. Para mejorar aun la calidad de nuestros ensayos previos, podemos pedir la colaboración de amigos o familiares que nos digan su punto de vista.

No dude, en acompañar su intervención con gestos y muecas "medidos" que le den más fuerza a su exposición.

Si le toca hablar de temas que no domina, pida el consejo de profesionales o expertos en la materia, para que le asesoren (y por supuesto realice más ensayos para cubrir esta carencia, y dar la impresión al público de que domina el tema tratado).

Cuando se habla de otras personas o de trayectorias en diversos ámbitos (negocios, laboral, etc), se puede hacer una introducción histórica previa que ponga en situación a los oyentes. (por ejemplo, si se entrega una medalla a una persona, no podemos hablar de esa persona en tiempo presente, sino relatando los méritos que le han llevado a conseguirla).

Si la intervención no es corta, podemos utilizar el recurso de meter en nuestra



el interés del público y les haga más amena nuestra intervención.

Si no deseamos leer de forma literal nuestra intervención, debemos tener, al menos, un esquema de la misma, en frases esquemáticas, que nos vayan guiando y que nos sirvan de referencia en caso de olvido o cualquier otro posible contratiempo.

Los puntos fundamentales para preparar una intervención son: 1. Determinar al objetivo de la charla. 2. Planteamiento inicial (que se hará en función de ciertas variables: quien es el público, motivo de la charla, objetivo determinado anteriormente, etc.). 3. Tema de la intervención (una vez definido el objetivo y teniendo un planteamiento inicial). 4. Cierre o conclusión.



Al igual que hacen los creativos de las agencias de publicidad, hagamos un borrador con todo lo anteriormente expuesto, y vayamos dándole forma poco a poco hasta llegar al texto definitivo. Hagamos todas las correcciones que sean necesarias.

Si, habitualmente, usted hace intervenciones habladas, contará ya con una serie de recursos, citas, anécdotas, etc.

que utilizar en el momento más apropiado. Haga uso de ellas.

Si la organización se lo permite, visite el lugar donde va a tener lugar la intervención para hacerse una idea de la situación del público, de su situación en el escenario o estrado, y de otros muchos detalles.

Pida una relación de medios disponibles (audiovisuales, sonido, informática, etc.) para conocer de que medios se puede valer para darle mayor fuerza a su intervención.

El momento de la verdad. Empezamos.



Comenzamos nuestra exposición, hablando en un volumen adecuado, con una vocalización clara y un tono agradable. Debemos desenvolvernos con naturalidad, y creyendo en lo que decimos.

Como en muchos ámbitos de la vida, debemos ser un poco "psicólogos" y ver como reacciona el público, para imprimir, en la medida de lo posible, otro tono, ritmo y cadencia a nuestra exposición para mantener la atención del mismo. Lo menos aconsejable es acelerar o "correr" demasiado para terminar antes; no es aconsejable.

Para mantener la atención del público lo mejor es



hacer pausas breves, utilizar anécdotas o contar curiosidades, pero procurando no utilizar la primera persona del singular (yo). Lo que debemos descartar son las frases hechas y los tópicos, hay que ser originales.

Según los expertos, es mejor utilizar un lenguaje directo que indirecto y la voz activa mejor que la pasiva. En la medida de lo posible, debemos evitar estadísticas y utilizar demasiados datos numéricos.

Siempre se debe mirar al auditorio y nunca al suelo o a los lados. Y mucho menos a la parte de atrás, aunque haya otras personas. Y debemos ser correctos con los oyentes, y pedirles perdón si nos equivocamos o cometemos algún error.

Una sonrisa inspira confianza y ofrece un aspecto más atractivo, siempre que lo hagamos de corazón. Debemos evitar risas forzadas y modales poco naturales. Cuidado con la risas si lo que está diciendo es sobre temas muy serios; no hay que confundir la cordialidad con la falta de seriedad.



Llegó la hora y los nervios a flor de piel.



Dicen los expertos, que los nervios, si no son excesivos, ayudan a tener un mayor nivel de adrenalina en nuestro cuerpo, y agudizan nuestra capacidad intelectual. No obstante podemos tomar una infusión o cualquier otro tipo de bebida (no alcohólica) que nos haga sentir mejor.

La preparación previa, a la que habíamos hecho referencia con anterioridad, es fundamental, para perder los nervios. Cuando se domina el tema y se está preparado, la seguridad nos hace estar menos nerviosos. También, estar entretenido antes de nuestra intervención (charlando con otras personas, leyendo, etc.) nos ayuda a tener la mente ocupada en otra cosa.

Si aun así, sale nervioso a realizar su intervención, procure no hacerlo notar con tics, gestos (tocarse la nariz, meterse las manos en los bolsillos, etc), golpecitos en el micrófono o en el atril, golpecitos con el bolígrafo, doblar papeles, etc. Como un buen actor, deberás disimular tu nerviosismo, y no transmitir esta sensación al público, que suele ser muy receptivo.

Llegado el momento, hable como si estuviera solo en su casa, frente al espejo; hable con naturalidad. Nunca comience con una falsa modestia (dudando de la razón por la que le han invitado o cosas por el





estilo) o hablando demasiado sobre usted (aunque sea, el homenajeador, por ejemplo).

Fije la atención del público nada más empezar con un esquema general de su intervención. Esta primera impresión es importante al comienzo, ya que de ella depende, en gran medida, el éxito posterior de nuestra intervención.

Elija un tono de voz adecuado y un ritmo "ligero", que no haga demasiado monótona su intervención. Procure mantener la atención constante de su público, empleando todas las "armas" que tiene a su alcance y que hemos dado anteriormente (anécdotas, curiosidades, etc.).

Palabras soeces y palabrotas.



Hay personas que cuando hablan se expresan con palabras malsonantes, soeces o aquellas que coloquialmente denominamos "tacos".

No está justificado en ningún momento, por mucho que algunas personas piensen que sí, el utilizar este tipo de palabras subidas de tono o groseras. No por ello damos más carácter a nuestra personalidad, sino todo lo contrario, quedamos como verdaderos mal hablados.

No es justificable utilizar palabras de este tipo, ni en ambientes formales, ni informales (por ejemplo en el seno de la familia); en el ámbito familiar debemos tener una consideración y dar buen ejemplo a nuestros hijos o menores que se encuentren presentes. Los niños lo "almacenan" todo y luego es fácil que los repitan.

No debemos usar palabras mal sonantes ni para expresarnos ni para "atacar" a terceras personas, es decir, utilizarlas como insulto. No es correcto ni educado.

Si queremos dar énfasis a nuestras palabras podemos utilizar nuestro rico vocabulario para hacerlo, pero no recurramos a palabras fáciles y ordinarias. Y tampoco a expresiones cursis, que no hagan parecer unos mojigatos.

Tampoco, aunque no sean tacos, podemos utilizar palabras ofensivas para otras religiones, razas o culturas, palabras que ofenden. Hay que tener mucho cuidado con lo que se dice y como se dice. Como decían nuestros padres a veces ofende más la música (como se dice) que la letra (lo que se dice).

Palabras habituales utilizadas con malas maneras, pueden ser también muy molestas.



Hablar en público. Entrevista telefónica.



En algunos casos, el entrevistador, ya sea para la radio o la prensa escrita, no se desplaza sino que nos llama por teléfono para realizar la entrevista. Si quiere la entrevista en el momento, lo mejor es que la rechace. No sabe nada acerca de lo que le va a preguntar, quien es, cual es su línea y seguramente ni para que medio trabaja. Incluso si le requieren para dar su opinión sobre un tema de actualidad, al menos pídale una hora de antelación, para que pueda "reflexionar" previamente sus palabras. Las opiniones en caliente pueden dar lugar a comentarios no deseados.

Si la entrevista telefónica es para un medio escrito, no hace falta matizar con la entonación de nuestras palabras ciertos matices, debido a que los mismos no serán recogidos de igual forma en el medio escrito. Si queremos destacar algo, se lo haremos saber a nuestro entrevistador. Pero cuidado, no caigamos en el error, de querer decirle como debe hacer su entrevista. Cada cual a su trabajo, sin intromisiones.

Si la entrevista telefónica es para la radio, lo primero que debemos conocer es si va a ser en directo o la misma va a ser grabado y emitida en diferido. El directo no admite rectificaciones. Cuide la entonación y la vocalización de las palabras. Los matices son muy importantes. A diferencia de la prensa escrita, evite ruidos en su entorno: timbres de móviles, timbre de la puerta, ruido de radio o televisión encendidas, ladridos de perros, ruidos de niños, voces o conversaciones, ventanas abiertas con ruido de tráfico, etc.



Procure no interrumpir al entrevistador mientras está hablando o haciéndole una pregunta. Solo es admisible para corregir algún dato erróneo de lo que está diciendo (generalmente datos sobre su biografía) y siempre cuando haya terminado de hablar. Procure preparar un esquema previo de su intervención. Evite comentarios "off the record" para que no puedan ser malinterpretados o utilizados fuera de contexto. Sea amable y cordial, para que la entrevista discurra por buenos cauces. Evite cualquier tipo de interrupción en la entrevista.



Hablar en público. Entrevistas en televisión.



Ahora entramos en otro mundo: el de la imagen. Estudio, luces, cámaras, maquillaje, gente que viene y va, que entra y sale, etc. Si nunca ha estado en un estudio de televisión lo mejor sería visitar uno previamente. Vea como "funciona" por dentro la televisión. Si es posible vea la grabación del algún programa como en el que va a intervenir, para "familiarizarse" relativamente con el entorno. Eso le puede dar un mayor grado de seguridad el día de su intervención.

Es conveniente que nos dejen unas cuantas cintas para ver algunos programas antes de acudir. Al igual que las entrevistas radiofónicas o de prensa, nos informaremos de quien presenta el programa y la línea del mismo. En determinados casos, se puede conocer con antelación el cuestionario de preguntas. Debemos poner mucho cuidado en el vestuario y en la imagen personal (cabellos, manos, cara, etc). El vestuario debe ir acorde a la imagen que deseamos proyectar (sería, desenfadada, moderna, etc.).

Hay que tener mucho cuidado (aunque nos lo indicarán previamente) con los colores y los brillos. Las telas no deben tener brillos, y en la medida de lo posible, debemos evitar el blanco que puede producir destellos. Los mejores son los tonos fríos y poco chillones (a menos que sean artistas) que se siempre se permiten mayores licencias en el vestuario. Tenga en cuenta, que en la televisión la imagen dice tanto o más de usted, que lo que diga. Antes de hablar, el primer vistazo es una gran baza para ganarse a la audiencia. En el caso de las mujeres, cuidado con la joyas y complementos. Pueden volver loco al jefe de iluminación. Evite complementos demasiado grandes y brillantes.

Aunque el servicio de maquillaje y peluquería de la televisión le dejará impecable, procure darse un vistazo unos minutos antes de salir. Evite nudo de la corbata caído, botones de la camisa desabrochados, rotos o manchas, etc. Una vez en la entrevista, las mismas normas descritas para el resto de supuestos: claridad, corrección y simpatía. Sea ameno en sus exposiciones, para no aburrir a la audiencia. Y no caiga en preguntas sensacionalistas. Evite salirse del programa previamente planteado, ante preguntas "inocentes", puede costarle caro.



Hablar en público. Entrevistas radio-prensa.



Cuando le propongan una entrevista para la radio, deberán indicarle de que emisora le llaman y para que programa es. Es conveniente que se informe sobre de que es el programa (si no se lo dicen), quien lo presenta, y si el tiempo se lo permite, escuchar algún programa para tener una idea mas clara. Para no perderse, debería confeccionar un pequeño esquema o guión de los temas que va exponer. Hable despacio, claro y con términos sencillos. Vuelque todo su potencial en la voz, ya que la radio no cuenta con la fuerza de la imagen. Sea puntual, y evite hacer ruidos con objetos en la mesa o el micrófono (también sonidos con la boca, los dedos, etc). Se oye todo en antena.

La entrevista con la prensa puede darse en distintos sitios. Le pueden llamar y pedirle entrevistarse en su despacho, o en las oficinas de su periódico o en un sitio neutral como puede ser un hotel. Al igual que en la radio, es conveniente charlar unos minutos antes para conocerse un poco mejor. En algunos casos, sobre todo gente famosa, se pide con anterioridad el cuestionario de las preguntas que se van a hacer. Y se perfila la entrevista real, para que no haya malos entendidos. Al ser un medio escrito ponga toda su atención en las respuestas, por que eso es lo que va a salir publicado. Y evite hacer comentarios "off the record" los periodistas son muy atrevidos y aprovechan todo.

Sepa con antelación quién le hace la entrevista, e infórmese sobre el. Y si puede lea alguna de las entrevistas que ha realizado. También debe saber si se va a hacer algún tipo de reportaje fotográfico, para cuidar de forma mas estricta el vestuario. No quiere decir que no vaya arreglado o no hable de forma clara, por no salir ni la imagen ni la voz en la entrevista, pero puede "descuidarla" un poco más. Infórmese de la edición en la que sale publicada su entrevista. Si es en su despacho o en su casa, ofrezca algo para tomar, y distendir un poco el ambiente.



En ambos casos, prensa y radio sea amable y derroche simpatía. Ponga el mayor énfasis en la palabra y menos en la imagen, que puede ayudarnos menos en estos casos. Procure conocer siempre de antemano a su entrevistador, el tipo de programa al que va a acudir o el tipo de prensa escrita en el que va a salir, para evitar alguna que otra sorpresa. Utilice el lenguaje apropiado según el tipo de entrevista (no es lo mismo un medio de información general, que un medio especializado).



Hablar en público. Ruedas de prensa.



Antes de dar una rueda de prensa debemos invitar a los medios. Enviaremos un comunicado (escrito, fax, etc), en el que habremos de indicar claramente:

1. Quien da la rueda de prensa.
2. Para que se da la rueda de prensa (objetivo de la misma).
3. Lugar (aportando los mayores datos posibles), fecha y hora del acto.
4. En determinados casos de adjunta carta o tarjeta de respuesta, para confirmar las asistencias.

Debemos hacer unos cuantos preparativos antes del acto:

1. Capacidad de la sala. Hay que calcular el número de personas que van a acudir.
2. Redactar los comunicados y resto de información escrita (dossier) a repartir.
3. Cuidar la decoración, sobre todo si van cámaras de televisión y fotógrafos.
4. Ofrecer un vino español o similar a los asistentes.
5. Comprobar el resto de los detalles: megafonía, servicios, carteles identificadores en la mesa presidencial, control de acreditaciones, etc.

Una rueda de prensa es la que convoca una persona o entidad para dar a conocer detalles sobre algo (un producto o un hecho). Debemos ofrecer un mensaje claro y directo. Cumplir el objetivo para el que fue montada la rueda de prensa. Tenemos que saber que los medios van a reflejar la noticia tal y como teníamos pensado. Establezca unos turnos de preguntas para que los periodistas amplíen la información que desean cubrir. Deje los sitios más delanteros para la prensa gráfica. Y sitúelos siempre de espaldas a la luz (sobre todo en ruedas de prensa al aire libre).

Convocar una rueda de prensa, supone desplazar a muchos periodistas y cámaras hasta el lugar donde se celebra. Las mejores horas para ello, son a partir del mediodía hasta la hora de comer, y por la tarde, a partir de media tarde. Hay que tener en cuenta la importancia y objetivo de la rueda de prensa, ya que si la convocamos muy tarde, puede que no salga en los medios al día siguiente (si esa era nuestra intención). Posteriormente, es conveniente hacer un seguimiento en los medios de la repercusión de la información aportada.





Hablar por teléfono.



El teléfono ha cambiado muchos de nuestros hábitos y costumbres, como por ejemplo el escribir cartas. Es más rápido, cómodo e instantáneo. Este medio de comunicación reduce en cierta medida nuestra capacidad de expresión al no poder visualizar nuestros gestos y expresiones, por lo que habremos de expresarnos con la mayor claridad posible. En los siguientes párrafos, vamos a distinguir entre contestar al teléfono una llamada personal y contestar una llamada de negocios. Aunque en términos básicos se hace igual, tienen sus diferencias.

Cuando descolgamos el teléfono, lo habitual es responder con "Dígame" o "Diga". Estas expresiones pueden ir acompañadas del pertinente "Buenos días" (tardes o noches). No recomendamos utilizar el escueto "Si", aunque es común en algunas regiones. Tampoco en España se responde con "aló" (como los franceses) o repitiendo el número completo de nuestro teléfono (como los ingleses). Aunque las múltiples formas de contestar muy personales y costumbristas en algunas regiones, son perfectamente válidas; aunque a veces nos extrañen.



Hable fuerte y claro; recuerde que el teléfono solo es voz (no podemos apoyarnos en los gestos). Si se equivoca al llamar, no cuelgue como un niño asustado. Pida disculpas. Y si es al revés (recibe una llamada) no haga de menos o desprecie a la otra persona. No haga llamadas a otras casas a horas intempestivas (muy pronto por la mañana, y menos en días festivos, o muy tarde por la noche). Pregunte siempre si es buen momento, pues como no podemos ver, no sabemos que estaba haciendo la otra persona. Evite las horas de las comidas para llamar.

Si recibe llamadas indeseadas u obscenas lo mejor es que las ignore y no se enfade, profiriendo insultos y expresiones groseras, es lo que busca quien hace estas llamadas. Recuerde que el teléfono es un medio para dar recados y avisos, más que para contar historias. Podrían estarle llamando para algo importante.



Hablar por teléfono. El contestador automático.



El contestador o grabadora, es un elemento cada vez más utilizado (amén de los buzones de voz de los teléfonos móviles). La gente es reacia a dejar mensajes cuando es contestada por una maquinita. Pero la mayoría de la veces es de gran utilidad dejar el mensaje, razón o motivo por el que se llamó. Al igual que en las llamadas de teléfono, tenemos que distinguir el contestador de casa del contestador de la empresa. Tanto la manera de dejar el mensaje como la manera de grabarlo es distinta.

Los mensajes que se dejan en un contestador particular no requieren del rigor ni la abundancia de datos que los de empresa. Bastará con dejar el recado, el nombre de quien lo deja y el número de teléfono al que devolver la llamada. Es una falta de cortesía no devolver las llamadas. A la hora de grabar el mensaje de respuesta, se pueden optar por fórmulas más jocosas e informales que en la empresa, pero sin caer en el mal gusto. Sea ingenioso, no ordinario y soez.



Es conveniente dejar un mensaje, para que se pongan en contacto con nosotros, cuando llamamos a una empresa y no responden. Aunque el mensaje del contestador le suele decir lo que tiene que grabar, le damos los puntos principales: deje su nombre, cargo, empresa. a quién va dirigido el mensaje, motivo del mensaje (pedido, reclamación, etc.) y deje su número de teléfono. El mensaje a grabar debe ser breve y claro, indicando que empresa le está respondiendo (una grabación clásica es: "Les habla el contestador automático de ... deje su mensaje y su teléfono tras oír la señal").

Siempre que recibimos algún tipo de mensaje, deberemos contestarlo a la mayor brevedad de tiempo. No contestarlo, o hacerlo después de mucho tiempo es una descortesía. De la misma manera, evite grabar mensajes excesivamente largos haciendo perder mucho tiempo a la persona que desea dejar algún mensaje. La duración ideal de un mensaje grabado, no debería superar los 15 segundos.



Hablar por teléfono. El móvil y sus consideraciones.



La aparición del teléfono móvil (o celular, como lo llaman nuestros amigos de hispanoamérica) ha marcado más que un hito tecnológico un hito social. En un principio significó un símbolo de status (debido a su alto precio, solo podían disponer de el unos pocos). Sus tamaños eran aún considerables y la cobertura escasa. En la actualidad la reducción de precios y el aumento de prestaciones, ha significado un increíble aumento de usuarios del mismo, y pronto sobrepasarán en número a las instalaciones de teléfonos fijos.

La gran proliferación de móviles ha hecho que se convierta en la nueva "plaga" de este nuevo milenio. Su uso se está convirtiendo en abuso en muchos casos. Su utilización debe estar limitada a la frontera con el respeto a los demás. Utilícelo con cierta prudencia. No suele haber tanta necesidad de él como se quiere hacer creer (salvo ciertas excepciones). Independientemente de los consejos que aquí le demos, como regla general, no utilice el móvil en situaciones que pueda molestar a los demás.

Evite utilizar el móvil en cualquier sitio donde se represente un espectáculo (teatro, ópera, cine, musical, etc). Tampoco debería utilizarse en sitios donde se celebre un acto o ceremonia (iglesias, conferencias, discursos, etc.). Si acude a un despacho ajeno por el motivo que sea, no coloque su móvil sobre su mesa (podría tomarse como una especie de invasión). Y mucho menos sea de los que comen con el móvil a un lado como un cubierto más. no utilice el móvil en situaciones que pueda molestar a los demás. Tampoco utilice el móvil en hospitales, aviones y sitios donde pueden producir interferencias.

Aunque usarlo, se puede usar donde se quiera, utilice el sentido común (que dicen es el menos común de los sentidos). Lleve el móvil de forma natural y discreta. Se puede utilizar en el trabajo, en determinadas reuniones donde necesitamos consultar algún tema con alguien que no está presente, en su coche o camión de reparto (si tiene el kit de manos libres) y por regla en su entorno profesional y laboral, y sitios que por extensión sean aplicables alguno de los casos anteriores. Si recibe alguna llamada en presencia de más personas, lo correcto es retirarse a un sitio apartado para hablar.





Hablar por teléfono. El teléfono y la empresa.



En la mayoría de las ocasiones, el primer contacto que se tiene con una empresa es por medio del teléfono, y si no respondemos de forma correcta, estamos proyectando una mala imagen de nuestra empresa. Cuide esta primera impresión. Procure disponer de personal con una voz clara (con buena vocalización) y agradable para responder al teléfono. Hay que responder con seguridad a cualquier llamada, para dar la impresión de control total de la situación.

La forma de responder una llamada en la empresa difiere ligeramente, de la particular. Lo habitual es responder con el nombre de la empresa seguido por "dígame". Por ejemplo: Cronis, dígame. Después de responder la llamada, se suele preguntar ¿ Quién le llama ? o ¿ De parte de quién ?. Pero cuidado, personalmente la mejor opción es: "un momentito que voy a ver si está, ¿ de parte de quién ?, por que al contrario (diciendo primero de parte de quien y luego ver si está) podría interpretarse como que no se quiere poner al teléfono.

No se le olvide apuntar todos los recados, la memoria falla y un olvido puede ser muy grave. Todas las llamadas deben ser contestadas o al menos apuntadas. Quien la hizo, a que hora, para que y para quien era. Al contestar al teléfono procure no comer chicle ni tener nada en la boca. Si está tomando algo, diga que esperen un momento. Aunque conozca a la persona que llama, trátela con el debido respeto, sin olvidar su correspondiente tratamiento, al menos en el trabajo. Fuera de el, es otra cosa. No utilice, en la medida de lo posible, a su secretaria para llamadas personales. Es más elegante hacerlo directamente.

No repercuta situaciones personales al contestar (por ejemplo, no conteste de forma brusca, si está enfadada). No tape el auricular con la mano, para hablar de la persona que llama, se suele oír todo y es de mala educación. Mantenga la calma, aunque quien llama pierda los nervios o sea un grosero; tenemos que saber mantenernos en nuestro puesto con calma. Utilice siempre el Señor con el apellido y el Don con el nombre para referirse a las personas, es muy común confundirlo y no queda demasiado bien.





La Entrevista

En esta parte abordaremos la entrevista, es decir, aquella charla que se hace entre dos o más personas para hablar de algún tema o personaje de interés público.

¿A quién entrevistar?

- A conocedores de la materia
- Testigos de algún acontecimiento
- Voceros
- Personalidad de renombre
- Voz popular-encuestas

Formas de realización de una entrevista

- Entrevistado y periodista (uno a uno).
- Entrevistado y varios periodistas (rueda de prensa).
- Varios entrevistados y un periodista.
- Varios entrevistados y varios periodistas (rueda de prensa)

Tipos de entrevista.

- **Informativa**
Esta entrevista es la más común en las notas informativas. El asunto de interés es un hecho y busca emitir información de lo que pasó, en dónde, quiénes, cómo, etc. Ejemplo: Quiénes votaron, por cuánto tiempo, cuáles fueron las horas pico, cuál era la actitud de los votantes, a qué hora abrieron casillas, a qué hora cerraron, qué anomalías hubo, etc. En este caso se pudo entrevistar a voceros oficiales del IFE o CEE o a presidentes de casilla (voceros o testigos).
- **De opinión**
Su propósito principal es conocer la opinión del entrevistado más allá de algo meramente informativo. La entrevista de opinión puede estar basada en el tema, o en el personaje, dependiendo a lo que se le quiera dar mayor importancia. Ejemplo: Por la coyuntura actual hay muchas entrevistas basadas en el tema elecciones, democracia, economía, etc. para ello se entrevista a conocedores de la materia. Generalmente se entrevista sobre temas de interés permanente o de sucesos del día. Cuando nos centramos más en el personaje que en el tema nos interesa primordialmente la opinión de esa persona. Ejemplo: Carlos Monsivais, Enrique Krauze, Miguel Angel Granados Chapa. Independientemente del tema, ellos tienen un estilo propio y su opinión y estilo sobresale ante un determinado tema.
- **De semblanza**
En esta entrevista nos interesa conocer el carácter, costumbres, modo de pensar, datos biográficos, anécdotas, etc de un determinado personaje.

Se puede abordar de forma parcial o total de acuerdo a las siguientes fases recomendadas:

- **Descripción física del personaje.** Enfocarse a lo característico del personaje (ceño, cabello, lunares, etc).
- **Descripción psicológica del personaje.** Forma de ser, enérgico(a), simpático(a), enojón(a), etc.



- **Valoración** (cualidades personales, profesionales...). Por lo que se ha distinguido, ya sea de forma personal o en su trayectoria profesional.
- **Datos biográficos.** Es importante conocer dónde y cuándo nació. Sin embargo, no es conveniente citar los datos biográficos "como estampita", sino "salpicarlos" a lo largo de la entrevista. Ejemplo, "Como originario de Guanajuato tiene gran pasión por...", en vez de "Nació en Guanajuato" o, "El profesor, quien se acerca a las cinco décadas", en vez de "Nació en 1951".
- **Anecdotario.** Es quizá la parte que más puede enriquecer a la entrevista de semblanza narrando historias y aventuras del personaje entrevistado.
- **Declaraciones.** Sus opiniones o información que pueda dar.
- **Régimen de vida.** Cómo vive un día común en su vida, qué come, qué ejercicio, etc.
- **Escenario.** Descripción o recreación en donde vive, trabaja o en donde se desarrolla la entrevista.

Existen tres formas básicas de redactar una entrevista:

1. Pregunta- respuesta. Esta es quizá la forma más fácil de transcribir una entrevista ya que sólo se citan las preguntas y, posteriormente, las respuestas. Se sugiere utilizar esta forma cuando el redactor no tiene mucha experiencia o bien, en el tipo de entrevista informativa, ya que, como carece de comentarios del redactor, tiende a ser más objetiva en su presentación.

Recomendaciones:

- Comenzar siempre con una introducción.
- Eliminar obviedades o frases de sobra.
Ejemplo: No citar "Buenos días, quisiéramos preguntarle qué fue lo que pasó en...". Es mejor citar las preguntas directas "Qué fue lo que pasó en..."
- Ayudar al entrevistado si pronunció alguna palabra de manera incorrecta, a menos que sea muy representativo para la entrevista. Ejemplo: En ocasiones por el nerviosismo, el entrevistado puede decir "subimos subiendo", y lo podemos substituir por "subimos". "Expongando", cuando quiso decir "exponiendo". Otro caso es cuando dice "haiga" "estuvistes", etc. Aquí conviene tomar una decisión sobre si transcribirlo tal cual (y después de cada palabra textual entre paréntesis señalar (sic), o bien, eliminar en la transcripción esa pronunciación.

2. Parafraseada. Es una forma de redacción que facilita la lectura. Consiste en platicar o contar lo que dijo el entrevistado pero con las palabras del entrevistador.

Ejemplo: "...Por este motivo, indicó, las liquidaciones del personal de la televisora fueron necesarias, pues la televisora contaba con un gran aparato burocrático contratado específicamente para el proceso de su privatización."
Fragmento tomado del periódico EL FINANCIERO, Entrevista presentada en la Sección Negocios, p. 10 Título "Concluye sin problema el 50% de las Liquidaciones en Televisión Azteca", por Gabriela Aguilar, Fecha ilegible.

Ejemplo: En entrevista con EL FINANCIERO, el directivo aseguró que la empresa ha realizado las liquidaciones de los empleados despedidos conforme a la ley. Dijo que Televisión Azteca ya concluyó 50 por ciento de los pagos "sin problema"; aunque el resto aún está pendiente".
Fragmento tomado del periódico EL FINANCIERO, Entrevista presentada en la Sección Negocios, p. 10 Título "Concluye sin problema el 50% de las Liquidaciones en Televisión Azteca", por Gabriela Aguilar, Fecha ilegible.



Con las palabras en bold nos podemos dar cuenta de las intervenciones del entrevistador para narrarnos cómo pasó.

Recomendaciones:

- Iniciar siempre con una introducción.
- Utilizar sinónimos para referirnos a la persona y a lo que dijo.
Ejemplo: El directivo mencionó , el funcionario afirmó, Ruiz Espinoza señaló, etc.
- Escribir entre comas las intervenciones del entrevistador.
Ejemplo: ,dijo, afirmó, sorprendido por la pregunta respondió, etc.

3. Mixta: En ésta se combinan las técnicas de pregunta-respuesta o cita textual y parafraseo. Este tipo de redacción se escoge cuando el entrevistador quiere narrar la entrevista y a la vez poner énfasis de forma textual en algunos comentarios del entrevistado.

Ejemplo: "...Pedro Ferriz de Con inicia su carrera dentro de los medios como el Chico Kojutec del canal 13, invitado por Horacio Estavillo, director entonces de Notimex. Inicia en una sección de Notitrece donde también estaban Juan José Arreola y José Ramón Fernández, entre otros: -Un día me habló Jacobo Zabudovsky y me dijo: "¿Qué anda haciendo un Ferriz en el 13? Vente para acá". Me fui a Televisa y al cabo de dos años, en 1976, me corrieron. Creo que me hicieron política para allanar el camino a Abraham. Donde estaba papi, ahí estaba el niño. Vuelvo al 13. Había un güerito que era el reportero constentido del entonces presidente entrante López Portillo, Joaquín López Dóriga. Me fui con él..."

Fragmento tomado del periódico EL FINANCIERO, Entrevista presentada en la Sección Cultural, p. 56 Título "Los Papas de la Comunicación ya Están Acabados", por Verónica Ortiz, Fecha 19 de febrero de 1993.

En el primer párrafo se aprecia la narración por parte de la entrevistadora (Verónica Ortiz), mientras que en el segundo párrafo es la propia narración del entrevistado (Pedro Ferriz de Con).Ejemplo:

´...Saba agregó que la operación del canal era imposible con ese aparato burocrático, por lo que fue necesario reducirlo. "No es cierto que hayamos corrido gente así como así; conforme a un organigrama seleccionamos al personal más capacitado para cada área y al resto lo liquidamos", comentó.´

Fragmento tomado del periódico EL FINANCIERO, Entrevista presentada en la Sección Negocios, p. 10 Título "Concluye sin problema el 50% de las Liquidaciones en Televisión Azteca", por Gabriela Aguilar, Fecha ilegible.

En este ejemplo se mezclan el parafraseo con una cita textual del entrevistado para enfatizar el tema. En la primera se enfatizó la intervención de Ferriz de Con con un guión al inicio a manera de diálogo; en la segunda, sólo se transcribe entrecomillada parte de su charla.

Recomendaciones:

- Se recomienda este tipo de redacción para entrevistas muy "pintorescas", en las que es un placer leer lo que platicó y cómo lo platicó el entrevistador.
- Es importante aprovechar las intervenciones del entrevistador para hacer comentarios sobre su personalidad, sobre la forma en que contestó (enfático, agresivo, alegre, etc), o bien, para matizar con cada uno de los aspectos de la entrevista de semblanza.

II. Entradas y cierres.



Toda entrevista requiere de introducir al lector hacia el tema o hacia el personaje. La "entrada" es una invitación que se hace a los lectores a seguir disfrutando de aquello planteado en un inicio. A continuación se citan algunos tipos y ejemplos de entradas y cierres:

¿Cómo iniciar?

Entrada de prólogo. A través de ésta se presenta el tema: acerca de qué se va a hablar, por qué es importante el tema en ese momento. Se usa mucho en las entrevistas informativas y en las entrevistas de opinión basadas en el tema. También se puede hacer referencia a una noticia reciente que se relacione.

Ejemplo: "Las irregularidades cometidas en Conasupo en el sexenio anterior podrían llevar a Carlos y Raúl Salinas de Gortari, su operador Salvador Giordano, Juan Manuel Pasalagua y a Agustín Vargas, entre otros prominentes personajes, a enfrentar acusaciones por los delitos de administración fraudulenta, desvío de recursos, negligencia, robo de productos básicos, abuso de confianza y encubrimiento.

La Compañía Nacional de Subsistencias Populares (Conasupo), empresa creada por el gobierno para ayudar a los campesinos en la venta de sus productos y subsidiar a la población más pobre del país en la compra de alimentos, sirvió de botín a todo el equipo impuesto por Raúl Salinas de Gortari cuando fungió como director de Planeación de esa paraestatal, según reveló el mismo Ignacio Ovalle, exdirector general de Conasupo y actual secretario técnico del Consejo Político del PRI."

Fragmento tomado del periódico EL FINANCIERO, p. 36 Título "Conasupo, botín del "Al Capone" mexicano", por Miguel Badillo/I, Fecha y sección No se especifican.

Ejemplo: "Ante la inminente venta de Televisión Azteca, las autoridades incrementaron el número de empleados de la televisora y contrataron personal no sólo para la revisión de los estados financieros de la empresa, sino para todas las áreas "porque sabían que en poco tiempo iban a deshacerse de ella", aseguró Moisés Saba, vicepresidente de Televisión Azteca."

Fragmento tomado del periódico EL FINANCIERO, Entrevista presentada en la Sección Negocios, p. 10 Título "Concluye sin problema el 50% de las Liquidaciones en Televisión Azteca", por Gabriela Aguilar, Fecha ilegible.

Entrada de presentación: Es equivalente al prólogo pero aplicado a un personaje. Muy común en las entrevistas de semblanza. Dependiendo de la razón por la que entrevistamos a ese personaje se enfocaría a justificar desde el inicio su conocimiento sobre el tema, o simplemente hablar del personaje en sí.

Ejemplo: "Eduardo del Río- Rius- ha estado con nosotros durante más de tres décadas haciéndonos reír y pensar, sacando la ira a flor de piel con sus caricaturas. Quizá Rius sea el cartonista más ideológicamente comprometido y más intencionalmente didáctico. Incursionó con éxito y perseverancia en el humor pedagógico como ningún otro dibujante latinoamericano. A pesar de todo lo ocurrido políticamente desde que se inició en su oficio, Rius parece no haber cambiado tanto y tampoco se siente ni sorprendido ni defraudado por lo sucedido con los portaestandartes del socialismo real. Paradójicamente para alguien que vincula con tanta vehemencia el humor y la historia, la angustia siempre detrás de la risa con la injusticia social, los temas de fondo del caricaturista latinoamericano siguen siendo los mismos y siguen siendo tan válidos hoy como hace 35 años: la injusticia, la corrupción y, probablemente, la vivísima y arrogante idiotéz de la humanidad. La entrevista con Rius la realizó Gino Lofredo por fax entre Quito, Ecuador y Cuernavaca, Morelos, México." *Tomado de CHASQUI 45, abril, 1993. Sección Entrevista "Rius para principiantes", autor Gino Lofredo p23.*



Entrada de gancho: Una entrada de gancho se refiere a un detalle que "enganche" la atención del lector. Puede ser una cita del entrevistador, una pregunta al lector, una descripción de escenario..., a veces solas, a veces mezcladas con entrada de personaje o prólogo.

Ejemplo: "De los múltiples matrimonios y arrejuntos del maestro Lara con Angelina Bruschetta, la Chata Zozaya, María Félix, Raquel Díaz de León, Clarita Martínez, Yiyi Santa Cruz Gasca, Vianey Lárraga y Rocío Durán, el más estable fue el que tuvo con Yiyi, que se prolongó una década. Pero su relación afectiva más duradera, la que resistió a todos los casamientos, divorcios, enredos y aventuras, es sin duda la que el Músico Poeta mantuvo con David Rodríguez "Verduguillo".

Tomado del periódico EL FINANCIERO, Sección Cultural, p 20, "Habla Verduguillo", autor Jaime Avilés/y II. No se especifica fecha.

Entrada descriptiva: Describe como inicio, el ambiente donde se está o el personaje al que se entrevista.

Ejemplo: "Llega puntual. Pedro Ferriz de Con, director general de Noticias y Eventos Especiales de Estéreo Rey, FMGlobo, MVS Multivisión y conductor del noticiero radiofónico Para empezar. Saluda de prisa. Con su saco en la mano, un sweater abierto, corbata de seda a la moda. Me llaman la atención sus largos, larguísimos pantalones de fino casimir que caen en varios pliegues sobre sus zapatos importados. Su oficina es el centro de una casa modernizada, elegante, funcional de la colonia Anzures. Todos sonríen. Al fondo hay un baño de mármol negro. Le antecede un cuarto equipado para hacer gimnasia."

Fragmento tomado del periódico EL FINANCIERO, Entrevista presentada en la Sección Cultural, p. 56 Título "Los Papas de la Comunicación ya Están Acabados", por Verónica Ortiz, Fecha 19 de febrero de 1993.

Ejemplo: "Se oye un timbrazo largo, inacabable, y Reina, la cuñada de María Félix, dice: Ahí está. En la residencia de Polanco, donde una gran fachada de piedra gris limita y defiende la vida privada de la Doña, Reina es algo así como su gerente, su administradora, su ama de llaves y consejera y secretaria ejecutiva: todo al mismo tiempo. Reina es quien contesta el teléfono para informar a qué horas se podrá hablar con la Doña, quien vigila el trabajo de los operarios que han ido a colocar un toldo en el patio, quien vuelve a contestar el teléfono ("En esta casa llaman a todas horas -sonríe-, parece comisaría"), quien finalmente me dice: espere un momento ya no tarda en llegar. Ahí está. El prolongado timbrazo-tercera llamada en el foro de un teatro, voz de "cámara-acción" en un estudio de cine- anuncia la definitiva aparición. Son las cinco y media de la tarde, la hora exacta que fijó para la cita la señora Félix."

Fragmento tomado de la revista Claudia, Sección Gente importante, "María Félix: yo soy mi casa", p 13, mayo de 1966.

Los cierres.

Así como la entrada nos invitó a leer, los cierres son importantes por dos razones: primero, para concluir el tema, o en este caso, la entrevista con un mensaje; segundo, porque el cierre es el "digestivo" que ayudará a seguir asimilando la información que recibimos, y si se puede, quedarnos con un grato recuerdo.

Cierre de retorno. En éste, se retoma la idea inicial, ya sea descriptiva, de prólogo o de descripción de personaje para cerrar como un círculo.

Ejemplo: "Y conducido por María, antes de dar comienzo a la plática formal, penetro en las habitaciones exclamando oh, oh, oh, oh, ante lo que mis ojos descubren. En todo se refleja ella: sus gustos, su sentido del orden, su secreta



femineidad. La señora Félix, María, la Doña, está siempre ahí, expresada en el ambiente y en los detalles de cada habitación. Al grado de que ella podría hacer suya, mejor que nadie, aquella frase de Pita Amor: Yo soy mi casa." *Fragmento tomado de la revista Claudia, Sección Gente importante, "María Félix: yo soy mi casa", p 13, mayo de 1966.*

Cierre de síntesis. La síntesis se puede hacer con las palabras del entrevistador, o bien, con una frase del entrevistado que resuma de lo que se habló.

Ejemplo: "Nos critican por nuestra falta de experiencia, pero ninguno de los grupos interesados la tenía. Ni siquiera Multivisión, porque no es lo mismo manejar una televisión con penetración de 250,000 hogares a que todo un consorcio como Televisa que llega a 80 millones de personas", expuso Saba. "Definitivamente la única empresa con experiencia en el medio en el país, dijo, es Televisa. Por eso nosotros estamos abiertos al diálogo y a las sugerencias de la gente que pueda ayudarnos a mejorar la operación del canal", finalizó. *Fragmento tomado del periódico EL FINANCIERO, Entrevista presentada en la Sección Negocios, p. 10 Título "Concluye sin problema el 50% de las Liquidaciones en Televisión Azteca", por Gabriela Aguilar, Fecha ilegible.*

Cierre descriptivo. Se describe el ambiente en el que se realizó la entrevista, o bien, del tema del que se habló de manera que con esta descripción se emita el mensaje final que se quiere dejar con la descripción: mensaje optimista, mensaje pesimista, mensaje de "las cosas así seguirán", etc.

Ejemplo:

"- ¿A dónde quieres ir?

- A un lugar que se parezca a Oaxaca pero sin Casas de Cultura y sin Museos...

- ¿Ves cómo sí eres ambicioso? No existe ese lugar.

- Cierto, no hay otro lugar que se parezca a Oaxaca. Yo creo que me voy a ir pronto, pero no sé a dónde ni por cuánto tiempo... sólo espero ir por buen camino...

Y nosotros, en vísperas de su cumpleaños, esperamos que Francisco Toledo nos dure muchos años más. Su espíritu generoso permanece siempre vivo en Oaxaca, a través de su invaluable legado cultural y social y, desde dondequiera que esté, es seguro que nos seguirá asombrando con su fabulosa e inigualable creación artística".

Fragmento tomado de el suplemento La Jornada Semanal, "El paraíso no es para trabajar". Entrevista con Francisco Toledo por Germaine Gómez Haro, 16 de julio de 2000.