

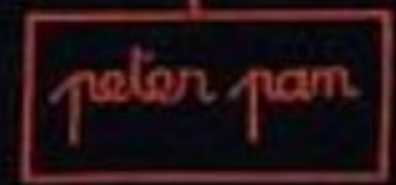
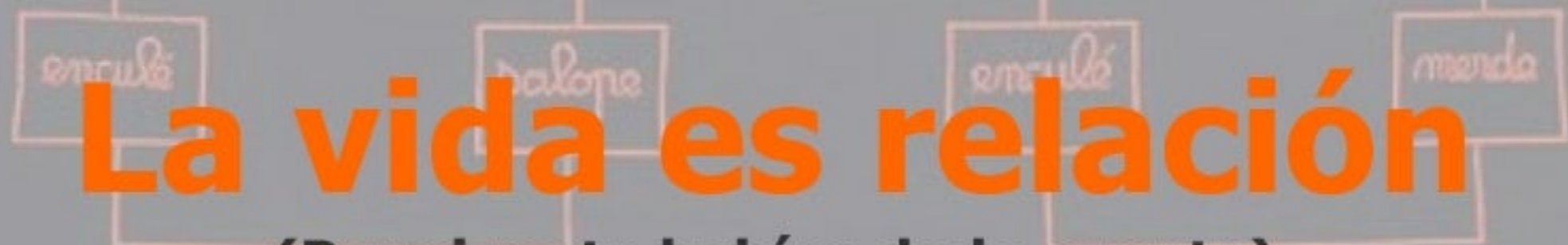
A black and white photograph showing two hands wearing work gloves shaking hands. The gloves are made of a textured fabric, possibly canvas or cotton, and have a small label on the left wrist. The hands are positioned in the center of the frame, with the fingers interlaced in a firm handshake. The background is dark and out of focus.

Cómo sobrevivir...

a un debate o a una
entrevista



La vida es relación
(Por si no te habías dado cuenta)



Estrategia y estructura de una entrevista dura



Noción básica

- ❗ En una entrevista no es tan importante lo que el periodista quiere obtener como **lo que tú quieres transmitir.**

Crea tu personaje



Coherencia y verosimilitud

Marcos conceptuales

Lo importante son los valores,
expresados en un marco.

Ejemplos

- 1 Fuerza
- 2 Confianza
- 3 Seguridad

La gente te creerá por los valores que encarnes



Postura estratégica

- 1 Defensiva (reactiva)
- 2 Ofensiva (proactiva)
- 3 Dialogada (interactiva o propositiva)

Tu historia

Define en pocas palabras tu historia en relación con el oponente



SMS

Elige el vehículo de tu mensaje

Emocional



Racional



A dark asphalt road at night, illuminated by a warm, orange light. Yellow painted lines are visible on the road surface. A small, dark object, possibly a cigarette butt, lies on the ground near the lines.

Objetivos que debes alcanzar...

... según el **público** al que quieres llegar

Persuasión

“Sigue el camino
de las baldosas
amarillas”



¿Cómo es una entrevista?

Las preguntas pueden ser:

- 1 **Abiertas:** ¿Cuál es su opinión?
- 2 **Cerradas:** ¿Qué sucedió ese día?
- 3 **Blandas:** ¿De qué manera prefiere que se resuelva esto?
- 4 **Duras:** ¿es capaz de negar la evidencia?
- 5 **Múltiples:** ¿Su producto es nuevo es barato, satisface las necesidades del consumidor y ha alcanzado sus expectativas de venta?
- 6 **Hipotéticas:** ¿Qué pasaría sí...?
- 7 **Que cuestionan a un tercero:** ¿Qué cree que opinaría X?

La clave del éxito

- 1 Repetición del mensaje.
- 2 Ampliación sucesiva de la historia.
- 3 Prever y organizar los elementos del mensaje.

El mensaje

Cómo se organiza

- 1 **Huesos:** una frase sencilla que contenga sujeto, verbo y predicado.
- 2 **Músculos:** datos y argumentos que avalen.
- 3 **Piel:** historias y anécdotas que refuercen.

El mensaje

Cómo se organiza



4. Apoyos

3. Anécdotas

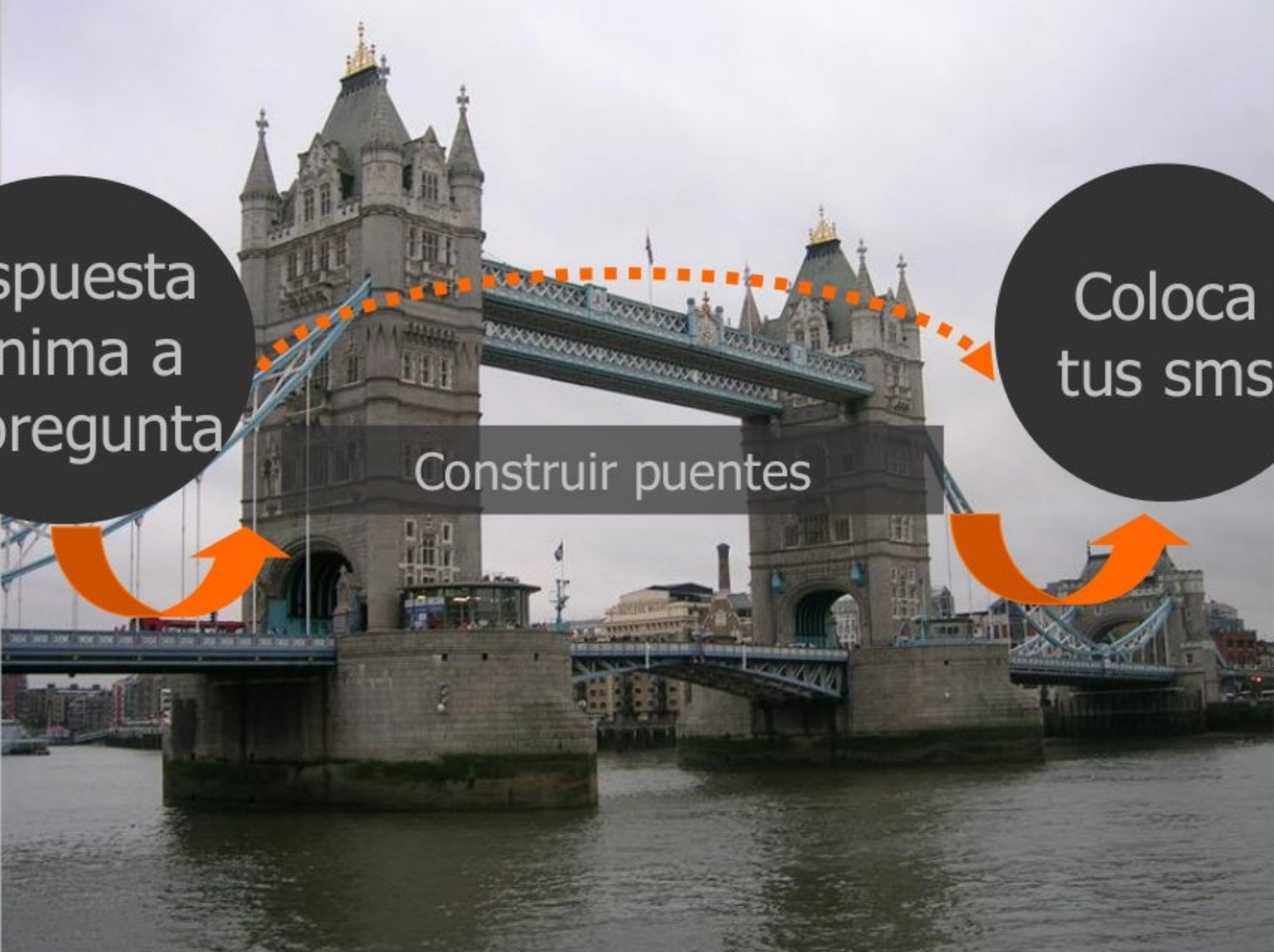
2. Datos

1. Afirmación

Estructura

Construir puentes





Respuesta
mínima a
la pregunta

Coloca
tus sms

Construir puentes

Cómo construir puentes

“Ya que menciona el hecho concreto, hablemos del tema que lo engloba”

1. Generaliza

“Eso es importante, como también lo son otras cosas”

Pregunta

3. Cambia de tema

“Ya que menciona el suceso, hablemos de un hecho concreto que nos afecta”

2. Concreta, da un ejemplo

No te fijes en la pregunta,
piensa en tu respuesta

Tú piensas así:



Cambia...



Recomendaciones generales

- ➊ Prepárate a conciencia.
- ➋ Mensajes sencillos.
- ➌ Ejemplos, anécdotas y P&R / Q&A.
- ➍ Respuestas estructuradas y preparadas.
- ➎ Investigación sobre el medio, periodista y ángulo informativo posible.
- ➏ Ensayá, ensaya, ensaya.

Recomendaciones específicas

- 1 Habla para el público al que te diriges.
- 2 Di lo más importante al principio.
- 3 No discutas con los periodistas ni pierdas la
- 4 compostura.
- 5 No repitas las “palabras cargadas” de una pregunta, ni para negarla.
- 6 A pregunta directa, respuesta directa (casi siempre).
- 7 Nunca mientas.
- 8 Ten una actitud positiva.

“Lo que es importante para los oyentes es...”

“Déjeme que comente un punto que me parece importante...”

“Lo importante no es tanto X como Y. Respecto a Y...”

“No es el momento de buscar culpables, sino de trabajar para mejorar esta situación”. En este sentido...

“Creo que lo que realmente me está preguntando es...”

“Esto me lleva a un tema más importante que es...”

“Es importante considerar que...”

“No es mi intención enjuiciar este asunto, pero sí puedo decirle que...”

Abre puertas

1 Deja espacio para las preguntas en los temas que te interesan y en los que te sientes fuerte.

2 Utiliza “palabras-capote”: mayoría, calidad, ciencia, cercanía...



Cierra puertas

1 Sé rotundo al afirmar o negar temas en los que no te sientes fuerte.

2 Evita “palabras-alarma”: dimisiones, culpables, responsabilidades penales, etc.



תודה

Dankie Gracias

Спасибо

شكراً

Merci Takk

Köszönjük

Terima kasih

Grazie Dziękujemy Dékojame

Ďakujeme Vielen Dank Paldies

Kiitos Täname teid

谢谢

Thank You Tak

感謝您

Obrigado

Teşekkür Ederiz

감사합니다

Σας ευχαριστούμε

ඔබටම

Bedankt Děkujeme vám

ありがとうございます

Tack