

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
LICENCIATURA EN PERIODISMO



**Tesis de grado:**

**“Pre-producción y producción  
de entrevistas vía e-mail”**

**Tutor de tesis:** Paulo Ballan

**Tesista:** Silvana Natalí Belén Teglia

Rosario

Diciembre de 2013

*“Como parte de los columnistas de The Huffington Post, primer medio electrónico que ganó el Premio Pulitzer, tenemos que estar al día en la evolución del periodismo, en ese sentido el estudio que propone la tesista Silvana Natalí Belén Teglia, en este caso particular, la pre y producción de la entrevista online, nos sirve como nueva herramienta para estar acorde a los tiempos, en el que el cara a cara se reemplaza para bien o para mal, por nuevas realidades digitales, que hacen del periodismo de hoy, un laboratorio para los fantásticos tiempos que se nos avecinan para el mañana”*

Eduardo Riveros. Periodista,  
Master en Ciencias de la  
Comunicación, columnista en  
The Huffington Post



**Eduardo Riveros**

<http://voces.huffingtonpost.com/eduardo-riveros/>

---

HUFFPOST VOCES



A Lilia Teglia, por prestarme sus alas  
A Fabián Belén, por enseñarme a cada día volar más alto  
A Eduardo Riveros, por siempre vigilar mi vuelo ~



## AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer profundamente a quienes hicieron posible la realización de este trabajo de investigación. En primer lugar a Paulo Ballan, por confiar en mis ideas y acompañarme en este proceso con palabras justas y sabias. A mis profesores, por haberme formado en este camino y haberme ayudado a crecer durante cuatro años como profesional y también como persona.

A todos los periodistas entrevistados, por la buena predisposición y la colaboración. Especialmente a Carmen Molina Tamacas, Manuel Carmona Rodríguez, Jorge Medina y Natalia Venencio Teglia por el valioso material que me han proporcionado.

A mi familia, por el amor incondicional. A mi nona Nelly, por contarme las historias más fantásticas y enseñarme a viajar a otros mundos con sólo cerrar los ojos. A mis padrinos Silvia Teglia y Osvaldo Teglia, por ser mis segundos papás.

A mis amigos Nancy, Jaqui, Kriss, Harold, Jurgen y Flor, por ayudarme a ver la luz al final del túnel y guiarme en la oscuridad. A mis ojitos de arroz, por respetar mi distancia, mis silencios y la intermitencia de mis sentimientos.

A Chen Wei, que me enseñó el verdadero significado de la comunicación no verbal y, sin enterarse, prendió la chispa inicial para que esta travesía comience. A mis Shangines, por no dejar que se prenda fuego.

## **RESUMEN**

Belén Teglia, Silvana Natalí. Estudio sobre la pre-producción y producción de entrevistas realizadas vía e-mail. Distintos tipos de entrevista. Formulación de preguntas, selección de entrevistados, evaluación de perfiles online. Netiqueta, similitudes con el género epistolar, estructura del e-mail, errores comunes. Distancia físico-temporal, comunicación no verbal, jerarquización de información, métodos de verificación. Calidad de información.

Tutor de tesis: Paulo Ballan

El estudio tiene como objetivo principal determinar si la distancia físico-temporal y la jerarquización de la información influyen en la calidad de información obtenida en una entrevista vía e-mail. Se analizan procesos y teoría de la entrevista tradicional y se los compara con la voz de periodistas digitales y sitios web.

## INTRODUCCIÓN

En el perfil del egresado de nuestra Universidad se nos habla de la palabra POLIVALENCIA. Un periodista polivalente es capaz de desenvolverse en distintos medios de comunicación, de los que son mencionados la TV, la gráfica y la radio. Pero... ¿qué ocurre con los nuevos medios, aquellos nacidos en la era digital? Se nos enseñan métodos innovadores, a ser “web editors”, “infoarquitects” pero, volviendo a la raíz, nuestra profesión se basa en obtener información, ya sea con grabador de voz o con papel y lapicera en mano.

Saber hibridar ambos mundos será la clave para adaptarnos a los nuevos tiempos, que ya no son del todo nuevos, una realidad que no se queda quieta. En este contexto, un método de obtención de información tradicional como es la entrevista, puede combinarse con lo mejor de las plataformas online y lograr resultados interesantes. Describir las características del medio es igual de importante que determinar si los resultados –la información obtenida- es de igual calidad a la obtenida en una entrevista sin pantallas de por medio.

Mediante la investigación y realización de entrevistas, así como el posterior análisis y comparación de los datos obtenidos, en esta tesis se intentará determinar si la calidad de información obtenida en una entrevista tradicional difiere de la obtenida en una entrevista realizada vía e-mail, cada día más utilizada en los medios de comunicación digitales. Los indicadores serán tanto la jerarquización de la información como la distancia físico-temporal.

El objetivo general de esta investigación es determinar entonces si la distancia físico-temporal y la jerarquización de la información influyen en la calidad de información obtenida en una entrevista vía e-mail. Los objetivos específicos son identificar si la jerarquización de la información obtenida en este tipo de entrevista es diferente a la tradicional, y descubrir si la distancia físico-temporal supone una serie de limitaciones al periodista a la hora de realizar una entrevista.

Para cumplir con dichos objetivos se trabajó con una serie de estudios realizados previamente sobre este tema en el campo de la comunicación. Particularmente resultó útil el aporte realizado por el autor Lokman I. Meho (2006) en su estudio sobre la entrevista vía e-

mail en la investigación cualitativa, que puntualiza los diferentes desafíos que se deben afrontar en la producción de la misma y los analiza desde la experiencia propia como investigador, pero además basándose en estudios anteriores. Un ejemplo de ese análisis son los métodos de evaluación de Patton (2003), cuyas referencias hacia la investigación cualitativa también han sido tenidas en cuenta en esta investigación.

También resultó de suma importancia el artículo de los autores Bampton y Cowton (2002) que expone de modo claro la problemática de la distancia físico temporal en la entrevista sincrónica y asincrónica y ayuda a verla como una cuestión que va más allá de la disrupción tecnológica.

En cuanto a las definiciones de entrevista, básicas para la investigación, han sido principalmente obtenidas y adaptadas de los textos de los autores Cantavella (1996) y Halperín (2005). Por otro lado, el concepto de entrevista electrónica se elaboró a partir de la definición propuesta por la autora Pocovi Garzón (2006) en su artículo “La entrevista y los medios electrónicos”, que analiza diferentes aspectos a tener en cuenta a la hora de realizar este tipo de entrevistas y en ese sentido también sirvió como guía durante la etapa de producción.

Esta tesis propone entonces un recorrido por los distintos pasos a seguir tanto en la pre-producción como en la producción de entrevistas vía e-mail, donde podrá apreciarse cómo las distintas variables de estudio afectan en diferente medida a cada proceso y decisión que el periodista debe tomar. Además busca ofrecer un doble abordaje de cada uno de los conceptos, primero desde la teoría y luego desde la voz de los mismos periodistas entrevistados.

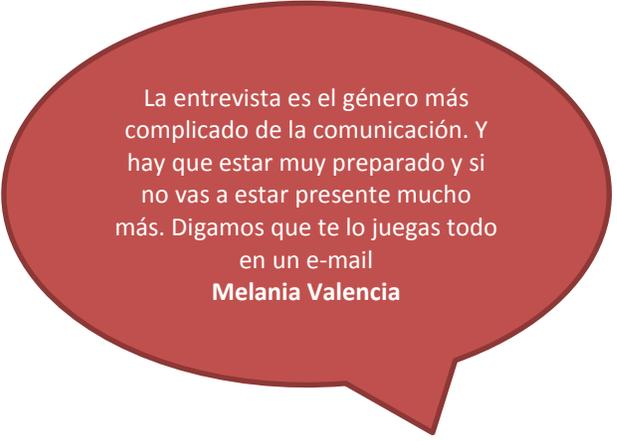
# ÍNDICE

Introducción.....	6
<b>Capítulo 1: PRE-PRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
1.1 Distintos tipos de entrevista.....	10
1.2 Primer paso: la investigación.....	13
1.2.1 Algunas definiciones.....	14
1.3 Segundo paso: formulación de las preguntas.....	16
1.4 Tercer paso: selección de los entrevistados.....	21
1.4.1 E-ntrevistados.....	23
1.4.2 Grupos de LinkedIn.....	28
1.5 Cuarto paso: evaluación de cada perfil.....	33
1.5.1 Descubrir al entrevistado a partir de sus redes sociales.....	40
<b>Capítulo 2: PRODUCCIÓN.....</b>	<b>45</b>
2.1 <i>Netiquette</i> .....	46
2.1.1 Similitudes con el género epistolar.....	46
2.2 Estructura del e-mail.....	49
2.3 E-ntrevistando.....	64
2.3.1 Errores comunes.....	71

<b>Capítulo 3: VENTAJAS Y DESVENTAJAS.....</b>	<b>73</b>
3.1 Distancia físico-temporal.....	74
3.1.1 Creando la comunicación no verbal.....	77
3.2 Jerarquización de la información.....	82
3.2.1 Métodos de verificación.....	85
3.3 Conclusiones.....	88
3.3.1 Encontrar la originalidad donde todo lo está dicho.....	89
Citas bibliográficas.....	91
Bibliografía.....	95
Anexo 1: Entrevista de cortesía.....	102
Anexo 2: Esplendor y miseria del periodismo.....	104
Anexo 3: Entrevistas.....	109

## 1. PRE-PRODUCCIÓN

La pre-producción de una entrevista, ya sea tradicional o realizada vía e-mail, supone seguir una serie de pasos. Pasos que varían según la metodología de cada periodista, pero por lo general incluyen tareas como: investigar sobre el tema elegido, el entrevistado, leer y analizar entrevistas anteriores si es que éste las ha realizado, y esbozar un perfil del mismo. El fin que persiguen estas tareas es el de elaborar un cuestionario flexible pero que permita, en lo posible, obtener las respuestas deseadas por el entrevistador. El proceso de pre-producción es definido entonces como el camino desde la concepción de las preguntas hasta su redacción, necesariamente atravesado por la indagación y el análisis previos.



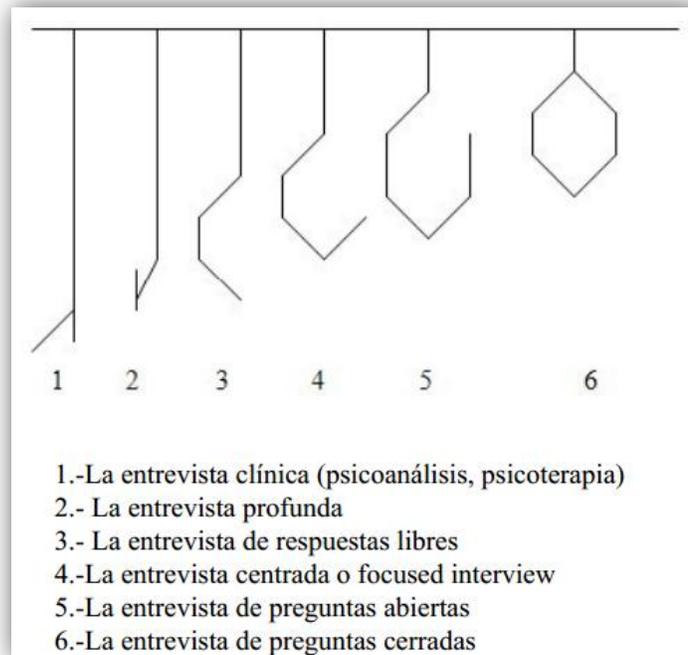
La entrevista es el género más complicado de la comunicación. Y hay que estar muy preparado y si no vas a estar presente mucho más. Digamos que te lo juegas todo en un e-mail  
**Melania Valencia**

### 1.1 Distintos tipos de entrevista

Cada entrevista supone una pre-producción diferente, y es fundamental que quede definido qué tipo de entrevista se quiere realizar, para poder llevar a cabo una tarea de investigación más prolija y precisa. Siguiendo la esquematización que propone el periodista español Juan Cantavella en su libro “Manual de la entrevista periodística”, existen cuatro tipos de entrevistas: de declaraciones, de personalidad y de fórmulas establecidas, propuestas por el profesor Martínez Albertos, y la semblanza, añadida por el mismo Cantavella.

El primer tipo de entrevista, de declaraciones, tiene lugar cuando el entrevistado es experto en un tema o especialista en alguna materia, y las preguntas giran en torno a ella. En la entrevista de personalidad se hace foco en la trayectoria del individuo, su modo de ser y pensar, y se intercala esta información con la impresión subjetiva que el entrevistado produce al entrevistador. La de fórmulas establecidas responde a maneras estereotipadas, como por ejemplo una encuesta o un cuestionario fijo. Y por último la semblanza, que se aboca a la biografía, siendo un ensamblaje entre datos aportados por el entrevistado y la voz de testimonios ajenos y fuentes disponibles (Cantavella:1996).

Otra esquematización a considerar es la que propone la autora Madeleine Grawitz (1984) donde la clasificación de las entrevistas va desde un polo de máxima libertad y profundidad hacia un polo mínimo. Según esta autora el grado de libertad se traduce tanto en la presencia como en la forma de las preguntas, mientras que el nivel de la información obtenida, en la complejidad y riqueza de las respuestas. Así se obtiene un esquema que muestra los tipos de entrevista en polos opuestos e intermedios:



1. **La entrevista clínica:** el objetivo es terapéutico, por lo que es el entrevistado (paciente) quien elige los temas a tratar en cada encuentro, y cobra especial importancia el contenido manifiesto de lo que dice y cómo lo dice. Existen pocas preguntas por parte del entrevistador, prácticamente se trata de un monólogo.
2. **La entrevista profunda:** aquí el objetivo es más limitado, ya que es el entrevistador quien elige qué campo explorar. De todos modos, existe un cierto grado de libertad en la realización de las preguntas y la forma de responder.

3. **La entrevista de respuestas libres:** el entrevistador puede orientarse de modo flexible, posee una amplia libertad de acción. A pesar de realizar un análisis cualitativo, los resultados suelen expresarse de modo cuantitativo.
4. **La entrevista centrada o *focused interview*:** el entrevistador analiza una experiencia puntual y las consecuencias ocasionadas por los estímulos correspondientes. Se precisan más el objetivo de la entrevista y la selección de entrevistados.
5. **La entrevista de preguntas abiertas:** el entrevistado tiene gran libertad al responder las preguntas, en tanto respeta el orden y marco de las mismas, que han sido formuladas de modo preciso por el entrevistador.
6. **La entrevista de preguntas cerradas:** elección limitada de respuestas, es la entrevista más estructurada. El entrevistado al responder sigue el estándar y el orden de las preguntas establecido previamente.

También existe la posibilidad de hibridar dos o más tipos de entrevista, dado que los límites entre una y otra son flexibles y dependen de la situación a investigar, así como del medio en que sean realizadas.

Para entrevistar vía e-mail, el cuestionario fue diseñado desde la visión de la entrevista en profundidad y semi-estructurada. Se trabajó con una serie de preguntas elaboradas en base al tema elegido y se buscaron expertos y profesionales de ese campo para que las respondieran. En primera instancia respondía a los parámetros de una entrevista de declaraciones (de opinión) donde en vez de informarse un suceso, se comentaba sobre una tendencia (Cantavella:1996).

Por otro lado, para otorgarle rigurosidad del estudio y facilitar el análisis de las respuestas, el cuestionario era fijo para todos los entrevistados. Sólo en algunos casos se alteró el orden de envío de las preguntas, según circunstancias particulares que se detallarán más adelante. Así el resultado final fue una hibridación entre una entrevista de declaraciones y de fórmulas establecidas, que resultó el más adecuado a la particularidad del medio.

## 1.2 Primer paso: la investigación

Antes se mencionó que existe una diferencia en la pre-producción de cada tipo de entrevista. Sin embargo, independientemente del objeto, la metodología y el medio en que una entrevista se realice, la investigación es una pieza esencial para fijar el rumbo que posteriormente tomarán las preguntas.

Además, dado que la entrevista no se considera una conversación normal sino una conversación formal, tiene una intencionalidad prefijada. También lleva implícitos ciertos objetivos, que están englobados en la investigación (Peláez A, Rodríguez J, Ramírez S, Pérez L, Vázquez A, González L:2008). Estas características hacen aún más importante y decisiva la etapa de pre-producción de la misma.

Los procesos incluidos en la investigación son la clarificación del problema y el abordaje de la literatura, que son trascendentales y traen consecuencias si no se los tiene en mente durante la evolución y redacción del cuestionario (López Estrada y Deslauriers:2011).

*“Investiga sobre el entrevistado: debes estar preparado al momento de realizar la entrevista, no creas que tu entrevistado no se da cuenta. Procura investigar sobre sus proyectos, logros académicos, profesionales, eventos a los que ha asistido, sus publicaciones y todo lo que encuentres para no hacer el ridículo sobre tu poco conocimiento.”*

Stephanie Falla Aroche “¿Cómo entrevistar efectivamente en la web?”

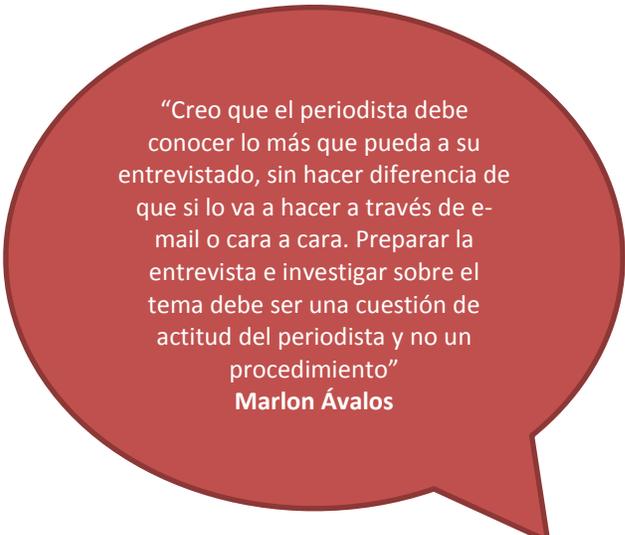
Particularmente en la entrevista de personalidad, que fue a la que se refirió la mayoría de los profesionales entrevistados, la investigación previa es de suma conveniencia, ya que el material de archivo ayuda a construir mejor la imagen del personaje entrevistado para que cobre vida en el papel. Hay también entrevistas que no requieren investigar previamente al personaje, pero sí el tema para poder diseñar un buen cuestionario (Halperín:2005). El cuestionario vía e-mail de esta investigación pertenecía a este último grupo.

Para comenzar a investigar, fue necesario seleccionar el tema. Al mismo tiempo, para definir el tema y dar con las hipótesis de investigación precisas, fue necesario comenzar a investigar. Al igual que en cualquier otro tipo de entrevista, fue importante la elección de un tema que sea de interés real y que aporte nuevos conceptos, o un nuevo enfoque de

conceptos ya sabidos en el campo de estudio. En este caso, el tema elegido fue “pre-producción y producción de entrevistas vía e-mail”.

Se procedió al análisis de textos de distintos comunicadores y especialistas, que sirvieron para darle un marco teórico y conceptual a la problemática: la calidad de información obtenida en una entrevista vía e-mail, y si variaba respecto a la obtenida en una entrevista tradicional (cara a cara). Los indicadores elegidos fueron la distancia físico-temporal y la jerarquización de la información.

Una vez precisadas estas cuestiones, se seleccionó el concepto más adecuado para cada uno de los términos centrales de la investigación. Para llevar a cabo este proceso fue necesario comparar y contraponer el material obtenido de fuentes tradicionales, en su mayoría referido a la entrevista tradicional, con los artículos y opiniones extraídas de blogs, que abordaban la entrevista online en sus distintos formatos (vía e-mail, Skype, Facebook, etc.) como una realidad, con sus ventajas y desventajas.



“Creo que el periodista debe conocer lo más que pueda a su entrevistado, sin hacer diferencia de que si lo va a hacer a través de e-mail o cara a cara. Preparar la entrevista e investigar sobre el tema debe ser una cuestión de actitud del periodista y no un procedimiento”  
**Marlon Ávalos**

### 1.2.1 Algunas definiciones

El diccionario de la RAE define entrevistar como *Mantener una conversación con una o varias personas acerca de ciertos extremos, para informar al público de sus respuestas*. Es entendida entonces como pieza informativa y método de recolección de información a la vez, que cumple con la doble función de proporcionarnos datos sobre un individuo o grupo determinado e influir potencialmente en los sentimientos y/o decisiones de este. La entrevista es el arte del vínculo (Halperín:2005).

Aquí es importante reflexionar sobre la naturaleza de este vínculo, necesariamente existente para el intercambio de información. No pensado como vínculo intersubjetivo y social sino como puente, como canal y medio por el cual se transmite un mensaje. La **entrevista tradicional** funcionaba con las reglas del diálogo privado y, como expone Jorge Halperín

en su libro “La entrevista periodística”, su realización se correspondía con ciertos parámetros claros: proximidad, intercambio, exposición discursiva con interrupciones, un tono marcado por la espontaneidad, presencia de lo personal y atmósfera de intimidad.

De este modo, en la entrevista tradicional el intercambio cara a cara y su naturalidad funcionaban como medio, con sus características definidas y claras. Pero ¿puede pensarse una entrevista igual de efectiva en un soporte que no cumpla con estos parámetros? De ser así, ¿la calidad de la información obtenida se vería afectada? Una vez elegido el concepto de entrevista tradicional, fue necesario precisar qué es una entrevista online.

Como observa la Dra. Pocovi Garzón (2005), la **entrevista online** es definida como la comunicación y/o diálogo entre el sujeto y el investigador a través de la mediación de la computadora, haciendo uso de recursos como el chat, el correo electrónico y/o foros virtuales, a través de los cuales se puede propiciar una interacción secuencial, planeada y organizada en un período concreto y con un propósito específico determinado por las necesidades de información de la investigación. Este concepto fue el más adecuado de adoptar dado que incluye la idea de planificar la interacción en la comunicación, que se contrapone con el tono de espontaneidad propuesto por Halperín.

Otro de los indicadores en la investigación era la **distancia físico-temporal**. El concepto elegido fue el utilizado por los teóricos Bampton y Cowton (2002) para hablar sobre el tiempo y el espacio en la entrevista vía e-mail: *“las interacciones entre el entrevistador y entrevistado se pueden dar ligeramente asincrónicas, con pausas o variaciones en el tamaño entre bursts de comunicación o ‘episodios’; mientras que en términos de espacio la relación toma lugar ‘a distancia’ a través de los medios electrónicos, y el texto que aparece en la pantalla de la computadora.”*

El último indicador era la **jerarquización de la información**. Debido a que es un proceso muy personal, no se trabajó con una definición precisa, aunque sí cabe aclarar que se refiere a la importancia que se le da a la información obtenida en una entrevista vía e-mail, además de cómo se la procesa. Cada una de las repuestas de los periodistas entrevistados sirvió para construir algunas ideas generales, que se verán más adelante en el tercer capítulo.

### 1.3 Segundo paso: formulación de las preguntas

Escribir buenas preguntas trasciende las barreras de la entrevista como género. Preguntar es un acto que se realiza todo el tiempo, para descubrir el mundo, aprender cosas nuevas, matar curiosidades. Sin embargo, la redacción de preguntas en la entrevista debe ser prolija y concisa para arribar a una respuesta que contribuya a la investigación.

El objetivo de pre-producir el cuestionario es, además de prever el estilo de redacción y definir una guía en el orden de las preguntas; encontrar la manera para que el entrevistado comience a hablar sobre el objeto de investigación, sus significados, definiciones y perspectivas; el modo en que ellos ven, clasifican y experimentan el mundo (Taylor y Bogdan:1987). Por eso es recomendable empezar por las preguntas no directivas, que abren la posibilidad de conocer cómo el entrevistado percibe las cosas, antes de enfocar los intereses en la investigación, para luego avanzar hacia temas más difíciles y/o delicados (Blasco Hernández y Otero García:2008)

Halperín (2005) comenta algunas de las características buscadas en “una buena pregunta”: *“que permita profundizar, que consiga explicaciones, que dé lugar a oposiciones (discutir una afirmación), que busque lo nuevo, que invite al personaje a usar imágenes y fantasías, que seleccione lo importante, que piense en lo global y en los detalles, que atraiga anécdotas”*.

Por otro lado, Patton (2003) creó una matriz de opciones de preguntas que resulta muy interesante para ser utilizada en la formulación de cuestionarios tanto para entrevistas tradicionales como para entrevistas vía e-mail:

Question Focus	<i>Past</i>	<i>Present</i>	<i>Future</i>
Behaviors/Experiences			
Opinions/Values			
Feelings/Emotions			
Knowledge			
Sensory			
Background			

En esta tabla las variables son el objeto de la pregunta, qué se quiere preguntar; y el tiempo al que refiere esa pregunta, pasado, presente o futuro. Algunos temas sobre los que se sugiere preguntar son comportamientos/experiencias, opiniones/valores, sentimientos/emociones. Resulta especialmente eficaz para las entrevistas de personalidad, donde la finalidad es obtener un retrato del personaje y conocerlo a fondo a través de sus declaraciones.

Según los fines que persiga la entrevista, es necesario decidir qué tipo de preguntas se realizarán. Una clasificación útil es la que divide las preguntas en abiertas, semiestructuradas o estructuradas. Las **preguntas abiertas** promueven la reflexión o debate y generalmente comienzan con “qué” “cómo” o “por qué” y pueden ser clasificadas en *subjetivas* u *objetivas* (Lockwood:2005) Las *subjetivas* se emplean cuando se desea saber una opinión, por ejemplo: “¿qué piensa usted acerca de...?” “¿Cómo se siente con respecto a...?”, mientras que las *objetivas* solicitan siempre información más precisa: “¿Qué pruebas hay de que existan los extraterrestres?”.

Las **preguntas semiestructuradas** admiten matices de respuesta más amplios que las estructuradas pero son más puntuales que las abiertas. Son útiles para entrelazar temas a medida que se avanza en el cuestionario, cuando se tiene una base de conocimiento sobre el entrevistado. Por ejemplo: “¿Qué es lo que más le gustó del festival de Cosquín?” o “¿Por qué no volvería a trabajar como corresponsal en el extranjero?”.

Por último, las **preguntas estructuradas**, que son cerradas y admiten poca posibilidad de respuesta, como “sí”, “no” o alguna respuesta predeterminada. El guión de estas preguntas está también preestablecido y como consecuencia las posibilidades del entrevistado de salirse de él son casi nulas. Por ejemplo: “¿Se siente más cómodo escribiendo en prosa o poesía?” o “¿Ha utilizado la red social Weibo?”.

La siguiente tabla resume de modo eficiente los tipos de preguntas según el grado de estructuración (Gómez Ferri, Grau Muñoz, Ingellis, Jabbaz:2009):

Tipos de preguntas	Combinación E+R	Ejemplo
Pregunta abierta	Estimulo y respuesta libre	Descríbeme tu familia
Pregunta semiestructurada	Tipo A E: libre; R: estructurada  Tipo B E: estructurado R: libre	¿Cual fue la dificultad más importante que encontraste al volver al mundo del trabajo?  ¿Cómo se sintió cuando le comunicaron el despido?
Pregunta estructurada	Estimulo y respuesta estructurados	¿quién crees que debería apoyar más la reinserción laboral de las mujeres: la familia, los servicios públicos o la pareja?

Otro modo de analizar esta tabla es relacionándola con el esquema propuesto por la autora Grawitz (1984), que se ha visto anteriormente (ver página 3). Las preguntas abiertas o desestructuradas son más efectivas en aquellos tipos de entrevista que permitan mayor grado de libertad y profundización, por ser de estímulo y respuesta libre. En el otro extremo, las preguntas estructuradas se corresponden con el último tipo de entrevista propuesto por Grawitz, que limita la comunicación de modo tan severo que se asemeja a un interrogatorio.

Según lo expuesto anteriormente, es conveniente que en la entrevista periodística se utilicen los dos primeros tipos de preguntas. Particularmente si ésta es realizada vía e-mail, un medio que requiere aún más claridad y justeza en la expresión de las ideas. Al mismo tiempo, la formulación de las preguntas dependerá del tipo de información que se busca obtener en la entrevista.

Algunas reglas generales para la confección de preguntas eficientes (Márquez Bargalló y Roca Tort:2006) son: determinar el grado de apertura de las mismas según convenga y tratar de evitar preguntas cerradas, de respuesta única; dejar claro cuál es el objetivo de la pregunta y hacia dónde apunta; la necesidad de un contexto para identificar el motivo y el interlocutor de la pregunta; dar indicios sobre la teoría o conceptos implicados y por último,

pero no menos importante, hacer una demanda clara y consensuada de lo que se quiere conocer.

Reglas sobre las que debe hacerse aún más hincapié cuando la entrevista es realizada vía e-mail. Una vez enviado el cuestionario inicial, es muy difícil volver a hacer otra ronda de preguntas, más aún si quedó algún concepto sin definir o en el que se profundizó poco. Un modo de solucionar este problema de antemano es utilizando referencias y preguntas de análisis comparativo de situaciones o ideas (Falla Aroche:2009).

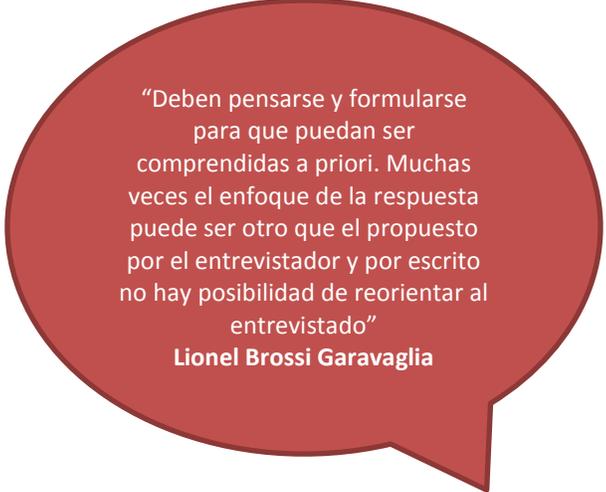
Pensar en la posibilidad de que una entrevista vía e-mail se “estaque” es también una de las tareas de pre-producción, y una solución viable está en la formulación de las preguntas. En la entrevista tradicional suele ser más complicado hacer múltiples preguntas al mismo tiempo. Sin embargo, la sensación de “agobiar” al entrevistado con varias preguntas se reduce en el e-mail, que es escrito. Siempre que estén relacionadas entre sí, es productivo

enviar un grupo de preguntas cortas antes que una o dos demasiado complicadas o extensas.

Otra posibilidad es la de pensar de antemano **dividir la entrevista en episodios** (Bampton y Cowton:2002) o bloques temáticos, siempre teniendo en cuenta la cantidad de preguntas a enviar. Demasiadas preguntas por bloque o demasiados bloques en un solo e-mail pueden desmotivar a que el entrevistado responda.

Un modo de resolver el orden de los bloques es ordenarlos en temas generales y luego en subtemas según el entrevistador considere conveniente (Pocovi Garzón:2005). Esta **organización jerárquica** podría facilitar el diálogo entre los interlocutores, además de recordarle al entrevistador en qué punto del mapa temático se encuentra y potencialmente ayudarle a profundizar más en una cuestión que en otra.

**Las preguntas deben en lo posible ser de final abierto y no de final cerrado.** Por ejemplo, en vez de preguntar si se conoce un tema, pedir que se lo describa. Además, es conveniente ordenar las preguntas factuales antes que las de opinión, por ejemplo preguntar



“Deben pensarse y formularse para que puedan ser comprendidas a priori. Muchas veces el enfoque de la respuesta puede ser otro que el propuesto por el entrevistador y por escrito no hay posibilidad de reorientar al entrevistado”

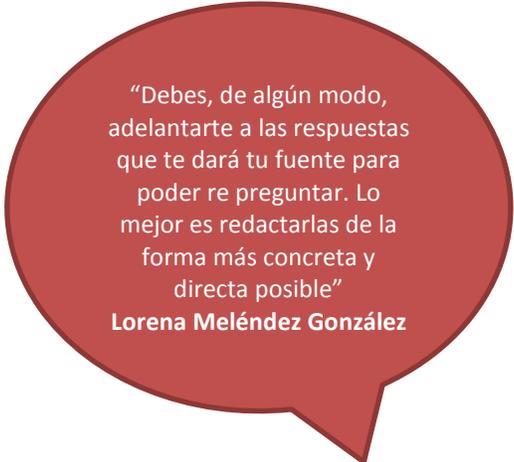
Lionel Brossi Garavaglia

qué actividades se llevaron a cabo antes de preguntar qué le parecieron las actividades. Cuando es necesario explorar, utilizar preguntas que apunten a dar ejemplos o elaborar ideas (Boyce y Neale:2006).

Otra recomendación es **evitar la ambigüedad**, que puede ocurrir tanto por la utilización de palabras que no tienen un significado uniforme o comprendido por el entrevistado, como por la inclusión de preguntas dobles. Un ejemplo de pregunta doble sería: “¿Has realizado alguna vez una entrevista vía e-mail o conocés a alguien que la haya realizado?”. Si el entrevistado responde simplemente “sí” es imposible saber si se refiere a la primera parte de la pregunta o a la segunda. Para obtener una respuesta clara, es necesario elaborar una pregunta clara.

A partir de los conceptos fijados en la etapa anterior y una nueva revisión de la literatura, se definieron seis subtemas a analizar en la entrevista vía e-mail:

- Ventajas y desventajas
- Diferencias entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional
- Distancia físico-temporal
- Producción. Guía de realización y errores comunes
- Tratamiento de la información obtenida
- Diferencias con la entrevista tradicional



“Debes, de algún modo, adelantarte a las respuestas que te dará tu fuente para poder re preguntar. Lo mejor es redactarlas de la forma más concreta y directa posible”

**Lorena Meléndez González**

Ya que el proceso de redacción de las preguntas supuso pensarlas para un formato digital sólo de texto, asincrónico y con muy poca posibilidad de *feedback* para repreguntar, el cuestionario se diseñó con la información justa y necesaria, en relación a estos conceptos concretos y específicos sobre los que se ha consultado. Este diseño permitió que, al reunir las respuestas en conjunto, aportaran tendencias significativas e inequívocas (Halperín:2005).

En este sentido, fue útil la consulta de material referido a encuestas. Debido a la rigurosidad de este tipo de estudios, sus preguntas son redactadas para obtener información muy puntual. Cuatro máximas propuestas por el líder en soluciones de encuestas en Internet *SurveyMonkey* (1999-2013) son: **sea breve - sea objetivo - sea simple - sea específico.**

Además, se tradujeron las cuestiones de investigación en preguntas o asuntos de conversación (Blasco Hernández y Otero García:2008), reformulando el tenor académico de los subtemas para lograr un cuestionario con lenguaje coloquial, entendible por el entrevistado y factible de generar información espontánea y fértil.

Así, cada subtema constituyó una pregunta diferente del cuestionario:

- 1-** ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?
- 2-** ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?
- 3-** En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?
- 4-** A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?
- 5-** ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?
- 6-** Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?

#### **1.4 Tercer paso: selección de los entrevistados**

Halperín (2005) afirma que una entrevista exitosa puede asentarse en dos pilares: la inteligencia del plan de la entrevista y una buena elección del entrevistado. Los dos primeros pasos de la pre-producción referían al trazado del plan, ahora es momento de ver con quiénes se lleva a cabo.

Como apunta el mismo autor; un personaje famoso, curioso, representativo de algo, importante en una circunstancia determinada, ligado a la noticia, portador de saber muy valioso o de ideas singulares, puede ser motivo de una entrevista. Sin embargo, su selección varía según los fines que se persigan en la investigación, y puede ser realizada por el propio periodista o el editor de la nota.

Desde el portal de NewsLab (2009) se plantea prestar mucha atención a esta tarea mediante el planteamiento de preguntas y su posterior reflexión. A la hora de decidir a quién entrevistar, el periodista debería preguntarse:

- *¿Quién está más directamente implicado en la noticia? ¿Quién es el personaje central?*
- *¿Quién está más afectado por lo que está sucediendo?*
- *¿Quién está en conflicto en esta historia?*
- *¿Quién podría tener más información acerca de esta historia?*
- *¿Quién puede ayudarme a encontrar a la persona más adecuada para hablar de esta historia?*

En base a esas preguntas, estaría en condiciones de elaborar una lista de entrevistados posibles o seleccionar uno solo, atendiendo a las necesidades de la investigación. Definido por esta misma fuente como la voz que ayuda a dar vida, el testimonio del entrevistado en una noticia permite saber qué es lo que está pasando realmente. En la investigación es igual de importante, porque definir el objeto de estudio con una voz real lo hace más comprensible.

Una vez hecha la selección, deberá evaluarse teniendo en cuenta distintos factores. Una cuestión importante es **el conocimiento**: cómo conoce el entrevistado sobre el tema que se le pregunta, para saber qué tipo de respuestas se obtendrán. Considerar si aborda el tema desde la experiencia personal o profesional, y cómo se podría llegar a confirmar esa información a través de otras fuentes.

También se propone evaluar el **punto de vista** del entrevistado, pensando si es una voz autorizada que habla en representación de un grupo legítimo. Además, pensar de antemano qué información valiosa podrá obtenerse de ese entrevistado y no de otro, qué lo hace diferente al resto, por qué se la considera una fuente viable para la investigación. Para esto es útil también investigar si ha sido una fuente **fiable y creíble** en entrevistas anteriores.

Por último, desde NewsLab (2009) aconsejan evaluar la **motivación** del entrevistado:

*“¿Qué lo motiva para ofrecer información? ¿Está tratando de lucirse o hacer quedar mal a otros? ¿Por qué habla conmigo? ¿Existe la posibilidad de ser manipulado por esta fuente?”.*

Como se mencionó anteriormente, es importante tener en cuenta la **representatividad** de los entrevistados que se elijan. Esto significa, que en su conjunto puedan reproducir las características principales del universo al que pertenecen. También significa que, en lo posible, deban comprender la naturaleza del objeto de estudio, sus propiedades y características (Mejía Navarrete:2000).

### 1.4.1 E-ntrevistados

*“En la materialización del ciberespacio, una “persona” no es estrictamente otra cosa que un conjunto de archivos entre los cuales se han definido vínculos.”*

Carlón, Mario – Neto, Antonio Fausto. “Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación”

Debido a que esta investigación era del tipo descriptiva, se llegó a conocer la situación a través de la descripción de actividades, objetos, procesos y personas entrevistadas. La meta era la identificación de las relaciones existentes entre las variables. Por lo tanto, fue difícil establecer de antemano el número de personas entrevistadas, ya que no se buscó una representación estadística.

El proceso de selección de entrevistados entonces pudo ser comparado con la búsqueda de una **muestra cualitativa** en la investigación, que generalmente opera con un número reducido de casos porque se prioriza la calidad frente a la cantidad. La selección de los entrevistados se realizó en función de la representatividad de sus propiedades, lo que definió su singularidad.

Lo importante fue, a través del contenido y la calidad de información obtenida, comprender el discurso acerca del objeto de estudio. Simplemente se dejó de enviar e-mails cuando se llegó al punto de saturación de la información (Blasco Hernández y Otero García:2008), es decir, el punto en el cual realizar entrevistas adicionales no aportaba nuevos conceptos a los ya definidos en la etapa anterior.

Los entrevistados para esta investigación fueron seleccionados en su mayoría a partir de grupos de actividad en la red social LinkedIn. En la selección de los entrevistados, se tuvo

en cuenta el perfil profesional de cada uno y sus aptitudes. De este modo, se aseguró que perteneciesen al grupo de referencia estudiado: periodistas y comunicadores que hayan realizado entrevistas vía e-mail. No se precisó una limitación geográfica, dado que la virtualidad permite saltar el espacio físico.

**¿Por qué LinkedIn?** Porque es una red social diseñada especialmente para la comunidad empresarial. Una red de profesionales donde se muestran las aptitudes y conocimientos en cada perfil, se puede estar en contacto con colegas y debatir en la red, además de aumentar contactos laborales y evaluar posibles puestos de trabajo a escala mundial según las necesidades.

LinkedIn cuenta con 238 millones de usuarios en más de 200 países, lo que la convierte en la red social profesional más grande del mundo [1]. El portal Clases de Periodismo [2] lo define como “*una eficiente herramienta para el trabajo periodístico*”, que resulta útil para buscar fuentes e incluso incorporó una función que permite seguir a personas influyentes en su interfaz. De ese modo en la sección “inicio” aparecen las novedades publicadas, con ensayos, artículos de opinión y comentarios de personas destacadas.

En este marco, luego de iniciar sesión, sólo quedó navegar en un profundo mar lleno de información y contactos. Un extensísimo campo de investigación, donde es fácil encontrar debates y grupos sobre múltiples temas, con la ventaja de poder contactarse con especialistas. Para navegar de modo eficiente, el CEF (Centro de Estudios Financieros) ofreció una lista de diez consejos para aprovechar al máximo el perfil de LinkedIn. Si bien está orientado a la búsqueda de empleo o hacer negocios, aquí se reformuló para ser utilizado por periodistas:

1. Lo primero que aconsejan desde el CEF es **pensar una estrategia** al utilizar la plataforma. Para un periodista podría ser la consulta de fuentes, la búsqueda de recomendaciones o entrevistados, la lectura organizada de artículos, dar a conocer su actividad o la participación en algún grupo de debate. LinkedIn está mejorando continuamente sus sistemas de búsqueda y últimamente ha unificado la experiencia de modo tal que al buscar una palabra aparecerán en los resultados no sólo personas sino también puestos de trabajo, grupos o empresas que tengan relación con esa

palabra [3]. De tal modo, la estrategia puede pensarse de antemano o también decidirse sobre la marcha, explorando las distintas opciones.

2. **Seguir una rutina.** Este es un consejo para tener en cuenta en todas las redes sociales. Mantener el perfil actualizado y cuidado habla de la imagen profesional tanto como las aptitudes mismas. Agregar contactos, ordenar el currículum, precisar fechas y añadir imágenes de certificados o trabajos que se hayan realizado ayudan a que otros profesionales conozcan la actividad que se realiza. Buscar un momento al día para revisar el perfil y potenciarlo; desde la foto de perfil, que debe ser pensada especialmente para el ambiente laboral, hasta el e-mail y teléfono de contacto.
  
3. **Completar los segmentos del perfil,** si es posible en su totalidad, y añadir enlaces de referencia cuando sea necesario. Cuidar la redacción de los segmentos que pueden rellenarse, especialmente “Extracto”, donde se debe incluir un resumen profesional y de objetivos; también otros segmentos como “Publicaciones” o “Reconocimientos y premios”.

También es importante **obtener recomendaciones**, especialmente si son de profesionales importantes en la carrera profesional propia, como jefes o compañeros de trabajo. Sirven como futura referencia y carta de presentación para las empresas que ofrecen empleo. Desde el CEF se recomienda tener al menos dos o tres recomendaciones en el perfil. El modo de solicitarlas es simple, se puede acceder desde el mismo perfil a un formulario (Privacidad y configuración > Gestiona tus recomendaciones > Pide recomendaciones) donde se deben especificar el motivo por el cual se pide la recomendación, a quién será solicitada y por último redactar un mensaje.

4. **Pensar en titulares.** En esta red social, las búsquedas funcionan mediante filtros de palabras clave. Por lo tanto, es conveniente titular con cuidado y tratar de evitar “anglicismos y títulos largos y farragosos” si se espera saltar en un resultado de

búsqueda. También desde el CEF aconsejan añadir «En búsqueda activa de empleo» al título profesional siempre que se lo esté buscando, claro.

5. **Buscar contactos** Tarea más que importante para un profesional de la comunicación. Conocidos y colegas de trabajo, compañeros de clase, pero también potenciales empleadores y todas aquellas personas que puedan estar interesadas en el perfil laboral que se expone. Se recomienda el uso de «búsqueda avanzada», aunque también la plataforma cuenta con la opción «gente que podrías conocer» que se basa en contactos de los contactos actuales, clasificándolos como de segundo y tercer grado, y permite enviarles una solicitud de conexión.
  
6. **Interactuar en grupos.** LinkedIn brinda la posibilidad de crear grupos de debate o unirse a uno ya existente. Existen grupos abiertos y cerrados, a los que puede enviarse una solicitud de ingreso. Las discusiones que se generan suelen ser interesantes ya que abarcan diferentes puntos de vista, siempre de profesionales en el tema, resultan además excelentes para hacer nuevos contactos. A partir de distintos grupos es que se seleccionó a la mayoría de entrevistados en esta investigación.
  
7. **Establecer una comunicación.** Consejo que está ligado al anterior, interactuar en grupos. Dentro de la red social existen distintos modos de expresar qué actividades se están haciendo, así como comentar, compartir y recomendar actividades publicadas por otros contactos. LinkedIn debe ser siempre tenido en cuenta como un espacio de interacción continua. Desde el CEF aconsejan tener preparados pequeños textos-plantilla que indiquen en pocas líneas la situación profesional actual y qué se espera del interlocutor.

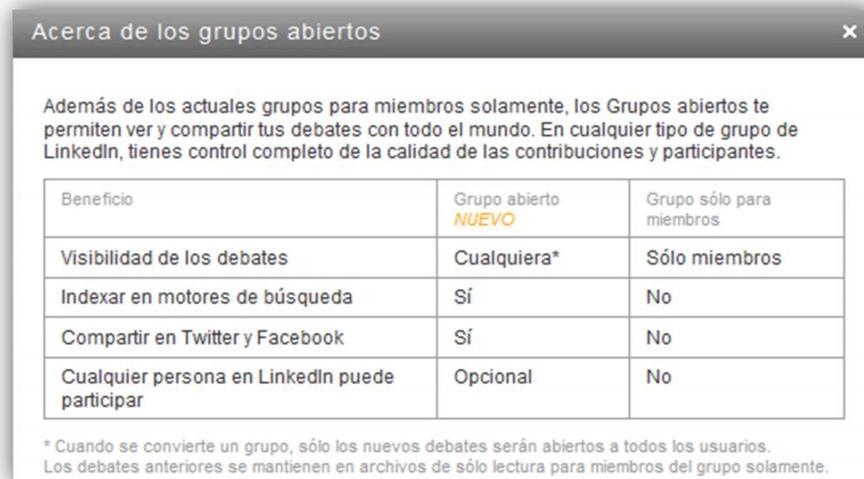
8. **Tratamiento.** Por lo general, las redes sociales admiten un trato más coloquial que otros medios. Si bien es importante ser educados, LinkedIn permite hacer a un lado el tratamiento excesivamente formal. Esto se debe a la posibilidad de hablar directamente con la persona que se busca, con la fuente, sin interlocutores de por medio. Basta con un “hola” junto con el nombre del contacto.
  
9. **Independencia respecto de otras redes sociales.** Desde el CEF aconsejan no vincular la cuenta de LinkedIn con otras redes sociales. En el caso de Twitter, por tener la limitación de los 140 caracteres al escribir un estado y, en el caso de Facebook, porque generalmente es utilizado en un ámbito que es más personal que profesional. LinkedIn tiene un lenguaje propio y códigos y formas que se adecúan a un contexto profesional y es aconsejable que sean respetados, porque son muy diferentes a los de otras redes sociales.
  
10. **Anticiparse.** Probablemente sea el consejo más importante: no esperar a quedarse sin empleo para comenzar a armar una red de contactos profesionales. LinkedIn es un currículum vivo que puede ser compartido de modo instantáneo y debe ser tomado en cuenta como una puerta al mundo laboral.

## 1.4.2 Grupos de LinkedIn

Los grupos de LinkedIn son espacios de encuentro y difusión de ideas, foros de debate que son frecuentados por profesionales que persiguen los mismos intereses. Tienen la doble ventaja de funcionar como *feedback* de noticias y artículos interesantes, y mismo tiempo ofrecer la posibilidad de compartir el contenido publicado por los miembros en otras redes sociales, así como recomendarlo y/o comentarlo. Si están bien administrados y son frecuentados por varios usuarios, generan una dinámica que es enriquecedora.

Existen dos tipos diferentes de grupos en LinkedIn: abiertos y cerrados [4].

- Los **grupos abiertos** tienen múltiples beneficios, ya que su contenido es visible para cualquier usuario de la red social. Además, todo el contenido publicado, ya sean links o conversaciones, indexa en los motores de búsqueda. Esto ayuda muchísimo a mejorar el SEO (que es el posicionamiento en buscadores) tanto de profesionales como de empresas.



Acerca de los grupos abiertos

Además de los actuales grupos para miembros solamente, los Grupos abiertos te permiten ver y compartir tus debates con todo el mundo. En cualquier tipo de grupo de LinkedIn, tienes control completo de la calidad de las contribuciones y participantes.

Beneficio	Grupo abierto <b>NUEVO</b>	Grupo sólo para miembros
Visibilidad de los debates	Cualquiera*	Sólo miembros
Indexar en motores de búsqueda	Sí	No
Compartir en Twitter y Facebook	Sí	No
Cualquier persona en LinkedIn puede participar	Opcional	No

\* Cuando se convierte un grupo, sólo los nuevos debates serán abiertos a todos los usuarios. Los debates anteriores se mantienen en archivos de sólo lectura para miembros del grupo solamente.

- Los **grupos cerrados** requieren del envío de una solicitud para ser admitidos y participar. Se los reconoce por un icono de candado junto al nombre del grupo. Los debates no aparecen en los motores de búsqueda y son sólo vistos por los miembros que lo integran. En la página de LinkedIn se aclara que el administrador del grupo

puede convertirlo en abierto si lo desea, pero es un cambio que no puede deshacerse. Además, quienes integran el grupo serán notificados del cambio.

Un consejo para comunicadores es entrar a grupos abiertos, ya que ofrecen una multiplicidad de voces y un intercambio más valioso. Una ventaja que tienen los grupos de LinkedIn es que concentran a personas especializadas, por lo que aportar una idea significaría siempre contribuir al sector profesional propio. Varios usuarios los utilizan para promocionar su trabajo o producto; en el caso de los periodistas, sus blogs personales o profesionales, y la devolución que se obtiene es mucho más valiosa cuando quienes comentan o recomiendan pertenecen al mismo sector.

También puede ocurrir que el material compartido sea visto por personal de empresas reconocidas y posiblemente genere un puesto de trabajo. Varias empresas buscan colaboradores, personal para un aspecto concreto y se dirigen a estos grupos de discusión o *networking* para dar con el perfil específico. LinkedIn permite activar la opción “quién ha visto tu perfil” donde se muestran los profesionales que han estado interesados en el perfil de uno y la empresa a la que pertenecen.

En la función “grupos que te podrían gustar” LinkedIn ofrece una selección de grupos a los que uno puede unirse, siempre basándose en los intereses, aptitudes y el contenido en general del perfil personal. Otras opciones que funcionan de modo similar y también resultan muy útiles son “empresas que podrías seguir” y “empleos que podrían interesarte”.

El CEO y fundador de Spanishleadership.com Jorge Zuazola habla en su blog sobre la importancia de los grupos de LinkedIn, mencionando que junto con la página de empresa conforman una “ecuación de éxito”. También remarca que cada grupo de LinkedIn permite gracias a su función “compartir” llegar a otros 50 grupos de la misma red social, a toda la red personal de contactos, Twitter, Facebook y Google Plus. Y remata: *“LinkedIn piensa por tí. Ahora tú tienes que pensar cómo dejas de perder el tiempo en demasiadas redes sociales y te concentras en la que es la líder”*[5]

Los grupos en LinkedIn resultaron una herramienta muy útil e interesante para encontrar y ponerse en contacto con la mayoría de los entrevistados. Para encontrar a los profesionales indicados, primero se realizó una selección de grupos estratégica: se buscó que tuvieran al

menos una temática o palabra clave de las comprendidas en el campo de la investigación (periodismo digital, redes sociales).

El uso de palabras claves ampliaba la posibilidad de que los profesionales que formaban parte de ese grupo conocieran sobre la entrevista vía e-mail, o la hayan hecho alguna vez y que además, si participaban activamente en el foro, tuviesen mejor predisposición a colaborar con la investigación.

Así, los grupos seleccionados fueron: Periodismo 2.0 y Redes Sociales (abierto), FNPI – Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (abierto) y Bloggers y Periodistas (cerrado).

### Periodismo 2.0 y redes sociales



The screenshot shows the LinkedIn group page for "Periodismo 2.0 y redes sociales". At the top, there is a group logo on the left, the group name in the center, and "4.379 miembros" with a yellow "Únete" button on the right. Below the header, there are navigation tabs: "Debates" (selected), "Promociones", "Empleos", and "Buscar". A grey information box contains the following text: "Acerca del grupo Periodismo 2.0 y redes sociales", "En este grupo queremos comentar experiencias, buenas y malas sobre la aplicación y uso de las redes sociales más allá del chat. También queremos que sea un lugar de encuentro donde se planteen preguntas y los expertos puedan responder. Aplicaremos esto también a ayudar a periodistas tradicionales para dar el salto a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, para que puedan utilizar más y mejor las redes sociales y las nuevas Tic's en general. [e menos](#)", "¿Tienes algo que decir?", and "Únete a LinkedIn gratis y participa en conversaciones. Cuando te unas, podrás comentar y publicar tus propios debates." To the right of the main content area, there is a box titled "Acerca de este grupo" with the following details: "Creado: 31 de agosto de 2010", "Tipo: Otro...", "Miembros: 4.379", and "Propietario: José Rodolfo I.".

Debates más populares:

- ¿Os gustaría saber cuántas veces y en dónde se comparte un post en las redes sociales?
- Cómo recuperar tu contraseña en Twitter
- Un profesional a cargo de las redes

Profesionales entrevistados que pertenecen a este grupo (6): Carolina Borredà Benavent, Gorka Artaza, Juan Carlos Ramos Martín, Marisa Picó, Marta Morales Castillo, Rafael Delgado.

### FNPI – Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano



**fnpi** FNPI- Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano 6.002 miembros [Únete](#)

[Debates](#) [Buscar](#)

**Acerca del grupo FNPI- Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano**  
Trabajar por la excelencia del periodismo y su contribución a los procesos de democracia y desarrollo de los países iberoamericanos y del Caribe, a través de talleres y seminarios de formación e intercambio entre periodistas, colaboración en redes y estímulos al desarrollo profesional. [ver más](#)

¿Tienes algo que decir?  
Únete a LinkedIn gratis y participa en conversaciones. Cuando te unas, podrás comentar y publicar tus propios debates.

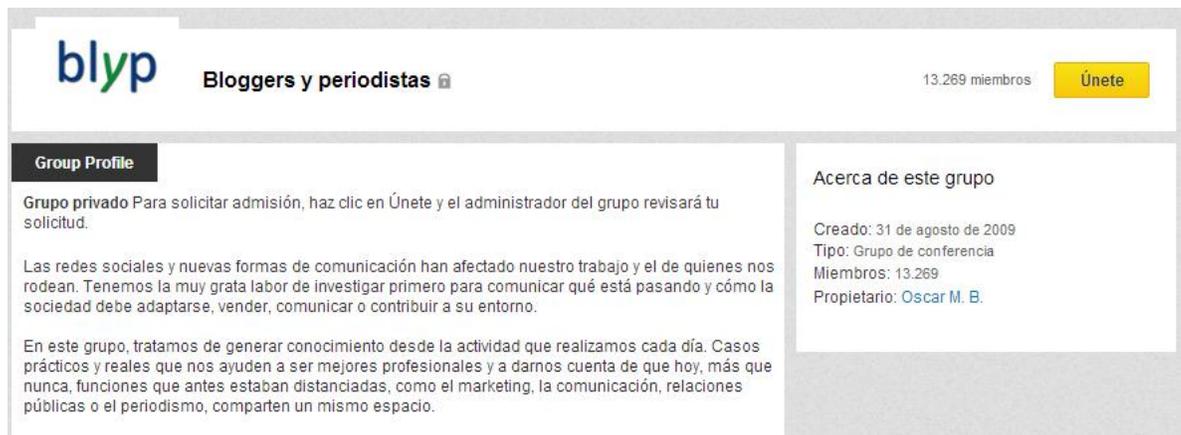
**Acerca de este grupo**  
Creado: 25 de mayo de 2010  
Tipo: Grupo profesional  
Miembros: 6.002  
Propietario: Carlos Andrés S.  
Administradores: Hermes M. y Stephanny R.,  
Sitio web: <http://www.fnpi.org>

Debates más populares:

- Fernando Gómez: “En Eurosport la pasión por el deporte está por encima de las nacionalidades”
- La importancia del ‘background’ en un texto periodístico, según Harold Evans
- La crisis que obligó a vender The Washington Post

Profesionales entrevistados que pertenecen a este grupo (22): Andrés Ferraro, Carmen Molina Tamacas, Diego Yañez Martínez, Eduardo Basz, Eduardo Riveros Quiróz, Esther Vargas, Francisco Javier Morere, Guillermo Lipis, Guillermo Robles Ramirez, Jorge Medina, José Luis Rojas Torrijos, Juan Carlos García Pais, Juan Fernandez, Karina Cabrera, Leonardo Cadavid, Lorena Meléndez González, María Virginia Bertetti, Marlon Ávalos E, Maximo Tell, Melania Valencia, Miguel Angel Ledhesma, Renata Cabrales Rojas.

## Bloggers y Periodistas



The screenshot shows the Facebook group page for 'Bloggers y periodistas'. The header includes the group name, a member count of 13,269, and a yellow 'Únete' button. The main content area is divided into two columns. The left column, titled 'Group Profile', contains a 'Grupo privado' notice, a paragraph about the group's purpose, and another paragraph about the group's activities. The right column, titled 'Acerca de este grupo', lists the group's creation date (31 de agosto de 2009), type (Grupo de conferencia), member count (13.269), and owner (Oscar M. B.).

### Debates más populares:

- Presentemos nuestra actividad, reforcemos la red
- Me han plagiado el nombre del blog. ¿Qué puedo hacer?
- ¿Cómo crear una página para publicar etiquetas en blogger?

Profesionales entrevistados que pertenecen a este grupo (7): Daviz Melero, Javier Arriaga Climent, Juan David Matas Valverde, Manuel Carmona Rodríguez, María José Álvarez Molares, Norma Rossi, Roberto Carrasco Calderón.

También se seleccionaron entrevistados a través de formularios de contacto en sitios web específicos, como fue el caso de Dolores Rodriguez ([www.asiared.com](http://www.asiared.com)), Martín Sanzano ([www.abchoy.com.ar](http://www.abchoy.com.ar)) y Pablo Lluesma Martínez ([www.globalasia.com](http://www.globalasia.com)).

Otro modo fue a través de lo que en la encuesta cualitativa se conoce como “muestreo en cadena o bola de nieve”, que es ideal para obtener la opinión de personas expertas. Relacionado con la toma de decisiones, implicó la identificación de profesionales que puedan proporcionar la mejor información para la investigación [6]. Aquí fue determinante la tarea de Eduardo Riveros Quiróz, Máster en Comunicación y columnista de The Huffington Post que puso su lista de contactos a disposición de esta investigación y estableció las conexiones pertinentes, sumando al grupo de entrevistados a 6 destacados profesionales:



Earl Wilkinson, Lionel Brossi Garavaglia, Tania Lucía Cobos, Jeff Kelly Lowenstein, Steve Buttry y Tom Kennedy.

### **1.5 Cuarto paso: Evaluación de cada perfil**

Para esta investigación, el proceso de evaluación de cada perfil para ver si era real fue simple. Crear perfiles falsos en LinkedIn es más difícil que en otras redes sociales, justamente porque en una red profesional de este tipo gran parte del contenido subido está relacionado con otras empresas u otros contactos. Más difícil aún es establecer una red de contactos y que éstos acepten una solicitud de conexión si el perfil no es verdadero. De todos modos, se siguieron ciertos pasos para verificar la identidad de los entrevistados.

Varias páginas web de optimización SEO, blogs y portales sobre tecnología y redes sociales muestran artículos con consejos sobre qué información proporcionar en el perfil de LinkedIn, cómo hacerlo y cómo mejorarlo. A partir de esas páginas se realizó una contrastación con el perfil de cada persona, buscando que cumplieran con los requisitos propuestos. En este caso se tomará como ejemplo el perfil de uno de los entrevistados: Eduardo Riveros Quiróz.

- **Foto de perfil:** Es la primera impresión de una persona en una red social. La mayoría de los sitios web consultados apuntan a lo mismo: es de suma importancia cuidar el tipo de imágenes que se utilizan como foto de perfil.

Una imagen dice más que mil palabras, y en la Universidad Estatal de Ohio han comprobado que en también ocurre así en las redes sociales: si una persona muestra en su perfil una foto socializando con amigos, aunque se describa en su perfil como “introvertido” o que “se siente más feliz encerrado en su habitación con un libro”, quienes entran a su perfil lo identificarán y describirán como una persona extrovertida [10].

La periodista experta en redes sociales Marta Morales Castillo, también entrevistada vía e-mail para esta investigación, menciona en su blog “Curiosidades de social media” la importancia de elegir bien la foto de perfil, refiriéndose particularmente a LinkedIn: *“lo ideal es proyectar una imagen profesional, a la vez que amigable. Por eso es tan importante considerar y valorar con detenimiento qué instantánea escoger”*.

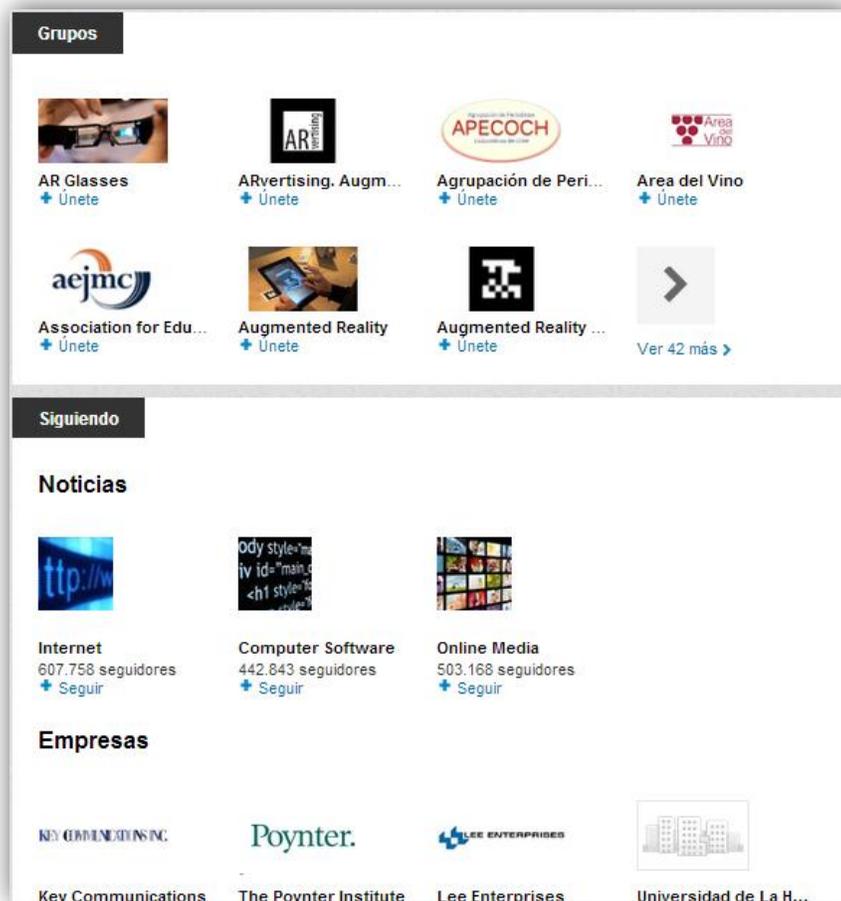
- He aquí una serie de recomendaciones para elegir la foto de perfil más indicada, también propuestas por la periodista Morales Castillo:
  1. **Foto real.** *Reconsidera si un dibujo muestra realmente quién eres o los valores que quieres transmitir. Una foto de una flor (por muy artística que sea) no muestra realmente quién eres o qué aspecto tienes. Puede llegar, incluso, a dar la sensación de que te escondes detrás de una imagen abstracta.*
  2. **Que se vea bien el rostro.** *Es aconsejable evitar imágenes de cuerpo entero o de primeros planos (por ejemplo, un ojo). La expresividad se refleja en el rostro.*
  3. **Ambiente neutro.** *El fondo de la instantánea no debe tener elementos que distraigan del foco de atención, ¡tú!*
  4. **Misma imagen en todas las redes sociales.** *Es acertado proyectar una imagen uniforme de tu persona, de manera que cuando busquen tu nombre en diferentes canales de Social Media se te pueda reconocer a través de la misma foto.*
  5. **¡Sonríe!** *Eso emite una imagen positiva de tu persona.*
- **Los grupos.** La pertenencia a distintos grupos de debate es otro modo de verificar la identidad del entrevistado. En tanto más activo se encuentre en estos grupos, más se podrá identificar su identidad online, así como su interacción con otros contactos dentro del mismo grupo, como se ha especificado en la sección “grupos de LinkedIn” (página 20).

No participar de estos grupos en los que se comparten intereses similares es visto por un potencial empleador como falta de pasión por la industria en la que se quiere trabajar. Esta apreciación también la puede tener un periodista, cuando busca en su entrevistado un verdadero experto pero también que realiza su tarea con

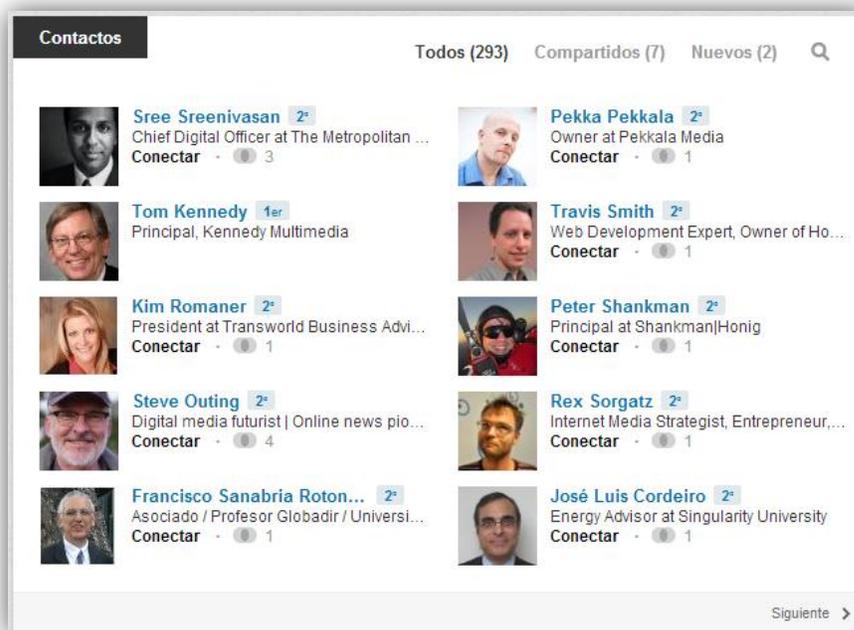
compromiso. Exhibir ese compromiso y pasión significaría participar en alguna de las discusiones de la red (Perez:2013)

Lindsey Pollak, una de las portavoces del blog oficial de LinkedIn mencionó que, en su experiencia como administradora de un grupo de LinkedIn se ha dado cuenta que en su grupo hay algunas ‘estrellas’: “personas que constantemente envían comentarios reflexivos, atractivos y llaman la atención y la admiración de otros miembros del grupo”. Los desarrolladores web de Embat añaden en su portal:

*“Todos podemos ser una de esas estrellas si hacemos comentarios reflexivos y compartiendo artículos interesantes, ayudando a la gente cuando le piden consejos o ideas y respondiendo a otros comentarios del grupo. De esta manera es posible convertirse en un usuario de referencia y así ganarse la credibilidad y el respeto de ser un líder.” [11]*



- **Las empresas.** En LinkedIn se incluye un espacio destinado a empresas, donde se incluyen noticias corporativas de la misma, así como anuncios de trabajo. En un perfil óptimo, el profesional sigue la página de las empresas que le interesan, trabajó o está trabajando actualmente, para estar al día con sus actualizaciones y al mismo tiempo buscar nuevas oportunidades.
- **Los contactos.** Como se mencionó anteriormente, es difícil formar en LinkedIn una red de contactos si se posee un perfil falso, por lo que este es otro indicio de la veracidad del perfil.



Querer formar una red sólida de contactos, que participe activamente en las publicaciones y haga recomendaciones es el deseo de la mayoría de los profesionales. Sin embargo, hay que tener cuidado con el comportamiento compulsivo de agregar contactos sólo para “hacer número”. Esta actitud puede

percibirse en un perfil que tiene demasiadas conexiones no relacionadas con la industria a la que pertenece (Perez:2013).

En su artículo “El arte de gestionar bien los contactos de LinkedIn” Sabrina Serrano (2013) recomienda tomarse tiempo a la hora de hacer contactos. Ir despacio, especialmente si se está interesado en uno en particular. Mirar en qué grupos está interesado y unirse, opinar en los debates que opine. Y si se desea enviar un primer mensaje, hacerlo comentando sobre el grupo en común: *“nada de busco empleo, el primer objetivo debe ser simplemente estar en contacto”*.

Para un periodista, la mayoría de las veces es imposible tomarse tiempo para establecer un vínculo personal antes que profesional, además que puede dificultarse la tarea al no fijar los límites de entrada. Sin embargo, una relación de este tipo es ideal para una entrevista de personaje o una crónica periodística, donde el periodista suele trabajar con un margen de tiempo más amplio y cobran relevancia aspectos más privados de la vida del entrevistado.

- **Las recomendaciones.** Pueden solicitarse y escribírseles a otro contacto. Permiten ver la relación profesional del dueño del perfil con un colega de trabajo, jefe, profesor, etc.

Es uno de los modos más fáciles de verificar un perfil. Cuando no sólo tiene una red sólida de contactos sino que además recibe recomendaciones de ellos, es prácticamente imposible que se trate de un perfil falso.

Es importante administrarlas de un modo correcto y evaluar bien a la persona antes de hacer una recomendación. Si ellos decepcionan a su empresa, a su sector o al público en general, de modo indirecto se ve perjudicada nuestra imagen por haberla recomendado [13].

Recomendaciones Recibidas (6) ▾ Enviadas (5)

---

 Silvana, ¿te gustaría recomendar a Eduardo?  
[Recomendar a Eduardo ▶](#)

---

**Journalist**  
 Diario Región

 **Elio Ohep**  
 Editor & Founder & Owner of Petroleumworld.com / Director- Dean of the ISUM University College, Profesor de Marketing

“ Eduardo is an excellent journalist, hard worker, innovative, original, thoroughly , always willing to do the job, very cooperative, in other words is an asset to work with him.

28 de marzo de 2012, Elio ha trabajado con Eduardo en Diario Región.

---

**Correspondent**  
 Editorial Edimax.Representatives for Prs Group, Usglassmag and Global Beverages Publisher..

 **Carol Villagra**  
 Jefa Comunicaciones y Marketing en Fundación Puente

“ Con Eduardo trabajamos juntos como corresponsales para Editorial Edimax en Chile. Fue un gran compañero de trabajo. Él es un profesional muy dedicado en todo lo que emprende o realiza, lo que le permite hacer un trabajo de excelencia en cualquier ámbito. Es agudo en la búsqueda de la noticia, siempre está a la vanguardia de todo, es innovador, dispuesto y logra anticiparse... **más**

29 de mayo de 2013, Carol ha trabajado directamente con Eduardo en Editorial Edimax.Representatives for Prs Group, Usglassmag and Global Beverages Publisher...

- **El extracto.** Un breve resumen que puede hacer cambiar de opinión a una empresa empleadora, para bien o para mal. A la hora de buscar entrevistados es la parte más importante del perfil luego del título, ya que muestra cómo éste se siente con su trabajo, cómo lo define, en qué punto se encuentra de su carrera. Incluso ayuda a esbozar su personalidad.

Un consejo desde el blog de Verbung [12] es aplicar las reglas del storytelling en el extracto: *“Haz algo breve, sencillo y con un punto emocional. Evita siempre la tendencia que hay en algunas personas a escribir mensajes melancólicos o pesimistas [...] cuenta lo bueno que has hecho y la pasión que sientes por tu profesión”*.

## Trayectoria profesional y académica



### Extracto

Emprendedor, periodista y docente universitario. Parte del claustro académico del "Máster en Comunicación Estratégica y Crisis" de la Universidad San Sebastián y dirijo Visión Biónica Limitada, Comunicación Digital y Realidad Aumentada.

Resido en Santiago de Chile, integro Hacks&Hackers Capítulo chileno y la Asociación de Emprendedores de Chile, Asech.

En el periodismo me inicié como corresponsal de la Editorial Edimax (San Antonio Texas, Monterrey México), que tenía la representación de varias revistas sectoriales con asiento en Estados Unidos, posteriormente mi carrera periodística se desarrolla en Venezuela, donde entrevisté a los principales representantes diplomáticos, políticos, y empresariales del país, trabajé en el Diario Región de Cumaná, colaboré en petroleumworld.com, y tengo una columna en el diario El Universal de Caracas.

En el campo del periodismo digital he entrevistado a referentes mundiales, entre ellos Clay Shirky, Roger Fidler, John Pavlik, Steve Outing, Steve Buttry, Sree Sreenivasan, y Gary Kebbel.

Journalist with extensive experience as an interviewer and implementation of web development. I live in Chile and belong to the academic body of the "Master in strategic communications and crisis management" at the Universidad San Sebastian in Santiago. <http://goo.gl/5b355> also I am Founder and journalismdigital.com Editor, memorialdigital.cl owner, periodismodigital.cl curator and Visión Biónica Comunicación Digital y Realidad Aumentada Limitada Owner ([www.visionbionica.com](http://www.visionbionica.com)).

I was study Master of Science Communication in Havana University and courses in Stanford University & Coursera, and Stanford University & Venture Lab.

Journalistically was formed as a correspondent for U.S. organizations ( PRS Group, Key Communications, Global Beverages Publishers, Edimax Editorial), which elaborated articles, reports and news monitoring business to venture capitalists and business executives of all America.

### 1.5.1 Descubrir al entrevistado a partir de sus redes sociales

En el caso que la entrevista sea vía e-mail y de personaje, es necesario investigar el perfil de la persona entrevistada en distintas redes sociales para leer lo que de ahora en más denominaremos su **conducta online**, viendo el concepto de conducta como el

"Simplemente debiésemos interpretar los canales digitales del entrevistado para saber el nivel de formalidad con el que se comunica o escribe en Internet y detalles como esos. Percepciones más de su hacer online que formas de ser en persona"

**Máximo Tell**

conjunto de acciones que desarrolla un sujeto frente a los estímulos que recibe y los vínculos que establece con su entorno [7].

En las redes sociales, el entorno está dado por los seguidores, amigos y contactos del entrevistado. También se piensa a nivel de grupos de interacción, en qué comunidades virtuales participa de modo más activo y qué temas se tratan en ellas.

Para Hanneman (2000) las redes sociales funcionan como un conjunto de actores (puntos, nodos o agentes) que tienen vínculos o relaciones entre sí. Para Velázquez Álvarez y Aguilar Gallegos (2005), ese grupo de individuos se relaciona con otros con un fin específico, caracterizado por la existencia de flujos de información.

Esos flujos de información hablan entonces sobre la conducta online del individuo, son en sí mismos su conducta. Por eso es tan importante analizarlos a la hora de crear el perfil de un entrevistado. Una lectura detallada de su hacer en línea permitirá conocer aspectos interesantes del personaje, sobre todo en su relación con los demás: ¿Qué tipo de contenido comparte? ¿Responde preguntas a sus seguidores? ¿Qué temas evade?

Son muchas las aristas que pueden encontrarse en el carácter de una persona a través de lo que publica en sus redes sociales, y en gran parte esto se debe a algunas de sus características como el acceso de forma sencilla y rápida, además de que permiten comunicar desde y hacia cualquier lugar, en cualquier momento que se cuente con el dispositivo indicado. Así muchos perfiles terminan siendo espejos de la vida real de sus creadores. Cada persona vuelca quien es, ese es su mundo.

*“Allí se mezclan contenidos públicos y privados, en una línea difusa que cada vez resulta más difícil de diferenciar. Lo privado se hace público en las redes y lo público se difunde y se comparte en cada perfil personalizado de Facebook o Twitter” (Rost:2011)*

Pero en algunos casos, las redes sociales son un arma de doble filo: tal es el ejemplo de personas famosas o políticos, que suelen cuidar su imagen muchísimo más que la persona promedio que navega en la red. Desde las imágenes compartidas hasta las respuestas a seguidores suelen llevarles un tiempo de evaluación previa, para ver si corresponden con la imagen que quieren proyectar en su público. Publican contenido de alcance directo saltando, lo que no significa reemplazando, al trabajo periodístico (Rost:2012)

Pese a lo anterior, estos datos no pierden valor para la investigación periodística. En una entrevista resulta interesante la contrastación de declaraciones en la vida real con algunos datos de las redes sociales, e incluso pueden crear una combinación original. Sobre todo porque la cantidad de voces que hablan y describen al personaje es mucho mayor. *“Lo interesante de la prensa en línea no es ahora publicar noticias y artículos de opinión en el que el medio toma posición sino filtrar la información que podría interesarle al lector”* (Luján:2013)

El Doctor en Periodismo Alejandro Rost propone en “Modelos de uso y gestión de redes sociales en el Periodismo” un triple abordaje de las redes sociales y su uso periodístico:

Enfoques para el uso periodístico de las redes sociales		
Recepción	Medios ← Usuarios	Recibir información, ideas
Difusión	Medios → Usuarios	Distribuir contenidos
Interacción	Medios ↔ Usuarios	Interactuar con lectores y fuentes

- A la hora de elaborar contenido periodístico, el autor destaca **la recepción** de información e ideas por parte de los usuarios. Debido a la inmediatez que caracteriza a las redes, la noticia se difunde rápido y se propaga la última novedad, además de destacar los temas más importantes para la comunidad virtual en ese momento. Así ocurre con la red social Twitter, que en voz de José Luis Orellana (2011) es *“una red social, aunque por razones estratégicas, se defina como una red de información”*.
- El segundo intercambio se produce de los medios hacia los usuarios, y es **la difusión** de contenidos. Una difusión que el autor define como social, ya que aumenta en la medida en que el contenido sea compartido, comentado y/o recomendado por más usuarios en la red. Así ocurre que los usuarios de referencia cobran importancia, dado que su “filtro” de noticias sigue inmediatamente al de los periodistas.

Una comparación interesante es la realizada por Juan Carlos Luján en su artículo “Periodismo digital y la relación con los usuarios en la era digital” [9] entre *push*, un concepto del campo de la publicidad, y su aplicación en el campo del periodismo. Push significa para los publicistas el proceso de empujar el mensaje hacia el consumidor en cada anuncio difundido en los medios, luego del cual el anunciante espera sentado una respuesta favorable. En el periodismo, representaría a los medios tradicionales.

*“El cambio viene con la estrategia del Pull. Aquí los publicistas buscan atraer el consumidor hacia el mensaje. Traslademos ahora esta técnica al Periodismo en Internet. Aquello significará que los usuarios finales deben sentirse atraídos por la página web y una vez dentro del sitio encontrar toda la información que les permita satisfacer sus necesidades de búsqueda”* (Luján:2013) Un concepto que se relaciona con compartir contenido pero también con la interacción, que es el punto siguiente en el análisis de Rost.

- Por último, la función que el autor define como *“la más novedosa para prácticas periodísticas [...] pero también la más compleja de aplicar”*, que es **la interacción**. Se produce un acercamiento en la distancia medios-lectores, fuentes-lectores, que es difícil de interiorizar por los medios, acostumbrados tradicionalmente a una relación emisor-receptor casi unidireccional.

El Doctor en Comunicación Orlando Villalobos se refiere a la interacción en una de sus entrevistas [8] cuando habla de un nuevo paradigma de la comunicación, que debe favorecer la idea de ‘emancipación’, entendida como la huida del antiguo modelo que veía a las personas como consumidores pasivos de ideas. Cambiar la pauta significaría lograr que los ciudadanos tengan más control del ejercicio de la comunicación porque así *“se es más consciente de su entorno”*.

En la pre-producción de la entrevista vía e-mail se puede pensar entonces en una doble utilidad de las redes sociales:

- ❖ en la verificación de los perfiles online y
- ❖ como fuente de información sobre los entrevistados

Estas dos utilidades se corresponden también con las 1 y 3 del análisis de Rost. El periodista lee datos sobre los entrevistados en sus redes sociales y al mismo tiempo es a través de ellas que se establece la comunicación entre ambos.

## 2. PRODUCCIÓN

Como se mencionó en el capítulo anterior, la pre-producción de una entrevista vía e-mail supone una serie de pasos que llevan al periodista desde la concepción de las preguntas hasta su redacción. Es definida como el paso previo a entrevistar; mientras que la producción es el acto de entrevistar en sí mismo.

En la etapa de producción de una entrevista realizada vía e-mail se trabaja con elementos muy diferentes a los de una entrevista tradicional. Por lo general, elementos relacionados con el medio en que cada una es realizada, herramientas de trabajo que son diferentes, la decodificación de la información y, por supuesto, el momento de encontrarse con el entrevistado.

Ese encuentro supone una serie de nuevos desafíos, tanto para el entrevistador como para el entrevistado. Planificar y negociar con una pantalla de por medio, sincronizar las respuestas e intercambiar mensajes claros. Pero un mensaje que resulta efectivo para una de las partes puede no serlo para la otra, y de ese modo se produce **“ruido” en la comunicación**. Un ruido que no es muy diferente al que ocurre en la entrevista tradicional, pero que sí se intenta solucionar de un modo distinto.

En ambos tipos de entrevista este “ruido” puede tener dos orígenes: interno o externo. El ruido interno está relacionado con el mensaje en sí, mientras que el ruido externo se debe a una falla en los dispositivos que estamos utilizando. En ambos tipos de entrevista, el ruido interno puede solucionarse desde la pre-producción, es decir, prever la actitud del entrevistado mediante la investigación de su biografía, artículos que haya escrito, su perfil en las redes sociales y demás cuestiones ya vistas en el capítulo anterior. Pero en la entrevista vía e-mail también entra en juego la **redacción del mensaje**.

Un e-mail que está mal redactado, mal introducido, con información sin completar o con exceso de información, podrá ocasionar ruido en la comunicación. Por eso es importante analizar cómo se escribe, los campos a completar de un e-mail, por qué es necesario completarlos a todos y cómo hacerlo.

## 2.1 *Netiquette*

Para que un e-mail sea elocuente y eficaz es recomendable que el entrevistador domine la netiqueta, que viene de la palabra francesa *netiquette*, que se traduce como las buenas maneras de la comunicación (Laborda Gil:2003). Otro concepto que acerca a la entrevista vía e-mail con la tradicional: la cortesía en el encuentro con el entrevistado y su importancia.

Si bien a la hora de hablar de *netiquette* la mayoría del material consultado apunta a modos y protocolo, en este capítulo se intentará confeccionar una guía que apunta a que la redacción de e-mails resulte efectiva para periodistas que desean realizar una entrevista por este medio.

La cortesía en el e-mail está intrínsecamente relacionada con el estilo utilizado, así como las formas expresivas de tratamiento, el registro y los usos. Como explica Laborda Gil (2003), los usos comunicativos afectan a la cantidad y la calidad de los mensajes enviados, además de su proporción y la relevancia para el destinatario.

### 2.1.1 Similitudes con el género epistolar

*“El género epistolar es uno de los más ricos para conocer a las personas y a las relaciones interpersonales entre ellas. El correo electrónico, si se desarrolla en toda su amplitud, es una nueva concreción por el soporte digital de esa correspondencia”*

-Manuel Carmona Rodríguez

El género epistolar es una forma de expresión literaria que se materializa en una carta o una serie de ellas. Como manifestación comunicativa, pone en contacto al menos a dos personas: una que transmite ciertos contenidos, y otra que accede a ellos y puede responder si lo desea. Al igual que ocurre en toda manifestación literaria, se trata de una comunicación a distancia (Pulido Tirado:2001) y al igual que ocurre en el e-mail, difiere de

la comunicación cara a cara en la que varios sujetos presentes hablan y reciben respuestas en el acto, directamente.

El carácter de la carta se encuentra entonces en esa comunicación diferida en espacio y tiempo. Ese parámetro comunicacional que también caracteriza al e-mail, y deja entrever las paradojas que son inherentes a su estructura: *los contrastes entre presencia y ausencia, lo imaginario y lo real, lo cercano y lo lejano* [14].

En cuanto a su similitud con el género entrevista, la naturaleza de la carta y esta comunicación no inmediata la hacen especialmente apta como vehículo de preguntas y respuestas. Además, por la forma, coincide y eventualmente adopta los contenidos de la autobiografía y el diálogo, en cuanto esos géneros se sirven también de la primera persona [15].

También es importante destacar la carta como un pantallazo rápido de la época en la que fue escrita. Al permitir temas tan variados, muchas de ellas suelen llevar impresos acontecimientos políticos, culturales o históricos que viven sus escritores. En ese sentido, la entrevista funciona también en sus más variadas presentaciones como índice y señal de un momento determinado de la historia de un personaje.

En cuanto a la comunicación, el e-mail supone más fluidez que la carta. La extensión característica del género epistolar se ve fragmentado en el e-mail, y en cierto modo se debe a una interacción más rápida por vía electrónica. Sin embargo, pese a significar un intercambio más o menos inmediato y tener modelos de producción e interpretación distintos, existen ciertas reglas que son comunes en ambos formatos: *“A pesar de algunas diferencias, un mail es, básicamente, una carta, un mensaje. Esto, que puede parecer una obviedad, en la práctica no lo es. Muchas veces parecemos olvidar esta simple premisa”* (Siccardi:2002).

Las características del e-mail hacen referencia constante a las del modelo epistolar clásico, si bien la incorporación de la computadora como contexto de interacción hace que las esferas del discurso epistolar se “manchen” con las de la comunicación electrónica. Así, el resultado es un género nuevo, pero que surge de esa intersección de las propiedades del

discurso epistolar con las particularidades del discurso electrónico (Vela Delfa:2006). “*La carta y el correo electrónico son dos géneros diferentes aunque puedan pertenecer a un mismo discurso epistolar del que ambos heredan, al menos parcialmente, algunas propiedades comunes*” [16].

Pese a que en un e-mail las exigencias de formalidad son mucho menores, tanto en éste como en una carta existe una prioridad, que es la **claridad del mensaje**.

María Capón, blogger de *The Emailing Experience* [17] profundiza en el tema y recomienda utilizar las siguientes reglas de redacción escrita, adaptadas a las características del medio electrónico:

- Claridad: Escribir con un máximo de sencillez para que el código permita el paso del mensaje.

Brevedad: Dar la máxima información en un mínimo de palabras.

Precisión: El texto debe focalizarse en lo que interesa.

Corrección: Se debe escribir correctamente, cumpliendo las normas gramaticales y estructurales y presentar el texto formalmente digno.

Totalidad: Evitar dar la impresión de que transmite un mensaje incompleto.

Originalidad: No copiar las formas.

## 2.2 Estructura del e-mail

En “Estilo y cortesía en el correo electrónico”, Xavier Laborda Gil propone diez aspectos a analizar sobre el e-mail. A partir de este abordaje sumado al material de distintos teóricos y periodistas entrevistados es que puede puntualizarse su importancia, referida específicamente a la realización de entrevistas a través de este medio.

En esta investigación se utilizaron como plataformas de envío de e-mails la misma página de LinkedIn y también Outlook, en caso que el entrevistado proporcionara su dirección de correo y no respondiera directamente a través de LinkedIn. Para este análisis se utilizarán ejemplos tomados de los dos correos.

### 1. Tres referencias básicas: remitente, fecha y destinatario



Laborda Gil señala que el valor informativo del nombre de la cuenta puede resultar incongruente en una relación formal. Se refiere puntualmente al nombre de cuenta desde la que se enviará el e-mail (1). Especialmente en el ámbito profesional es necesario cuidar esta cuestión.

El autor también cita algunos ejemplos: *nikita@...* refiere una heroína del cine de acción, *elpresonumero9@...* denota una posición política, *gatomagico@...* aporta una connotación poética o *saltatrampas@...* proclama un lema personal.

Desde el portal de RRHH Web [18] aseguran: “*Es importante comprender que los correos electrónicos se han convertido en un sello de la personalidad que será visto por muchos y escrito diariamente*”. Especialmente en el ejercicio periodístico, es recomendable utilizar una cuenta que tenga como nombre de usuario el nombre y apellido de quien envía el correo.

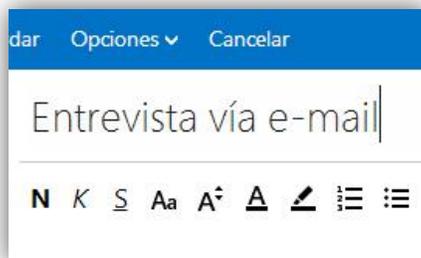
En cuanto a la fecha, Laborda Gil recomienda revisar que la computadora desde la que se envía el e-mail tenga la fecha configurada de modo correcto.

Por último, pero no menos importante, el destinatario (2). El autor habla de “comunicación descuidada” cuando el destinatario no configuró su cuenta para que aparezca su nombre, por lo que aparece repetida su dirección de e-mail (A: merikaulitz@hotmail.com <merikaulitz@hotmail.com>)

Pero también es necesario tener en cuenta otras dos opciones para escribir destinatarios, indicadas en el portal oficial de Office [19]. La primera es CC (3) que es el modo abreviado de Con Copia. El mensaje se enviará a las direcciones de correo escritas en este campo, y los demás destinatarios podrán ver sus direcciones.

Para ocultar las direcciones de ciertos destinatarios existe la función CCO (4) que significa Con Copia Oculta. El mensaje les llegará, pero nadie verá que les ha sido enviado.

## 2. Asunto



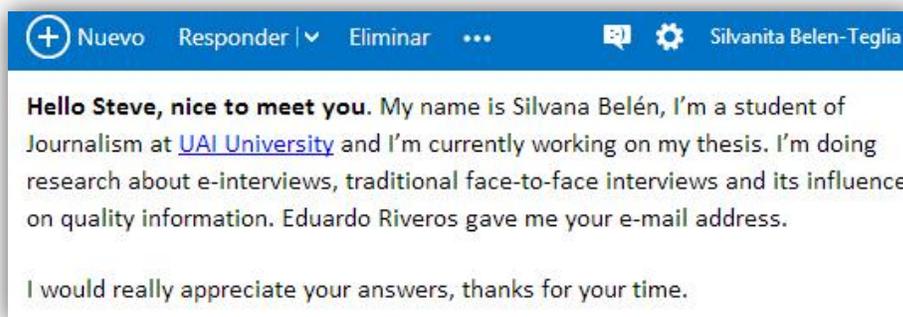
Es el campo donde se escribe el tema del que trata el e-mail. Si bien es optativo completarlo o no, Laborda Gil recomienda hacerlo ya que se cumple con un principio de cortesía y da la impresión de seriedad y orden.

Pablo Iglesias comenta en el portal OMExpo News [20] un punto importante de la estrategia de marketing online que también puede ser aplicado en la redacción de e-mails para una entrevista: *“dale motivos al destinatario para abrir tu e-mail”*. Se refiere precisamente a resumir en esa línea del asunto todo lo que se busca transmitir, un ejercicio de conceptualización interesante.

También Daniel Grifol [21] escribe en su blog sobre productividad personal y empresarial sobre la gestión del correo, desde el instante en que la comunicación se inicia con el interlocutor hasta el momento en que se recibe una respuesta. Cuando se refiere al asunto de un e-mail, sugiere que éste contenga el nombre del proyecto al que va asociado el correo, que sea un tema realmente descriptivo (y no al estilo “leer cuanto antes” o “muy importante”) y finalmente no escribir que el e-mail es urgente, ya que la importancia del mismo la determinará el receptor al instante si el asunto está bien redactado.

Otra recomendación del blog Bitelia [22] es renovar el asunto si la conversación se extiende a una serie de e-mails, además de evitar títulos demasiado largos, ya que se corre el riesgo de que no puedan ser leídos correctamente en algunos dispositivos.

### 3. Cuerpo del mensaje y convenciones de cortesía



El cuerpo del mensaje contiene todo el texto que se desea enviar. Suelen ser textos informativos concisos y breves, y su finalidad es la de presentar un hecho o preguntar sobre temas concretos, como en el caso de la entrevista. Para ello, se parte de una esquematización inicial que muestra la noción y una posible evaluación, por lo que la descripción se alterna con la narración (López Alonso:2006).

En cuanto a la estructura que se debe seguir, dos entrevistados para esta investigación remarcan la importancia de dividir la información en bloques temáticos:

*“La estructura de las preguntas sí es importante tenerla muy clara, hacerla por bloques de los temas que se vayan a tratar, muy concretas y sin portillos para que se salga por la tangente, por lo general las preguntas más que sé que van a causar más escollo las dejo para cuando la entrevista haya madurado un poco” –Marlon Ávalos.*

*“La mejor guía ha de consistir en estructurar bien el cuestionario dividiéndolo en bloques temáticos si es preciso; y también en ordenar las cuestiones de forma que las primeras preguntas sean una toma de contacto y propicien una predisposición*

*positiva del protagonista a seguir respondiendo y las más incisivas aparezcan a mediados o al final de la entrevista” –José Luis Rojas Torrijos.*

Esta distribución de la información en bloques también es sugerida por el portal GCFAprendelibre [23], que en su sección Tecnología ofrece recomendaciones para redactar un e-mail. La organización del mismo debe ser en orden de prioridad, ya que el destinatario podría tener muchos otros e-mails en su bandeja de entrada, y poco tiempo para leerlos. Por ello se recomienda utilizar la pirámide invertida a la hora de esquematizar el mensaje, disponiendo la información más importante al principio y la menos importante al final. Este es un ejemplo extraído del mismo portal:

**Mensaje mal organizado:**

Con respecto a la reunión que tuvimos la semana pasada y en la que se trataron los temas de presupuesto y mercadeo de la compañía, quiero comentarle que sus aportes fueron bastante enriquecedores para la junta.

No se hablan tenido en cuenta los aspectos por usted propuestos en cuanto a inversiones en el proyecto de "Guamo Group" y los comentarios acerca de su ponencia fueron bien calificados por la gerencia.

En consecuencia, me permito informarle que su solicitud de inclusión de su carpeta en el programa anual de la compañía estará vigente a partir del mes de enero.

Cordialmente,

**Mensaje bien organizado:**

Cordial saludo,

Me permito informarle que su solicitud de inclusión de su carpeta en el programa anual de la compañía ha sido aprobada y estará vigente a partir del mes de enero.

Lo anterior teniendo en cuenta su ponencia en la reunión llevada a cabo la semana pasada, cuyos aportes fueron bien calificados por la gerencia.

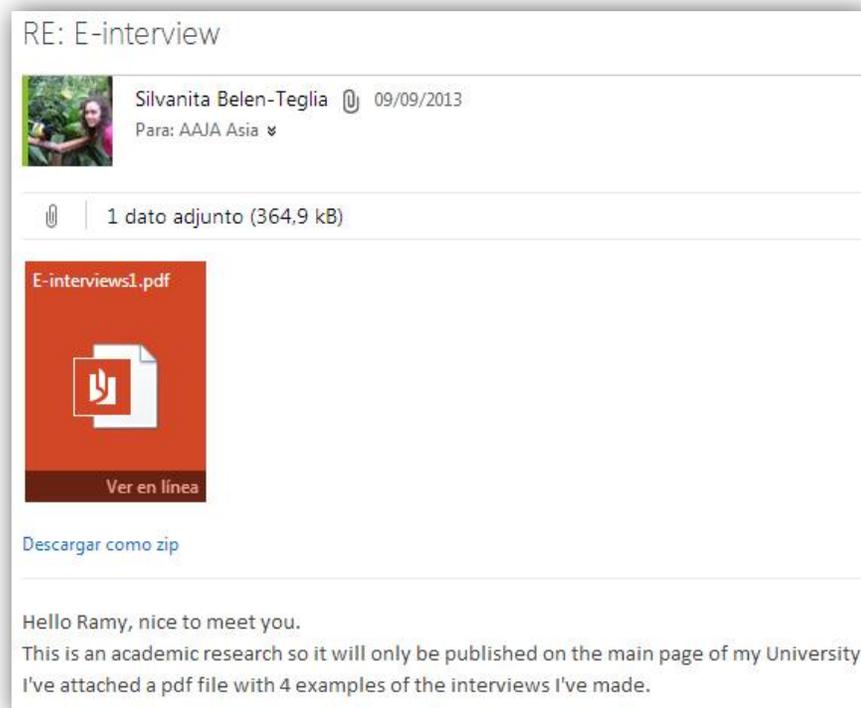
Hasta el momento no se hablan tenido en cuenta los aspectos por usted en cuanto a inversiones en el proyecto de "Guamo Group".

Cordialmente,

En cuanto al saludo, Laborda Gil sugiere utilizar un saludo inicial y una expresión adecuada de despedida. Expresa que el criterio para prescindir de convenciones de cortesía está en el registro que se puede emplear con determinados interlocutores y fines comunicativos, y el correo electrónico no es la excepción a las reglas formales.

Sin embargo, López Alonso (2006) señala que rara vez el relato escrito en un e-mail tiene final, y argumenta que se debe a la necesidad de dar la voz al otro y establecer un diálogo.

#### 4. Información en el cuerpo del mensaje y en un archivo adjunto



En el caso que se desee enviar documentación relevante para la investigación que se está realizando, pueden enviarse los archivos como adjuntos. Esta última opción es recomendable cuando el corresponsal ha de disponer de la información en un formato específico y original o bien cuando la información es voluminosa (Laborda Gil:2003).

Sin embargo, una de las entrevistadas advierte sobre el envío de adjuntos en una entrevista vía e-mail: *“Intentar siempre que aunque te envíen las respuestas en un documento como archivo adjunto, las copien en el cuerpo del mensaje para evitar problemas de compatibilidad al abrir los archivos y perderlas”* – Dolores Rodríguez

Misma observación que hacen los investigadores Dommeyer y Moriarty [24] sobre las preguntas enviadas en el propio cuerpo del e-mail o en un adjunto, que desde su punto de vista presentan muchos obstáculos para el potencial entrevistado. Señalan además que para responder a un e-mail con archivo adjunto, el entrevistado deberá tener: un fuerte interés en la respuesta; el hardware y software que le permitan descargar, leer y cargar un archivo externo; el conocimiento suficiente para realizar los distintos pasos al responder; además de poco miedo a los virus informáticos.

## 5. Tarjeta personal

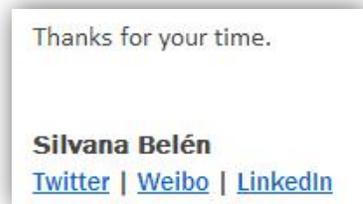


La tarjeta personal puede configurarse para que aparezca de modo automático al final del e-mail, para no tener que volver a escribir los datos de contacto cada vez que se envía un mensaje. Opera como firma y suele incluir: nombre y apellidos,

cargo, dirección postal y web, número de teléfono, etc. La inclusión de la tarjeta personal, en la modalidad que se escoja para cada comunicación, aporta información útil y cumple con el mandato de cortesía de no dar por supuesto que el destinatario conoce al remitente (Laborda Gil:2003)

Un estudio realizado por Writethat.name asegura que el 52% de los profesionales adjunta su firma de forma automática en los e-mails [25], lo que muestra su importancia y funcionalidad. Primero, para dar estilo al cierre de la comunicación, y segundo para llamar la atención del interlocutor [26].

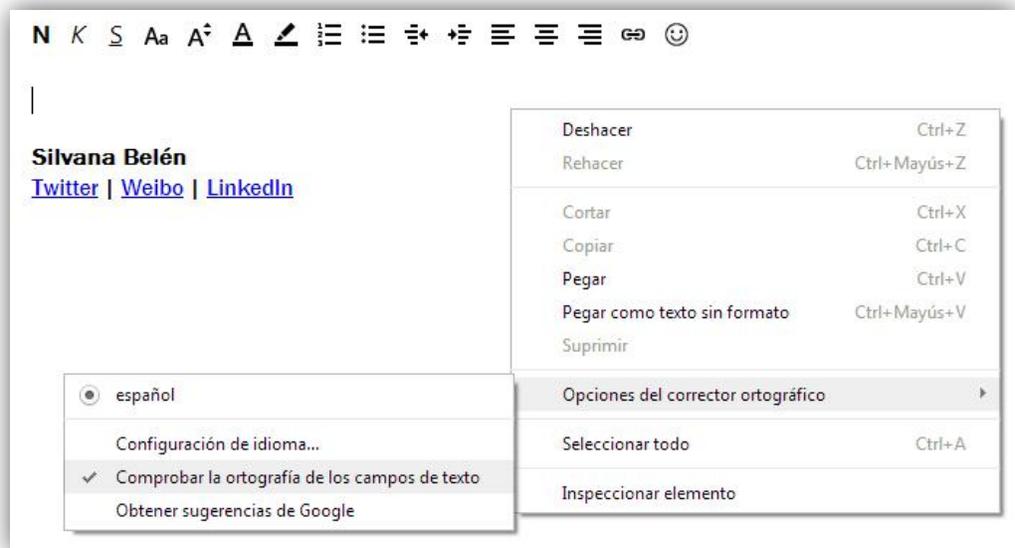
También resulta muy efectiva la inclusión de links a las redes sociales utilizadas, ya que al hacer click el entrevistado podrá tener una vista rápida de la actividad en la web del entrevistador.



## 6. Edición del mensaje y uso del corrector ortográfico

La revisión de lo escrito asegura la precisión de la información que se quiere enviar, además de conseguir pulcritud en el conjunto y dar una sensación de atención y respeto por el destinatario (Laborda Gil:2003).

Muchas veces al estar realizando una entrevista vía e-mail, la búsqueda de un ritmo de producción cercano al presencial provoca la presencia de un estilo descuidado, que puede presentar erratas tipográficas y/o faltas de ortografía (Vela Delfa:2006). Por eso es importante, antes de comenzar a redactar, configurar el corrector ortográfico.



Algunos exploradores tienen un corrector ortográfico integrado. El modo de funcionamiento es resaltando las palabras que no son reconocidas por el corrector en color rojo.

## 7. Medida de los mensajes

A pesar de la posibilidad técnica de enviar textos de extensión amplia, la realidad refleja que los cuerpos de los mensajes electrónicos no suelen presentar gran número de párrafos (Vela Delfa:2006)

Particularmente en la entrevista vía e-mail, la extensión está dada por la cantidad de preguntas incluidas en el cuestionario, además de las acotaciones o introducción al tema que el periodista quiera hacer. Este tema se desarrolló en el capítulo 1 y está relacionado con la pre-producción de la entrevista, aunque vuelve a cobrar relevancia a la hora de enviar el e-mail y pensar en su esquematización. Dos entrevistados cuentan al respecto:

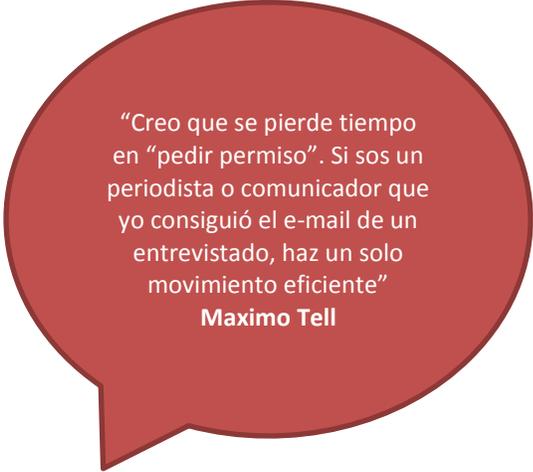
*“En una entrevista presencial el diálogo va llevando de una a otra, pero en e-mail, donde se va escribiendo, un cuestionario largo podrá desestimular al entrevistado al sentir que "no acaba". Pienso que el máximo es de 5 ó 6 preguntas cuando se*

*hace por e-mail la entrevista” - Tania Lucía Cobos*

*“Tampoco puedes elaborar un cuestionario muy extenso, ya que el entrevistado se va a cansar antes de empezar a responder y su información pierda calidad. Es por esto que la pre-producción de la entrevista vía e-mail requiere un mayor trabajo de análisis a la hora de elaborar el cuestionario, sobre todo si luego no vas a contar con la posibilidad de contactar de nuevo con el entrevistado (algo que ocurre en muchas ocasiones)” – Gorka Artaza*

Por otro lado, la medida de los mensajes determinará el número de interacciones. Si la entrevista se envía de modo dividido, como puede ser un bloque temático en cada e-mail, la interacción entrevistado-entrevistador durará más que si se envía toda la información en un solo mensaje.

Meho (2006) investigó via e-mail cuál de los dos métodos de envío resultaba más cómodo para los entrevistados. El resultado indicó que todos los datos de la entrevista pueden ser enviados en **un solo e-mail**, incluyendo la invitación para que el entrevistado participe, la información necesaria sobre los investigadores, formularios, instrucciones y plazos establecidos para la entrevista.



“Creo que se pierde tiempo en “pedir permiso”. Si sos un periodista o comunicador que yo consiguió el e-mail de un entrevistado, haz un solo movimiento eficiente”

**Maximo Tell**

Particularmente si se realizan muchas entrevistas de modo simultáneo, enviar toda la información en un solo e-mail es conveniente y cómodo para el periodista a la hora de recolectar los datos y realizar comparaciones entre las distintas opiniones de los entrevistados.

## 8. Respuesta a los mensajes

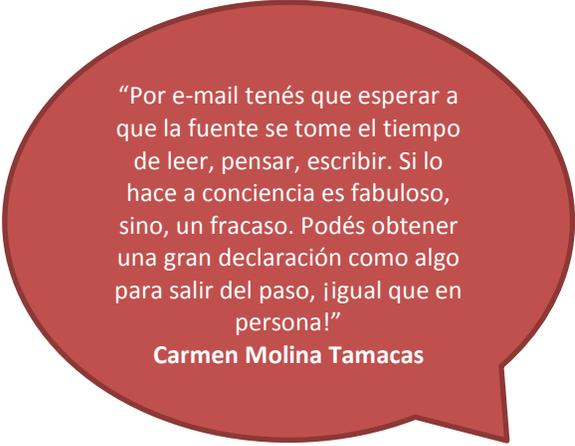
La relación de dependencia que une un mensaje y su respuesta implica la alternancia de papeles enunciativos, generando una estructura en torno a un esquema de interlocución que permite reconocer el carácter interaccional de este género (Vela Delfa:2006)

Es de suma importancia el acto de responder cada uno de los e-mails recibidos. Es una obligación de la *netiquette*. El entrevistado puede responder en un bloque o bien insertando sus respuestas entre los párrafos del mensaje recibido, lo que resulta también útil a la hora de procesar los datos.

*“Esta opción del ‘bocadillo’ textual está justificada cuando importa la literalidad de los términos y su contraste con la réplica; de otro modo, resultaría farragoso y grosero”* (Laborda Gil:2003)

Por otro lado, la flexibilidad de tiempos de respuesta en una entrevista vía e-mail genera incertidumbre, y puede ser una experiencia frustrante para el investigador. Uno de los problemas prácticos que surgen a partir de la espera de la respuesta del entrevistado es cuando no

está claro el motivo de la demora. El entrevistado puede estar ocupado o tal vez no ha pensado todavía en una respuesta apropiada, y tan solo es cuestión de esperar la llegada del mensaje. Pero por otro lado, también puede tratarse de un problema en el proceso de investigación y el entrevistado puede estar disconforme con algún aspecto del cuestionario recibido, o tal vez ni siquiera piense en responder (Bampton y Cowton:2002).



“Por e-mail tenés que esperar a que la fuente se tome el tiempo de leer, pensar, escribir. Si lo hace a conciencia es fabuloso, sino, un fracaso. Podés obtener una gran declaración como algo para salir del paso, ¡igual que en persona!”

**Carmen Molina Tamacas**

¿Qué ocurre entonces si el entrevistado no quiere responder? Desde NewsLab (2009) ofrecen una serie de cuestiones por las que un entrevistado puede negarse a responder una entrevista:

- No tiene tiempo.
- Tiene miedo.
- No sabe qué decir.
- Está protegido.
- No tiene motivos para hablar con el entrevistador.

En caso que el entrevistado **no disponga de tiempo** para responder un cuestionario extenso, el entrevistador puede modificarlo y seleccionar sólo las preguntas más importantes, o reajustar la fecha límite de envío de las respuestas. Todo depende de la importancia del entrevistado, así como la fecha de publicación de la nota.

También puede ocurrir que el entrevistado **sienta vergüenza o no esté seguro** de realizar la entrevista. En este caso, basta con recordarle que la entrevista será realizada vía e-mail, y el medio ofrece un grado de protección mayor al que se da en una entrevista cara a cara. También permite ampliar el rango entrevistados, ya que quedan incluidas personas que en el intercambio personal se sentirían atemorizados, ya sea por motivos lingüísticos o culturales (Bampton y Cowton:2002).

En el caso que el entrevistado **se sienta perdido en el cuestionario** y no sepa qué responder, existen dos posibilidades: que no se haya hecho un correcto abordaje de la problemática y formulación de las preguntas; o que el entrevistado elegido no sea el más indicado para la investigación. En cualquier caso, debe volverse sobre los pasos de pre-producción.

Otra cuestión importante es la de la protección. Un entrevistado puede ser inaccesible si no es a través de su agente de prensa, secretario, manager, etc. O también **su respuesta puede estar limitada** por el grupo de poder al que pertenezca o se lo asocie. Ya lo decía Halperín (2005): “*la entrevista periodística es un intercambio entre dos personas físicas y unas cuantas instituciones que condicionan subjetivamente la conversación*”. Frente a estos entrevistados lo ideal

sería asegurar una entrevista directa y personal, aunque siempre está el recurso de realizar preguntas muy personales o referentes a declaraciones muy específicas que sólo el verdadero personaje pueda conocer.

Por último, si un entrevistado **crea que no tiene motivos para dar la entrevista**, será tarea del periodista convencerlo de que sí los tiene. Si es una fuente valiosa, hacérselo saber puede cambiar su decisión, especialmente cuando se trata de especialistas en un tema o fuentes de primera mano para la investigación.

## 9. Archivo de mensajes

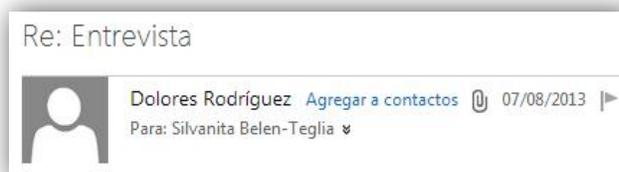
Laborda Gil se refiere al archivo como un **conjunto organizado de datos** o registros almacenados como una unidad. Agrega también que para mantenerlo en condiciones, conviene atender a la capacidad física del programa y a la relevancia de sus contenidos. La creación de un archivo con los e-mails de la investigación es de suma importancia, ya que la selección de los documentos que se guardan facilita su recuperación y consulta.

En esta investigación en particular el archivo se mantuvo en la red social LinkedIn. En primer lugar, porque la mayoría de los entrevistados respondió por ese medio, además de que la organización de los e-mails de LinkedIn resulta muy efectiva. Cada mensaje muestra en un costado la foto de perfil del remitente, así como un link a su sitio y la posibilidad de marcarlos como “importantes” o archivarlos directamente desde la bandeja de entrada:



## 10. Libreta de direcciones

En Outlook la libreta de direcciones se crea de modo automático y contiene los contactos que se hayan añadido anteriormente a la carpeta “Contactos”. Cuando se recibe un e-mail de un destinatario nuevo, al lado de su nombre aparece la opción “agregar a contactos”:



Luego de que se agregó a la lista de contactos, aparecerá la opción “editar contacto” que permite añadir información de contacto a la tarjeta de cada persona. La libreta de direcciones es un **recurso fundamental** para la investigación, ya que resuelve muchas consultas y, si está bien confeccionada, puede ahorrar mucho tiempo de búsqueda sobre un contacto en particular.

Editar contacto

**Nombre**

Nombre de pila  
Dolores

Apellidos  
Rodríguez

Empresa  
Asia Red

+ Nombre

**Correo electrónico**

Personal ▾  
drodriguez@asiared.com

+ Correo electrónico

**Teléfono**

Guardar Cancelar

## 2.3 E-ntrevistando

Retomando la idea de “ruido en la comunicación” expuesta al principio este capítulo, se ha visto cómo una correcta administración y utilización de la netiqueta sumada a una estructuración precisa del e-mail ayudan a que el mensaje llegue de un modo más efectivo al receptor, evitando fallas en el proceso.

Ahora es momento de analizar puntualmente la **experiencia de los periodistas** en la producción de una entrevista vía e-mail, su guía de procedimiento y errores más comunes. Para ello se tomó como punto de partida la entrevista realizada a Steve Buttry, periodista y editor de transformación digital del grupo Digital First Media, y a partir de sus respuesta a la cuarta pregunta *“How do you conduct an e-interview? Do you follow certain steps? What do you think are the most common mistakes to avoid?”* se amplió la información con las distintas voces de los entrevistados y la teoría.

Se hará hincapié en la primera parte de la pregunta, referida a la realización en sí: *¿Cómo llevás a cabo una entrevista vía e-mail? ¿Tenés una guía o pasos a seguir?*

### ➤ «Trato que las preguntas sean **cortas**»

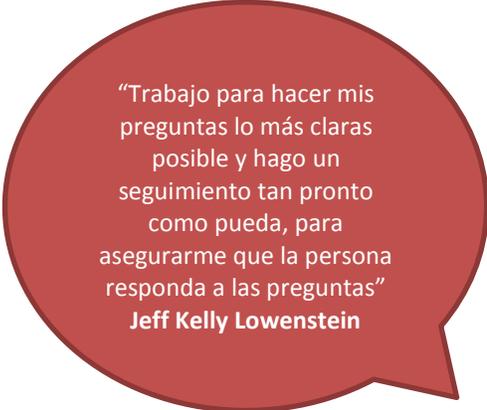
Aquí se retoma la idea expuesta en el capítulo 1 (página 12) que proponía cuatro máximas en la redacción: sea breve – sea objetivo – sea simple – sea específico. Teniendo en cuenta estos cuatro puntos, la claridad de la información será mucho mayor y permitirá una mejor comprensión y abordaje de las preguntas.

*“El entrevistador deberá formular y redactar preguntas claras y concisas que no alteren el flujo de comunicación en sentido inverso. Una pregunta excesivamente compleja, supondría una mayor redacción a la hora de responder, leer y asimilar por la parte contraria”* -Roberto Carrasco Calderón

La clave para definir buenas preguntas es la claridad, y esta no sólo depende de la extensión de las mismas. El Manual de Géneros Periodísticos de la Universidad de

la Sabana, Colombia [27] propone analizar las preguntas redactadas según un esquema valorativo, cumpliendo los siguientes requisitos:

- Ser claras
- Ser abiertas
- Tener interés general
- Buscar información
- Conseguir explicaciones
- Dar lugar a controversias
- Traer anécdotas



“Trabajo para hacer mis preguntas lo más claras posible y hago un seguimiento tan pronto como pueda, para asegurarme que la persona responda a las preguntas”  
Jeff Kelly Lowenstein

*“Lo básico es entender bien que es lo que buscás con las respuestas. Es decir, hacia donde va el foco de la nota o el título que pretendés. Por experiencia personal, creo también es importante hacer pocas preguntas y concisas”* -Diego Yañez Martínez

- «Incluyo **links de contexto**, si el contexto de la pregunta se relaciona con algo sobre lo que yo u otra persona hayamos escrito»

Proporcionar enlaces de soporte al entrevistado resulta muy eficiente para la comprensión de ciertos temas de la investigación. Es un recurso que puede ser utilizado por el periodista, pero también por el entrevistado.

Como comenta la periodista entrevistada Renata Cabrales Rojas, el entrevistado podrá añadir a sus respuestas vía e-mail contenido como links de notas relacionadas, documentos, audios, etc. Y constituye una de las ventajas de la entrevista vía e-mail a la que no puede accederse en el modo tradicional de la misma.

- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿Vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?

Tradicional, porque cuento con más elementos al momento de armar mi entrevista para publicarlo y cuento con el recurso de hacer una introducción haciendo la ambientación. Te anexo una que hice como ejemplo, es una entrevista a un rector estatal:

<http://www.eldiariodecoahuila.com.mx/notas/2011/10/24/hace-camino-andar-choa-rivera-259813.asp>

En la imagen puede apreciarse un ejemplo, en este caso del periodista Guillermo Robles Ramirez, que utiliza un link para ampliar la información de la respuesta y ejemplificarla con una de sus entrevistas.

Por otro lado, las preguntas deben ir desarrollándose conforme la investigación lo indique, y una desventaja relacionada con la distancia físico-temporal es la de no poder modificar el cuestionario en base a las respuestas del entrevistado. Como consecuencia, la periodista entrevistada Karina Cabrera señala otra desventaja de la entrevista vía e-mail: *“corres el peligro de aburrir al entrevistado si haces una introducción antes de cada pregunta, algo que podrías hacer sin problemas de frente.”* Un link de contexto podría solucionar este tipo de inconveniente.

También los links sirven para lo que el periodista Martín Sanzano denomina “investigación en paralelo” del tema. En ese sentido también comenta que en la entrevista vía e-mail el periodista se siente más a prueba, argumentando que en el cara a cara que caracteriza a la entrevista tradicional se nota más el desconocimiento del tema.

Aun cuando las preguntas han sido pensadas y evaluadas previamente, siempre hay un pequeño espacio para la malinterpretación y la comunicación no efectiva. Esto se debe a la falta de interacción directa típica de la entrevista vía e-mail. De todos modos, la inclusión de información adicional puede reducir la amplitud de interpretación del entrevistado y de ese modo guiar sus respuestas, haciendo también que se reduzca la posibilidad de un malentendido (Meho:2006)

- «Trato de **seguir la comunicación** si las respuestas plantean más preguntas»

Si bien todas las ventajas y desventajas expuestas por los periodistas se analizarán más adelante, es importante destacar que la imposibilidad de repreguntar en la entrevista vía e-mail fue una de las desventajas más comentadas. Buttry propone no limitarse al cuestionario fijo y abrir la posibilidad de **continuar preguntando** si la situación comunicativa lo requiere.

Así, antes del momento de la entrevista, el periodista debe saber sus preguntas claves y observar los principios básicos de la investigación, pero también debe **ser flexible** para poder responder a información sorpresiva o algún comportamiento del entrevistado que sea inesperado (Bravo:2013)

*“Es muy importante estar abierto a lo que se presenta y filtrarlo continuamente de manera que, si la comunicación sigue, puedas estar alerta y ver adónde va el hilo de la conversación. Al mismo tiempo, es importante controlar el proceso de modo tal que puedas redirigir a la persona hacia preguntas específicas que no se hayan respondido, si es que sus respuestas se desvían por un camino tangencial”* Tom Kennedy

Se debe ser puntual con las preguntas que sigan al cuestionario, sobre todo cuando se necesitan aclaraciones, ilustraciones, explicaciones o elaboraciones. Es importante revisar continuamente si se han recibido mensajes nuevos de los entrevistados y, si es necesario, pueden resumirse las respuestas del entrevistado y enviarlas nuevamente para su verificación. Esto mostrará comprensión y preocupación por una correcta representación de su voz, así como la clarificación de malas interpretaciones [28].

- «Le doy al entrevistado un **período de tiempo** en el cual me gustaría recibir sus respuestas»

Ya se planteó con anterioridad la importancia de la **respuesta a los mensajes** (ver página 15) especialmente cuando se está llevando a cabo una entrevista que debe ser editada en un corto período de tiempo. Establecer plazos resulta entonces conveniente, particularmente si el cuestionario es enviado en partes.



“Se gana tiempo al no tener que coordinar un encuentro, mas allá de los requerimientos de envío de las respuestas”

-María Virginia Bertetti

*“Es necesario realizar el contacto, negociación y seguimiento del proceso con el Departamento de Comunicación de la persona (o mejor directamente con él o ella, si es posible). No basta con enviar un correo electrónico y esperar respuesta sin más. Hay que aclarar los detalles y la fecha prevista de respuesta” - Rafael Delgado*

Meho (2006) recomienda indicar las fechas límite desde el primer momento en que se solicita la entrevista, pero que sean razonables para que los entrevistados tengan el tiempo suficiente. Una semana antes de la fecha límite se puede **enviar un recordatorio** en caso que no se haya recibido respuesta alguna.

También el autor recomienda, a la hora de enviar recordatorios, adjuntar en el e-mail nuevamente toda la información importante de la entrevista, incluyendo el e-mail de aceptación del entrevistado, las preguntas y la fecha límite, ya que algunos entrevistados pueden avergonzarse de admitir que han borrado los e-mails anteriores. Para no presionar demasiado, recomienda también limitar los recordatorios a uno o dos.

Establecer fecha y hora del encuentro online con el entrevistado es tan importante como **respetar los tiempos**. También debe aclararse cuánto durará la entrevista aproximadamente, en caso que entrevistador y entrevistado decidan encontrarse al mismo tiempo. En “La entrevista y los medios electrónicos” (2005) Pocovi Garzón establece como ideal el rango de entre una hora y una hora y media, de acuerdo a la experiencia del periodista y el tema de la investigación.

➤ «Lo animo a **hacerme preguntas** si algo no está claro»

Las preguntas que se realicen luego de estar respondido el cuestionario suelen apuntar a clarificar las respuestas de los participantes u obtener información adicional y de profundidad, si es necesario (Meho:2006). Esta actividad tiende a realizarse en la etapa de análisis, es decir, una vez que se han leído en detalle las respuestas del entrevistado.

Es importante que el periodista aclare que una entrevista se realiza de a dos, es un intercambio y no simplemente el envío de un cuestionario que deberá ser respondido estrictamente. La periodista entrevistada Norma Rossi explica que a la hora de producir la entrevista busca trazar ejes de trabajo *“con la suficiente flexibilidad como para tener un boceto, pero que no me impida cambiarlo en lo que sea necesario”*.

La flexibilidad en el cuestionario, también visto en la etapa de pre-producción, permite dar más valor a la opinión del entrevistado. No dejar hablar al entrevistado es uno de los errores que se cometen al entrevistar (Falla Arroche:2009). Un “dejar hablar” que en la entrevista cara a cara se expresa en la oralidad, pero en la entrevista vía e-mail tiene su equivalencia en ceñirse tanto a hacer todas las preguntas que se deja de prestar atención a las respuestas.

Tom Kennedy reflexiona al respecto y cuenta su experiencia personal al ser entrevistado por periodistas nuevos, que se enfocaban demasiado en sus preguntas:

*“Creo que es importante como entrevistador ser un buen oyente y nunca adelantarse a las respuestas de las preguntas planteadas (sobre todo en la entrevista cara a cara)”.*

➤ **«Le agradezco profusamente»**

Una vez que se han enviado todas las preguntas del cuestionario y han sido respondidas, debe pensarse cómo darle un cierre a la entrevista realizada:

*“Yo, por ejemplo, la última pregunta siempre la dejo para decirle al entrevistado que cuente algo que no ha contado y que quiera decir. Esta es una buena táctica para que, si hay algo de lo que no le hemos preguntado, él pueda contarlo” - Javier Arriaga Climent*

*“Siempre finalizo la entrevista preguntando si hay alguna cuestión en la opinión del entrevistado sobre la que debería haber preguntado pero no lo hice; es un modo de que el público sepa más acerca de su perspectiva. Se trata de tener cierta humildad acerca del proceso de entrevistar” – Tom Kennedy*

Esta metodología de la pregunta final la comparte Manuel Carmona Rodríguez, que en su blog Rick's Café publica entrevistas y notas en las que su acercamiento al entrevistado está dado por la documentación previa, pero también por el espacio de expresión que se le da [30].

En cuanto a los agradecimientos finales, Laborda Gil (2003) destaca en “Estilo y cortesía en el correo electrónico” que el acto de responder con un texto de agradecimiento, aunque sea breve, es siempre un comportamiento propio y representa las buenas maneras comunicativas.

También en “The Art of Discovery Interview” Smith (2007) habla sobre la importancia de agradecer al finalizar una entrevista. Específicamente dice:  
*“Agradece a los participantes al final de la entrevista. Agradéceles cuando envíes una copia de la misma. Agradéceles cuando todas las entrevistas hayan terminado. Agradéceles a todos en el prólogo de tu trabajo. Cuanto más aprecio muestres a los participantes, más te apreciarán a ti”*

### **2.3.1 Errores comunes**

En base al material obtenido en las entrevistas, se enumeran los errores más comunes ocurridos a la hora de organizar y realizar una entrevista vía e-mail. Si bien la mayoría de ellos tiene lugar en el momento de la producción, hubiesen podido ser solucionados en la etapa de pre-producción.

- No especificar las palabras de las preguntas.
- No contextualizarlas.
- No indicar que si algo no se entiende, el entrevistado puede preguntar antes de responder sin estar seguro.
- No confeccionar un cuestionario ni lo suficientemente coherente ni bien engarzado, y que la entrevista se transforme en una encuesta online con preguntas tipo, de carácter genérico.
- Preguntar cuestiones que ya han sido formuladas por otros medios.
- Hacer preguntas cerradas, un sí o un no no sirven mucho cuando no existe la posibilidad de repreguntar.
- No explicar el objetivo de la entrevista y dónde será publicada.

- No prepararse lo suficiente para "sacarle el jugo" al entrevistado.
- Falta de curiosidad, aceptación de respuestas fáciles.
- Falta de voluntad para desafiar al entrevistado.

Por último, resulta útil repasar algunos de los componentes infaltables en la esquematización de la entrevista vía e-mail, en base a la tabla de recomendaciones propuesto por Meho (2006):

---

**Componentes claves en la introducción:**

- Agradecimiento
- Nombre del entrevistador
- Propósito de la entrevista
- Confidencialidad
- Duración de la misma
- Cómo se llevará a cabo
- Espacio para preguntas

**Preguntas:**

- No más de 15 con final abierto
- Primero las preguntas fácticas, luego las opiniones
- Ir más allá del cuestionario si es necesario

**Componentes claves en el cierre:**

- Comentarios adicionales
  - Qué se hará después con la información
  - Agradecimiento
-

### 3. VENTAJAS Y DESVENTAJAS

A partir de las respuestas proporcionadas por los entrevistados, se ha confeccionado una tabla que muestra las ventajas y desventajas de realizar una entrevista vía e-mail según su experiencia personal, atravesando las etapas de pre-producción y producción de las mismas.

	<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<b>Pre-producción</b>		
<b>Investigación previa</b>	Internet como fuente inagotable de datos. Multiplicidad de voces. Archivo disponible en un click.	“Info-obesidad” que puede confundir al periodista si no tiene claros los fines de la entrevista.
<b>Tipo de entrevista</b>	En la entrevista con fines investigativos, obtención de datos precisos y de primera fuente.	En la entrevista de perfil, falta de contexto en la comunicación, que debe ser recreado.
<b>Cuestionario</b>	Si es preciso, facilidad a la hora de recolectar, analizar los datos y establecer comparaciones.	Baja posibilidad de repreguntar, especialmente si la entrevista es asincrónica.
<b>Selección de los entrevistados</b>	Acceso a entrevistados que viven lejos o tienen una agenda muy apretada para realizar una entrevista cara a cara.	El proceso de selección debe ser más riguroso, especialmente si se los busca en una red social.
<b>Producción</b>		
<b>Tiempo</b>	Se ahorran tiempo y dinero.	Incertidumbre en la espera de las respuestas.
<b>Participación</b>	Certeza de prueba material de las declaraciones.	El entrevistado puede haber delegado a otra persona que respondió por él.
<b>Distancia físico-temporal</b>	Ventaja presencial y temporal, especialmente si se realiza de modo sincrónico. Investigación en paralelo.	No se percibe la información no verbal en vivo y en directo.
<b>Tratamiento de la información</b>	Posibilidad de autoeditarse. Reflexión, se gana en profundidad.	La autoedición hace que las respuestas pierdan espontaneidad.

### 3.1 Distancia físico-temporal

Uno de los indicadores elegidos para esta investigación fue la distancia físico-temporal, que atraviesa necesariamente la etapa de pre-producción y producción de toda entrevista vía e-mail. La sensación de no estar presente cuando se quiere estar. Tiempo y espacio que se redefinen.

Como punto de partida se tomará el libro de Pierre Lévy titulado “¿Qué es lo virtual?”, ya que ofrece una base teórica precisa que puede ser adaptada a la realidad de la entrevista vía e-mail en sus versiones sincrónica y asincrónica. Más adelante se hablará sobre la comunicación no verbal, una de las principales pérdidas en la entrevista vía e-mail respecto de la entrevista cara a cara.

Para comprender el tiempo y el espacio característicos de la entrevista vía e-mail:

*“Cuando una persona, una colectividad, un acto, una información se virtualizan, se colocan «fuera de ahí», se desterritorializan. Una especie de desconexión los separa del espacio físico o geográfico ordinario y de la temporalidad del reloj y del calendario”*

Lévy (1999)

Colocarse “fuera de ahí”, “virtualizarse” significa para un periodista que realiza una entrevista vía e-mail, atenerse a **nuevas reglas del espacio y tiempo** que no se corresponden con las de la entrevista tradicional: la incertidumbre de esperar una respuesta sin recibir señal alguna por parte del entrevistado, así como planificar y redactar un cuestionario con preguntas que tal vez no sean correctamente interpretadas, con el riesgo de que ni siquiera sean respondidas por el verdadero entrevistado.

En cuanto al **aspecto temporal**, existen dos tipos de entrevistas vía e-mail que pueden realizarse: sincrónicas o asincrónicas.

Las **entrevistas sincrónicas**: el entrevistador y el entrevistado se sitúan a la misma hora frente a la pantalla para establecer una conversación a través de e-mails. Permite cierto dinamismo y ligereza en el lenguaje, especialmente si se ha establecido de antemano la duración de la entrevista.

Las **entrevistas asincrónicas**: ocurren en el caso que el entrevistador no pueda acordar un horario o fecha de encuentro con el entrevistado. En tal caso, el periodista enviará el cuestionario al correo del entrevistado. La entrevista vía e-mail asincrónica es la que más se contrapone con la entrevista tradicional, ya que no sólo no se puede leer el lenguaje no verbal, sino que el margen de respuesta del entrevistado es tan amplio como él disponga, y si bien es posible repreguntar, la demora en la comunicación le da tiempo para pensar sus respuestas.

López Alonso [30] explica que en el correo electrónico la comunicación se realiza no en un tiempo sino en cuatro:

- Tiempo de escritura
- Tiempo de lectura
- Distancia temporal entre escritura y lectura
- Intervención dialogada en el texto

El **tiempo de escritura** se relaciona con las características de la redacción, así como el tipo de información que se comunica. En el caso de una entrevista realizada por este medio, si bien depende del entrevistado y el tema de la investigación, el tiempo de escritura suele estar sujeto a la revisión del material, la constante consulta de enlaces y la selección de una estructura de cuestionario que resulte la más indicada.

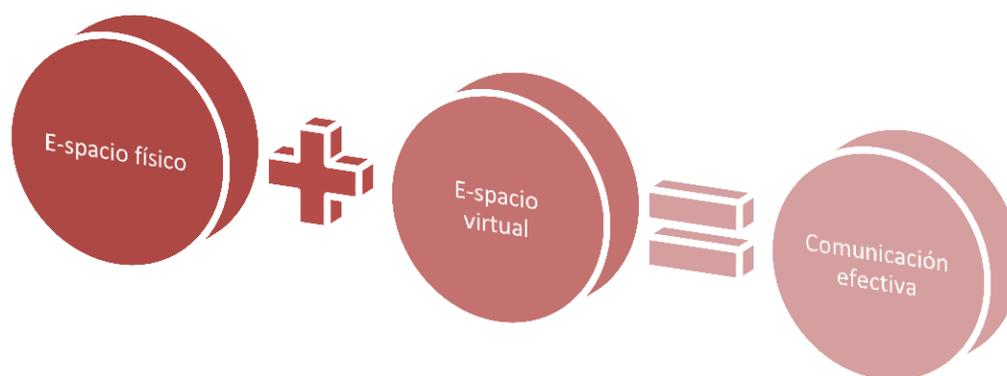
El **tiempo de lectura** viene modulado por el anterior. Puede, en caso de tratarse de una entrevista sincrónica, reducirse a una rápida interpretación y respuesta de las preguntas, logrando comunicarse prácticamente a un “Enviar” de distancia si se logra la confianza suficiente para establecer un diálogo fluido con el entrevistado, siempre que persiga los fines de la investigación.

La **distancia temporal entre lectura y escritura** siempre es más amplia en una entrevista asincrónica, puesto que el e-mail enviado por el entrevistador puede pasar días y hasta semanas en el buzón de entrada sin ser leído. También aquí entran en juego la extensión del mensaje y la extensión de la respuesta, que deberían adecuarse a las necesidades comunicativas.

Por último, la **intervención dialogada en el texto** se correspondería con la etapa posterior al envío del cuestionario y recepción de las respuestas, cuando el entrevistador o el

entrevistado plantean sus dudas, o requieren más información sobre alguno de los temas tratados. López Alonso la define como una “*temporalidad compartida*”, una “*continuidad de tipo homológico*”, con la particularidad de que los textos no son permanentes, como en el caso de una respuesta pensada para una correspondiente pregunta, sino caducos, y “*su desaparición es el resultado de la facilidad de movilidad a la que están sometidos*”.

Por otro lado, el **aspecto espacial** en la entrevista vía e-mail puede ser pensado de dos modos distintos, que al mismo tiempo son complementarios. Serán denominados e-spacio físico y e-spacio virtual.



El **e-spacio físico** que sirve como medio para enviar los e-mails es la computadora, Smartphone o dispositivo conectado a Internet desde el cual se pueda acceder al correo electrónico y procesar el texto para ser enviado al entrevistado. También está compuesto por la red social, grupo de discusión o directorio desde el cual el periodista haya accedido a la información de contacto del entrevistado. Es decir, el espacio físico está compuesto por elementos no inherentes a la comunicación en sí, pero que posibilitan la conexión entre el entrevistador y el entrevistado.

El **e-spacio virtual**, por otro lado, está constituido por las reglas de comunicación establecidas entre el periodista y el entrevistado: elementos inherentes a la ortografía y sintaxis, el lenguaje utilizado y cómo se utiliza. También puede pensarse como el pacto

realizado entre ambos a la hora de establecer la comunicación, que está delimitado siempre por el marco en que la investigación se inscribe.

En el caso de esta investigación, el e-espacio físico estaría constituido por la red social LinkedIn y sus grupos, así como el dispositivo desde el que se enviaron los e-mails. El e-espacio virtual contendría el léxico propio del campo de investigación en el que se inscribe el objeto de estudio, es decir, la terminología utilizada por periodistas digitales.

Ambos e-espacios se complementan para dar lugar a la comunicación efectiva. Esto significa que, si cualquiera de los dos presenta fisuras, no basta con la sola presencia del otro para que el mensaje sea correctamente recibido e interpretado.

### 3.1.1 Creando la comunicación no verbal

*“Lo virtual, en un sentido estricto, tiene poca afinidad con lo falso, lo ilusorio o lo imaginario. Lo virtual no es, en modo alguno, lo opuesto a lo real, sino una forma de ser fecunda y potente que favorece los procesos de creación, abre horizontes, cava pozos llenos de sentido bajo la superficialidad de la presencia física inmediata.” Lévy (1999)*

Podría pensarse a la virtualidad como un universo sin espacio ni tiempo, tan alejado de lo concreto como la amplitud de sus límites. Sin embargo, como afirma Lévy (1999), lo virtual tiene poca afinidad con lo no real. Por el contrario, es uno de los vectores principales de la creación de la realidad.

De allí que sea tan importante saber utilizar las herramientas que permiten construir el lenguaje no verbal en la entrevista vía e-mail, traerlo desde el espacio y tiempo del entrevistado y saber interpretarlo. Convertir el “entrevistado fantasma” al que no se le ven la cara, sus gestos ni reacciones, en una **voz parlante con identidad**.

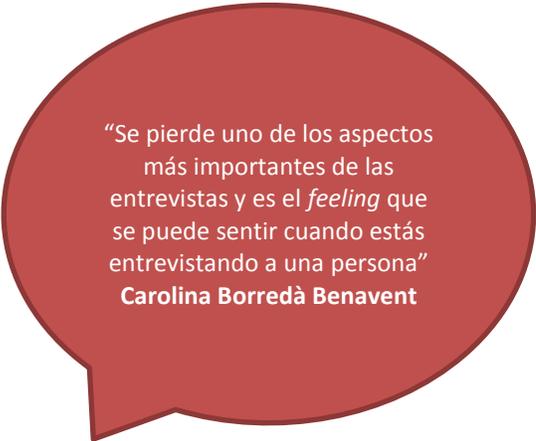
*“Las máximas y convenciones a partir de las cuales las personas dirigen su propio comportamiento (comunicativo), se proyectan al mismo tiempo sobre la interpretación del comportamiento ajeno” Pfänder y Wagner (2008)*

La **interpretación del comportamiento ajeno** cobra entonces especial relevancia a la hora de realizar una entrevista, ya que permite la posibilidad de repreguntar, agregar o descartar preguntas del cuestionario y crear un clima que resulte ameno para las dos partes. Una tarea que parece imposible de realizar por el medio electrónico, tan lejano a la cálida realidad.

Una de las desventajas más expresadas por los periodistas entrevistados fue la de no poder interpretar la realidad de la otra persona que se encuentra frente a la pantalla:

*“Podría relatar múltiples anécdotas de los riquísimos detalles que se extraen de una entrevista 'en vivo' (forma de dar la mano, el vestirse o sentarse, la mirada, los gestos, el lugar...), que enriquecen esa conversación hasta el punto de ayudarte a intentar conocer más y mejor a esa persona. De la otra forma, imposible. Más fría. Más sosa.”*

- Juan Carlos Ramos Martín



*“Se pierde uno de los aspectos más importantes de las entrevistas y es el *feeling* que se puede sentir cuando estás entrevistando a una persona”*  
Carolina Borredà Benavent

*“No vemos sus gestos, ni sus muecas, ni podemos notar su nerviosismo, ni alertarnos con sus silencios o pausas demasiado largas, no podemos percibir sus dudas ni notar que está mintiendo. Toda la información verbal y no verbal que se desprende de la entrevista cara a cara se pierde con la telemática” - Juan David Matas Valverde*

*“No hay espacio para la descripción, ni para el análisis de elementos que vayan por fuera del texto. No hay gestos, pausas, sonrisas, miradas, tics. Es un laburo a ciegas y obliga a estar atento a cosas invisibles” – Martín Sanzano*

Sin embargo, **la comunicación no verbal puede ser recreada** en una entrevista vía e-mail. No es que ésta desaparezca, sino que está escondida, y es cuestión de leer entre líneas. Una base importante para llevar a cabo una correcta interpretación de la actitud del entrevistado es haber realizado un detallado trabajo de pre-producción. Conocer al máximo al

entrevistado permitirá esbozar sus posibles respuestas, su reacción frente a determinadas preguntas y su predisposición a tratar ciertos temas.

Pfänder y Wagner (2008) también reconocen que la virtualidad es un espacio sólo constituíble a través de la presencia de personas: *“Y ésta es una presencia puramente lingüística. No obstante: para los usuarios se trata de un lugar –y de un lugar compartido”*. Se refieren entonces a la interacción que se vuelve real, en tanto se constituya como lingüística. Una interacción lingüística que puede ser mucho mejor apreciada en la entrevista vía e-mail cuando se realiza de modo sincrónico [31].

En cambio, si la entrevista se realiza de modo asincrónico, será en el trabajo de post-producción donde, junto con la documentación obtenida sobre el entrevistado y otros recursos como su información en las redes sociales, se podrá dar color a las respuestas. Como expresa Halperín (2005): *“La charla escrita no tiene la ayuda de lo visual y del sonido. Debe reconstruir el halo que irradia una personalidad, las sensaciones, la tensión y la intimidad. Por eso la escritura es rescritura”*

Chen y Hinton (1999) en su estudio sobre entrevistas en tiempo real, establecen tres diferencias principales entre el lenguaje oral y escrito que pueden ser aplicadas a la entrevista vía e-mail y caracterizar la interacción lingüística:

1. No hay palabras en el lenguaje escrito que indiquen matices específicos de contexto.
2. El texto escrito es más explícito y estructurado que la oralidad.
3. En el texto escrito el individuo se aparta del texto, objetivando sus experiencias y creando la oportunidad de editarse a sí mismo antes de responder.

Analizando el primer punto, puede pensarse en qué tipo de entrevista el contexto en el que se encuentra el entrevistado es tan importante como para determinar la **calidad de información** obtenida y cómo debería procesarse luego para la redacción de la nota. Es necesario distinguir la **importancia del contexto** en una entrevista que tiene como fin

recolectar información para una investigación y es realizada a un profesional experto en el tema, de una entrevista de personaje que se le realiza a un escritor o cantante.

En una entrevista del primer tipo, los datos obtenidos tendrán igual validez si en el momento de la entrevista el profesional se encontraba relajado o nervioso, en su casa o en un laboratorio, solo o acompañado. Es decir, el contexto no determinará la calidad de información que busca obtenerse, que persigue fines investigativos.

En cambio, en una entrevista del segundo tipo, es decir, cuando lo que se busca es construir un perfil del personaje entrevistado y lograr que el lector genere empatía o cualquier otro sentimiento hacia ese personaje, la información provista por el contexto en el que se realiza la entrevista es crucial.

La periodista entrevistada Marisa Picó explica que en la interpretación del significado de un mensaje el 8% está en las palabras, el 37% en el tono y un 55% en la comunicación no verbal. Pero también coincide en que la importancia del contexto varía según el tipo de entrevista : *“En una entrevista sobre un tema que domina el entrevistado, esto puede quedar en un plano secundario. Pero si hacemos una entrevista personal, para conocer mejor al personaje, su esencia, me parece fundamental poder hablar cara a cara con él/ella para poder contextualizar sus palabras”*.

A partir de esta aclaración, es preciso determinar de qué modo puede leerse la emoción en una respuesta que necesita del contexto para ser correctamente interpretada por el periodista:

- Un modo en el que el entrevistado crea la comunicación no verbal es mediante la utilización de **emoticones** en las respuestas. Los emoticones, representaciones simbólicas de ciertas emociones tales como felicidad ☺ o tristeza ☹ [32], tienden a ser más utilizados en los intercambios más espontáneos como el chat o los mensajes de texto, pero también pueden añadirse en los e-mails.

*“Los emoticones no imitan una realidad lingüística como procedimiento de composición, sino una realidad práctica, esto es, lo que se trata de representar es un gesto, una expresión gestual: esta expresión comunica el sentimiento o emoción*

–susceptible o no de convertirse en palabra en la mente del receptor–” Martínez Sánchez (2007)

- También cobra más importancia que nunca el estilo de redacción que el entrevistado tenga. La inclusión de signos de exclamación e interrogación, puntos suspensivos y una correcta administración de los espacios. Pero también en la utilización de los recursos del procesador de texto, como la fuente, el tamaño de letra, destacar palabras en negrita o darles color.

*“Muchos de estos elementos son también una huella del sujeto de la enunciación, como las entradillas que dan información sobre el entrevistado (y reflejan el “cómo” de la entrevista), o las afirmaciones entrecomilladas que se repiten con letra más grande”* Gallardo Paúls (1996).

Ejemplos:

Estoy cansado pero no importa ¬\_¬ (no estoy muy dispuesto a responder)

Estoy cansado, pero no importa! ^\_^ (estoy dispuesto a responder)

Pfff..... Fue la mejor experiencia de mi vida :-/

Fue la mejor experiencia de mi vida!!! :-O

Gracias. Saludos.

**¡GRACIAS!** Saludos ;-)

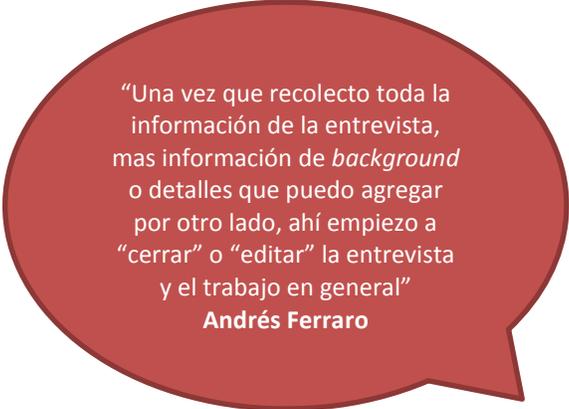
Laborda Gil (2003) también se refiere a los emoticones como elementos de comunicación no verbal que se superponen al discurso verbal: *“los iconos aportan aspectos de la oralidad a los mensajes textuales que aparecen en pantalla”*. En la entrevista vía e-mail que se realiza de modo sincrónico también pueden encontrarse otros elementos de la oralidad, tales como los cambios de hablante, transiciones más cortas entre los turnos de comunicación y una duración no prefijada de los mismos (Gallardo Paúls:1996).

*“El punto en común no se alcanza a través del calor humano real [...] sino por medio del lenguaje” Pfänder y Wagner (2008)*

### 3.2 Jerarquización de la información

La jerarquización de la información en una entrevista vía e-mail comprende la selección de los datos obtenidos y su posterior procesamiento según sean considerados más o menos importantes por el periodista.

En líneas generales suelen tomarse dos posturas: están quienes consideran que las respuestas obtenidas en una entrevista vía e-mail son impersonales y carecen de rigor periodístico porque no son espontáneas [33], mientras otros las consideran de igual importancia a las obtenidas en una entrevista cara a cara.



“Una vez que recolecto toda la información de la entrevista, mas información de *background* o detalles que puedo agregar por otro lado, ahí empiezo a “cerrar” o “editar” la entrevista y el trabajo en general”

**Andrés Ferraro**

*“Juega mucho más el “cortar y pegar”, porque no deja de consistir en armar un rompecabezas con las piezas (respuestas) para armar algo que pueda ser leído por un público” Miguel Angel Ledhesma*

Una postura intermedia coloca al periodista como un **hábil tejedor**, que se sirve de distintos contenidos y elabora la entrevista siguiendo un patrón, que es el que está dado por la finalidad de la investigación. Ese modelo previo condiciona la forma de la entrevista, y al mismo tiempo le permite al periodista servirse de los datos bibliográficos y contextuales, tales como las redes sociales e Internet, para completar las respuestas.

*“De las respuestas que obtengo vía e-mail sólo tomo las frases que me interesan más. De resto, por considerar que se trata de contestaciones poco espontáneas, prefiero*

*parafrasear el contenido y complementarlo con mi propia investigación sobre el tema o la fuente, o quizás con extractos de entrevistas o declaraciones anteriores que sí hayan sido obtenidas en directo” - Lorena Meléndez González*

Esta postura resulta ser la más provechosa, tanto si la entrevista se realiza de modo sincrónico y el periodista puede abrir ventanas paralelas en el navegador para ampliar la información o despejar ciertas dudas, como si se realiza de modo asincrónico, lo que le permite un nivel de profundización y análisis mucho más amplio.

En el segundo caso, el tratamiento de la información se relaciona directamente con la distancia físico-temporal y la asincronía que esta supone. Retomando los tres puntos establecidos por Chen y Hinton (1999) que referían a las diferencias entre el lenguaje oral y escrito, se analizarán ahora los dos últimos:

- 2- El texto escrito es más explícito y estructurado que la oralidad.
- 3- En el texto escrito el individuo se aparta del texto, objetivando sus experiencias y creando la oportunidad de editarse a sí mismo antes de responder.

Varios de los periodistas entrevistados vieron la posibilidad del entrevistado de **autoeditarse** como una desventaja, argumentando que en la entrevista cara a cara se tiene acceso al entrevistado “original”, es decir, que deja ver quien verdaderamente es porque no cuenta con tiempo extra para pensar mucho sus respuestas.

Lo mismo ocurre con la **estructuración de las respuestas**. En la espontaneidad del intercambio cara a cara se ve el discurso en estado “puro”, con los errores y matices que imprime el entrevistado. Alterar el orden de las palabras lleva muchas veces también a alterar el sentido y, en voz del periodista Daviz Melero, *ese es un beneficio que el entrevistado no debe tener y que el entrevistador no debe permitir*.

Sin embargo, todo se reduce nuevamente a los fines que persiga la entrevista. En caso de tratarse de una entrevista científica, es beneficioso que el experto reflexione y vuelva a

escribir sus ideas. Pero en una entrevista de personaje no ocurre lo mismo, y a veces los entrevistados no están conformes con la selección que se ha hecho de sus respuestas, cuando tal vez el entrevistador no las ha considerado valiosas [34].

*“Por un lado, escribir puede llevar a una persona a pensar de un modo más profundo que en una entrevista cara a cara. Por otro lado, hay menos intercambio espontáneo y orgánico”* – Jeff Kelly Lowenstein

Pese a la posibilidad de que el entrevistado se autoedite, el periodista siempre contará con una ventaja: lo escrito, escrito está. La **calidad de información** es alta, porque es de primera fuente y se puede probar. Es prácticamente imposible tener problemas de malinterpretación como ocurre muchas veces durante el proceso de desgrabación de una entrevista cara a cara.

Una de las grandes riquezas de la entrevista vía e-mail es entonces contar con ese registro escrito de las respuestas tal y como fueron expresadas por los entrevistados, lo cual ahorra tiempo y recursos a la hora de editar y jerarquizar la información, además de facilitar el análisis e interpretación de las aportaciones (Pocovi Garzón:2005).

*“La información es de la misma calidad o más, porque expresarse por escrito es más fácil y puedes mostrar mejor tu punto de vista. En una cara a cara a lo mejor el entrevistado dice algo y tú lo puedes malinterpretar. Si está escrito está escrito. La importancia es la misma ya que su nombre está escrito. Si la persona entrevistada no se lo toma en serio allá ella”* - Pablo Lluesma Martínez

La pérdida de espontaneidad puede ser clave en la riqueza de los datos obtenidos en algunas entrevistas. Así como en una entrevista cara a cara el entrevistado puede cuestionar la exactitud de una transcripción cuando se lo enfrenta con una grabación de lo que dijo, en la entrevista vía e-mail pueden redactar y volver a redactar cuidadosamente una respuesta con el fin de transmitir la impresión deseada (Bampton y Cowton:2002).

Al mismo tiempo, por más que las respuestas ya estén escritas y no se puedan cambiar, sí se puede añadir información que ayude a crear un marco, una introducción [35] o un cierre que proporcione nuevos conocimientos sobre el entrevistado y hasta que permita al entrevistador establecer puentes entre la persona y el personaje. Como menciona el

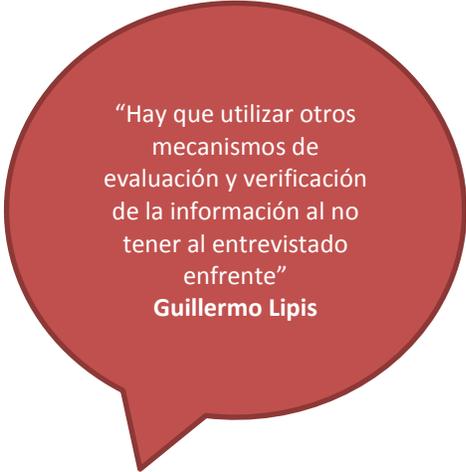
periodista Eduardo Basz: “*Lo prioritario es trabajar con las palabras y las ideas del entrevistado*”.

### 3.2.1 Métodos de verificación

¿Cuándo la información se considera valiosa, de calidad? El trabajo periodístico se ha visto afectado en varios niveles a partir de pensar Internet como una inagotable fuente de información, muchas veces útil pero otras tantas veces falsa. Es tarea del periodista luchar contra esa “info-obesidad” de notas sin jerarquización ni sentido [35] y para ello es necesario establecer ciertos parámetros de evaluación de la información.

La abundancia de información y la flexibilidad de la tecnología permiten la captura indiscriminada de texto e imágenes y la suplantación inmediata de la autoría. Y si esta práctica se traslada luego hacia las redacciones de forma natura, nos enfrentaremos entonces con un serio problema de violación de la propiedad intelectual (Luján:2013)

Cada vez resulta más importante seleccionar, jerarquizar e interpretar la información de verdadero valor (Salaverría:2012). Y debe realizarse a lo largo de todos los procesos que implica la entrevista, ya que un dato no verificado puede afectar desde la investigación previa y la confección del cuestionario hasta la redacción final.



“Hay que utilizar otros mecanismos de evaluación y verificación de la información al no tener al entrevistado enfrente”  
Guillermo Lipis

A partir de los criterios de evaluación propuestos por Johnson y Lamb [36] el periodista podrá revisar la información tanto de Internet como de libros, revistas o cualquier otro medio y reconocer la información de calidad, veraz y confiable:

El primer punto a tener en cuenta es la **autoridad**, es decir, identificar la fuente de donde proviene la información y pensar qué tan idónea es sobre el tema, si es una fuente

reconocida, que ofrece distintos puntos de vista sobre el tema y los argumenta de modo correcto, cuál es el motivo de la publicación y si se corresponde con los fines de la investigación.

También es importante la **objetividad** con la que la información es presentada. En tanto sea un punto de vista original y argumentado, podrá servir como información de contexto en la etapa de pre-producción e incluso generar nuevos puntos de vista, pero siempre distinguiéndolo de una mera opinión sin fundamento.

Por otro lado, la **autenticidad** de la fuente puede comprobarse si las ideas incluidas en el texto tienen las referencias correspondientes y se presenta la bibliografía utilizada. También ayudarán reseñas de otros usuarios sobre el texto, y comprobar si se trata de una fuente de primera o segunda mano para el tema que se está investigando.

La **fiabilidad** tiene que ver con el origen de la información, específicamente si la fuente es un experto, un profesional o un negocio o empresa que busca promocionar algún producto o servicio y utiliza ese espacio para fines propios, alterando la información en base a su conveniencia. Determinar si la finalidad de la información es justamente informar o vender, y en el caso que busque vender, pensar si el discurso afecta la veracidad de los datos o no.

La **actualidad** de la información será relevante dependiendo del tema que se esté investigando. Mientras que la información de archivo se vuelve más valiosa al transcurrir los años (sobre todo en las entrevistas de personaje), muchos documentos quedan obsoletos con el correr del tiempo, especialmente si están presentados como links. Una página que presenta una gran cantidad de links rotos indica que no ha sido revisada en mucho tiempo y, además de entorpecer la navegación, resta seriedad a la fuente.

En cuanto a la **relevancia**, es necesario determinar en qué grado la información contribuirá a la investigación, si es conocimiento nuevo o no, si es información de contexto o central con respecto al tema o persona sobre el que la entrevista trata. Una opinión será muy útil en una entrevista de personaje dependiendo de la relación entre ambos entrevistados, mientras que en una entrevista de investigación importan más los datos duros.

Por último, la **eficiencia**, referida a la presentación de la información y, en el caso de una página web, la organización de la misma. Si los datos cargan rápido y están dispuestos de modo que sea fácil el acceso a ellos, si se incluyen tablas de contenido y otras herramientas

que ayuden al periodista a navegar en la página. También se valora la información adicional como gráficos, tablas, etc.

Siempre es importante tener en cuenta que el proceso de evaluación de la información es ajustable al tipo de entrevista que se esté realizando y los fines que esta persiga, aunque se han expuesto criterios que en líneas generales sirven para todo tipo de formato.

### 3.3 Conclusiones

La presente tesis tuvo como objetivo investigar si existe una diferencia entre la calidad de información obtenida en una entrevista cara a cara y la obtenida en una entrevista vía e-mail, integrando la visión teórica con la visión práctica de los periodistas y creando puentes entre ellas.

Mediante el análisis de los indicadores distancia físico-temporal y jerarquización de la información, así como la caracterización de distintos tipos de entrevista vía e-mail, se llegó a identificar una variación en el tipo de información obtenida, según los fines que la investigación persiga.

Una variación que **no significó ni representó pérdida de calidad**. Simplemente se trató de datos que debieron ser más trabajados luego de realizar la entrevista, con ayuda del marco teórico y conceptual y siempre prestando especial atención a la verificación de la información.

En ese sentido, el proceso de **pre-producción** resultó determinante, ya que involucró procesos como la investigación y redacción de un cuestionario preciso, claro y ordenado, que facilitó al entrevistado la interpretación de los fines de la investigación.

El proceso de **producción** representó un desafío en tanto el medio utilizado fue una red social que, si bien permitía trabajar con todos los elementos de un correo electrónico, sumaba más variables a las que atender. Desde la pre-producción se trabajaron esas variables, que resultaron ser de suma importancia: los perfiles online y su verificación, y la red social como fuente de información sobre el entrevistado.

En cuanto a las dos variables inicialmente propuestas, se determinó que la **distancia físico-temporal** es limitante en tanto los fines de la entrevista sean descubrir al entrevistado y el contexto en el que se encuentra, aunque podría salvarse esta cuestión si la entrevista se realiza de modo sincrónico.

Por otro lado, la entrevista asincrónica permitió identificar un concepto determinante, que es el de la autoedición. Por ser éste el tipo de entrevistas que se realizó en esta investigación, la autoedición de cada uno de los entrevistados supuso mayor precisión en sus respuestas, y mayor facilidad a la hora de **jerarquizar la información**.

También se introdujeron dos conceptos nuevos: el de **e-espacio físico** y **e-espacio virtual** como subdivisiones del espacio en la entrevista vía e-mail que trabajan de modo conjunto, posibilitando la comunicación efectiva.

### 3.3.1 Encontrar la originalidad donde todo lo está dicho

*“Por las posibilidades de acceder a la información que hay hoy, tenemos que intentar resolver el cuestionario sobre cuestiones que no se puedan hallar en ningún otro link que haya en la web”*

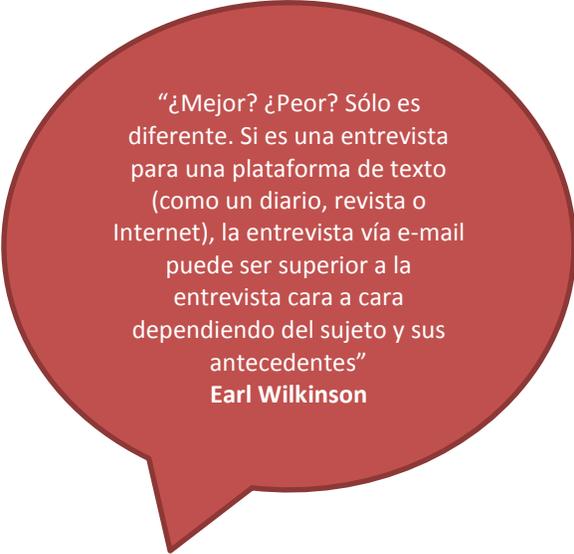
–Máximo Tell

Lograr ser originales en un medio tan diverso y completo como es Internet, donde ya todo parece estar dicho y

hecho, depende de la **interpretación** que pueda hacerse sobre los datos encontrados. Esta misma característica del medio, la variedad que ofrece, lo hace un *multiverso* y ya no un universo. Un multiverso que se autorregula y autogestiona, y al mismo tiempo puede ser reinterpretado y readaptado a cada minuto.

*“Podría aportar valiosos elementos a la información, por tener a la mano datos en Internet, cosa que difícilmente lo haría uno, si fuera el entrevistado de frente al entrevistador”* - Leonardo Cadavid

La entrevista vía e-mail es una herramienta que resulta muy valiosa para el **análisis profundo de datos**, y la posibilidad de obtener conclusiones innovadoras a partir de la relación entre lo que se dice y cómo se lo dice. Más todavía cuando quien realiza la entrevista debe aprender a leer ese “cómo se lo dice”, a partir del lenguaje y la utilización de nuevos recursos como las redes sociales.



“¿Mejor? ¿Peor? Sólo es diferente. Si es una entrevista para una plataforma de texto (como un diario, revista o Internet), la entrevista vía e-mail puede ser superior a la entrevista cara a cara dependiendo del sujeto y sus antecedentes”  
Earl Wilkinson

¿Cuál es entonces el espacio para la entrevista vía e-mail en la comunicación?

Bajo las premisas de inmediatez, sencillez y agilidad que se rige el contenido en Internet, la entrevista vía e-mail, particularmente si es asincrónica, se presenta como una invitación a la reflexión y elaboración de contenidos e ideas. Como expresa el periodista Tom Kennedy, a obtener *respuestas laberínticas y elípticas que en cierto modo resultan reveladoras*.

*“El género epistolar es uno de los más ricos para conocer a las personas y a las relaciones interpersonales entre ellas. El correo electrónico, si se desarrolla en toda su amplitud, es una nueva concreción por el soporte digital de esa correspondencia”* - Manuel Carmona Rodríguez

En ese sentido, este tipo de entrevista retoma la esencia del género epistolar. La riqueza de contenido dada por la posibilidad de autoeditarse, pensar y contextualizar antes de responder. Abre la puerta a una forma de periodismo que lee bien las instrucciones antes de salir a jugar.

## CITAS BIBLIOGRÁFICAS

[1] About LinkedIn: <http://press.linkedin.com/about#!>

[2] <http://www.clasesdeperiodismo.com/2013/07/27/linkedin-se-perfila-como-una-eficiente-herramienta-para-el-trabajo-periodistico/>

[3] ABC Tecnología. “LinkedIn mejora sus búsquedas”(2013)  
<http://www.abc.es/tecnologia/redes/20130326/abci-linkedin-mejora-buquedas-servicio-201303261609.html>

[4] Más información en: [http://ayuda.linkedin.com/app/answers/detail/a\\_id/5276](http://ayuda.linkedin.com/app/answers/detail/a_id/5276)

[5] Zuazola J. La diferencia entre conocer y saber en LinkedIn: cómo generar negocio continuado. TodoStartUps 2013 [en línea] <http://www.todostartups.com/bloggers/la-diferencia-entre-conocer-y-saber-en-linkedincomo-generar-negocio-continuado-por-jzuazola>

[6] Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Diseño de la muestra en proyectos de encuesta (2011) [en línea]  
[http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/metodologias/encuestas/hogares/muestra\\_encuesta.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/metodologias/encuestas/hogares/muestra_encuesta.pdf)

[7] Psicodigital. La conducta ¿Qué es?. (2013) [en línea]  
<http://psicodigital.wordpress.com/2013/02/24/la-conducta-que-es/>

[8] Comunicación y ciudadanía, una relación crítica y de usuario con los medios masivos de difusión (2010) Entrevista completa en: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=98478>

[9] Artículo completo disponible en:  
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n30/jlujan.html>

[10] Sanz E. La importancia de la foto en Facebook. Muy Interesante (2013) [en línea]  
<http://www.muyinteresante.es/tecnologia/articulo/la-importancia-de-la-foto-en-facebook-701368428261>

- [11] Ballester J. 4 maneras de mejorar y actualizar el perfil de LinkedIn. Embat 2011. [en línea] <http://embat.es/internet/mejorar-actualizar-perfil-linkedin.html>
- [12] Verbung Personal Branding. Crear un buen extracto en LinkedIn [en línea] <http://verbungpersonal.com/blog/crear-un-buen-extracto-en-linkedin/>
- [13] Artículo con ejemplos de recomendaciones que han traído consecuencias a quienes las realizaron: La importancia de gestionar bien las recomendaciones que emitimos en LinkedIn. EquiposyTalento.com [en línea] <http://www.equiposytalento.com/noticias/2013/10/11/la-importancia-de-gestionar-bien-las-recomendaciones-que-emitimos-en-linkedin>
- [14] Boutique del libro. Cartas robadas al secreto: el género epistolar [en línea] <http://www.boutiquedelibro.com.ar/fichaPaseo.aspx?idPaseo=28>
- [15] Pulido Tirado G. La escritura epistolar en la actual encrucijada genérica. Centro de documentación epistolar (2001) [en línea] <http://www.cartas.org.ar/lecturas/lec-pul-lae.html>
- [16] López Alonso C. El correo electrónico. Estudios de Lingüística del Español (ELiEs) (2006) [en línea] <http://elies.rediris.es/elies24/lopezalonso.htm>
- [17] Capón M. Cómo escribir bien un mail. The Emailing Experience [en línea] <http://www.mailcast.es/Blog/post/PermaLink.aspxguid=2df717b2-2b11-4d73-8d69-06764ad.aspx>
- [18] RRHH Web. La importancia de seleccionar un nombre de correo electrónico adecuado (2006) [en línea] [http://www.rrhh-web.com/nombres\\_correctos\\_para\\_correos\\_electronicos.html](http://www.rrhh-web.com/nombres_correctos_para_correos_electronicos.html)
- [19] Office.com. ¿Qué significan los campos CC y CCO en un mensaje de correo de Outlook? (2013) [en línea] <http://office.microsoft.com/es-es/outlook-help/que-significan-los-campos-cc-y-cco-en-un-mensaje-de-correo-de-outlook-HA001056513.aspx>
- [20] Iglesias P. Anatomía del email: diseño y estructura. OMExpo News (2011) [en línea] <http://news.omexpo.com/2011/06/anatomia-del-email-diseno-y-estructura-5245/>

- [21] Grifol D. Escribiendo emails eficientes: pon atención al asunto. (2013) [en línea] <http://danielgrifol.es/escribiendo-emails-eficientes-pon-atencion-al-asunto>
- [22] Bitelia. La importancia del título o asunto en tus mails. (2012) [en línea] <http://bitelia.com/2012/08/titulo-emails-subject-como>
- [23] GFCAprendeLibre.org. Recomendaciones para redactar un mensaje [en línea] [http://www.gcfaprendelibre.org/tecnologia/curso/crear\\_un\\_correo\\_electronico/escribir\\_un\\_email\\_correctamente/2.do](http://www.gcfaprendelibre.org/tecnologia/curso/crear_un_correo_electronico/escribir_un_email_correctamente/2.do)
- [24] Más en Interview Questions (página 1290). Meho LI. E-mail Interviewing in Qualitative Research: A Methodological Discussion. Wiley InterScience (2006) [en línea] <http://eprints.rclis.org/8377/1/email-interviewing.pdf>
- [25] Infografía con porcentajes y detalles del estudio en “La importancia y el uso de las firmas en el mailing” [en línea] <http://blog.sarbacan.es/index.php/2013/07/29/la-importancia-y-el-uso-de-las-firmas-en-el-emailing/>
- [26] Mancera A. Firma de correo electrónico: pequeña pero importante. Networker Factory [en línea] <http://networkerfactory.com/firma-de-correo-electronico/>
- [27] Más en el portal Construyamos Periodismo. “Si la pregunta es confusa mejor no pregunte...” [en línea] [http://construyamosperiodismo.blogspot.com.ar/2012\\_05\\_01\\_archive.html](http://construyamosperiodismo.blogspot.com.ar/2012_05_01_archive.html)
- [28] Young et al:2008. Citado por Meho en E-mail Interviewing in Qualitative Research: A Methodological Discussion. Wiley InterScience (2006) [en línea] <http://eprints.rclis.org/8377/1/email-interviewing.pdf>
- [29] Entrevistas de Rick’s Café a Gabriela Amorós: <http://rick-casablanca.blogspot.com.es/2013/07/gabriela-amoros-escritura-y-pintura-se.html>
- [30] Análisis completo propuesto por López Alonso en: [http://elies.rediris.es/elies24/lopezalonso\\_cap4\\_1\\_2.htm](http://elies.rediris.es/elies24/lopezalonso_cap4_1_2.htm)
- [31] La entrevista realizada vía Facebook por el periodista Juan Mascardi a Gisel Patroni, sobreviviente de la explosión en la ciudad de Rosario, es un claro ejemplo de que la emoción también puede leerse a través de una pantalla:

<http://www.lanacion.com.ar/1612326-gisel-patroni-despues-de-la-tragedia-en-rosario-que-las-personas-vivan-intensamente-y-disfruten-de-cada-minuto>

[32] TICs y Comunicación : Emoticones I <http://leliadourada.blogspot.com.ar/2012/09/tics-y-comunicacion-emoticones-i.html>

[33] Ver como ejemplo la nota “Entrevista de Cortesía” donde el observador político salvadoreño Paolo Lüers critica una entrevista realizada vía e-mail al candidato a la presidencia Elías Antonio Saca: “*Nadie sabe quién habla, nadie sabe por qué filtros pasaron las respuestas*” (Anexo 1)

[34] Ver como ejemplo “Para no perder totalmente mi tiempo: una entrevista”, el reclamo por parte de la escritora salvadoreña Jacinta Escudos hacia *El diario de Hoy* por haber enviado 13 preguntas vía e-mail para que ella respondiera, y publicar sólo 13 palabras. <http://www.filmica.com/jacintaescudos/archivos/010372.html>

[35] Ver como ejemplo el trabajo de la periodista salvadoreña Carmen Molina Tamacas para El Diario de Hoy, particularmente en la entrevista realizada vía e-mail al escritor peruano Santiago Roncagliolo. [http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota\\_completa.asp?idCat=6351&idArt=5834276](http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.asp?idCat=6351&idArt=5834276)

[35] Concepto propuesto por Eric Scherer. Para un abordaje completo del periodismo digital y los cambios que Internet ha impreso al periodismo, ver la nota publicada por Marie Benilde en *Le Monde Diplomatique* (Anexo 2)

[36] Criteria for evaluation (Johnson&Lamb). Listado completo disponible en <http://eduscapes.com/tap/topic32.htm>

## BIBLIOGRAFÍA

ABC Tecnología. Exprime tu perfil en LinkedIn (2013) [en línea]

<http://www.abc.es/tecnologia/redes/20130418/abci-exprime-perfil-linkedin-201304172136.html>

ABC Tecnología. LinkedIn mejora sus búsquedas (2013) [en línea]

<http://www.abc.es/tecnologia/redes/20130326/abci-linkedin-mejora-buquedas-servicio-201303261609.html>

Alarcón Agúin JM. Cómo redactar textos eficaces para boletines electrónicos. The Emailing Experience [en línea]

<http://www.mailcast.es/blog/post/PermaLink.aspxguid=35ff5965-6462-4cb0-aa92-7f18bf1.aspx>

Ballester J. 4 maneras de mejorar y actualizar el perfil de LinkedIn. Embat 2011. [en línea]

<http://embat.es/internet/mejorar-actualizar-perfil-linkedin.html>

Bampton R, Cowton CJ. The E-interview (2002) [en línea] <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/848/1842>

Bassi R. Manual de correo electrónico (2001) [en línea]

<http://www.links.org.ar/infoteca/email.pdf>

Bitelia. La importancia del título o asunto en tus mails. (2012) [en línea]

<http://bitelia.com/2012/08/titulo-emails-subject-como>

Blasco Hernández T, Otero García L. Técnicas cualitativas para la recogida de datos en investigación cualitativa: La entrevista (II). Nure Investigación (2008) [en línea]

[http://www.fuden.es/FICHEROS\\_ADMINISTRADOR/F\\_METODOLOGICA/formet\\_34.pdf](http://www.fuden.es/FICHEROS_ADMINISTRADOR/F_METODOLOGICA/formet_34.pdf)

Boutique del libro. Cartas robadas al secreto: el género epistolar [en línea]

<http://www.boutiquedellibro.com.ar/fichaPaseo.aspx?idPaseo=28>

Boyce C, Neale P. Conducting in-depth interviews: a guide for designing and conducting in-depth interviews for evaluation input. Pathfinder International (2006) [en línea] [http://www2.pathfinder.org/site/DocServer/m\\_e\\_tool\\_series\\_indepth\\_interviews.pdf](http://www2.pathfinder.org/site/DocServer/m_e_tool_series_indepth_interviews.pdf)

Bravo P. ¿Cómo hacer buenas preguntas? La entrevista periodística como herramienta y como género (2013) [en línea] <http://www.slideshare.net/PaulaBravoM/cmo-hacer-buenas-preguntas>

Cantavella J. Manual de la entrevista periodística. 1º edición. Barcelona : Ariel; 1996.

Capón M. Cómo escribir bien un mail. The Emailing Experience [en línea] <http://www.mailcast.es/Blog/post/PermaLink.aspxguid=2df717b2-2b11-4d73-8d69-06764ad.aspx>

Carlón M, Neto AF. Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación. 1º edición. Buenos Aires : La Crujía; 2012.

Cavallaro V. Comunicación y ciudadanía, una relación crítica y de usuario con los medios masivos de difusión (2010) [en línea] <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=98478>

Chen P, Hinton SM. Realtime Interviewing Using the World Wide Web. Sociological Research Online (1999) [en línea] <http://www.socresonline.org.uk/4/3/chen.html>

Clases de Periodismo. LinkedIn se perfila como una eficiente herramienta para el trabajo periodístico. (2013) [en línea] <http://www.clasesdeperiodismo.com/2013/07/27/linkedin-se-perfila-como-una-eficiente-herramienta-para-el-trabajo-periodistico/>

Crónica Z. José Luis Orihuela: Twitter se ha convertido en el sistema nervioso de nuestras sociedades (2011) [en línea] <http://cronicaz.com.ar/2011/07/14/jose-luis-orihuela-twitter-se-ha-convertido-en-el-sistema-nervioso-de-nuestras-sociedades/>

EquiposyTalento.com. La importancia de gestionar bien las recomendaciones que emitimos en LinkedIn [en línea] <http://www.equipostrytalento.com/noticias/2013/10/11/la-importancia-de-gestionar-bien-las-recomendaciones-que-emitimos-en-linkedin>

Falla Aroche S. ¿Cómo entrevistar efectivamente en la web? (2009) [en línea]

<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/como-entrevistar-en-la-web/>

Gallardo Paúls B. Análisis conversacional y pragmática del receptor. Valencia : Episteme ;

1996 [en línea] <http://www.uv.es/pauls/TODO.PDF>

GFCAprendeLibre.org. Recomendaciones para redactar un mensaje [en línea]

[http://www.gcfaprendelibre.org/tecnologia/curso/crear\\_un\\_correo\\_electronico/escribir\\_un\\_email\\_correctamente/2.do](http://www.gcfaprendelibre.org/tecnologia/curso/crear_un_correo_electronico/escribir_un_email_correctamente/2.do)

Gómez Ferri J, Grau Muñoz A, Ingellis AG, Jabbaz M. Técnicas cualitativas de investigación social (2009) [en línea] [http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-](http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/tecnicas-cualitativas-de-investigacion-social/tema_5_entrevistaenprofundidad.pdf)

[juridicas/tecnicas-cualitativas-de-investigacion-social/tema\\_5\\_entrevistaenprofundidad.pdf](http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/tecnicas-cualitativas-de-investigacion-social/tema_5_entrevistaenprofundidad.pdf)

González Poncelas S. La importancia y el uso de las firmas en el mailing. Sarbacán blog

[en línea] <http://blog.sarbacan.es/index.php/2013/07/29/la-importancia-y-el-uso-de-las-firmas-en-el-emailing/>

Grawitz M. Métodos y técnicas de las ciencias sociales. México : Editorial Hispano Europea;1984

Grifol D. Escribiendo emails eficientes: pon atención al asunto. (2013) [en línea]

<http://danielgrifol.es/escribiendo-emails-eficientes-pon-atencion-al-asunto>

Halperín J. La entrevista periodística: intimidades de la conversación pública. Buenos Aires : Paidós; 2005

Hanneman R. Introduction to social network methods. (2000) [en línea]

<http://faculty.ucr.edu/~hanneman/networks/nettext.pdf>

Iglesias P. Anatomía del email: diseño y estructura. OMExpo News (2011) [en línea]

<http://news.omexpo.com/2011/06/anatomia-del-email-diseno-y-estructura-5245/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Diseño de la muestra en proyectos de encuesta (2011) [en línea]

[http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/metodologias/encuestas/hogares/muestra\\_encuesta.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/metodologias/encuestas/hogares/muestra_encuesta.pdf)

Johnson L, Lamb A. Criteria for Evaluation. Evaluating Internet Resources [en línea] <http://eduscapes.com/tap/topic32.htm>

Laborda Gil X. Estilo y cortesía en el correo electrónico. Revista electrónica de estudios filológicos 2003. [en línea] <https://www.um.es/tonosdigital/znum6/estudios/Laborda.htm>

Lévy P. ¿Qué es lo virtual?. Buenos Aires : Paidós ; 1999.

LinkedIn. About LinkedIn. (2013) [en línea] <http://press.linkedin.com/about#!>

Lockwood G. How to ask intelligent questions with impact (2005) [en línea] <http://www.bizsuccess.com/articles/ask.htm>

López Alonso C. El correo electrónico. Estudios de Lingüística del Español (ELiEs) (2006) [en línea] <http://elies.rediris.es/elies24/lopezalonso.htm>

López Estrada R, Deslauriers JP. La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. Margen 2011; 61 : 1-19.

Luján JC. Periodismo digital y la relación con los usuarios de la era digital. Razón y palabra 2013 [en línea] <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n30/jlujan.html>

Mancera A. Firma de correo electrónico: pequeña pero importante. Networker Factory [en línea] <http://networkerfactory.com/firma-de-correo-electronico/>

Márquez Bargalló C, Roca Tort M. Plantear preguntas: un punto de partida para aprender ciencias (2006) [en línea] <http://www.educaciontdf.gov.ar/feriacs/docs/FeriaCs-Preguntas%20en%20ciencias.pdf>

Martínez Sánchez JM. Emoticonos o la codificación emotiva de la comunicación hipertextual. Revista Digital Universitaria 2007 [en línea] [http://www.revista.unam.mx/vol.8/num8/art57/ago\\_art57.pdf](http://www.revista.unam.mx/vol.8/num8/art57/ago_art57.pdf)

Meho LI. E-mail Interviewing in Qualitative Research: A Methodological Discussion. Wiley InterScience (2006) [en línea] <http://eprints.rclis.org/8377/1/email-interviewing.pdf>

Mejía Navarrete J. El muestreo en la investigación cualitativa. Investigaciones sociales 2000 ; 5 : 165-176 [en línea]

[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/inv\\_sociales/n5\\_2000/a08.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/inv_sociales/n5_2000/a08.pdf)

Morales Castillo M. La importancia de la foto de perfil en redes sociales. Curiosidades de social media (2013) [en línea] <http://martamoralescastillo.wordpress.com/2013/03/05/la-importancia-de-la-foto-de-perfil-en-redes-sociales/>

NewsLab. How to arrange an interview. Strategies (2009) [en línea]

<http://www.newslab.org/2009/11/24/how-to-arrange-an-interview/>

Office.com. ¿Qué significan los campos CC y CCO en un mensaje de correo de Outlook? (2013) [en línea] <http://office.microsoft.com/es-es/outlook-help/que-significan-los-campos-cc-y-cco-en-un-mensaje-de-correo-de-outlook-HA001056513.aspx>

Patton MQ. Qualitative evaluation checklist (2003) [en línea]

[http://www.wmich.edu/evalctr/archive\\_checklists/qec.pdf](http://www.wmich.edu/evalctr/archive_checklists/qec.pdf)

Peláez A, Rodríguez J, Ramírez S, Pérez L, Vázquez A, González L. La entrevista (2008) [en línea]

[http://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/Entrevista.pdf](http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Entrevista.pdf)

Perez M. 10 errores en LinkedIn. About.com Trabajo y empleo (2013) [en línea]

[http://trabajo.about.com/od/redes\\_contacto/a/10-Errores-En-Linkedin.htm](http://trabajo.about.com/od/redes_contacto/a/10-Errores-En-Linkedin.htm)

Pfänder S, Wagner J. La des/comunicación y sus re/medios. Buenos Aires : La Crujía Ediciones ; 2008

Pocovi Garzón P. La entrevista y los medios electrónicos (2005) [en línea]

[http://www.mktglobal.iteso.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=293&Itemid=121](http://www.mktglobal.iteso.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=293&Itemid=121)

Psicodigital. La conducta ¿Qué es?. (2013) [en línea]

<http://psicodigital.wordpress.com/2013/02/24/la-conducta-que-es/>

Pulido Tirado G. La escritura epistolar en la actual encrucijada genérica. Centro de documentación epistolar (2001) [en línea] <http://www.cartas.org.ar/lecturas/lec-pul-lae.html>

Pymex. Lo que buscan los reclutadores en tu perfil de LinkedIn (2013) [en línea] <http://pymex.pe/tecnologia/internet/lo-que-buscan-los-reclutadores-en-tu-perfil-de-linkedin>

Rost A, Bergero F. Manuales de conducta para uso de las redes sociales: ¿Mordazas para el periodismo libre?. Revista de la Facultad (2011) [en línea] <http://fadeweb.uncoma.edu.ar/medios/revista/revista17/Rost-Bergero.pdf>

Rost A. Modelos de uso y gestión de redes sociales en el Periodismo (2012) [en línea] [http://www.academia.edu/2762807/Modelos\\_de\\_uso\\_y\\_gestion\\_de\\_redes\\_sociales\\_en\\_el\\_periodismo](http://www.academia.edu/2762807/Modelos_de_uso_y_gestion_de_redes_sociales_en_el_periodismo)

RRHH Web. La importancia de seleccionar un nombre de correo electrónico adecuado (2006) [en línea] [http://www.rrhh-web.com/nombres\\_correctos\\_para\\_correos\\_electronicos.html](http://www.rrhh-web.com/nombres_correctos_para_correos_electronicos.html)

Salaverría R. Medios y periodistas, ¿un futuro compartido? (2012) [en línea] <http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos7.pdf>

Sanz E. La importancia de la foto en Facebook. Muy Interesante (2013) [en línea] <http://www.muyinteresante.es/tecnologia/articulo/la-importancia-de-la-foto-en-facebook-701368428261>

Serrano S. El arte de gestionar bien los contactos de LinkedIn. Mejorar tu CV 2013. [en línea] <http://mejorartucv.com/el-arte-de-gestionar-bien-los-contactos-de-linkedin/>

Siccardi E. Cómo escribir un mail (2002) [en línea] <http://www.ehu.es/euskalosasuna/mail.pdf>

Smith S. The Art of the Discovery Interview (2007) [en línea] <http://stevenmsmith.com/ar-discovery-interview/>

SurveyMonkey.com. Sugerencias sobre el diseño: cómo crear y administrar encuestas efectivas (1999-2013) [en línea] <http://help.surveymonkey.com/articles/es/kb/Design-Tips-How-to-create-and-administer-effective-surveys>

Taylor SJ, Bogdan R. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona : Paidós;1987

Vela Delfa C. El correo electrónico: el nacimiento de un nuevo género [tesis]. Madrid : Universidad Complutense de Madrid; 2006. [en línea] <http://biblioteca.ucm.es/tesis/fil/ucm-t29391.pdf>

Velásquez M, Salcedo A et al. Manual de Géneros Periodísticos. Bogotá : Ecoe Ediciones; 2005.

Velázquez Álvarez A, Aguilar Gallegos N. Manual introductorio al análisis de redes sociales: medidas de centralidad. (2005) [en línea] [http://revista-redes.rediris.es/webredes/talleres/Manual\\_AR\\_S.pdf](http://revista-redes.rediris.es/webredes/talleres/Manual_AR_S.pdf)

Verbung Personal Branding. Crear un buen extracto en LinkedIn [en línea] <http://verbungpersonal.com/blog/crear-un-buen-extracto-en-linkedin/>

**PAOLO LÜERS**  
OBSERVADOR POLÍTICO

## Entrevista de cortesía

El viernes 2 de agosto, La Prensa Gráfica comenzó a publicar una serie de entrevistas a los candidatos presidenciales. La primera le tocó a Salvador Sánchez Cerén, el candidato del FMLN. Me salté la introducción para ir de una sola vez al grano, a ver qué dice el candidato de la izquierda.

Las respuestas me parecían extrañas, también el lenguaje. No sólo es evasivo, como ya nos tiene acostumbrado este candidato que se quiere desmarcar del estilo ofensivo de sus camaradas como Sigfrido Reyes, Roberto Lorenzana y Norma Guevara. No, la transformación va más allá y el lenguaje simplemente no me cuadra con el comandante Leonel que conocí hace 30 años, pero tampoco con el diputado y vicepresidente de la República de la posguerra. Ambos no hablan así: "Hoy hay mayor independencia de poderes y por ese motivo se producen conflictos y debates que debemos comprender como parte de un proceso de aprendizaje social". La diferencia no está en los contenidos, sino más bien en la manera de expresarse.

Entonces, regresé a la introducción y encontré la explicación: "Sánchez Cerén respondió estas preguntas por escrito y su equipo las devolvió por correo electrónico antes de que el candidato saliera esta semana hacia Brasil".

Vaya. La Prensa Gráfica anuncia que va a entrevistar a todos los candidatos. Pero en el caso del FMLN, quién sabe a quién entrevistaron? ¿Al profesor Sánchez Cerén, al Buró Político del FMLN, al comando de campaña, o a un asesor de imagen? El lector no lo sabe, yo no lo sé, y obviamente La Prensa Gráfica tampoco lo sabe. Esto, definitivamente, no se hace en un medio serio. Puede haber ocasiones y circunstancias que no permiten una entrevista directa, de cara a cara, donde el periodista es testigo de lo que se dice es auténtico, y donde se puede repreguntar, poner el dedo sobre contradicciones. Pero debe haber una razón casi de fuerza mayor para violar esta regla. Por ejemplo: Yo hice una entrevista por cartas escritas a Iván Simonovis en Venezuela, porque no había forma de entrar a la prisión del Servicio de Inteligencia Bolivariano donde lo tenían aislado. O si alguien me ofrecería la oportunidad de entrevistar por email a Edward Snowden en Moscú, tal vez lo haría, porque mi periódico a lo mejor no me pagaría un vuelo a Rusia... Tal vez, pensándolo bien, no lo haría, porque no me daría confianza el hecho que no le puedo hacer repreguntas, en un tema tan delicado como el espionaje masivo que hace Estados Unidos en todo el mundo.

Pero cuando se trata del candidato a la presidencia en nuestro país, quien obviamente tiene todo el interés del mundo que un medio grande lo entreviste, no hay excusa para legitimar que se rompa la regla profesional que las entrevistas tienen que ser directas, encarando el periodista al entrevistado. ¿Que iba a Brasil? Bueno, se puede hacer la entrevista cuando regrese. ¿Cuál es la prisa?

Así que la entrevista que publicaron los colegas no sirve para nada. Nadie sabe quién habla, nadie sabe por qué filtros pasaron las respuestas. Además es una ofensa a los otros candidatos que, viendo la entrevista a Elías Antonio Saca publicada el día siguiente, sí la hacen personalmente, sin filtro e intervención de los asesores de imagen o publicistas.

Por todo esto, ni vale la pena analizar el contenido. Porque hay enormes vacíos en esta entrevista. Infortunadamente tampoco sabemos si estos vacíos (o sea los temas delicados que no se tocaron) se dejaron por negligencia del medio (que no preguntó), o por resistencia del candidato (que no quiso entrar en estos temas), o por censura de los estrategas de campaña (que cambiaron las respuestas y borraron partes que no consideraban prudentes). Como tampoco confío en que el medio me va a indicar qué otras preguntas se hicieron y que no se contestaron, toda la entrevista es basura y no sirve para nada. Sólo para proteger a un candidato que no se siente capaz a enfrentar, sin filtros, las preguntas que todo el mundo le quiere hacer. Nadie habló de la guerra. Nadie habló de las FARC. No aparece ni pregunta ni respuesta sobre Albapetróleo y sobre quiénes, dentro del FMLN, manejan las ganancias. Tampoco se habla de la tregua, ni de temas como la calidad de la educación, la crisis de desabastecimiento de medicamentos en el sistema público de salud. No se toca la falta de transparencia de los fondos gastados por Casa Presidencial...

Si un medio le quiere dar espacio publicitario gratis a un candidato, que lo haga. Es todo su derecho, si quieren pagar el costo político y de credibilidad. Pero que nos tomen del pelo presentándonos como entrevista un arreglo con los publicistas de la campaña.

Y finalmente, me pregunto: ¿Cómo piensan los estrategas de campaña del FMLN que su candidato va a resistir un debate vivo en televisión? ¿Con un botoncito en el oído donde le transmiten las respuestas?

Edición Nro 128 - Febrero de 2010

**LAS TURBULENCIAS DE LA ERA DIGITAL**

# Esplendor y miseria del periodismo

**Por Marie Benilde**

Hace más de 160 años la invención del telégrafo pareció amenazar la supervivencia de los diarios; un siglo después, fue la televisión. Hoy internet y su era digital hacen temer por la extinción de una especie imprescindible para el democrático derecho a estar informados: los periodistas. La gratuidad de las noticias en tropel, los consejos de especialistas en publicidad y los costos de la edición en papel no deberían desviar al periodista de lo que sabe hacer: establecer un vínculo fidedigno con su público lector.

■ En 2006, un banquero del BNP-Paribas, invitado al Congreso de la Federación Nacional de la Prensa Francesa, en Estrasburgo, causó sensación al declarar que los periodistas se encuentran en la misma situación que los trabajadores de la siderurgia de los años 70: están condenados a desaparecer, pero todavía lo ignoran. Las cifras parecen darle razón. Francia, con más de 2.300 supresiones de puestos de periodistas a fines de 2009, sufre una crisis comparable a la de los diarios estadounidenses, que durante el año pasado eliminaron más de 24.500 empleos, reduciendo el personal a cerca de 300.000 personas, cuando diez años antes contaban con 415.000 <sup>1</sup>. En 2009, The Washington Post tuvo que cerrar sus oficinas fuera de la capital y tanto Los Angeles Times como Chicago Tribune debieron colocarse bajo la protección de la Ley de Quiebras. En Francia todos los diarios nacionales, a excepción de L'Équipe, perdieron dinero.

Tamaño declive ya no provoca asombro. En los diez últimos años internet ha crecido de un modo tal que su participación en las ganancias mundiales de las industrias culturales pasó del 4% al 22%. Esta expansión se dio a expensas de la prensa escrita, cuyas ganancias cayeron en el mismo período del 40% al 14%, mientras los demás medios lograron mantener e incluso reforzar su rentabilidad global <sup>2</sup>. La caída de las ganancias de la prensa escrita se adjudica al traspaso de los presupuestos publicitarios y de los pequeños anuncios del papel a la Red. "Por primera vez desde la aparición de la prensa masiva, a mediados del siglo XIX -señala el periodista Bernard Poulet-, los anunciantes pueden arreglárselas sin los medios de información para hacer conocer sus productos a los consumidores" <sup>3</sup>.

Pero también debe tenerse en cuenta la falta de entusiasmo del público por los contenidos pagos que ofrece una élite periodística desacreditada por su partidismo, por plegarse a las corrientes a la moda y por su propensión a no hacer mucho caso de sus lectores, de los cuales espera, sin embargo, fidelidad. En 2009, los editores de periódicos rechazaron la creación de un Consejo de Prensa francés, una instancia de interpelación de los periodistas capaz de garantizar un vínculo con el público. "Concédanles el poder a los clientes y lo tomarán. No lo hagan y los perderán", escribe Jeff Jarvis, un célebre "blogger" estadounidense en su libro *La Méthode Google* <sup>4</sup>.

Cada vez más, cada vez menos...

El magisterio de los periodistas es puesto en cuestión por una revolución digital en la cual, como subraya Eric Scherer, director de Estrategia y Relaciones Exteriores de la Agencia France Presse, "la utilidad pública es real" <sup>5</sup>. De modo que aunque la crisis de la prensa compromete las capacidades de investigación de los diarios no necesariamente supone un retroceso de la expresión democrática.

Al contrario, la web participativa -denominada 2.0-, lleva a los lectores a obtener información para convertirse ellos mismos en productores de fotos y de videos, y también de comentarios o análisis de actualidad. Del tsunami en Asia a los levantamientos en Irán, pasando por los atentados de Londres o de Bombay, la recolección de testimonios, datos u opiniones está cada vez más compartida entre los medios y los blogs o las redes sociales. Incluso la circulación de la información ya no es patrimonio exclusivo de los medios tradicionales, cada vez más obligados a determinar la importancia que le dan a un acontecimiento en función de la repercusión que encontrarán entre los internautas. La Red determina, en parte, la agenda mediática. En vez de singularizar sus contenidos para distinguirse mejor en la Red, los diarios apuestan a la ubicuidad y la rapidez. Hay que estar en todas partes, a cualquier hora, en todas las plataformas y en todos los medios de expresión: blogs, videos, fotos, referencias en los motores de búsqueda, presencia en las comunidades Facebook o Twitter... En 2010, los editores de prensa apuestan también a la llegada de los teléfonos móviles inteligentes (smartphones), como el I-Phone de Apple, que ya tiene más de dos millones de clientes en Francia. Se trata de lograr hacer pagar al "movinauta" allí donde resulta muy difícil hacerle pagar a un internauta habituado a la gratuidad. Pero, ¿por qué pagar la consulta de una interfase hacia un sitio de prensa móvil, cuando el 90% de esas 100.000 aplicaciones disponibles son gratuitas? En cuanto a los periodistas, son incitados a hacer cada vez más y mejor las cosas, al mismo tiempo que día tras día son menos numerosos. El riesgo de este mandato paradójico es entonces dispersarse en múltiples tareas multimedia, desviándose de lo que debería ser su urgencia absoluta: la búsqueda de informaciones inéditas, de ángulos originales y sobre todo de información veraz y verificable. Se trata, otra vez, de una postura de adaptabilidad a los usos digitales, que está bastante alejada de lo que preconiza Jeff Jarvis cuando aconseja a los periodistas dedicarse en primer lugar a la producción de "contenidos de fuerte valor agregado", capaces de atraer a una audiencia a la Red: "Concéntrense en lo que hacen mejor y establezcan vínculos con el resto" <sup>6</sup>.

## "Rivalidad mimética"

Jamás la información ha estado tan disponible en tantos soportes, y su producción tan amenazada. La crisis de la prensa paga obliga a reducir el plantel de corresponsales permanentes en el extranjero, a limitar los reportajes y las investigaciones de largo plazo, a suprimir empleos de redactores y de correctores... Para resistir, los medios tradicionales se vieron obligados a federarse o a transformarse en una fábrica de información de bajo costo, como en el grupo de Alain Weill (La Tribune, RMC, BFM TV), donde trabajan jóvenes periodistas mal pagados, verdaderos galeotes de la información <sup>7</sup>. ¿Y mañana? "Los diarios actuales no tendrán otra opción que mutualizarse, porque su contenido es idéntico", afirma tautológicamente Alain Minc, presidente de AM Conseil <sup>8</sup>. En resumen, después de haber alentado una forma de banalización editorial destinada a atraer a los anunciantes, hoy se esgrime el pretexto de la "rivalidad mimética" de los contenidos, como dice Philippe Merlant <sup>9</sup>, para convocar a una nueva fase de concentración. Cuando se termine de aplicar esta lógica habrá una proletarización de las redacciones y un empobrecimiento de la calidad de la información que no hará más que desviar aun más al lector, precipitando la declinación de los diarios pagos. ¿La próxima etapa será la desindustrialización? Como la interrupción del uso de papel permitirá ahorrar los costos de fabricación y de distribución de un diario, los editores esperan encontrar ganancias sustanciales en el futuro. Pero, por ahora, este resultado choca con la imposibilidad de amortizar los costos de una redacción enteramente dedicada a la web, teniendo en cuenta la desvalorización de la audiencia en línea, en un universo de abundancia publicitaria y de intermediación de los distribuidores tecnológicos. Un sitio de prensa debe pagar un 30% de comisión si pretende ser retomado por Apple, el 50% de su ingreso publicitario si tiene como socio a Google y el 70% si quiere acceder al reader Kindle de Amazon, un dispositivo de lectura digital. Sin mencionar los motores de búsqueda, donde ni un céntimo de los ingresos generados por las palabras clave se destina a los editores de contenidos.

## Información a dos velocidades

"La gente de la tecnología ha absorbido literalmente el valor de nuestros contenidos" <sup>10</sup>, deplora Nathalie Collin, co-presidente del directorio de Libération. Rupert Murdoch, propietario de The Wall Street Journal, The Times y New York Post, amenaza con levantar sus artículos de Google a mediados de 2010 si el gigante de internet no acepta compartir sus ingresos. Mejor aún, exige la creación de un consorcio de editores para hacer pagar a los lectores de internet. Pero nadie se hace ilusiones: Murdoch no retirará sus diarios a menos que todos sus competidores hagan lo mismo. Sabe que la información tiene un valor limitado en el tiempo, y que no puede ser correctamente protegida en la web. Google domina con tanta facilidad este enfrentamiento que sólo obtiene ingresos marginales con los sitios de prensa, que apenas totalizan del 1,5% al 3% de las búsquedas del motor. ¿Se pagará en el futuro por la información en línea? Apple, que trabaja en un dispositivo de distribución de la prensa, con un sistema pay per view (pagar para ver) adaptado al consumo de artículos en línea, representa una esperanza para 2010. Pero no es seguro que la compra de periódicos en línea vaya a imponerse. Según el Boston Consulting Group, el 54% de los franceses están dispuestos a pagar por la información en línea, sobre todo local, pero a

condición de que no cueste más de tres euros por mes. Un monto muy insuficiente si se considera que un sitio pago como Mediapart requiere el triple para sobrevivir. El viento de la gratuidad ha soplado durante demasiado tiempo, y es muy difícil volver atrás. La responsabilidad de esta situación les incumbe más a los editores de diarios que a los actores de internet. Fueron ellos los que eligieron adaptar los diarios a las insípidas aspiraciones del mercado publicitario. También fueron ellos los que apostaron al dinero de la publicidad, imponiendo la gratuidad de su sitio y atontando a su audiencia con un gran refuerzo de juegos y loterías, sin buscar verdaderamente modelos mixtos. Pero la resaca de los anunciantes trae hoy algo de bueno, ya que sólo puede proponer a los directores de diarios a dirigirse hacia el lector, liberándose de la dependencia publicitaria. Y ahuyentará a los inversores que no vean en la prensa otra cosa que una fuente de ganancias financieras. En cuanto a los periodistas, tendrán que reinventarse un futuro. ¿Sabrán conjugar su oficio con los lectores y expertos en línea que alertarán a los profesionales y se convertirán en "coproductores" de la actualidad? Ante las jóvenes generaciones, para las cuales el renombre de los medios cuenta menos para la validez de una información que la red de amigos que la transmite, la prensa no podrá tampoco ignorar a esas "comunidades". Los estadounidenses ya dedican el 17% de su tiempo en internet a los blogs y a las redes sociales, y el 0,56% a los sitios de periódicos en línea... <sup>11</sup>. En cuanto al modelo económico, la experiencia de los nuevos sitios de información sugiere que es importante multiplicar las fuentes de financiamiento. Además, en el futuro será posible hacer pagar parcialmente una investigación de las comunidades de internautas, por la vía de asociaciones o de fundaciones no lucrativas, en Estados Unidos, como Pro Pública o Spot US. Incluso la idea de un servicio público de información escrita va ganando los espíritus. "La idea de dejar en manos del mercado el manejo de los productos de la prensa tiene algo de contraintuitivo", escribe el filósofo alemán Jürgen Habermas <sup>12</sup>. En una sociedad digital, una mayor exposición de la información tiende a favorecer la libertad y a contribuir a la lucha contra las exclusiones. Pero con la condición de que el individuo sepa ubicarse en la jungla de internet. El peligro es el desarrollo de la información en línea en dos velocidades. Por un lado lo excesivo, "la info-obesidad" como dice Eric Scherer, con su océano de pequeñas noticias gratuitas amenas, que se suceden unas a otras en un flujo incesante sin jerarquización ni sentido. Por otro, una información clasificada con cuidado para aquellos que pueden pagarla a buen precio. El futuro de semejante bien común, si es que tiene una real utilidad social, no podrá depender de lo que aporta a los propietarios de los medios, ni tampoco del resultado de un duelo entre Murdoch y Google. La circulación de la información, que encuentra su valor en la escasez es, por naturaleza, imprevisible. En 1845, James Gordon Bennett, el fundador de The New York Herald, veía ya en el telégrafo un "nuevo modo de difusión de la inteligencia" que podía llegar a ser fatal para los diarios... <sup>13</sup>.

1. Cifras de la Oficina de Estadísticas del Trabajo (Bureau of Labor Statistics), citadas por Market Watch en [wsj.com](http://wsj.com)
2. Estudio de Bain & Company para el Foro de Avignon, noviembre de 2009.
3. Bernard Poulet, *La Fin des Journaux*, Gallimard, París, 2009.
4. Jeff Jarvis, *La Méthode Google*, Télémaque, París, 2009.
5. Eric Scherer, *AFP-Media Watch*, Observatoire mondial des médias, N° 7, otoño-invierno 2009-2010.

6. *La Méthode Google, ibid.*
7. Marc Endeweld, "Des chaînes 'tout info' bien peu dérangeantes", *Le Monde diplomatique*, Paris, junio de 2007.
8. Colloque Nouveaux Paysages Audiovisuels (Coloquio Nuevos Panoramas Audiovisuales), Maison de la Chimie, Paris, 22-10-09.
9. Philippe Merlant y Luc Chatel, *Médias, la faillite d'un contre-pouvoir*, Fayard, Paris, 2009.
10. "Google, adversaire ou partenaire", 4-12-09, [www.observatoiredesmedias.com](http://www.observatoiredesmedias.com)
11. Estudio Nielsen de septiembre de 2009 y NiemanjournalismLab, octubre de 2009, citado por Eric Scherer, *ibid.*
12. Jürgen Habermas, "Il faut sauver la presse de qualité", *Le Monde*, Paris, 22-5-07.
13. "Networks Effects", *The Economist*, Londres, 17-12-09.

### Andrés Ferraro

Periodista en América 24

- [ar.linkedin.com/in/andresferraro/](http://ar.linkedin.com/in/andresferraro/)

#### **-¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

La entrevista vía e-mail es perfecta para poder tener datos súper precisos, estadísticas, o datos que no generen dudas. Por ejemplo, proceso de inversión en empresas, porcentajes de basura en calles, etc. También para tener información sobre un hecho en particular.

El lío se genera cuando tenés que armar un perfil sobre una persona o personaje y no podés "medir" (ahora lo llaman calibrar) al sujeto en cuestión. Hay mucho de ida-vuelta en la entrevista. No solo mirar a los ojos, su postura y todo lo demás...hay "otro texto" que el entrevistado te va dando durante una charla, personal o grupal. Creo que ahí radica el detalle.

#### **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

La diferencia, es abismal. Vos podés entrevistar al presidente de una multinacional en cuestión de segundos, o varios clicks, pero solo vas a tener una parte. ¿Sirve? Sí, claro...pero creo que le va a faltar "música".

#### **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Hay una posición intermedia que es una entrevista tipo Skype o un sistema similar. Ahí podés tener otro registro (esto es, vos...periodista podés tener mas información a la que te brinda la persona, o los datos que te de...)

#### **- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

Sí, la entrevista siempre tiene una hoja de ruta. Pero no todas las preguntas. Tengo claro quién es, y para dónde voy con la entrevista, o qué estoy buscando. Pero hay un detalle:

siempre dejo abierta la posibilidad de "cambiar el rumbo" por la información que me pueden dar en las respuestas. Eso, en la entrevista habitual, cara a cara. En la entrevista por e-mail, no tenés ese *feedback*, salvo que lo hagas tipo chateo, que no es lo mismo.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerarás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Una vez que recolectas toda la información de la entrevista, mas información de *background*, o detalles que podes agregar por otro lado (redes sociales, por ejemplo), ahí empiezo a "cerrar" o "editar" la entrevista y el trabajo en general.

**-Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Prefiero la entrevista cara a cara, en persona. Ahora muchas compañías ahorran con una conexión de Skype y data via e-mail. No me entusiasma tanto. Te adjunto algo que descubri durante algunas entrevistas que fueron "de cerca": escuché la primera ovación al Papa argentino, Francisco, en el Vaticano. Increíble. Además, pude ver de cerca las manos pequeñas y redondas a Mercedes Sosa, vi la mirada firme de Maradona del 96, sentí el olor a horror de la Amia, la piel reseca y débil de Fidel castro en su último acto público en Argentina...y la llegada del primer Presidente afro a Estados Unidos.

También vi de cerca el horror de Atocha, en Madrid, y cubrí la muerte de Pinochet.

Estuve en el primer cacerolazo argentino, ese que precipito la caída de todos...y muchas otras oportunidades donde fui parte de la historia.

## Carmen Molina Tamacas

Colaboradora del blog Baby ¡Boom! en El Observador Uruguay

- [www.linkedin.com/pub/carmen-molina-tamacas/23/488/239/](http://www.linkedin.com/pub/carmen-molina-tamacas/23/488/239/)

Creo que las entrevistas vía email tienen tantas o más ventajas y desventajas como las de una in situ.

Cuando buscas una entrevista en persona tenés que ajustarte al tiempo disponible de la fuente, si quiere o no, si puede o no, si es tiempo de calidad o no. Por e-mail es casi lo mismo. Y si tenés un *deadline* próximo estás frito.

Por e-mail tenés que esperar a que la fuente se tome el tiempo de leer, pensar, escribir. Si lo hace a conciencia es fabuloso, sino, un fracaso. Podés obtener una gran declaración como algo para salir del paso, ¡igual que en persona!

En cuanto a la pre-producción, creo que es lo mismo: debés prepararte bien si querés aprovechar la oportunidad, hay que documentarse bien antes de hacer preguntas tontas e inútiles. Igual que en persona: si lográs que una fuente te pesque, entonces no hay que desperdiciar la oportunidad.

El e-mail y la comunicación por vía electrónica (fax, teléfono, Skype, chat, e-mail, *text messages*, Facebook, etc) son armas de doble filo: podés lograr contacto con alguien que por la distancia y el tiempo sería imposible hacerlo en persona. Pero también estás sujeto al tiempo y la disponibilidad de la fuente, especialmente con la hora de entrega y las re-preguntas.

Ahora podés insistir por todas esas vías. Yo vivo en Nueva York y es indispensable para mi reporte, ya que escribo notas con fuentes a las que contactarlas en persona me costaría demasiado tiempo y dinero. Es una herramienta práctica si sabés usarla y aprovecharla.

Pero cuando vivía en El Salvador era así: en el contexto de las elecciones peruanas anteriores hicieron un paquete de análisis, así que busqué el e-mail del escritor Santiago Rocangiolo. Fue increíble contar con su aporte, ya que él sólo una vez ha estado en El Salvador.

Hace poco escribí dos artículos sobre una exposición de arte en la Misión salvadoreña ante la ONU, pude hablar por teléfono y entablé conversación electrónica con la hija de un coleccionista privado que hasta me envió fotos, las cuales fueron publicadas en el periódico.

Pero también me ha pasado que nunca me respondieron.

En ese contexto, Facebook y Twitter son una buena herramienta no sólo para hacer contactos sino las entrevistas directamente. Por ejemplo en noviembre del año pasado, para la tormenta Sandy, y luego para la súper tormenta de nieve, yo contacté salvadoreños en Long Island, los entrevisté en condiciones muy difíciles porque algunos perdieron sus casas y pertenencias, en un incendio salieron sólo con la ropa puesta y el teléfono. Así logré hacerlo. Las herramientas allí están y hay que saber usarlas y aprovecharlas.

# Carolina Borredà Benavent

Comunicación y Marketing on line

- [es.linkedin.com/in/carolborreda/](https://es.linkedin.com/in/carolborreda/)

## - ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?

Una de las principales ventajas de las entrevistas online, es que las nuevas tecnologías nos permiten llegar a cualquier lugar del mundo. Podemos hacer una entrevista a cualquier persona en cualquier país a través de Skype o de forma más indirecta a través del correo electrónico. Esto nos reportará algunos beneficios y ventajas.

Poder hacer la entrevista en cualquier momento y a cualquier hora, siempre que lo pactemos con el entrevistado.

-Abaratar costos, ya que muchas de las herramientas que podemos utilizar para hacer esta entrevista son gratuitas y en cualquier caso, muy económicas.

-Acceso a personas que están en cualquier lugar y que de otra manera podrían ser difíciles de entrevistar. Por ejemplo: siempre es más sencillo poder entrevistar a una persona que está encamada mediante el e-mail que llevarla a un plató o tener que mandar un equipo de cámara y periodista a su domicilio.

En el caso de entrevistas de trabajo en otra ciudad o en el extranjero, la entrevista online ahorra tiempo y dinero tanto a las empresas que realizan la entrevista como al entrevistado que puede llegar a ahorrarse un billete de tren o de avión cuando no sabe si va poder sacar un verdadero rendimiento a dicha entrevista, o sea que va a conseguir el trabajo.

En el caso de las empresas de recursos humanos la entrevista online es una forma rápida de poder realizar las muchas entrevistas que hay para pocos puestos de trabajo.

-Rapidez e inmediatez. Las entrevistas online posibilitan que los periodistas no tengan que esperar para poder investigar algún tema por el hecho de que la persona que tiene la información que necesita se encuentra lejos.

-Facilidad de transcripción de la entrevista. Si la entrevista es por e-mail siempre se puede copiar y pegar, con lo que prácticamente no existe lugar a la manipulación de la entrevista por parte de nadie, porque lo que escribe en entrevistado es lo que realmente quiere decir. Pero como todas las cosas en esta vida las entrevistas online no son perfectas y también tienen ciertas desventajas.

En mi opinión se pierde uno de los aspectos más importantes de las entrevistas y es el *feeling* que se puede sentir cuando estas entrevistando a una persona. Las sensaciones que cuando estás hablando con una persona te transmite.

También te pierdes las reacciones del entrevistado en directo, la reacción que puede tener la persona a la que entrevistas ante tus preguntas o las circunstancias que le rodean. La impresión que el periodista o el entrevistador se lleva de la persona a la que está entrevistando también formará parte del trabajo que está realizando

### **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

En mi opinión el trabajo bien hecho siempre es trabajo bien hecho. Quiero decir que la preparación de la entrevista sea el medio el que sea el utilizado para realizarla es el mismo. En el caso de un periodista, que es lo que más conozco, se tiene que documentar igual y realizar un buen proceso de curación de contenidos para poder discriminar aquella información que más le interesa a uno para poder elaborar un buen cuestionario y sacar el máximo provecho de la entrevista.

Si la entrevista en vez de realizarse vía e-mail se realizase por Skype o cualquier otra herramienta de videoconferencia, además de la preparación de contenidos tendrá que tener el funcionamiento de estas herramientas para que la entrevista tenga la mayor calidad posible y poder captar todos los matices.

### **3.- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Muchísima. Como he dicho antes creo que es importante el lenguaje no verbal, las reacciones del entrevistado ante las preguntas o ante la información de la que dispone el periodista, también forma parte del resultado final de la entrevista y por tanto de la información obtenida.

Para mí es importante conocer estas cosas a la hora de transcribir una entrevista porque aunque el periodista debe respetar el cuestionario y las respuestas del entrevistado, también debe transmitir a su audiencia aquello que le sugiere el entrevistado, como por ejemplo en la entrada o en la despedida de la misma y para eso el desarrollo de la entrevista es fundamental.

## **Daviz Melero**

Periodista – AINS producciones

- [es.linkedin.com/in/davizmelero/](https://es.linkedin.com/in/davizmelero/)

### **En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Es una pregunta con muchas respuestas, tantas como líneas editoriales. En mi opinión, por el tipo de entrevista en profundidad que practico actualmente, es impensable hacer una entrevista por e-mail ya que la presencia del entrevistado influye en la misma entrevista.

Me explico: en la entrevista en profundidad no me interesa tanto la opinión del personaje como de la persona, y para desarmar a ese personaje y dejar que la persona emerja hace falta estar con ella, que se sienta cómoda (o incómoda) y saber cambiar las preguntas en función de la actitud y las respuestas del entrevistado. De hecho, suelo preparar 20 preguntas, de las cuales hago unas 6 ó 7 y el resto se improvisan sobre la marcha. Considero que he fracasado como entrevistador cuando agoto el cuestionario.

Al hacer una entrevista por e-mail pierdes esa capacidad de improvisación, esa espontaneidad que da la entrevista, ese derecho del entrevistado a equivocarse y ese deber del entrevistador a insistir. De hecho, si ahora estuviéramos cara a cara seguramente estaría diciendo otras cosas, pero responder por e-mail me permite elegir cuidadosamente lo que estoy diciendo. Ese es un beneficio que el entrevistado no debe tener y que el entrevistador no debe permitir.

No obstante, cuando me he dedicado a actualidad, hacer entrevistas vía e-mail me ha ahorrado mucho tiempo cuando se trataba de políticos o cuando simplemente necesitaba la entrevista para enriquecer una información. Pero, como ya he dicho, en ese caso me interesaba la declaración del personaje, no de la persona.

Respecto a la calidad, creo que el e-mail nunca sustituirá a la entrevista cara a cara y, como hemos visto en casos recientes como el de Pedro J. Ramirez con Luis Bárcenas, la entrevista personal es mucho más profunda e interesante y aporta mucha más información

que un mero cuestionario. Eso no quita para que hoy por hoy exista un tipo de periodismo, muy digno, que puede servirse perfectamente de las nuevas herramientas tecnológicas para hacer entrevistas y cubrir la actualidad, sea vía e-mail, por videoconferencia o por cualquier otro método. La tecnología está para explotarla y la práctica del periodismo tiene que adaptarse y aprovecharla.

## Diego Yañez Martínez

Redactor de lanacion.com

- [ar.linkedin.com/in/diegoyanezm/](http://ar.linkedin.com/in/diegoyanezm/)

### - ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?

De tener la posibilidad, en mi opinión, siempre es preferible la entrevista personal. La realidad es que muchas veces por la urgencia de la necesidad de la información es que trabajo mucho con entrevistas o fuentes consultas por teléfono y, en menor medida, por e-mail.

En cuanto a las ventajas, para mí, es una cuestión de practicidad: con fuentes en el extranjero, por ejemplo, por las diferencias horarias u otras complicaciones es de gran utilidad. Además permite elaborar mejor las preguntas y, sobre todo, si se trata de fuentes técnicas es más probable que brinden una información más sólida con datos duros. Me acuerdo por ejemplo que para una nota que hice una vez sobre el cambio de presidente en el banco central europeo, que consulté a profesores y especialistas de varios países de Europa, me sirvió mucho. También permite procesar más rápido la información.

La desventaja principal por lejos: no tenés la posibilidad de la repregunta. Ahí se pierde mucho. Siempre cuando entrevistás a alguien vas con un foco pensando, pero por ahí, y es lo mejor cuando pasa, a través de la charla, terminás con un título que no pensabas. Otra ventaja muy importante es que te permite evaluar los gestos del entrevistado. Si se pone nervioso, triste, se ríe, etc. Eso sirve para saber por dónde seguir encarando la entrevista. Por otro lado, si se puede elegir el lugar de la entrevista, una fuente de información inmejorable es la casa del entrevistado: los libros que lee, cómo vive, dan cuenta del perfil del mismo. En una nota que hice sobre los *freegans* (un movimiento social que critica el consumo) al ir a las casas de ellos, e incluso, vivir algunos con ellos, me sirvió para ver las contradicciones en las que caían.

**- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

En la entrevista tradicional, la pre-producción es un punto de partida. Averiguar información del entrevistado y armar un boceto con preguntas divididas en distintos bloques temáticos sirve, pero siempre como disparador. A lo mejor una re-pregunta deriva en algo no pensando a priori y se consigue un título. En el cara a cara se nota realmente si mostrás interés por el entrevistado y además si sabés sobre él. Distinto puede ser el caso del e-mail: uno busca información para elaborar las preguntas, pero no necesariamente implica -aunque debería hacerlo- el procesar la información. A lo que voy: el *background* te sirve para llegar preparado a una entrevista personal y, en el caso de las consultas vía e-mail, la pre-producción es la misma producción.

**- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Depende siempre de la temática de la entrevista. Sin lugar a dudas, si uno busca una historia de vida, va a cambiar significativamente la calidad. Relatar cómo está la persona, cómo es y demás, aportan al relato. Si bien -como mencioné anteriormente- siempre creo preferible la entrevista personal porque además sirve para fortalecer los lazos con la fuente, hay ocasiones en que el cambio no es sustancial: es el caso de las entrevistas con las fuentes técnicas. En una nota que hice sobre la diabetes, sobre los dichos de la Presidenta que en una oportunidad dijo que se daba en los estratos más altos, consulté a dos especialistas por e-mail y no creo que haya variado la calidad de la información.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

No, no tengo guías. Lo básico es entender bien que es lo que buscás con las respuestas. Es decir, hacia donde va el foco de la nota o el título que pretendés. Por experiencia personal, creo también es importante hacer pocas preguntas y concisas. Si el entrevistado es una persona ocupada, y le mandás 10 preguntas largas, lo más probables es que tienda a no contestarte. Siempre además le pediría un teléfono para poder consultarlo por si algo no queda claro.

**-¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerarás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

-Sí, la información es siempre información. Lo que varía es de quién viene: es decir, la fuente. Pero la entrevista por e-mail es una fuente valiosa también de información. Si tenés una fuente ultra calificada que te responde por e-mail y, otra, de segunda línea o no tan enterada del tema con la cual hablaste personalmente, sigue siendo mejor la fuente calificada. Toda información es valiosa y depende de la fuente.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Tal como dije en la primera pregunta, prefiero siempre la entrevista tradicional. Por la re-pregunta, por la posibilidad de captar el ambiente, para poder evaluar y contar los gestos, o por simplemente aceitar los lazos con la fuente, prefiero por lejos la tradicional. El cara a cara no tiene reemplazo en ese punto.

# **Dolores Rodríguez**

Periodista en Asia Red

- [www.asiared.com](http://www.asiared.com)

## **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

La única ventaja es que te permite hacer una entrevista que no puedes realizar de otra forma, por vía personal o telefónica. Te permite tener acceso a personas que viven en otros lugares o que tienen una agenda muy apretada que no les permite dedicarte tiempo presencial. Es la última solución.

La desventaja es que es un medio muy rígido que no permite repreguntar o contextualizar las palabras del entrevistado teniendo en cuenta la forma en que se han dicho, el tono, la gestualidad, la comodidad o incomodidad que ha tenido ante la pregunta, etc.

La comunicación no verbal, que aporta muchos datos, no existe.

Además, como el entrevistado escribe sus respuestas tiene mucho más cuidado con lo que dice y suele decir muchas menos cosas que si hablara.

Las entrevistas vía e-mail son útiles en el caso que quieras realizar el mismo cuestionario a varios entrevistados, para comparar sus respuestas. En este caso te ahorra mucho tiempo y el resultado es mucho más claro porque tienes sus propias respuestas redactadas, no se pueden quejar de problemas de interpretación.

## **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

En la pre-producción prácticamente ninguna. En todos los casos debes contactar con el entrevistado y ponerte de acuerdo en hacer la entrevista.

A partir de aquí, si la haces por e-mail, tienes que elaborar de forma totalmente cerrada el cuestionario, pensar muy bien el redactado de las preguntas para que no haya ningún problema de interpretación. Lo que no esté en la lista de preguntas no se responderá.

En una entrevista personal puedes improvisar mucho más, con un guión de temas que quieras tratar ya es suficiente. Tienes más libertad para dirigir la entrevista y controlar la evolución de la entrevista en función del interés de las respuestas.

**- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Absolutamente. La calidad de la información que puedes obtener vía e-mail siempre es muy inferior ya que no tienes contacto con el entrevistado.

En muchas ocasiones incluso puedes no saber cómo es esa persona, porque nunca la has visto personalmente, o conocer la realidad en que vive o trabaja.

Aunque tengas la oportunidad de pedir alguna aclaración a sus respuestas vía e-mail, no es lo mismo que repreguntar y pedir aclaraciones a alguien sobre algo de lo que está hablando. Además, la entrevista por e-mail puede pasar filtros, por ejemplo el de los gabinetes de comunicación que la pueden revisar y matizar las respuestas.

Siempre puedes tener dudas si las respuestas son realmente del entrevistado o, sobre todo en el caso de temas relacionados con empresas, si el cuestionario lo responde un redactor de comunicación.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

No tengo ningún manual, pero por mi experiencia personal yo siempre intento que el cuestionario sea corto, entre seis y ocho preguntas y nunca más de diez.

Hay que evitar que al entrevistado le dé pereza contestarte al ver las preguntas ya que las respuestas las ha de escribir; eso es muy diferente a hablar y les da más trabajo.

Si hay alguna pregunta incómoda hay que dejarla para al final, al menos que conteste las primeras y no que decida desde el primer momento no contestar el e-mail.

Hay que cuidar la redacción de las preguntas primero para que no sean ambiguas y el entrevistado pueda no entender lo que concretamente estas preguntando, pero también para evitar que conteste con monosílabos, a no ser que éste sea el objetivo.

En el redactado de la pregunta hay que intentar dirigir la respuesta para que el entrevistado se vea obligado a argumentarla.

Siempre es más fácil entrevistar vía e-mail a alguien que ya has entrevistado personalmente, ya que has podido crear un lazo de confianza.

Intentar no hacer preguntas genéricas ya que su respuesta no conduce a nada.

Si crees que existe la posibilidad que la entrevista la redacte personal de prensa y no directamente el entrevistado, es bueno introducir alguna pregunta de filtro con temas

personales o, por ejemplo, en el caso de escritores, alguna aclaración concreta de algún pasaje de su obra.

Intentar siempre que aunque te envíe las respuestas en un documento como archivo adjunto, las copie en el cuerpo del mensaje para evitar problemas de compatibilidad al abrir los archivos y perderlas.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerarás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Depende del tipo de entrevista. Si es a una persona que has entrevistado por ser quien es y sus palabras son importantes porque es él quien las dice hay que intentar publicarla lo más fielmente posible y editarla sólo para corregir errores gramaticales. En todo caso creo que siempre en la entrevista se ha de citar que se ha realizado vía e-mail para que el lector lo sepa.

Si es un entrevistado al que le pides información sobre un tema, porque es un experto o un profesional, las respuestas se pueden trabajar más y por ejemplo utilizarlas como citas dentro del texto, o a lo mejor conservar sólo una parte de la entrevista.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Siempre es preferible una entrevista cara a cara, puedes obtener mucha más información y entender mucho mejor lo que te están diciendo. También tienes más herramientas para deducir si es veraz lo que te están contando.

Cara a cara puedes entender mejor lo que dice el entrevistado y él también puede entender mejor tus preguntas o la necesidad de aclaraciones.

Además, y aunque siempre hay que ser rigurosa, tienes más elementos para entender y contextualizar las respuestas del entrevistado. En algunos casos te permite la descripción del entorno donde se realiza la entrevista y eso también ayuda a describir al entrevistado.

## **Earl Wilkinson**

Executive Director and CEO, International News Media Association (INMA)

- [www.linkedin.com/in/earljwilkinson](http://www.linkedin.com/in/earljwilkinson)

### **-What are the advantages and limitations of e-interviews?**

The advantage is, usually, precision in answers. The limitation is often the lack of emotion that voice or face-to-face interviews provide.

### **-What's the difference between the pre-production process in these interviews compared to traditional face-to-face ones?**

The only difference I know of is the need to be open-ended in questions to bring out the breadth in the interviewees' answers.

### **-Do you think the asynchronicity of the e-interview can affect the quality of a respondent's answers?**

I think personal interviews usually encourage broad answers, while e-interviews encourage brief answers. The art of the e-interview is asking questions broad enough to elicit a broad enough answer.

### **-How do you conduct an e-interview? Do you follow certain steps? What do you think are the most common mistakes to avoid?**

Because you usually have only one shot at interviewing high-level people, the e-interview can be frustrating and limiting. You also can overwhelm the subject with too many questions. I aim for 5+ questions that are broad enough to yield a quotable answer.

### **-How do you process the information after you get it? Do you consider it as valuable as if you got it from a face-to-face interview?**

Better? Worse? It's just different. If it's an interview for a text platform (i.e., newspaper, magazine, Internet), e-interviews can be superior to face-to-face interviews depending on the subject and his or her background.

**-Which kind of interview do you prefer? Why?**

Truthfully, it doesn't matter to me. It all depends on the moment, the subject, the deadline pressure – and that's true whether I'm conducting the interview or being interviewed.

## **Eduardo Basz**

Periodista bit en Editorial Río Negro

- [ar.linkedin.com/pub/eduardo-basz/5/1b5/88b/](http://ar.linkedin.com/pub/eduardo-basz/5/1b5/88b/)

### **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

La única (y principal) ventaja es que eludís el engorroso trabajo de desgrabar, el cual tal vez sea el principal responsable de la "mala prensa" de género entre los periodistas. Las desventajas son: empobrecimiento del lenguaje e ideas, también se evitan los fallidos.

### **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

No hay ninguna diferencia en la preparación.

### **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Definitivamente, hay una pérdida de calidad y cantidad de información.

### **- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

### **- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

El problema es que no puedes trabajar la información. Ya viene editada. En realidad, esta práctica existió siempre. Los periodistas entregaban un cuestionario y el entrevistador lo respondía por escrito. Lo único que puedo proponer es dejar esta práctica como ultimo recurso. Evidentemente, una entrevista vía e-mail es a la entrevista propiamente dicha, lo que la música militar a la música.

### **- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Definitivamente, prefiero la entrevista cara a cara. Es un género que da para mucho. Te permite conocer gente interesante. Lo prioritario es trabajar con las palabras y las ideas del entrevistado.

## Eduardo Riveros Quiróz

Journalist, Master in Science Communication. Augmented Reality, Certified Developer. "Visión biónica Ltda" Owner.

- [cl.linkedin.com/in/eduardoriveros/](https://cl.linkedin.com/in/eduardoriveros/)

### - ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?

Aparentemente, la ventaja está en que el entrevistado puede meditar las respuestas y entregar una información de más calidad y la desventaja está en que el texto enviado vía e-mail obviamente puede estar escrito por otra persona... pero esas respuestas son en una primera aproximación, depende mucho del área del periodismo en el cual está contextualizado la entrevista. Por ejemplo, si entrevistas a teóricos del ámbito académico, ya sea del periodismo o cualquier rama de la ciencia es positivo una entrevista por correo, debido a que el entrevistado tiene tiempo para responder y da lo mismo si está triste, alegre, o cualquier otro tipo de emoción, ya que en este caso la respuesta se basa en el contenido, ahora, si entrevistas a un político, un delincuente o un artista, es mucho mejor la entrevista en vivo, ya que necesitas mirar a los ojos al entrevistado, ya que su estado emotivo te puede dar elementos extras para llevar la entrevista, ya sea para encontrar contradicciones, o si su expresión corporal puede demostrar que está mintiendo.

### - ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?

La pre-producción es más estructurada y pensada, mientras que la tradicional puede tener la misma estructura de preguntas, sin embargo el medio ambiente, el contexto y el mismo *feeling* que tengas con el entrevistado puede hacer variar las preguntas. Una vez entrevisté a un representante diplomático teniendo solo 10 minutos, en un contexto de protestas callejeras y en un aeropuerto con el avión a punto de despegar, obviamente que es diferente una entrevista por e-mail, ya que mi interés como profesional tenía relación con el contexto en que se daba la noticia y los hechos (En Venezuela), también te puedo citar una entrevista con jefes de bandas de delincuentes, donde fuimos a su villa y al llegar encontramos otros elementos que nos hicieron cambiar un poco las preguntas y su estructura.

**- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Te confirmo lo que esbocé al comienzo. Depende del tema y el contexto, por ejemplo ahora mismo estamos en un entorno de entrevista académica, que podría ser el mismo contexto para una revista científica, donde a ti no te importa si ando con sueño, estoy estresado o estoy triste, o alegre, lo que importa es el contenido, ahora, si esta entrevista la haces a un artista o a un delincuente es mucho mejor el cara a cara.

**A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

Siempre debes tener las preguntas guía y es verdad según el contexto se pueden variar las preguntas, ya que una seña física, un parpadeo, si se rasca la oreja, si se tocan el cabello, la manera como mueven las manos, son detalles que debes filtrar y en el mismo momento cambiar la pregunta y quizás una improvisación puede inducir a error, pero para tener éxito debes cometer errores, porque de allí aprendes.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Depende de la información, el contexto y el ámbito en que se desenvuelve el entrevistado. Si el entrevistado es un experto mundial en genoma humano no me interesa si responde con ironía o rabia, diferente es el caso de entrevistar a un escritor de novela quienes por lo general tienen un mundo interior muy complejo, de mucha emocionalidad y fantasía, donde cada expresión vale oro para el posterior proceso de la noticia, además tengo que distinguir entre prensa escrita e Internet, ya que si la entrevista es para una página web puedo usar muchos recursos multimedia que me harán más completa la entrevista, pero también se puede dar el caso de que una entrevista sea para prensa escrita y le pueda aplicar "realidad aumentada", para entregar más capas de contenido a la información final.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Vía e-mail para científicos y académicos y tradicional para otro tipo de entrevistado. Desde mi experiencia personal en contextos de alta peligrosidad es mejor la entrevista cara a cara, ya que el contexto es muy importante para develar aspectos importantes de la información.

En el periodismo y la entrevista es muy importante manejarse en la psicología, ya sea de comunicación no verbal para interpretar algunas acciones de los entrevistados que pudieran ser fuente de noticia, así como también en la estabilidad emocional y serenidad para enfrentar entrevistas que pudieran ser peligrosas, ya sea por la naturaleza de los entrevistados, y el contexto. El periodista debe ser una persona ágil de mente, estudiosa, y creativa, recuerda que estamos en una crisis del periodismo tradicional, se están cerrando medios, pero nuevas fuentes se están abriendo, pero en esencia la técnica de la entrevista no variará, si varían las herramientas.

## **Esther Vargas**

Jefa de redes sociales de Editora Perú / Directora de Clases de Periodismo

- [pe.linkedin.com/in/esthervargasc/](https://pe.linkedin.com/in/esthervargasc/)

Aunque podría quedar mucho sin resolver o saber, y aunque ciertamente no son ideales para trazar un perfil de la persona, resultan buenas opciones para conocer información concreta sobre el tema, fundamentalmente opiniones.

La uso con frecuencia, debido a que Clases de Periodismo busca dar cuenta de experiencia a nivel global, y el e-mail acorta las distancias.

## Francisco Javier Morere

Periodista, Editor de Covernews.info/.es e Ingolf.info. Profesor e Instructor de golf de la PGA de Argentina.

- [ar.linkedin.com/in/morere/](http://ar.linkedin.com/in/morere/)

**- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida? ¿Por qué?**

No tiene que ver el tema físico del "correo electrónico" sino el temporal, ya que no podés repreguntar, que es lo más valioso de la entrevista para mi punto de vista; cuando vas pensando nuevas preguntas a medida que va respondiendo el entrevistado las anteriores (preguntas que muchas veces no tenías planeado hacerlas).

Hoy hay tecnologías -como el chat, o como Skype por ejemplo- que te permiten hacer entrevistas desde la computadora, pero con la posibilidad de diálogo (o chat).

Generalmente las entrevistas por e-mail las terminan respondiendo las consultoras o agencias de prensa, y no el propio entrevistado.

## **Tania Lucía Cobos**

Directora y jurado evaluador de trabajos de grado Maestría en Comunicación Digital UPB

- [co.linkedin.com/in/tanialu/](https://co.linkedin.com/in/tanialu/)

### **-¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

En relación a las ventajas veo por ejemplo el tiempo que tiene el entrevistado para pensar y elaborar la respuesta y que puede implicar la oportunidad de profundizar en la misma. La otra ventaja en su asincronicidad, el entrevistado podrá responderla en el momento en que le sea propicio y se elimina la tarea de tratar de cuadrar agendas entre entrevistado y entrevistado para poder llevarla a cabo, lo cual redundaría en comodidad de ambas partes (menos logística). En cuanto a desventajas, se pierde la oportunidad de complementar las respuestas con los gestos del entrevistado (a veces estos dicen más que lo que se dice), se pierde también la oportunidad de establecer un diálogo donde se puedan hacer otras preguntas que surgen a partir de las respuestas que da el entrevistado y que inicialmente no se habían pensado.

### **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

Pienso que la pre-producción de las preguntas tanto para la entrevista por e-mail como la entrevista presencial es la misma, es decir, el entrevistador deberá sentarse a pensar que va a preguntar, deberá de pronto a hacer alguna investigación previa del tema y al sujeto, deberá buscar al sujeto y preguntarle si le permite la entrevista, lo único que se evita es concretar la locación, hora y modo (audio o video). Aquí no cambia el proceso, cambia la forma de ejecutarlo.

Lo cierto es que el entrevistador deberá procurar elaborar la pregunta por e-mail lo más clara posible, que no haya más que una interpretación, es una forma de asegurarse que el entrevistado le responda lo que se le solicita y que este no requiera más información para responderla (dado que no tiene el entrevistador presente para que le aclare que es lo que quiso decir). Otro aspecto a tener en cuenta, pienso, es el número de preguntas. En una entrevista presencial el diálogo va llevando de una a otra, pero en e-mail, donde se va

escribiendo, un cuestionario largo podrá desestimular al entrevistado al sentir que "no acaba". Pienso que el máximo es de 5 ó 6 preguntas cuando se hace por e-mail la entrevista.

**- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Sí, como ya mencionaba, el entrevistador no está recopilando la información gestual del entrevistado y que le puede estar aportando o restando a lo que dice. También evita la confrontación con el entrevistado, es decir, si este dice omitir una respuesta, simplemente la dejará en blanco y no será posible saber porque, en cambio si se tiene cara a cara tal vez sea posible averiguarlo (incluyendo sus gestos).

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

Como comentaba, pienso que la organización de una entrevista por e-mail es la misma que una entrevista presencial con excepción de concretar la locación, hora y modo. En relación a los errores, pienso que estaría en elaborar preguntas poco claras o mal redactadas, así como demasiadas preguntas que parezca más una encuesta online que una entrevista por e-mail.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerarás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

El modo de trabajo es la misma, es decir, cuando se va a usar se puede citar literal lo que escribió el entrevistado, se puede parafrasear o se puede "copiar y pegar" la entrevista. El hecho de que la información obtenida haya sido a través de una entrevista presencial o por e-mail no resta su importancia; la importancia la da a quién se está entrevistando.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

En lo posible el formato presencial (que incluiría sus variantes online como Skype o Google Hangout) porque se puede establecer un diálogo con el entrevistado, porque se recoge información gestual y porque por la misma presencialidad, puede quedar un contacto o una posterior relación. Si no es posible, entonces la entrevista por e-mail cuando elementos como agenda, locación y hora dificultan el cara a cara; o cuando se requiere que el entrevistado se tome su tiempo en pensar las respuestas.

## Steve Buttry

Digital Transformation Editor for [Digital First Media](#) and [Journal Register Co.](#)

- <http://twitter.com/stevebuttry>

### **-What are the advantages and limitations of e-interviews?**

The advantages, of course, are that you can connect with people anywhere in the world (as you're doing in this interview) and that, if the person is a good writer, you get thoughtful answers in complete sentences, with editing and research. The limitations is that you can't see the person's setting and ask questions from those clues. You can't make eye contact. You can't see evasiveness or enjoyment. If the person is a better speaker than writer (or is just a bad writer), you don't get his or her best answers. Perhaps the biggest drawback, in dealing with a powerful person who has a press secretary or other staff, is that the email response might not even come from the person you think you are interviewing.

### **-What's the difference between the pre-production process in these interviews compared to traditional face-to-face ones?**

You need to come up with a list of questions and try to put them in the right order. You need to anticipate follow-up questions without hearing the answers to the first questions. You might have a list of questions for a face-to-face interview, but you can improvise the order, responding to the flow of the interview.

**-Do you think the asynchronicity of the e-interview can affect the quality of a respondent's answers?** Sure. The issues I mentioned above are a problem. Clarifying a question is easier and happens more smoothly face to face. But the asynchronicity can also improve the answers. As I mentioned above, my answer can be researched. In a face-to-face interview, I might answer off the top of my head, estimating a number incorrectly or speaking vaguely because I'm not confident of the number. But I might be able to look online or in my files and answer precisely and accurately. Also, I might think about my answer rather than just replying off the top of my head.

**-How do you conduct an e-interview? Do you follow certain steps? What do you think are the most common mistakes to avoid?**

I try to keep questions short. I include links for context, if the context of the question relates to something I or someone else has written about. I do try to follow up if the answers raise more questions. I give the person a time frame for when I would like the answers back. I encourage asking me questions if something is unclear. I thank the person profusely. I'm not sure I'm expert enough in other people's use of email interviews to know which mistakes are common. But I suspect that making your questions too long and/or unclear would be a common mistake.

-How do you process the information after you get it? Do you consider it as valuable as if you got it from a face-to-face interview? I read the information, check any links provided, work on writing the story and consider possible follow-up questions. I think most email interviews I conduct cover several messages. I do consider the information as valuable. It may be lacking benefits of physical presence, but it may gain some time for thought, reflection, verification and research.

**-Which kind of interview do you prefer? Why?**

I like them both. I prefer face-to-face, because I think I get more of the person's time and attention, and I think in a difficult interview I have the best chance to earn a person's trust if we can look into one another's eyes and I can help him or her relax. But, especially if the person is a good writer and/or a thoughtful person, I do like an email interview. The best approach might be to do both: Conduct a face-to-face interview, then follow up by email. And these aren't the only choices. If distance prevents a face-to-face interview, I might try to interview someone by telephone and/or a video interview by Skype or Hangout (and still follow up by email).

## **Roberto Carrasco Calderón**

Editor & redactor en La biblioteca del Fauno

- [es.linkedin.com/pub/roberto-carrasco-calderón/49/477/803/](https://es.linkedin.com/pub/roberto-carrasco-calderón/49/477/803/)

### **En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Dependerá en gran medida de ambas partes a la hora de comunicarse.

El entrevistador deberá formular y redactar preguntas claras y concisas que no alteren el flujo de comunicación en sentido inverso. Una pregunta excesivamente compleja, supondría una mayor redacción a la hora de responder, leer y asimilar por la parte contraria. El entrevistado a su vez, deberá ser también conciso en las respuestas y usar un lenguaje correcto y comprensible hacia el entrevistador. Dado que no existen gestos corporales y sonido, la redacción deberá de cuidarse lo más posible.

# Renata Cabrales

Periodista y Editora de Redes Sociales en Eltiempo.com

- <http://twitter.com/cabralita>

## - ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?

Ventajas:

- Se acortan las distancias. Internet rompe fronteras y nos da acceso a personajes o personas anónimas al otro lado del planeta.
- Siempre se tendrá prueba física de lo expresado por la fuente de manera escrita.
- El flujo de una conversación por e-mail permite que luego pueda pedirle aclaraciones al entrevistado por esta misma vía.
- El entrevistado puede adjuntar en el e-mail contenido de diverso tipo: links de notas relacionadas, documentos, audios, etc.

Desventajas:

- Lo primero es que no se tiene acceso a detalles de color importantes y que pueden darle gran fuerza a la conversación: gestos, timbre de voz, olores, colores, señales del espacio físico, etc.
- No hay espacio para hacer contra-preguntas de manera inmediata.
- Los silencios, momentos de tensión, diversión, entre otros, también son necesarios para que la entrevista tenga más potencia. No tener en frente al entrevistado elimina de un tajo todo lo anterior.
- Algunas veces es necesario ofrecer un contexto antes de hacer una pregunta. Hacer esto por e-mail resulta más tedioso, de ahí que las preguntas deban ser muy concisas y no den pie a malas interpretaciones.

## - ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?

Lo que no cambia:

Antes de hacer una entrevista uno define sus objetivos e investiga sobre el entrevistado y el tema a tratar. Esto se puede hacer sin ninguna limitación sin importar el tipo de medio.

Lo que cambia:

El periodista debe tener mayor foco a la hora de seleccionar las preguntas a realizar. No es lo mismo tener una hora disponible para una conversación que, tal vez, pocos minutos para contestar un correo.

**- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Sí la puede afectar, como expliqué en el primer punto. Escapan a nuestra vista detalles de color del espacio físico y actitudes del entrevistado esenciales.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

Centros de investigación y entrenamiento periodístico como el Poynter o el Knight tienen muy buenas guías para hacer entrevistas. Definir los objetivos, investigar sobre el tema y el entrevistado, preparar una serie de preguntas, hablar con personas cercanas a la fuente (aplica en algunos casos), saber interpretar los silencios y llevar el ritmo de la conversación, dejar claro el propósito del encuentro a la fuente, y tratar de ubicarse al mismo nivel del entrevistado (sin importar si es pobre o millonario) es muy importante para mí.

El error más común: no prepararse lo suficiente para "sacarle el jugo" al entrevistado.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Trato de analizarla muy bien. La importancia no radica exactamente en que sea por un medio u otro, sino en lo que la fuente nos confíe.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Para algunos casos aplica más la tradicional, en otros resulta positivo hacerla por e-mail. Jamás haría una entrevista a una fuente que tiene grandes secretos y conflictos de intereses por correo electrónico.

*La mayoría de entrevistas vía e-mail son más de corte académico, contar una historia de vida, una situación dramática, un hecho que requiere casi que dibujarlo, etc., no será lo mismo usando el correo electrónico.*

## Rafael Delgado

Director en Formedia. Consultores de Comunicación

- [es.linkedin.com/pub/rafael-delgado/11/96a/a70/](https://es.linkedin.com/pub/rafael-delgado/11/96a/a70/)

### - ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?

Como ventaja, que suele agilizar mucho la realización de la entrevista. Sobre todo, cuando es un personaje con la agenda complicada. Hacerla presencial puede llevar mucho tiempo en el caso de los medios pequeños o que se derive a un portavoz de segundo nivel dentro de la empresa u organismo. También puede ayudar a recoger con más precisión cifras y conceptos si el asunto de la entrevista es complejo (ciencia, economía, cuestiones técnicas, etc.).

Desventaja principal: que a veces no responde el entrevistado sino su Departamento de Comunicación. El contenido es similar, pero en el correo electrónico se tiende a ser más "políticamente correcto".

### - ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?

Puede ser similar, ya que cada vez es más frecuente que el entrevistado (si es lo bastante importante como para permitírselo) requiera el cuestionario previo a la entrevista. Es demasiado común en el terreno político, por ejemplo.

Me parece más correcto pedir por adelantado los temas que se van a abordar (no la pregunta concreta), para que el entrevistado se pueda preparar cifras que vayan a plantearle (presupuestos, inversiones, gastos, etc.), si es el caso, y que quizá no tiene en la cabeza en ese momento.

### - En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?

Se trata de preparar bien el cuestionario y prever incluso la línea de las respuestas del entrevistado.

Pero siempre se pierde frescura si la entrevista no es "cara a cara". Especialmente, si es una entrevista "comprometida". En ese caso no hay "factor sorpresa"; el portavoz, si es hábil,

llevará bien aprendido su discurso. Y se pierde el derecho del periodista a plantear las cuestiones que considere oportunas para elaborar su información y aportar las aclaraciones necesarias. Así está ocurriendo en las comparecencias públicas en las que no se admiten preguntas.

Por otro lado, falta la posibilidad de repreguntar, algo que enriquece la entrevista. A veces es ahí donde el periodista consigue realmente el dato o la declaración que busca.

También se aprecia una gran diferencia en otros terrenos, como el cultural, en donde el autor o artista no habla igual que escribe.

En cambio, hay entrevistas presenciales en las que el entrevistado resulta realmente aburrido o con falta de preparación y el periodista tiene que realizar una labor de edición posterior "titánica" para que el contenido resulte publicable...

**A la hora de organizar la realización de este tipo de entrevista ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

- Hay que cuidar mucho dos aspectos de manera especial al hacer entrevistas por e-mail: documentarse a fondo sobre el personaje y pensar con detenimiento el cuestionario. Son claves siempre, pero más aquí.
- Es necesario realizar el contacto, negociación y seguimiento del proceso con el Departamento de Comunicación de la persona (o mejor directamente con él o ella, si es posible). No basta con enviar un correo electrónico y esperar respuesta sin más. Hay que aclarar los detalles y la fecha prevista de respuesta.
- En este sentido, hay que preparar el cuestionario con cuidado (probablemente no habrá ocasión de realizar aclaraciones en un segundo e-mail), tratando de prever la línea de respuestas e incluso formulando las preguntas básicas de distintas maneras, para asegurarse que el entrevistado responde a lo que el periodista quiere saber; además, así se da sensación de mayor autenticidad. También hay que contemplar qué hacer si el entrevistado deja respuestas sin responder y cómo actuar en ese caso, o si admitir que incluya preguntas y respuestas no previstas en el cuestionario. Si la extensión está clara de antemano, informar al portavoz, para evitar cortar en exceso y que se sienta defraudado, ya que también habrá invertido tiempo en las contestaciones.
- Solicitar también una biografía oficial (no fiarse de los datos que corran por Internet, si no están contrastados o son de una fuente fiable), fotografías de calidad, etc. Claro que esto vale también para entrevistas presenciales.

- Debe evitarse enviar la entrevista para su aprobación una vez realizada. Esto suele ser una fuente de conflicto: porque no le gusten el titular o los sumarios elegidos al personaje o a su equipo de Comunicación -aunque estén extractados de sus declaraciones-, el tratamiento de la fotografía o que haya habido que cortar el texto por ajustes de edición. Una vez que se ha contestado a las preguntas es el momento del periodista y del medio.

- Aunque parezca una obviedad, el trabajo de documentación también es importante (no es de recibo adjudicarle por error a un autor un libro que no ha escrito o recordar al entrevistado por equivocación una cita que es de otra persona). Por prisas, un trabajo mal realizado o falta de experiencia, suele ocurrir.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerarás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Hay que tratarla con el mismo respeto, sin tergiversar nada, como si fuera presencial. En este caso, incluso, con mayor cuidado porque puede dar lugar a problemas legales para el periodista, ya que las declaraciones se han realizado por escrito.

Como comentaba antes, sólo me parece de recibo “ayudar” al entrevistado si es una persona que no se expresa con corrección (frecuente en el mundo del deporte, por ejemplo), para no dejarle en evidencia, o si ha cometido faltas de ortografía.

Si no es una entrevista “de trámite” o de compromiso, exige también un mayor esfuerzo para darle la máxima frescura y que parezca presencial. Por lo demás, la misma labor para extraer lo más interesante y ajustar al espacio disponible en la sección.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Creo que todos los periodistas preferimos la presencial siempre que sea posible, aunque Internet y los *social media* están cambiando las costumbres. De ese modo, el periodista puede trasladar al lector aspectos que enriquecen las declaraciones (si estaba nervioso el entrevistado, relajado, si es simpático o arisco, si habla pausado o con celeridad, qué toma durante el encuentro, cómo viste, qué perfume usa...). Además, es una ocasión de enriquecerse con la experiencia o conocimientos del personaje; incluso, de lograr su confianza y convertirle en fuente informativa habitual. Eso, por e-mail es muy difícil. Por otro lado, depende mucho de quién se trate. Es posible lograr por correo electrónico una entrevista exclusiva con un mandatario internacional o con un personaje conocido que apenas conceda declaraciones. Tradicionalmente, García Márquez daba muy pocas

entrevistas (antes de su enfermedad), por lo que lograr una, aunque sea por e-mail, habría sido muy valioso.

En cuanto a las ventajas del correo electrónico, olvidé citar otra que resulta básica y un poco obvia: romper distancias. En ocasiones, es casi la única manera de conseguir respuestas de un portavoz que esté en un lugar muy distante.

# Norma Rossi

Colaboradora free en Diario Z

- [ar.linkedin.com/pub/norma-rossi/24/3bb/55a/](http://ar.linkedin.com/pub/norma-rossi/24/3bb/55a/)

## **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

Ventajas: menos errores (sobre todo, en notas donde se usa jerga, como en los artículos médicos, por ejemplo), edición directa desde la pantalla.

Desventajas: sólo la uso en temas, no en entrevistas tipo perfil de personajes, donde es sumamente importante recrear el clima, la impresión personal, y valorar la repregunta.

## **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

La edición directa en pantalla, como te dije, te acelera los tiempos y minimiza errores en una entrevista realizada vía e-mail.

## **- ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

¡Claro! por eso no la uso en reportajes.

## **- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

Primero, datos sobre el personaje y/o tema: estar bien informada es sobre todo una cuestión de respeto por el entrevistado; pero también indispensable para luego preguntar, escribir, editar, jugar... cuánto más sé mejor puedo meter mano en la información. Luego, trazarme ejes sobre los que voy a trabajar, con la suficiente flexibilidad como para tener un boceto, pero que no me impida cambiarlo en lo que sea necesario. A veces, por ejemplo, vas con una idea y el tema central termina siendo otro.

Creo que los errores más comunes generalmente se relacionan con no tener en cuenta todas esas pautas.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Depende del interlocutor, de la confianza que le tenga. Por eso, generalmente lo hago con gente que me la merezca. También sin embargo, chequeo algunos términos, re-chequeo información que no es directa, etc.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

- Como te dije al principio: para temas especializados, el vía e-mail facilita las cosas, pero tenés que hacerlo con alguien que te merezca mucha confianza (hay "expertos" quienes escriben cualquier cosa, total, la nota la firma el periodista). La presencial, es indispensable -y muy disfrutable- sobre todo cuando el tema/personaje te interesa de verdad.

# Miguel Angel Ledhesma

Periodista Turístico Presidente del Círculo de Periodistas Turísticos de la Provincia de San Luis

- [ar.linkedin.com/in/miguelangelledhesma/](http://ar.linkedin.com/in/miguelangelledhesma/)

## -¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?

Ventajas para el entrevistador:

-Es un trabajo intelectualmente más liviano: 1- uno formula unas preguntas iniciales y allí queda todo; 2- las respuestas ya están escritas y no hay que lidiar con el tener que volver a escuchar la grabación y además 3- es una opción válida para aquellos periodistas o personas introvertidas.

-Es económica: su valor es casi cero, sólo basta con una computadora y conexión a Internet.

-Nos permite obtener respuestas de personas que están a una larga distancia.

Ventajas para el entrevistado:

-Para el entrevistado, esta modalidad es también una situación más tranquila: puede responder tomándose su tiempo y hacerlo en el momento que quiera, evitándose la presión que puede ejercer un entrevistador con su presencia, su entonación, sus gestos y sus repreguntas.

Desventajas para el entrevistador:

-No poder repreguntar

-Perderse todos los datos que puede ofrecer lo paralingüístico y el contexto.

Desventajas para el entrevistado:

-No tiene la posibilidad en el momento de pedir más detalles acerca de lo que se está preguntando. Y suelen preferir responder lo que se cree que se pregunta y no volver a escribir consultando.

-Le costará mucho más percibir cuáles son las intenciones del entrevistador.

**- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

Creo que no las hay o por lo menos no debería haber diferencias. Lo único que cambia es que uno combina un encuentro sino que más bien envía un e-mail.

**- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Absolutamente, las distancias afectan a la calidad de la información. Uno obtuvo un tipo de información que es despersonalizada y eso es lo mismo que terminará brindando a su público. Hay detalles, matices, olores, colores, temperaturas, que se pierden y uno no puede transmitir, porque nunca los tuvo. La entrevista por e-mail no es lo ideal, pero es necesaria. Sería importante poder aclararle siempre al público que la entrevista fue realizada de esa manera y así obtendríamos un nuevo contexto para situar al público.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

Lo que le comento a mis alumnos es que es importante distinguir entre las preguntas que responden a un pasado, a un presente y a un futuro del entrevistado y hacerlas en conjunto y no preguntar por el futuro, voy al presente, vuelvo al futuro, voy al pasado, presente, etc. sino que hacer todas las preguntas del pasado juntas, las del presente luego juntas y las del futuro.

Y considero que el orden en que deben plantearse las preguntas debe ser: pasado, presente y futuro, de manera que el entrevistado pueda hacer un recorrido histórico de su experiencia mientras responde. Es más fácil para el entrevistado pensar en un futuro deseable o posible si previamente repasó cierta trayectoria. Lo mismo se puede volver más enriquecedor hablar del presente si reflexionó previamente del pasado.

Los errores más comunes a la hora de una entrevista por email son:

-No especificar las palabras de las preguntas

-No contextualizarlas

-No indicar que si algo no se entiende, el entrevistado puede preguntar antes de responder sin estar seguro

-Hacer preguntas cerradas, un sí o un no no sirven mucho cuando no pudo repreguntar

-No explicar el objetivo de la entrevista y dónde será publicada

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

La considero igual de importante pero con la imposibilidad de transmitir datos del contexto. Se vuelve aún más automático el proceso y el resultado. Juega mucho más el "cortar y pegar", porque no deja de consistir en armar un rompecabezas con las piezas (respuestas) para armar algo que pueda ser leído por un público.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Prefiero mil veces la entrevista personal-tradicional. Como periodista es mucho más enriquecedor en cuanto al durante y al después también. Hacer una entrevista por e-mail me convierte en un entrevistador, pero no necesariamente en un periodista.

# Melania Valencia

Redactora en TVE

- [es.linkedin.com/pub/melania-valencia/53/7a2/97a](https://es.linkedin.com/pub/melania-valencia/53/7a2/97a)

## **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

Las ventajas son la rapidez, claridad y lo conciso que puede ser el entrevistado. Pero tiene muchos inconvenientes. Se pueden preparar mucho más las respuestas. Se pierde espontaneidad. Yo creo q las mejores preguntas en una entrevista son las que están fuera del guión. También pierde mucho el tú a tú. En las entrevistas los gestos, posturas y poses del entrevistado también dicen mucho.

## **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

La pre-producción tiene que ser igual o mejor que para una entrevista tradicional. Tenemos que enlazar muy bien las preguntas, para que ningún dato quede afuera. La entrevista es el género más complicado de la comunicación. Y hay que estar muy preparado y si no vas a estar presente mucho más. Digamos que te lo juegas todo en un e-mail.

## **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Creo que sí. La experiencia me dice que las mejores respuestas salen cuando te ganas la confianza del entrevistado. O todo lo contrario... Lo pones muy nervioso... Y deja a un lado el papel y sale la persona. Esto se consigue en el cara a cara.

## **- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Siempre que preparo una entrevista, lo primero es intentar conocer muy bien al entrevistado. Leer lo más posible. Segundo, preparar un buen cuestionario, que se puede romper en cualquier momento de la entrevista.

En cuanto a errores hay muchos, es un error entrar en una discusión pública con el entrevistado... Eso me abruma y me pone muy nerviosa. Hay que insistir y también saber cuando hay que parar.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Es igual de importante. Pero ya sabemos que el entrevistado ha tenido la oportunidad de preparar las respuestas sólo, sin la mirada del periodista -jajaja-.

**A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

Yo prefiero la tradicional. Quizá porque estoy condicionada por el medio que conozco y el que domino, sólo un poco, la televisión. Pero tenemos que tener muy claro que la red es una forma de comunicación que está ahí y cada vez más personas utilizan. En definitiva, hay que estar preparada para todo.

# Maximo Tell

Periodista - Fundador Negro&White

- [ar.linkedin.com/in/maximotell/](http://ar.linkedin.com/in/maximotell/)

## **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

La ventaja para un periodista es saltar la faz de desgrabación y duda ante citas directas del entrevistado. Acá uno por e-mail recibe el textual sin más interferencia del entrevistado. En épocas de redacciones digitales vertiginosas, agiliza mucho la posibilidad de rápidamente copiar las respuestas en las notas. Además para una mentalidad global de medios, las distancias o deficiencias técnicas quedan superadas a la hora de escribirse con un entrevistado lejano. Como desventajas, claramente se destacan la pérdida de la re pregunta inmediata y la posibilidad de que surja un interrogante nuevo a partir de una respuesta. Si bien se puede agregar un e-mail más con otra consulta, implica una segunda instancia que pierde fuerza o molesta en muchos casos al entrevistado.

## **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

Me parece que en ambas por las posibilidades de acceder a la información que hay hoy tenemos que intentar resolver el cuestionario sobre cuestiones que no se puedan hallar en ningún otro link que haya en la web. Me parece que lo único que se diferencia en virtud del e-mail es que no deberemos prestar atención tanto a la postura, imagen y estilo de interacción que podríamos llegar a preparar para una entrevista en persona. Si es por e-mail simplemente debiésemos interpretar los canales digitales del entrevistado para saber el nivel de formalidad con el que se comunica o escribe en Internet y detalles como esos. Percepciones más de su hacer online que formas de ser en persona.

## **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

No creo. Si el compromiso del entrevistado para con el cuestionario es real, las respuestas tienen que ser asumidas como sumamente válidas. Si creo que en persona uno puede influir mucho sobre el entrevistado, seguramente mucho más que por e-mail. Me parece que la distancia nos devuelve unas respuestas sin tanta influencia del entrevistador sobre la

persona, sus respuestas son esas y no hay matices de influencia desde el preguntador. Eso puede ser algo positivo o negativo según tu historia lo requiera.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

A la hora de hacer una entrevista por e-mail creo que se pierde tiempo en "pedir permiso". Si sos un periodista o comunicador que ya consiguió el e-mail de un entrevistado, haz un sólo movimiento eficiente. Realiza la pre-producción de tus preguntas y redacta un e-mail que contenga una breve presentación tuya, concretamente qué es lo que requieres e inmediatamente el cuestionario. Aporta los links para que el entrevistado haga una breve investigación de ti o tu Medio y que rápidamente pueda resolver el compromiso. No que deba responderte que sí, que ok mándame las preguntas. Hay que tratar de no robarle mucho tiempo frente al teclado, porque si no pierde eficiencia el método. Si él tuviese tiempo para ti estaría en un café contigo. Sé concreto y que en todo caso te pida que se lo recuerdes al cabo de unos días pero que te contestará a la brevedad.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Si totalmente, uno sabe a quienes entrevistar sobre esta vía. Alguien que no considera válidas sus propias respuestas por este medio digital directamente te pide otra alternativa de realización. Un encuentro o un llamado telefónico/Skype. La información llega y se trabaja en conjunto con los textos creados para la nota por el autor de la misma forma que si llegase a su casa tras un encuentro a desgrabar y redactar una nota tradicional.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Por cuestiones de tiempos es muchas veces cómodo el e-mail, aunque la experiencia de conversar directamente con un entrevistado es sumamente enriquecedora a nivel personal y profesional. La eficiencia de la instancia digital nos da rapidez pero nos quita ese valor. Dependiendo de quién es la otra persona elegiría la manera. Si es algo rápido y concreto donde no hay mucho de lo sensorial como necesario para la nota me inclinaría por la vía e-mail. De lo contrario prefiero encontrarme con la persona.

## **Martín Sanzano**

Periodista en ABChoy.com.ar

- [contacto@abchoy.com.ar](mailto:contacto@abchoy.com.ar)

### **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

La ventaja mayor es el acortamiento de distancias. Mi condición laboral es un tanto extraña, vivo en La Plata y trabajo para Tandil. El Facebook es la herramienta fundamental de contacto que tengo, en un segundo plano esta el e-mail, y eso se debe a que por Facebook hay mayor interacción. Un ida y vuelta más veloz, de esos que se necesitan para las entrevistas. Aunque por mail también se dan algunas situaciones interesantes, ya que el entrevistado tiene el tiempo y la tranquilidad de responder, como en este caso. Pero la desventaja es que se pierde lo personal, la instancia de situación. No hay espacio para la descripción, ni para el análisis de elementos que vayan por fuera del texto. No hay gestos, pausas, sonrisas, miradas, tics. Es un laburo a ciegas y obliga a estar atento a cosas invisibles.

### **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

La diferencia es enorme. En el caso del Facebook, uno puede enfrentarse a un entrevistado virtual sin conocer nada de su vida y obra, e ir informándose al mismo tiempo que estamos dialogando. Se abre otra ventana, se googlea y listo. En el e-mail pasa algo similar, uno puede ir construyendo un discurso, una lista de preguntas y tomarse su tiempo. En el cara a cara que nos da la entrevista tradicional se nota el desconocimiento en el tema, no hay espacio para la investigación en paralelo y uno se siente más a prueba.

### **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Definitivamente. Por eso es importante saber qué preguntar y no pegarse a la cuestión temporal, porque el e-mail sale de tu bandeja hoy, pero puede ser respondido semanas después. En mi trabajo entrevisto a muchos artistas, y algunos de ellos me han hecho esperar un buen tiempo su mail de respuestas. Y están en todo su derecho, el buen trabajo

lo tiene que hacer uno *a posteriori* con el poco o mucho material que haya conseguido reunir.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

Yo trato de explicar bien el mecanismo antes de comenzar a entrevistar de manera virtual. Siempre le digo al entrevistado que no se preocupe por sintaxis, ortografía y acentuación, y se expone de manera libre. Quizás para intentar romper esa barrera impersonal y tentar al otro lado a escribir lo que realmente siente. Quizás para conseguir que esa interacción virtual se asemeje lo más posible a una charla coloquial, pero ya forma parte de mi manera de laburar.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Siempre. Cada renglón escrito, o cada frase hablada que se haya podido conseguir, es muy importante. Uno siempre edita un poco para dar la sensación de que la entrevista fue más personal de lo que fue en la realidad, pero no creo que eso sea mentirle a los lectores. Es parte del juego, de la ilusión y del trabajo de la pluma del periodista. Eso sí, se considera de igual importancia, pero no de igual valor. La virtualidad debe ser un recurso, pero siempre que se pueda a mí me encanta encontrarme cara a cara. Ese es el goce y todo el resto es trabajo de oficina.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Definitivamente el cara a cara es la forma de entrevistar que prefiero. No sólo por una visión romántica del periodismo, sino porque he podido comprobar que me comprometo mucho más con los laburos cuando son personales. Que puedo captar otros factores y elementos. Que ambas personas, entrevistado y entrevistador, nos sometemos a un examen intenso y nos comprometemos mentalmente con ese momento, con esa interacción. La virtualidad es una herramienta que debemos aprovechar y saber usar a nuestro favor, y que jamás debiera convertirse en un vicio, ni mucho menos reemplazar por completo al cara a cara base de las relaciones humanas.

## **Marta Morales Castillo**

Periodista / Community Manager

- [es.linkedin.com/in/martamoralescastillo/](https://es.linkedin.com/in/martamoralescastillo/)

### **-¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

Ventajas:

- Puedes comunicarte con personas de cualquier parte del mundo con las que quizá no podrías haber contactado de otro modo.
- Ahorra la necesidad de desplazamiento.
- En ocasiones, puede resultar más rápido y cómodo que te contesten por e-mail que el hecho de que te concreten una cita.
- Permite al entrevistado realizar respuestas más elaboradas al disponer de más tiempo para la reflexión.
- Al responder las cuestiones con sus propias palabras, se tiene la certeza y la prueba material de que esa persona dijo exactamente eso.

Desventajas:

- No se tiene la garantía de que el entrevistado quiera dedicar parte de su tiempo a responder las preguntas.
- Depende de cuál sea el grado de profundidad y el tema del artículo, una entrevista vía e-mail puede ofrecer una información sesgada y aportar menos credibilidad.
- Existe la posibilidad de que el entrevistado no responda alguna de las cuestiones (por no entenderla, por desconocimiento o falta de interés).
- No se plasma la comunicación no verbal, el ambiente, el contexto... Aquello de lo que el periodista puede extraer una información extra.
- En ocasiones, el entrevistado delega en otra persona responder las cuestiones en su nombre.

**- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

En teoría, una entrevista en persona exige un grado de investigación más profundo sobre el tema y sobre la persona entrevistada. En una entrevista tradicional se te pueden ocurrir preguntas sobre la marcha en base a las reacciones del entrevistado. Esa posibilidad no se da en una entrevista vía e-mail.

Probablemente, una entrevista en persona permite la opción de realizar más preguntas por el grado de agilidad que supone una conversación.

**- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

En ocasiones sí. Primero por la falta de garantía de que el entrevistado quiera dedicar parte de su tiempo a contestar el e-mail. Segundo, por la certeza de saber sí realmente ha sido la persona en cuestión la que ha respondido las preguntas. Y, en último lugar, por el grado de implicación a la hora de ofrecer respuestas desarrolladas.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

Los errores más comunes son: no preparar lo suficiente la elaboración de la entrevista, preguntar cuestiones que ya han sido formuladas por otros medios, no investigar con profundidad a la persona entrevistada o no saber improvisar para reorientar la conversación en el caso de que fuera necesario. Mi guía de pasos a seguir para elaborar una entrevista pasa el cumplimiento de los aspectos mencionados anteriormente.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Considero que una entrevista cara a cara es más real porque ofrece más posibilidades: improvisación, réplica, interpretación, intercambio, comunicación no verbal... Factores que en una entrevista vía e-mail no son posibles de captar. En el caso de la entrevista vía e-mail, una vez contestadas las preguntas, sólo existe la opción de editar y corregir los posibles fallos.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Si tuviera que elegir, siempre mejor la tradicional porque permite más posibilidades y plasma la verdadera esencia del Periodismo: estar en el lugar de los hechos. La entrevista vía e-mail la recomendaría especialmente en el caso de la distancia física.

# Marlon Ávalos

Periodista y Project Manager en NOVAQ

- [cr.linkedin.com/in/avaloselizondo/](https://cr.linkedin.com/in/avaloselizondo/)

## - ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?

En un criterio muy personal, no podría llamar una entrevista que se haga por e-mail de esa forma, ya que perdés muchos datos que son valiosos y que vas a necesitar cuando se produzca la entrevista, si es por e-mail lo llamaría más bien cuestionario, pero como te digo, es algo muy personal.

Empecemos por las ventajas para el periodista: te ahorra tiempo y dinero, podés hacer un día más productivo porque no tenés que trasladarte hasta donde el entrevistado ni luego transcribir la entrevista, y así podés hacer más cosas. En las salas de redacción donde todo es "corre corre" y tenés que sacar tres o cuatro notas antes de la hora del cierre, el tiempo es valioso y si podés enviarlo y que te respondan por correo, es una gran ayuda.

Algo que también podría resultar ventajoso dependiendo del contexto es que el entrevistado puede tener más tiempo para preparar sus respuestas y que la información que vayas a recopilar sea de más valor o riqueza. Como te digo, dependiendo del contexto, ya que si se trata de una entrevista donde querés cuestionar algo, esto más bien podría convertirse en una desventaja.

Creo que por e-mail, tiene más desventajas que ventajas a nivel de producción de la entrevista ya que te limita en muchos aspectos, por ejemplo: no podés leer el lenguaje corporal del entrevistado, esto creo que es uno de los puntos más altos de una entrevista tradicional, las personas hablamos más con el cuerpo que con el lenguaje verbal, no podés ver la reacción en su cara, saber si miente o si está convencido de lo que dice.

En cuanto a la narrativa de la entrevista, el lenguaje corporal, la forma de vestir del entrevistado o el lugar donde se haga la entrevista cara a cara te ayudaría mucho, le da un valor agregado.

Por otro lado no podés repreguntar, esto te limitaría en el momento de querer aclarar algo o si ves que en algo que dijo hay noticia.

No sabés si realmente es la persona entrevistada la que te responde o su equipo de relaciones públicas o su secretaria.

Con políticos definitivamente no lo usaría, todos sabemos que los políticos mienten.

**- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

En principio no debería haber ninguna diferencia, eso dependerá de qué tipo de entrevista querés hacer; si es corta, si es una semblanza, si es para acompañar un reportaje, o si es su fuente de confianza, etc.

Creo que el periodista debe conocer lo más que pueda a su entrevistado, sin hacer diferencia de que si lo va a hacer a través de e-mail o cara a cara. Preparar la entrevista e investigar sobre el tema debe ser una cuestión de actitud del periodista y no un procedimiento.

No sé cuál es la realidad en Argentina, sin embargo te puedo hablar que acá en Costa Rica la mayoría de periodistas no se preparan para una entrevista, no investigan con quién van a hablar, se preocupan más sobre cómo me voy a ver ante la cámara o hay poca repregunta, no cuestionan al entrevistado, siempre creen lo que les dicen, por eso es que creo que ante todo debe ser una cuestión de actitud.

**- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Definitivamente. El/la periodista siempre debe tener control sobre la entrevista, esa es la regla número uno, cuando envías las preguntas por email le das todas las libertades al entrevistado y no tenés control sobre nada.

En una entrevista cara a cara podés saber cuantas veces hace pausas para responder, o si alguien le habla al oído antes de dar una respuesta, o si la persona quiere ocultar algo, en muchos casos la noticia está en lo que no se dice y eso sólo se sabe cuando se ve al entrevistado a los ojos, creo que enviarlo por e-mail podría ser un precio muy alto. No podés leer el lenguaje corporal ni medir los tiempos, como te decía al principio.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

No tengo ninguna guía o procedimiento esquematizado, te cuento que sí me gusta en primera instancia hacer un perfil de la persona, en mi cabeza.

Con el *boom* de las redes sociales y que todo el mundo quiere que sus amigos sepan qué hace o donde estuvo, siempre busco si tiene Facebook, para ver qué fotos publica, en qué lugares publicó que estuvo, reviso otros detalles personales, hago un par de llamadas a algunos colegas, etc., algunos de esos detalles te van a servir para una pregunta o para confirmar que lo que te dice es cierto o no, por ejemplo.

La estructura de las preguntas sí es importante tenerla muy clara, hacerla por bloques de los temas que se vayan a tratar, muy concretas y sin portillos para que se salga por la tangente, por lo general las preguntas más que sé que van a causar más escollo las dejo para cuando la entrevista haya madurado un poco.

Una anécdota, cuando estaba empezando en esto del periodismo, entrevisté a don Alberto Cañas, en Costa Rica es muy reconocido porque fue diputado, ministro, embajador, escritor, todos los abogados y periodistas pasamos por sus aulas, en fin, una persona con una trayectoria impresionante y aunado a eso: polémico.

Empezamos hablando de sus libros publicados, de sus años de profesor, de su infancia en la Costa Rica de 1930 etc., cuando llegó el momento de hablar del golpe de estado de 1917 y la Revolución de 1948, Revolución en la que él fue uno de los líderes, la entrevista subió de tono.

Para mi el golpe de estado y la Revolución no eran más que datos en nuestra historia, sobretodo porque desde hace más de 60 años no tenemos ejército y los temas bélicos ya fueron quedando en el olvido para los costarricenses, sin embargo para él no, porque él los vivió. Inocentemente creí que hablar de esos temas iba a ser algo anecdótico para él, si embargo su reacción me tomó por sorpresa, no me había preparado para eso y fue un momento fue incómodo. Esa fue una lección muy grande, porque no había tomado en cuenta o no me había puesto en los zapatos del entrevistado para abordar el tema.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Sí, debe tomarse de la misma importancia, pero con más cautela. Hay tres pasos que creo que a todos los periodistas nos lo enseña y son: Verificar, confirmar y contrastar y que para una entrevista a través de e-mail no deben olvidarse.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Soy una persona que ama la tecnología, hago mis propios sitios web, investigo sobre nuevas tecnologías, comunicación digital, social media, envío un promedio de 100 e-mails al día, yo respiro tecnología todos los días, pero también soy una persona que le encanta "leer" a su interlocutor, saber qué me dice y cómo me lo dice, eso lo he llevado a la práctica tanto en lo profesional como en lo personal, ante esto te digo que hasta este momento una entrevista por e-mail no podrá darme la misma calidad de información que una entrevista cara a cara, siempre es mejor mirar a los ojos.

## **Marisa Picó**

Periodista. Formación y consultoría en Comunicación y Social Media.

- [es.linkedin.com/in/marisapico/](https://es.linkedin.com/in/marisapico/)

### **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

En mi opinión, las principales ventajas de una entrevista por correo electrónico son dos. La primera, el ahorro de tiempo porque tardas menos en elaborarla que si tienes que transcribir los contenidos y redactarla; en una entrevista por correo electrónico los contenidos te los proporciona el entrevistado prácticamente hechos. La segunda es la accesibilidad: al no tener que concertar una cita puedes entrevistar a cualquier persona en cualquier parte del mundo con tal de que tenga Internet.

Y las principales desventajas son: la imposibilidad de saber quién contesta tus preguntas, ¿es el entrevistado o su gabinete de comunicación quien responde? y la segunda, que se pierden un montón de matices por el camino, los que proporcionan el tono de voz y la comunicación no verbal de esa persona. Pierde calidez, normalmente.

### **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

Las entrevistas por correo electrónico son más fáciles de preparar porque simplemente has de buscar en Internet la información sobre el tema o la persona. En la tradicional, además, tienes que buscar una forma de contactar, concertar la cita, confirmar y prever los medios técnicos que te harán falta, por ejemplo, cámara de fotos o grabadora.

### **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Por supuesto, afecta desde el momento en que no puedes "leer" su comunicación no verbal ni valorar su tono de voz. Cuando emitimos un mensaje, en el significado del mismo sólo el 8% son las palabras, el 37% nos lo da el tono y el 55% la comunicación no verbal (gestos, expresiones, etc). En una entrevista sobre un tema que domina el entrevistado, esto puede quedar en un plano secundario. Pero si hacemos una entrevista personal, para conocer mejor al personaje, su esencia, me parece fundamental poder hablar cara a cara con él/ella

para poder contextualizar sus palabras.

La entrevista es el género más difícil en periodismo. Y elaborar las preguntas, un arte. Al igual que formularlas, en el tono de voz y momento oportunos.

# María Virginia Bertetti

Periodista Digital

- [ar.linkedin.com/in/virginiabertetti/](https://ar.linkedin.com/in/virginiabertetti/)

## **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

Por el lado de las ventajas, podemos realizar una entrevista a pesar de la distancia o de la falta de tiempo disponible del entrevistado, si este cuenta con la disposición de sentarse a escribir las respuestas, esto nos abre un sinfín de oportunidades a la hora de elegir nuestros entrevistados.

Por el lado de las desventajas, no siempre se consigue el correo personal del personaje buscado o este no cuenta con las ganas de sentarse a redactar (tal vez se siente mucho mejor hablando que escribiendo un cuestionario). Además, nos ciñe a un cuestionario prefijado, dejando de lado lo sustancioso que es la repregunta y el establecimiento de empatía con el entrevistado.

## **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

Se gana en tiempo al no tener que coordinar un encuentro, mas allá de los requerimientos de envío de las respuestas. Se debe armar un cuestionario lo mas completo posible, ya que no tendremos oportunidad de repreguntar o profundizar. O sea, se gana tiempo, se pierde profundidad.

## **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Según mi punto de vista si, ya que se pierde la complejidad de la oralidad y la gestualidad del contacto cara a cara, que nos brinda mucha información acerca del otro. Asimismo, se pierde esa posibilidad de la repregunta, donde muchas veces se encuentra lo más sabroso de la entrevista. Es por ello que prefiero la entrevista cara a cara y solo utilizo la opción de correo cuando no tengo más alternativas.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

No, solo me contacto con la persona a entrevistar, explicándole lo que necesito y si acepta le envío las consultas. Un contacto más fluido evitaría que no contesten o que se demoren en el envío de las respuestas.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Si, pero como ya comenté, solo utilizo este tipo de entrevistas cuando no tengo más alternativas.

**-Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Tradicional, el contacto cara a cara (o en su defecto la entrevista telefónica o vía teleconferencia) es mucho más rica, al contener en si misma toda la información que agrega tanto la oralidad como la gestualidad.

# María José Álvarez Molaes

Redactora SEO en Agencias

- [es.linkedin.com/in/mjalvarezmolaes/](https://es.linkedin.com/in/mjalvarezmolaes/)

## **-¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

La principal ventaja de una entrevista vía e-mail es que te permite acceder a un número mayor de entrevistados que de otro modo no podrías nunca contactar. En mi caso concreto, trabajé durante diez años para un medio radicado en España que se distribuía en América del Sur y Europa, regiones en las que residían muchos de nuestros entrevistados. Con la entrevista vía e-mail, podía salvar la diferencia horaria y geográfica.

Otra "ventaja", entre comillas, es que algunas autoridades únicamente permiten entrevistas vía e-mail, con lo que se convierten en la única manera de acceder a ellos.

Como desventaja, resaltaría el hecho de no poder replicar al momento a una respuesta que el periodista puede considerar como incompleta o desviada. Además, no se puede acceder a la comunicación no verbal (gestos, tono de voz) que muchas veces nos acercan más a la verdad que el lenguaje oral.

## **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

La pre-producción de este tipo de entrevistas requiere mucho más trabajo que la de las tradicionales, ya que nosotros no estaremos presentes en el momento de la entrevista. En nuestras preguntas, deberemos prever todas las opciones de respuesta del entrevistado y formularlas de manera muy precisa para que tenga que contestar exactamente a lo que queremos.

## **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Sí, se pierde toda la información de carácter gestual. Si se produce algún hecho de actualidad que nos obligue a formular nuevas preguntas, siempre estamos a tiempo de enviar un e-mail complementario con nuevas cuestiones.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

No, la verdad es que nunca he seguido diseñado de forma sistemática este tipo de entrevistas, ya que la intensidad del trabajo en la Redacción impedía realizar tareas de ese tipo.

Los errores más comunes, por falta de tiempo, son no poder prever que el entrevistado aprovechará la posible inconcreción de alguna de nuestras preguntas para responder lo que a él le interese, en vez de lo que pueda resultar interesante para la ciudadanía en general.

**-¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

La información obtenida, si se trata de un formato entrevista, la edito únicamente si existen faltas de redacción o de ortografía. Si es una entrevista para un formato reportaje, la edito del mismo modo que una entrevista tradicional para un formato reportaje.

Ante un tema del mismo calado, le doy más importancia a una entrevista cara a cara por la mayor información que permite obtener el estar frente al entrevistado.

**-Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Prefiero la entrevista tradicional por la mayor riqueza de matices que permite, aunque creo que hay que reconocer todas las posibilidades que nos ha abierto el e-mail para acceder a personas que están lejos de nosotros y con los que tenemos una gran diferencia horaria.

# Manuel Carmona Rodríguez

Profesional independiente en el sector E-learning

- [es.linkedin.com/pub/manuel-carmona-rodriguez/15/493/67a/](https://es.linkedin.com/pub/manuel-carmona-rodriguez/15/493/67a/)

## **-¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

La verdad es que veo más ventajas que inconvenientes. Nos permite entrevistar a una persona que se encuentra en cualquier parte del mundo. Es cuestión de acceder a su contacto y de preparar una buena entrevista. Siempre cabe el turno de réplica, ya que puedes chatear con esa persona, volver a mandar cuestiones sobre algo que no haya quedado claro, o mantener una videoconferencia.

De hecho, si te detienes a analizar las entrevistas que he publicado en mi blog revista, Rick's Café, observarás que entrevisto a personas de diferentes países y continentes. Para ello también me sirvo de mi conocimiento de lenguas para hacer posible las traducciones. Tienes el blog, siempre citándolo, como objeto de análisis si te parece interesante.

## **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

Las tareas de preparación y documentación de estas entrevistas son básicamente como las publicadas en otros medios de comunicación (prensa escrita, radio y televisión). Lo importante como siempre es elegir personas interesantes a quienes entrevistar porque su trabajo, vida y cómo se comportan merecen la pena ser conocidos.

## **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Considero que si un trabajo está bien hecho es igual de rico cuando se hace cara a cara que por este medio. Es evidente que en el cara a cara incluso podemos observar gestos corporales que nos aportan matices muy ricos sobre la personalidad o vida de esa persona. Aún así, hoy en día si de verdad te lanzas a una conversación sincera con la persona, la videoconferencia, el chat o los correos electrónicos nos pueden permitir descubrir esos detalles. Piensa que hasta el siglo XIX, los intelectuales en el mundo se comunicaban a través de correspondencia, también el resto de la gente. El género epistolar es uno de los más ricos para conocer a las personas y a las relaciones interpersonales entre ellas. El

correo electrónico, si se desarrolla en toda su amplitud, es una nueva concreción por el soporte digital de esa correspondencia.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

A continuación, para que os hagáis una idea exacta, os enlazo entrevistas realizadas a escritores y artistas a partir de la lectura de su obra y la reseña de la misma. Como podréis comprobar es igual que si preparamos la misma para luego sentarnos a charlar con ella dando un paseo o en los estudios de una emisora de radio.

Entrevista a la poeta Luisa Mora Alameda: <http://rick-casablanca.blogspot.com.es/2012/11/luisa-mora-el-ser-humano-es-ilusion.html>

Reseña de su poemario *El don de la batalla* (Premio Nacional Ciega del Manzanares) <http://rick-casablanca.blogspot.com.es/2012/11/el-don-de-la-batalla-poesia-de-las.html>

Entrevista al escritor Vicente Muñoz: <http://rick-casablanca.blogspot.com.es/2013/05/vicente-munoz-seguramente-si-fuera-asi.html>

Reseña de Canciones de vida: <http://rick-casablanca.blogspot.com.es/2013/05/canciones-de-vida.html>

Entrevista a la artista plástica Gabriela Amorós: <http://rick-casablanca.blogspot.com.es/2013/07/gabriela-amoros-escritura-y-pintura-se.html>

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Como te comentaba en la anterior pregunta trabajo las mismas como cuando preparo una interviú para otro medio de comunicación en directo. Desde mis tiempos de estudiante universitario mi labor de documentación ha sido clave. Busco varias fuentes de información. Por ejemplo, refiriéndonos a los casos citados en la cuestión precedente, leí con sumo detalle las obras de la poeta Luisa Mora y del escritor Vicente Muñoz. Sus

editores me hicieron llegar sendos ejemplares de sus libros. Además, he hablado con ellos mediante chat en numerosas ocasiones o nos hemos cruzado correos electrónicos. A través de esas conversaciones y escritos también obtengo información de primera mano. Igual sucede en el caso de la artista, pintora e ilustradora Gabriela Amorós. Incluso conozco a personas que les conocen a ellos tres, y las charlas con esos conocidos de cada uno de ellos me han permitido acercarme a sus vidas y obras con gran cercanía. De hecho, tanto en el blog como en las redes sociales cuando he publicado esas entrevistas o reseñas, y otras, los lectores del Rick's Café han comentado que les han llegado las entrevistas y las reseñas por el carácter humano de mi escritura. Eso que la vida periodística me ha enseñado solo es posible cuando previamente se ha hecho esa labor de documentación y se ha conectado con la persona entrevistada.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Ambas, lo importante como te he apuntado es hacer entrevistas a personas que merecen la pena conocer y ser conocidas por su vida y obras. Tú, como periodista que eres, sabes que los medios de comunicación tradicionales son la prensa escrita, la radio y televisión. Cada cual puede tener un medio en el que se sienta más cómodo, pero el tiempo me ha mostrado que la clave es hacer buen periodismo, buenas entrevistas, el soporte o medio concreto es el canal de transmisión. Lo hermoso es hacer periodismo auténtico, ese que pasado el tiempo se busca en las hemerotecas, audiotecas, videotecas o en la nube de la Red y cuando lo lees sigues descubriendo un sabor leyendo, escuchando o viendo esa entrevista.

A vuestra disposición y a la de la Universidad Abierta Interamericana para cualquier tribunal de tesis o labor universitaria en la que pueda participar.

## **Lorena Meléndez González**

Periodista/ Especialista en contenidos digitales

- [ve.linkedin.com/in/loremelendez/](http://ve.linkedin.com/in/loremelendez/)

### **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

Cuento siempre más desventajas que ventajas en este tipo de entrevistas y lo digo porque creo firmemente que las entrevistas deben hacerse siempre en persona, frente a frente. Para lograr que tu fuente entre en confianza y pueda abrirse y ser más franca contigo, debes verla en directo o, al menos, dejar que escuche tu voz y tú escuchar la suya para percibir algunas cadencias que pueden darte datos sobre su carácter o su estado de ánimo. Si la distancia es un obstáculo, siempre hay herramientas como Skype que te permiten hacer este tipo de contacto.

Otra de las desventajas es que no puedes repreguntar, y esto lo considero crucial al momento de conversar con una fuente. Te explico: Muchas veces hay frases o afirmaciones de los entrevistados que te permiten plantearte otras preguntas en las que no habías pensado, o quizás descubrir intereses o aficiones de tu entrevistado que pueden pasar a ser una parte importante del texto al momento de redactarlo.

Aún hay más: Cuando me ha tocado hacer este tipo de entrevistas, siempre quedo con la duda de si realmente mi fuente respondió de forma directa a mis preguntas o si lo hizo su manager o de algún asistente y pocas veces hay maneras para corroborarlo. Además, las respuestas suelen ser menos espontáneas, son más pensadas y corregidas. Eso le resta autenticidad y frescura a cualquier cosa que te contesten.

Cuento como ventaja que, generalmente, este tipo de entrevistas suelen pautarse mucho más rápido que las que son en persona o por teléfono, es decir, las respuestas probablemente las obtendrás mucho más rápido, sobre todo si tu fuente usa un *smartphone* y puede contestarte desde allí.

**- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

Pienso que la pre-producción en las entrevistas vía e-mail debe ser mucho más acuciosa, y con esto me refiero específicamente al momento de redactar las preguntas. Debes, de algún modo, adelantarte a las respuestas que te dará tu fuente para poder re preguntar. Por tanto, no es bueno hacer interrogantes demasiado abiertas que dejen que el entrevistado divague en asuntos de poco interés, o que responda diciendo muy poco. Lo mejor es redactarlas de la forma más concreta y directa posible.

**- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Totalmente. Claro que afecta y las razones se cuentan en las desventajas de las que te hablé anteriormente.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

Los pasos son los mismos antes de cualquier entrevista: investigar a fondo tanto el tema a tratar como a tu propia fuente; revisar entrevistas anteriores hechas a tu fuente; determinar cuáles son los puntos clave de la entrevista para profundizar en ellos durante la conversación. El error más común es hacer las preguntas abiertas o poco específicas.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

De las respuestas que obtengo vía e-mail sólo tomo las frases que me interesan más. De resto, por considerar que se trata de contestaciones poco espontáneas, prefiero parafrasear el contenido y complementarlo con mi propia investigación sobre el tema o la fuente, o quizás con extractos de entrevistas o declaraciones anteriores que sí hayan sido obtenidas en directo.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

La tradicional. El contacto directo con tu fuente es crucial y esto no sólo te ayudará al momento de la conversación sino en contactos posteriores que hagas con el mismo entrevistado. Se sentirá en confianza porque ya te conoce en persona y así es posible que te dé mejores datos o respuestas.

# Lionel Bossi Garavaglia

Digital Cultures, Gender Studies, Communication

- [cl.linkedin.com/pub/lionel-brossi-garavaglia/48/271/9ab](https://cl.linkedin.com/pub/lionel-brossi-garavaglia/48/271/9ab)

## - ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?

Ventajas: Facilidad para contactar al entrevistado/a. Muchas veces es complicado por distancias o porque alguno de los actores de la entrevista no pueda movilizarse hasta tal lugar. También la rapidez con que pueden realizarse entrevistas de este tipo y porque no dejan lugar a la improvisación.

Desventajas: Impersonales, poco contextuales, el entrevistado no necesariamente es espontáneo/a al escribir sus respuestas, ausencia de comunicación no verbal, no habilita espacio para una mayor discusión o contextualización. Muchas veces surgen nuevas preguntas posibles a partir de las respuestas de los/las entrevistados/as, sin embargo, las entrevistas por correo no dan lugar a ello.

Una entrevista por e-mail puede, por otra parte, llevar más tiempo para el entrevistado en contestar, ya que debe sentarse y preocuparse por la redacción de las respuestas.

## - ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?

Como las entrevistas por correo, no dan lugar a contextualizar o a explicar las preguntas en caso de que el/la entrevistada no la comprenda o no comprenda el foco al que apuntan, deben pensarse y formularse para que puedan ser comprendidas a priori. Muchas veces el enfoque de la respuesta puede ser otro que el propuesto por el/la entrevistador/a y por escrito no hay posibilidad de re-orientar al entrevistado/a, excepto que se le solicite posteriormente contestar nuevamente tal o cual pregunta.

## - En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?

Sin dudas, cuando hablamos no nos comportamos del mismo modo que cuando escribimos. Por otro lado, y como apunté anteriormente, la comunicación no verbal es de suma relevancia en las entrevistas y está ausente en las entrevistas por e-mail.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

No utilizo una guía, sino más bien, criterio profesional... Presto atención a la forma, estilo, extensión, dependiendo el tema y entrevistado/a.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Sí, tiene la misma importancia y hay que respetar las respuestas tal cual fueron volcadas. Si es para colocarla tal cual en un texto, se dejan incluso los errores de tipeo o de redacción, que pueden tener su significado subyacente también. Quizas utilizando un [sic].

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Me parece que se puede sacar más provecho de una entrevista personal. Pero las entrevistas por e-mail te permiten llegar a gente/destinos que físicamente nos sería imposible. También se ahorra en costos y a veces en tiempo (dependiendo lo que demore el entrevistado/a en responder).

# Leonardo Cadavid

Comunicador Web en LeoNet Comunicaciones

- [co.linkedin.com/pub/leonardo-cadavid/18/89a/745/](https://co.linkedin.com/pub/leonardo-cadavid/18/89a/745/)

La entrevista via e-mail, la usé en mis inicios, pero se torna bastante rígida, pues es entregar al entrevistado una encuesta, una serie de preguntas elaboradas, pero no es lo más recomendable, pues se requiere "escuchar" al entrevistado para darle la fluidez necesaria a la entrevista.

Por ello recomiendo, en un caso de barrera distancial, usar Skype, o a hora esta el llamado Hangout, excelentes herramientas libres, que permiten realizar un buena indagación y en cualquier lugar del mundo.

**- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Para mi, no, es tan viable una entrevista o "charla" personal, como a distancia, siempre y cuando sea en tiempo real, sincrónica, no tipo cuestionario, es más, podría aportar valiosos elementos a la información, por tener a la mano datos en Internet, cosa que difícilmente lo haría uno, si fuera el entrevistado de frente al entrevistador.

# Karina Cabrera

Colaboradora en Revista Icónica

- [mx.linkedin.com/pub/karina-cabrera/36/a5/b25/](https://mx.linkedin.com/pub/karina-cabrera/36/a5/b25/)

## **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

Las ventajas de la entrevista vía correo electrónico son la facilidad para hacerla en cualquier momento y que el entrevistado pueda responder sin compromisos de tiempo o espacio; las desventajas surgen precisamente por esas circunstancias, ya que no todas las personas entrevistadas tienen la disposición de elaborar respuestas tan amplias como desearías, la mayoría de las veces obtendrás respuestas muy directas y en una sola emisión, por lo que si quieres abordar otros temas a raíz de las respuestas que te han brindado, no todas las personas entrevistadas aceptarán una nueva ronda de preguntas.

## **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

En ambos casos la preparación previa es fundamental para hacer preguntas cómodas e incómodas, conocer a fondo al entrevistado o cuando menos tener una idea concreta de lo que quieres abordar. Las diferencias entre ambas se dan al realizarla, en la entrevista tradicional siempre tienes la oportunidad de moverte por otras preguntas conforme transcurre la plática, en la entrevista vía e-mail esa oportunidad se pierde, por lo que debes revisar en más ocasiones tus preguntas para obtener la mayor información posible y saber que algunas de ellas podrían no responderse.

## **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Lo que más se ve afectado en este tipo de entrevista son las revelaciones que puedes obtener frente a frente, los matices que enriquecen narrativamente tu entrevista, pero aunque eso perjudica la redacción, siempre hay herramientas creativas para enriquecerla al escribir. Tanto de frente como vía correo electrónico, la capacidad del entrevistador es la que puede ser la diferencia entre un simple cuestionario o una entrevista que aspira a ser una semblanza; lo que se pierde en este caso es el reto entre pregunta y respuesta, reacciones y expresiones faciales que solo puedes recopilar en el momento.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

La guía que uno acostumbra realizar para una entrevista cara a cara es muy parecida a la del e-mail, las diferencias se dan al realizarla. Cuando tienes una persona de frente sabes con qué quieres iniciar y con qué terminar, pero puedes ir modificando conforme se va desarrollando la plática, lo que no puedes hacer al realizar en un cuestionario presentado únicamente como texto, todas tus preguntas deben ir ligándose conforme a tu investigación y lo que esperas obtener.

De la misma manera corres el peligro de aburrir al entrevistado si haces una introducción antes de cada pregunta, algo que podrías hacer sin problemas de frente.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerarás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Tiene la misma importancia, muchas entrevistas en la actualidad se realizan a través de ésta vía, a veces permiten que una persona pueda contestar a varios medios mientras está trabajando o de viaje sin tener que coordinarse tanto en horarios y espacios, por ejemplo se pueden evitar el engorro del *press junket* y el incesante paso de reporteros haciendo las mismas 10 preguntas.

La cuestión es que lo espontáneo se pierde, las preguntas a bote pronto no existen, no hay factor sorpresa, lo mismo con las respuestas, que el entrevistado puede analizar, revisar y corregir cuántas veces quiera antes de mandarte el correo de regreso.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Por cuestiones de reto y que me gusta más trabajar con semblanzas alrededor de la entrevista, prefiero la que se realiza de frente, pero a últimas fechas he trabajado más con la entrevista vía Skype, e-mail y chat en redes sociales, es muy práctico para casos en los que necesitas algo de inmediato, declaraciones breves o un primer acercamiento con un personaje.

## **Juan Fernandez**

Social Media M.& Prod. Contenidos Multimedia en Cadena Capriles

- [ve.linkedin.com/pub/juan-fernandez/23/376/320/](https://ve.linkedin.com/pub/juan-fernandez/23/376/320/)

### **-¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

Una de las principales ventajas es que, gracias a Internet, puedes entrevistar a quien quieras en cualquier parte del mundo. Lo malo es que se pierde el contacto personal y también lo anecdótico que podría servir para ilustrar la entrevista para que no se vea tan plana.

La desventaja a mi parecer, es que no tienes el control de los tiempos, es decir, tu envías el correo con las preguntas pero el entrevistado es quien decide a qué hora y qué día contestar, de hecho puede pasar que decida no contestar.

### **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

Bueno gracias a mi parecer la pre-producción es un poco mas limitada cuando se trata de un material audiovisual por ejemplo, pues volviendo al tema del tiempo y del control ante cualquier detalle o imprevisto que pueda presentarse, es decir, si vas a realizar una entrevista por Internet y cuando te dispones a realizarla falla la energía o incluso el servicio de Internet eso te puede tumbar la pauta.

En una entrevista en persona, si te llega a fallar la energía o la Internet, tienes elementos que te pueden ayudar a realizar el trabajo para luego publicarlo (cámaras, *smartphones*, grabadoras digitales)

### **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Indudablemente sí afecta, en mi caso prefiero hacer las entrevistas en persona, pues te da la posibilidad de observar al entrevistado y fijarte en algunos detalles que te pueden ayudar a romper el hielo antes de iniciar la entrevista. Por ejemplo si el entrevistado va con una franela de un equipo de fútbol, hablarle del deporte o de su equipo podría ser el pretexto

perfecto para iniciar una conversación amena, que sin duda hará que el entrevistado se sienta cómodo.

Pero en lo digital solo mandas el cuestionario, o haces una videollamada, preguntas y ya. Sin duda la digital es más impersonal.

## Juan David Matas Valverde

Periodista. Comunicación online. Blogger.

- [es.linkedin.com/in/jdmatas/](https://es.linkedin.com/in/jdmatas/)

### **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

Fundamentalmente la ventaja es presencial y temporal. No es necesario estar en el mismo lugar, y a la vez no hace falta que entrevistador y entrevistado coincidan en el momento en que se realizan las preguntas o en que se contesta.

La desventaja, a mi entender, es mucho mayor e importante. La calidad de la entrevista considero que no es la misma por la pérdida de espontaneidad y de interacción. Para empezar, no sabríamos si las respuestas las redacta la persona entrevistada o alguien de su equipo asesor o de comunicación, si lo tiene. En cualquier caso, tendría tiempo para pensar ya no su respuesta sino la mejor respuesta o la que más le interesa darte. Es por eso que se pierde espontaneidad y, por tanto, rigor y sinceridad en la respuesta. Además no se puede interactuar en el momento de la entrevista. No vemos sus gestos, ni sus muecas, ni podemos notar su nerviosismo, ni alertarnos con sus silencios o pausas demasiado largas, no podemos percibir sus dudas ni notar que está mintiendo. Toda la información verbal y no verbal que se desprende de la entrevista cara a cara se pierde con la telemática.

### **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

Entiendo que la mayor ventaja es la facilidad para conseguir una entrevista tan cómoda para el entrevistado, que puede decidir cuándo y cómo enfrentarse a ella y además con tiempo para asegurarse unas respuestas óptimas. Además el entrevistado necesita documentarse pero no tanto como si fuera una entrevista presencial. En este caso si una respuesta genera dudas puedes consultar lo que dice y repreguntar sobre ello más tarde. En la presencial ese tiempo de post-producción no se tiene.

### **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creé que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Totalmente. De hecho plantearía amoldarme a sus horarios o realizarla por Skype o Hangouts para salvar los obstáculos temporales o físicos. Prefiero, tanto como entrevistador

como desde el punto de vista del espectador que consume entrevistas, que sea una cara a cara.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tiene una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

No he realizado nunca entrevistas vía e-mail, por lo que no puedo concretar mucho, pero sí intentaría forzar respuestas interesantes, por ejemplo con formularios tipo test que evitaran que el entrevistado bordeara la pregunta para responder de forma tangencial.

**- ¿De qué modo trabaja la información obtenida? ¿La considera de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

En ningún caso la vería igual de importante. La conseguida a través de correo electrónico intentaría compararla con información previa que sobre ese asunto se hubiera publicado y con declaraciones previas al respecto del entrevistado.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista prefiere? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Sin ninguna duda, la tradicional, porque entiendo que es la que más recursos pone al servicio del periodista para conseguir su objetivo: información veraz.

## Juan Carlos Ramos Martín

Doctor en CC. II. Profesional de la Comunicación Corporativa, Periodismo, Social Media y Televisión. Dircom de Femete.

- [es.linkedin.com/in/juancarlosramosmartin/](https://es.linkedin.com/in/juancarlosramosmartin/)

### **En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Durante mi trayectoria como periodista, he realizado muchísimas entrevistas en persona y, algunas menos, vía e-mail. Siempre intenté evitarlas. Sólo las acepté cuando no me quedaba otra opción: obligado por la distancia física del entrevistado, por su propia exigencia o por falta de tiempo para entregarla antes del cierre de la edición. El principal motivo de mi rechazo a esa modalidad de entrevistas (tanto cuando era redactor como cuando ocupaba cargos de responsabilidad en periódico o revista), precisamente, es porque considero que la distancia físico temporal afecta a la calidad de la información que se recibe. Una entrevista cara a cara siempre será más valiosa por el simple hecho de la comunicación no verbal que transmite el entrevistado (ver mi post dedicado a este tema en [www.jucarrama.blogspot.com](http://www.jucarrama.blogspot.com)). Un lenguaje corporal que se pierde por completo vía e-mail.

Podría relatar múltiples anécdotas de los riquísimos detalles que se extraen de una entrevista 'en vivo' (forma de dar la mano, el vestirse o sentarse, la mirada, los gestos, el lugar...), que enriquecen esa conversación hasta el punto de ayudarte a intentar conocer más y mejor a esa persona. De la otra forma, imposible. Más fría. Más sosa...

Lo ideal sería que encontraras a un personaje que ha sido entrevistado de las dos maneras y que pudieras comparar los resultados. Seguro que descubrirías las diferencias rápidamente: una, como si fuera robotizada; la otra, sin duda, puramente humana.

## **Juan Carlos García Pais**

Marketing y Comunicación – Contenidos y Periodismo – Docencia y Capacitación - Gerencia y Administración de Empresas

- [uy.linkedin.com/in/juancarlosgarciapais/](http://uy.linkedin.com/in/juancarlosgarciapais/)

### **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

La ventaja del e-mail indudablemente es adaptar tiempos y distancias, y además es más fácil incorporar lo literal del entrevistado. Las desventajas son la no apreciación del entorno, lo que es fundamental, y la gestualidad del entrevistado, que también puede ser capital.

### **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

En la pre-producción en cuanto a contenidos no encuentro variaciones, sí en cuanto a elementos de apoyo o herramientas a considerar en lo personal, o incluso el escenario, elementos a no considerar si en intercambio es vía e-mail.

### **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Se puede afectar la información vía e-mail al quitarle espontaneidad a las respuestas la herramienta.

### **A la hora de organizar la realización de este tipo de entrevista ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

Siempre es importante tener una guía, y los errores más comunes son perderse en el rumbo del entrevistado y no en la propia hoja de ruta que marca la orientación de la información a obtener.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Al valor de la información obtenida por ambos medios le doy igual importancia aunque carezca de contexto, más aún cuando el entrevistado es locatario, y haga perder información muy rica.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**  
Prefiero la cara a cara por las ventajas expresadas.

## José Luis Rojas Torrijos

Periodista Oficina del Portavoz del Gobierno Junta Andalucía y profesor de Periodismo EUSA-Universidad de Sevilla.

- [es.linkedin.com/pub/josé-luis-rojas-torrijos/2a/8a9/184/](https://es.linkedin.com/pub/josé-luis-rojas-torrijos/2a/8a9/184/)

### - ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?

Lógicamente las principales ventajas son la rentabilidad (no comporta costes de producción) y la accesibilidad (por esta vía se puede llegar a contactar a cualquier persona independientemente del lugar donde se encuentre). Ciertamente, no siempre resulta una vía cien por ciento eficaz y en ocasiones, según la persona, hay que optar por entrevistas donde haya contacto visual, ya sea en persona o, en el caso de que haya mucha distancia de por medio, por Skype o una vía similar. El hecho de que no haya una referencia visual es una de sus principales desventajas, junto con el hecho de no poder contar con datos de observación del momento y lugar de la entrevista que contextualicen y maten las respuestas obtenidas.

### - ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?

Las cuestiones básicas, la documentación y la investigación, apenas difieren; lo que cambia es el método de planificación y preparación de la entrevista. En este sentido, la redacción de los e-mails previos para solicitar la entrevista y concretar los detalles es esencial.

### - En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?

Puede afectar por lo que comentaba anteriormente, al imposibilitar la observación del periodista como fuente de información. No obstante, se puede llegar a paliar esta carencia con una buena preparación del cuestionario y un completo estudio del personaje. Esto nos dará claves para saber encadenar bien las preguntas e, incluso, prever algunas respuestas a partir de las cuales hacer una entrevista lo más parecida posible a una presencial.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

La preparación del cuestionario ha de ser tan exhaustiva como la de la entrevista convencional, esto es, ha de basarse primero en recabar datos biográficos del entrevistado, de sus manifestaciones públicas en los medios y de la máxima actualidad que sea el motivo por el que se le hace la entrevista. A partir de ahí, la mejor guía ha de consistir en estructurar bien el cuestionario dividiéndolo en bloques temáticos si es preciso; y también en ordenar las cuestiones de forma que las primeras preguntas sean una toma de contacto y propicien una predisposición positiva del protagonista a seguir respondiendo y las más incisivas aparezcan a mediados o al final de la entrevista.

Uno de los errores más habituales consiste en no documentarse bien y enviar cuestionarios con preguntas tipo, de carácter genérico, que denotan desidia y desinterés y pueden ocasionar también la misma sensación en el entrevistado. Al tener un contacto presencial con el entrevistado hay que esforzarse aún más si cabe para que el interlocutor tenga claro que existe un interés verdadero tuyo por su vida, sus testimonios y sus proyectos.

Otro error clásico que se produce en este tipo de entrevistas es, precisamente al hilo de lo anterior, no confeccionar un cuestionario ni lo suficientemente coherente ni bien engarzado. Las preguntas deben ordenarse de una manera lógica, de manera que se evite en la medida de lo posible dejar cabos sueltos, que no haya saltos temáticos demasiado bruscos, que no dé la sensación de que es un puro cuestionario en definitiva.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Los datos recogidos en la fase de preproducción de la entrevista han de estudiarse bien y seleccionar aquellos que puedan resultar más oportunos para ser introducidos en el cuestionario. A mi modo de ver, esa tarea previa a la formulación de las preguntas debe hacerse con el mismo rigor que en la entrevista cara a cara. El hecho de no estar presente en el sitio no exime al periodista de su obligación de hacer su trabajo de la manera más exhaustiva y completa posible, también vía e-mail.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Los libros de estilo de muchos medios de comunicación señalan que las entrevistas han de hacerse de forma presencial o tradicional y que solo se harán mediante el envío de cuestionarios cuando haya imposibilidad real de acceder al testimonio del protagonista. Ha de primar siempre el interés del público y, por ello, deberemos optar por uno y otro en función de las circunstancias, del medio y del entrevistado. Si, como decía antes, se procede con rigor, la diferencia entre la entrevista tradicional y la entrevista por cuestionario será menos perceptible.

## **Jorge Medina**

Director en [www.lagrannoticia.com](http://www.lagrannoticia.com)

- [co.linkedin.com/pub/jorge-medina/25/96a/565/](https://co.linkedin.com/pub/jorge-medina/25/96a/565/)

### **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

Ventajas:

-La inmediatez, el envío directo de las preguntas al interesado con algún tiempo concedido por si se requiere profundizar, podría darse una entrevista muy bien documentada si se pactan tiempos de respuesta y se reduce el margen de imprecisión y de enfoques inadecuados si el personaje tiene oportunidad de pensar y corregir respuestas antes de entregar el material.

Desventajas:

- La entrevista vía email es impersonal
- No tiene calor humano
- No tiene ambiente
- No tiene el contexto de donde se produce
- Corre el riesgo de ser demasiado esquemática y evita la contra-pregunta
- Se deja muy abierta la posibilidad de que se conteste o no
- Vuelve perezoso el oficio al hacer que se prescinda de la búsqueda del personaje.

### **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

La entrevista preparada para hacerse vía e-mail puede ser demasiado protocolar y epistolar, mientras que la tradicional del encuentro con el personaje está llena de vida, calor, informalidad, recreación, y espacios para preguntar y preguntar hasta saciar todas las dudas.

### **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Da la opción de que se le responda a uno sin que se den exactamente las respuestas que uno desea y ello hace engorroso tener que enviar un nuevo correo para aclarar o ampliar.

Además, deshumaniza la entrevista que pierde así uno de los insumos más importantes para

el relato que es el contacto con el personaje y el sitio donde se ubica profesional o personalmente.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

Tanto como una guía no, pero es importante organizar en limpio, es decir papel y lápiz, lo que se quiere preguntar y si es posible organizar el temario por indicadores de inquietudes o preocupaciones. Por ejemplo, si es el caso de un contrato: Tema general: Irregularidades denunciadas por el Procurador. Sub-Temas: Uno, Licitación; Dos, costos; Tres, Participantes; Cuatro, tiempos de entrega y así sucesivamente. Para ambos casos, entrevista vía e-mail o cara a cara, lo mejor siempre es hacer un diálogo fluido con base en muy buenas preguntas para procurar la mejor información posible.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

La información que te dan vía e-mail es como un fácil copy-paste, falta la transpiración que provoca el diálogo cara a cara, la emoción de las preguntas tras escuchar respuestas que no convencen y el clímax de sentir que hiciste todo lo que debías hacer para llevarte una excelente entrevista. La entrevista cara a cara es como preparar el plato que más te gusta colocando todos los ingredientes indispensables, y el fuego con la llama que quieras. La de vía email es como tomar sopa pre-cocida, todo viene casi preparado.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Como podrás concluir, prefiero la entrevista cara a cara, que es la columna vertebral de todo buen trabajo periodístico. Con uno o muchos actores, pero un paso probatorio fundamental. La entrevista vía e-mail es como jurarse amor sin poder darse un beso.

## **Pablo Lluesma Martínez**

Periodista en Global Asia Magazine | Marketing Digital y Comunicación Empresarial Web (ESDEN)

- [es.linkedin.com/pub/pablo-lluesma-martínez/27/3b3/558](https://es.linkedin.com/pub/pablo-lluesma-martínez/27/3b3/558)

### **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

Las principales ventajas son la comodidad, ahorro en desplazamiento y la posibilidad de corregir errores rápidamente. Sobre todo si son en inglés o en chino.

Desventajas: siempre es más atractivo y jugoso hablar con alguien en persona. Otra desventaja es que no puedes pillar al entrevistado. En una entrevista cara a cara siempre puedes intentar una pregunta un poco más complicada (no en una rueda de prensa de Rajoy).

Otro problema es que la entrevista es cerrada, no puedes enfocarla a un tema en cuestión de lo que vaya respondiendo la persona. Además el plazo no está fijado normalmente, responden cuando pueden o les interesa como me ha pasado en algún caso.

### **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

La producción de la entrevista es la misma. Investigación de la persona, su carrera laboral, proyectos en mente etc... Y eso se intenta enviar en el cuestionario.

Como he dicho antes tienes que saber que no tienes capacidad de reacción ni de cambiar preguntas así que intentas englobarlo todo en un primer cuestionario.

### **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

No creo, intentan responder lo más tarde posible para mantener la actualidad. Eso sería igual que en cualquier tipo de entrevista.

### **- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

Como he comentado investigación, realización del cuestionario y envío. Luego un seguimiento para que contesten. Poco más.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

La información es de la misma calidad o más, porque expresarse por escrito es más fácil y puedes mostrar mejor tu punto de vista. En una cara a cara a lo mejor el entrevistado dice algo y tú lo puedes malinterpretar. Si está escrito está escrito.

La importancia es la misma ya que su nombre está escrito. Si la persona entrevistada no se lo toma en serio allá ella.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Durante estos años en Global Asia he realizado de todo tipo. Sobre todo con gente de otros países el e-mail es una solución necesaria.

La más atractiva es la tradicional pero la mayoría de veces te hacen revisar las preguntas y para preguntar lo que les interesa mejor mandar un e-mail y no perder el tiempo.

La que menos me gusta es la telefónica porque no puedes utilizar un contexto (amistoso o tenso) de la entrevista y tienes los mismos problemas que en la tradicional: puede haber fallos de interpretación.

## **Jeff Kelly Lowenstein**

Blogger who writes about books and life. Database and investigative editor at *Hoy*, the Chicago Tribune's Spanish-language newspaper. President of the Dart Society, an international organization of journalists who cover issues of trauma and violence.

- <http://www.huffingtonpost.com/jeff-kelly-lowenstein/>

### **-What are the advantages and limitations of e-interviews?**

The advantages are that you can reach more people more quickly, while the limitations are that you lose the exchange and interaction with a person that comes from a face-to-face conversation. Another advantage is that the source has committed him or herself to the words they have written.

### **-What's the difference between the pre-production process in these interviews compared to traditional face-to-face ones?**

This is an interesting question. On a general level, the preparation is the same; however, I find that I tend to move more quickly with an e-interview. I should make it clear that for me e-interviews are a last resort.

### **-Do you think the asynchronicity of the e-interview can affect the quality of a respondent's answers?**

I do think it has an effect. On the one hand, writing can lead to a person thinking more deeply than they might otherwise in an in-person interview. On the other hand, there is less spontaneous and organic exchange.

### **-How do you conduct an e-interview? Do you follow certain steps? What do you think are the most common mistakes to avoid?**

I work to make my questions as clear as possible and to follow up as soon as possible to make sure the person actually answers the questions. As I mentioned earlier, I tend to use this as a final option, so want to leave as little room as possible for the person to take the conversation in a different direction than the one I intend.

**-How do you process the information after you get it? Do you consider it as valuable as if you got it from a face-to-face interview?**

I read it and see what I learn from it. I do consider it publishable information, so from that perspective it is as valuable. In terms of getting a sense of how the person really feels, it can be a bit less valuable in that it does not occur within the context of an in-person exchange.

**-Which kind of interview do you prefer? Why?**

I by far prefer an in-person interview because there is a lot of contextual and nonverbal information that gets lost when you use an e-interview.

## Javier Arriaga Climent

Redactor y locutor de informativos en Onda Cero Valladolid

- [es.linkedin.com/pub/javier-arriaga-climent/58/98/54/](https://es.linkedin.com/pub/javier-arriaga-climent/58/98/54/)

### **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

La principal ventaja de este tipo de entrevista es que a la hora de editarla es mucho más fácil ya que el entrevistado escribe sus respuestas y eso te ahorra trabajo. No obstante, tiene bastantes desventajas por lo que salvo cuando no se tenga más remedio, es preferible la entrevista cara a cara. La desventaja principal es que, en mi opinión, una entrevista no debe ser una sucesión de preguntas y respuestas, sino una conversación que debe de ir fluyendo y en la entrevista vía email esto no sucede. Además, se corre el riesgo de no poder rebatir y de dejarte cuestiones sin poder abordar o que el invitado te responda a una cuestión que sea la siguiente pregunta del formulario. Por tanto, tiene bastantes inconvenientes por lo que siempre que se pueda es preferible la entrevista tradicional.

### **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

Yo aquí no veo grandes diferencias. Los dos tipos de entrevista exigen documentarse y preparar bien los temas a tratar. Quizá como diferencia se puede citar que en la entrevista vía e-mail hay que intentar abordar todas las cuestiones ya que el periodista no va a poder repreguntar y cualquier cosa que no preguntemos no la vamos a poder obtener ya como respuesta.

### **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

Sí, este es el principal inconveniente. Si la entrevista trata sobre un asunto atemporal no tiene por qué afectar, pero si tratamos un asunto de actualidad cualquier novedad que haya en el tiempo ya no podrá ser tratada en la entrevista y, como ya he comentado antes, no podemos rebatir las preguntas ni preguntar sobre el camino. Las preguntas que enviemos al entrevistado son las que va a responder. Bien es cierto que si luego se nos queda alguna pregunta que no hicimos por responder y contesta en alguna de las que le hemos hecho, podremos editarla para que parezca que nos respondió a esa cuestión. La entrevista email te

posibilita hacer estos pequeños trucos.

**- A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

Yo intento documentarme sobre el invitado y los temas a tratar y, a partir de ahí, hacer un cuestionario de preguntas que se envía al entrevistado. Aquí ya cada uno usa sus métodos. Los errores que se pueden cometer vienen provocados por esa distancia en el tiempo. Hay que organizar todo a la perfección porque cualquier cosa que no enviemos al entrevistado, nos vamos a quedar sin saberla. Yo, por ejemplo, la última pregunta siempre la dejo para decirle al entrevistado que cuente algo que no ha contado y que quiera decir. Esta es una buena táctica para que, si hay algo de lo que no le hemos preguntado, él pueda contarlo.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Sí, lo bueno que tiene la entrevista vía email es que el periodista puede editarla como quiera, variando el orden o que si en una respuesta responde a varias cuestiones pues se puede hacer como para que parezca que ha contestado a varias preguntas. Esta entrevista permite jugar con estas cosas. A mi juicio, la información obtenida es de igual importancia que en la entrevista tradicional. Además, en la entrevista vía e-mail el entrevistado está más tranquilo y tiene más tiempo para responder así que podremos obtener bastante información y más completa.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Prefiero la entrevista tradicional porque una entrevista debe ser una conversación entre 2 personas que debe ir fluyendo, pero en determinados momentos cuando es imposible realizar la entrevista cara a cara, pues no está mal realizarla vía e-mail, pero siempre que se pueda es preferible la entrevista tradicional.

# Guillermo Robles Ramirez

Director General en Agencia Noticias SIP

- [mx.linkedin.com/pub/guillermo-robles-ramirez/45/aa2/b98/](https://mx.linkedin.com/pub/guillermo-robles-ramirez/45/aa2/b98/)

## - ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?

Ventaja: rapidez. Desventaja: informalidad.

## - ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?

El termino de pre-producción está mal aplicado porque no vas hacer una producción de algo para algún medio electrónico (radio, televisión, cine, etc.). Diferencias de la entrevista vía e-mail y tradicional: la primera, además de ser más rápido es mucho más concreto, pero limitativo porque se pierden los detalles del ambiente y del entrevistador. En la tradicional es mucho más extensiva porque se pueden incluir todos los aspectos que lleva una entrevista como puede ser el ambiente, las expresiones corporales, los gestos, su tono de voz, etc.

## - En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?

Claro que sí, como lo estoy haciendo en estos momentos al limitarme en la información concreta sin necesidad de extenderme, y que también estoy haciendo otras cosas que me distraen la respuesta que debo de responder. Por otro lado, si en una de las respuestas puede surgir una nueva pregunta, lo cual te va limitar poder hacerlo porque dejas muy cuadrado a la persona que vas entrevistar.

## - A la hora de organizar su realización ¿Tenés una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?

Refiriéndose en la entrevista tradicional siempre tener preparado el tema, el objetivo de la entrevista y las preguntas para llegar a tu objetivo, tener en cuenta siempre una grabadora y hacer anotaciones como respaldo, escribir descripción del lenguaje no verbal, hacer anotaciones de la ambientación, estudiar antes a la persona que vas a entrevistar, tener sus referencias, etc., y los errores más comunes son cuando uno no va bien preparado, el entrevistado domina al entrevistador y termina todo a la inversa (el entrevistado viene

entrevistando al entrevistador), antes de iniciar la entrevista no pedir permiso o dar aviso que se va grabar la entrevista.

En una entrevista de e-mail el error sería equivocarte de correo o se corre el riesgo que la persona a entrevistar le reste importancia o simplemente no vea el correo.

**- ¿De qué modo trabajás la información obtenida? ¿La considerarás de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Entrevista tradicional: transcribir tal cual toda la grabación de la entrevista, hay que depurarla y respetar los contextos o declaraciones como tal sin omitir palabras, pero sí se vale corregir estilos de su manera de hablar para no exhibir al entrevistado.

Entrevista e-mail: no tiene ningún problema, es casi darle un copy-paste, obviamente que con sus riesgos de calidad de información. No tienes herramientas para cumplir con los elementos de la entrevista.

Su importancia nunca va a ser lo mismo ya que al hacer una entrevista por e-mail le quitas importancia al entrevistado y de igual manera sus respuestas serán recíprocas. En la entrevista de cara a cara le das su lugar a la persona que vas a entrevistar, y es muy importante su lenguaje corporal y no verbal.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista preferís? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

Tradicional, porque cuento con más elementos al momento de armar mi entrevista para publicarlo y cuento con el recurso de hacer una introducción haciendo la ambientación. Te anexo una que hice como ejemplo, es una entrevista a un rector estatal:

<http://www.eldiariodecoahuila.com.mx/notas/2011/10/24/hace-camino-andar-ochoa-rivera-259813.asp>

## **Guillermo Lipis**

Prosecretario de Redacción en la Agencia Télam. Colaborador en Le Monde Diplomatique Cono Sur

- [ar.linkedin.com/pub/guillermo-lipis/31/393/a14/](http://ar.linkedin.com/pub/guillermo-lipis/31/393/a14/)

### **- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?**

En general, la entrevista por e-mail se utiliza cuando la nota no es urgente. Y permite evitar posibles desgrabaciones, así como que el entrevistado pueda exponer sus ideas y desarrollarlas con tiempo.

La ventaja para el periodista es que facilita la edición de los materiales y evita posibles controversias, ya que lo que dice el entrevistado viene escrito por él de manera que no pueden desmentirse sus declaraciones.

La desventaja para el periodista es que no se escucha ni el tono de voz ni se percibe la mirada a los efectos de evaluar si las declaraciones conciben con algunos otros aspectos corporales que pueden ratificar o rectificar y poner en dudas los dichos del entrevistado.

### **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

En lo que a mí respecta, ninguna.

### **- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creé que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

No afecta la calidad, en todo caso, como te comenté en la primera respuesta, hay que utilizar otros mecanismos de evaluación y verificación de la información al no tener al entrevistado enfrente. Hay que utilizar otros mecanismos de verificación de la información declarada. Como en cualquier investigación, es recomendable trabajar con el sistema de verificación en espejo.

### **- A la hora de organizar su realización ¿Tiene una guía o pasos a seguir? ¿Cuáles son los errores más comunes que suelen cometerse?**

Los pasos deben estar ordenados en la forma y orden de presentar las preguntas.

**- ¿De qué modo trabaja la información obtenida? ¿La considera de igual importancia a la de una entrevista cara a cara?**

Pregunta respondida anteriormente, más arriba.

**- Por último ¿qué tipo de entrevista prefiere? ¿vía e-mail o tradicional? ¿Por qué?**

La personal, pero no siempre se puede, sobre todo si hay una distancia geográfica que puede, también, achicarse vía telefónica.

# Gorka Artaza

CEO / Director General en Mercurio Media

- [es.linkedin.com/in/gorkaartaza/](https://es.linkedin.com/in/gorkaartaza/)

## - ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una entrevista vía e-mail?

La entrevista vía e-mail tiene, como todo, sus ventajas y sus inconvenientes. Las ventajas son, principalmente, para el entrevistado, pues le permite más tiempo para profundizar en su respuesta, elaborar una mejor información y analizar asimismo lo que está contestando hasta dejarlo a su gusto. Los inconvenientes vienen para el periodista o entrevistador, principalmente en dos aspectos. Por una parte, se pierde la espontaneidad de las respuestas, lo que puede quitar mucho juego a la entrevista; y por otra parte, elimina la opción de realizar nuevas preguntas ante nuevas dudas que surgen a raíz de las respuestas del entrevistado. Otro inconveniente para el periodista son los tiempos de respuesta. Los periodistas trabajamos con franjas de tiempo muy justas sobre todo si hablamos de prensa diaria. A no ser que sea para un reportaje de fin de semana o para un tema que estás preparando con más tiempo, no es recomendable utilizar este tipo de entrevista, pues los entrevistados por norma general no conocen cómo funciona un medio de comunicación, y se toman su tiempo para contestar, sin tener en cuenta que el periodista puede necesitarlo, como solemos decir en el gremio, 'para ayer'. Otro problema que puede surgir en función del tema es que el entrevistado no tenga en cuenta el público al que se va a dirigir su entrevista, y responde a las preguntas con un nivel demasiado técnico o sólo comprensible para personas de su sector, lo que dificulta la labor del periodista a la hora de interpretar y traducir sus respuestas para su público lector. Y luego, claro, también está el inconveniente que ante cualquier duda que te surja al leer las respuestas en tu e-mail, tengas que volver a ponerte en contacto con el entrevistado para aclaraciones, lo que demora una vez más el trabajo. En este sentido también dificulta o demora el trabajo el hecho de que el entrevistado se extienda mucho más de la cuenta y tengas luego que hacer encaje de bolillos para cortar la 'paja' o quedarte sólo en lo esencial.

Sin embargo, como ventaja, al periodista también le garantiza que la información que va a recibir es de mayor calidad, está más estudiada y puede ser incluso más completa que si la entrevista fuese en vivo y en persona. Asimismo, el entrevistado pierde ese 'miedo' que

muchas personas tienen a enfrentarse a un periodista, pues muchos piensan que, independientemente del tema, nos dedicamos a 'pillar' a la gente y siempre estamos buscando algún resquicio para dejar mal a ese entrevistado, cuando eso no ocurre en la gran mayoría de los casos. Es por esto que si tu intención en una entrevista es lograr el titular que ya traías en mente antes de realizarla, este formato vía e-mail no te sirve. El entrevistado se siente más cómodo respondiendo tranquilamente frente a su ordenador, lo que puede ayudar a mejorar la información que ofrece. También, en contraposición a la desventaja de una respuesta muy extensa está la ventaja de contar con mucha información donde elegir, y seleccionar lo más acorde con tus objetivos. En mi caso, yo soy partidario de que si la entrevista es vía e-mail, el entrevistado se extienda lo que quiera y ya me encargaré yo de sacar lo mejor de la información que me ofrece.

Como puedes ver, yo personalmente encuentro más inconvenientes que ventajas, teniendo en cuenta que soy periodista, pero aun así soy partidario de su utilización en determinados casos. Sobre todo, cuando el tema es complicado y necesitas entenderlo bien para poder trasladar la información al público que te lee. Como ejemplo, te comento mi experiencia en el periodismo científico: en muchos casos por teléfono puede que no te enteres de nada de lo que te están contando, o te estén dando datos muy técnicos que fácilmente traslades erróneamente al transcribir la entrevista. Es por eso que yo muchas veces he pedido realizar la entrevista vía e-mail y luego realizar las oportunas aclaraciones por teléfono. Es verdad que lleva más tiempo, pero merece la pena si lo que buscas es ofrecer una información veraz y de calidad a tus lectores.

### **- ¿Qué diferencias hay entre la pre-producción de este tipo de entrevista y la tradicional?**

Prácticamente no hay diferencias. Cuando tú vas a realizar una entrevista tradicional, si tienes tiempo, te preparas concienzudamente la entrevista, documentándote sobre el personaje que vas a entrevistar, su sector o la actualidad que haya en torno a él. E incluso preparas las preguntas que vas a realizarle, independientemente de que luego en la conversación surjan más dudas o nuevas preguntas que incluso pueden llevarte a un titular inesperado. Con la entrevista vía e-mail es igual, aunque sí que es verdad que te puede requerir un poco más de análisis de las preguntas que vas a realizar. Tú quieres determinada información y debes estudiar la mejor y más concreta forma de elaborar la pregunta para

atinar en la respuesta. Por eso hay que tener cuidado con las preguntas muy generales, pero también con las demasiado específicas, porque puede que el entrevistado no te de la información que precisas. Tampoco puedes elaborar un cuestionario muy extenso, ya que el entrevistado se va a cansar antes de empezar a responder y su información pierda calidad. Es por esto que la pre-producción de la entrevista vía e-mail requiere un mayor trabajo de análisis a la hora de elaborar el cuestionario, sobre todo si luego no vas a contar con la posibilidad de contactar de nuevo con el entrevistado (algo que ocurre en muchas ocasiones).

**- En una entrevista realizada vía e-mail ¿Creés que la distancia físico-temporal puede afectar a la calidad de información obtenida?**

No creo que la distancia físico-temporal sea un problema. Hoy en día es muy común realizar entrevistas, tanto en prensa como en la propia radio, paradigma del 'ahora' en la actualidad, a distancia y que luego se van a publicar o emitir en cualquier otro momento. Creo que es una cuestión más relacionada con el formato en sí de la entrevista vía e-mail.

Creo que la calidad de la información obtenida se verá afectada en función de cuáles sean tus objetivos a la hora de realizar la entrevista. Si lo que buscas es información pura y dura sobre un determinado tema en el que el entrevistado es un experto, no sólo no se verá afectada, sino que es probable que la información adquiera mayor calidad. Si lo que estás buscando es sonsacar a un personaje, apretarle las tuercas o la respuesta al titular que ya te has hecho en la cabeza previamente, la calidad de la información no sólo puede verse afectada, sino que incluso puede desaparecer por completo. Por eso yo hablo de utilizar la entrevista vía e-mail en determinados casos y, por supuesto, no implementarla de forma sistemática, ya que entonces se puede llegar a perder la esencia del periodismo de calidad, que es siempre buscar más allá de la noticia, de las cosas que pasan o de lo que nos cuentan, tratando de dar a los lectores no sólo el qué, quién y cuándo, cómo y dónde, sino también el por qué.

## **Tom Kennedy**

Principal, Kennedy Multimedia. Internationally-known visual journalist with extensive experience in print and online journalism, including positions as Managing Editor for Multimedia at The Washington Post and Director of Photography for the National Geographic Magazine. He has created, directed, and edited visual journalism projects that have earned Pulitzer Prizes, as well as EMMY, Peabody, and Edward R. Murrow awards.

- [www.linkedin.com/in/trkgator](http://www.linkedin.com/in/trkgator)

### **-What are the advantages and limitations of e-interviews?**

First, I would draw a distinction between types of e-interviews. We know have the power, through tools like Skype, Gchat, or Google hangouts to record a conversation that is much more like an in-person interview, as distinct from a written e-mail exchange or Facebook/Twitter exchange that tends to be much more asynchronous. In the latter case, the obvious limitation is the challenge of getting immediate responses to follow up questions suggested by initial answers. This is less of a problem on Gchat for example, because the conversation can be more free-flowing. I think the advantage of an e-interview can be that the limitation of asynchronicity can force a kind of discipline and precision in the asking of questions. It can also allow a respondent to take more time in offering a more complete response.

### **-What's the difference between the pre-production process in these interviews compared to traditional face-to-face ones?**

In the case of using tools like the Google Hangout or Skype, the obvious concern is making sure the recording technology which actually work and allow for the complete capture of the conversation. It takes prep work to make sure the technology is working. And obviously, if an asynchronous method of exchange is going to be used, then you have to frame the questions in advance as you have done with me. It is crucial that you have clarity about the information you're seeking and some sense of what the respondent can offer in response to the questions you're about to ask. I always advocate for a quick pre-interview to ascertain the person's fundamental perspectives on the issue or situation at hand and whether or not there will be a need, as a result, to solicit more interviews to round out

perspective. It is also important to get a sense of the respondent's likely agenda in responding to the questions. I would say these things hold true regardless of the interview method being used.

In saying all this, I am assuming that the interview is intended to be civil and looking for essential, truthful responses rather than the method of "ambush interview" intended to provoke for the sake of drama.

Doing one's research and homework as the interview is key.

**-Do you think the asynchronicity of the e-interview can affect the quality of a respondent's answers?**

Yes, for the use of e-mail, in the sense that one can only respond to the questions posed and may not be able to add much that would be useful to the interviewer in extending the conversation unless he or she is willing to hazard a guess as to what is behind the flow of the the interviewer's questions. For this reason, I prefer to use more visual methods (Google Hangout, Skype etc.) for interviews so that limitation is not encountered. However, if I know I only need a very specific response and piece of information, then I am quite content to use e-mail, or alternatively, make sure I am framing my questions in a sufficiently open-ended way that the respondent has the room to expansively answer the questions I am posing.

**-How do you conduct an e-interview? Do you follow certain steps? What do you think are the most common mistakes to avoid?**

I do the pre-research I alluded to above and I frame some specific questions that I want to ask. I pose those questions and try to give the respondent a sense of why I am asking them and what I hope to accomplish as a result of having the exchange. I want to know not only what the person thinks about in relation to the topic being discussed, but why they are answering as they are and what experiences have shaped their responses. Obviously, it is harder to attain that depth in a strict e-mail format. I think it is always best to approach an interview from the position of assumed ignorance. I want to know what you think so I am not necessarily going to frame the questions by trying to show you how much I know about

the subject too. While my questions may indicate a certain shared knowledge, I'd prefer to ask my questions as if I am starting from zero in my knowledge and I will ask the person to methodically explain their answer, seeking clarifications and elaborations whenever I think the answer might be lapsing into assumed knowledge that the average person might not have of the situation. I am very curious about how people come to possess knowledge, experience, and the ability to respond to my questions and I think those are all part of the context for specific answers so I want to make sure my own interviews are probing in that way too. I think the most common mistakes are insufficient preparation, a lack of curiosity that permits the accepting of easy answers at face value, and an unwillingness to challenge in a polite way so that one can fully understand the respondent's point of view. I want to make sure that I am asking questions that are relevant and useful to a general audience and that I am exploring the subject in sufficient depth to get there. It takes time and a certain thoughtfulness and I am ultimately responsible as the interviewer for that effort. I prefer to do my own homework, rather than relying on the work of others, but having said that, I definitely believe in soliciting information from people who might be called "the audience" as part of what I should be considering in framing the questions. In other words, I want to make sure my questions are legitimately of use to the audience who would benefit from the answers. I must ask questions on their behalf and accept that responsibility which means admitting them into my own thought processes. It is a delicate process to allow for such input without having it so completely take over that it steers my own thoughts off track to the point that I miss asking questions that I should be asking. Social media tools offer profound opportunity for making my questions more relevant if I am willing to use them to that effect.

I always end an interview by asking if there is anything in the opinion of the respondent that I should be asking but didn't ask so that the public could know more from the respondent's perspective. Again, this is part of having a certain humility about the interview process.

I try to conduct the interviews with a tone of seriousness and respect, but also at times using humor when it is appropriate. I don't approach my interviews as entertainment but that is because I am generally working in the realm of classic journalism. I hope that my work can make the topic interesting and the audience I am writing for will be appreciative

of the way I am framing the discussion at hand and my enthusiasm for the process will come through both to the audience and to the person or persons I am interviewing. I want them to feel my passion for being curious and my desire to facilitate explanation in a very complex, interdependent world. I want to reveal distinctions, and show with force and clarity why certain things are as they are now and what that might portend for the future.

**-How do you process the information after you get it? Do you consider it as valuable as if you got it from a face-to-face interview?**

I generally create a complete transcript of what has transpired if it is an electronic interview done by Google Hangout or Skype or some audio recording means. As with gchat transcripts or email exchanges, I'll do an initial review to see if essential follow up questions are required and if that is the case, I'll immediately try to have that additional exchange.

I think it is sometimes difficult in e-interviews to have the same sense of respondent reaction that can be gleaned from eye contact, and body language when doing face-to-face interviews. While I'll admit that those can sometimes be misread, I think there is generally more of an opportunity to sense a person's comfort level with questions and their answers when doing a face-to-face interview. In certain cases, such clues can trigger my own sense of the need for followup questions in the moment. Having said that, I think it is critical as an interviewer to be a good listener and to never get ahead of the responses to the questions being posed (particularly in a face-to-face interview). I often see less-experienced journalists operating from a list of questions where they seem much more focused on asking all their questions rather than truly listening to my answers. I have noted that when being interviewed by students for class assignments or a student publication. It is critical to be open to what is being presented and to be filtering it continuously so that if followups are being suggested that you are alert to where the thread of the conversation is going. At the same time, it is important to be enough in control of the process that you are never reluctant to steer the person back to specific unanswered questions if their answers are moving down tangential roads. In an era of digital journalism that is principally electronic, there is the tension of getting succinct, editable answers to questions vs. allowing the latitude for longer, more rambling, elliptical responses that also might be revealing in some

way. Balancing that tension is the role of the interviewer and increasingly there is pressure from all forms of media to aim for succinctness and tight "sound bites." Sometimes, my concern is that the production value logic of such requirements cuts off lines of inquiry. Recognize that ultimately, we all must respect the audience's time for media consumption and we do have to be direct and clear in how we present what is being discussed. At times, I have been fascinated by the speech patterns of respondents (whether in writing or verbally) recognizing that they contain important clues as to the person's attitudes, upbringing, education, methods of thinking and expressing thought, etc. and I always want to convey such information if possible, regardless of the medium I am working in as a journalist. Increasingly, in a world where the audience's time is limited (at least in the North American culture I live in), I am aware of how much is being left behind that is worthy of being considered. That is why I always advise fellow citizens to not limit their media diet to one source or one medium if they truly care about a situation or topic. They need to acquire information from multiple sources in multiple mediums to account for this reality.

I hope if I have done my job well, I can boil down the information being gleaned from our exchange sufficiently so the audience's knowledge and understanding of the situation is improved and the audience will be able to use that information productively in their own life.

**-Which kind of interview do you prefer? Why?**

I value all forms of interview and try to remain open to the possibilities and limitations of each type of encounter and how those might be impacting my work. I like talking with people and getting a sense of how they think, feel, and behave in society so anything that allows me to do that to satisfy my own curiosity is a gift I cherish. Sometimes, it is more expedient and direct to do e-interviews by email and the time pressure may necessitate such a response. However, I guess I'd prefer always to do have some form of human contact so increasingly I try to use other electronic means if I can't be face-to-face.

In saying all this, please keep in mind that I am by no means an expert in this field compared to the fellow journalists I've worked with, particularly in my last few

professional roles. I don't consider myself to be an interviewer in the same sense as some of the more familiar broadcast names that are on broadcast news continually these days. I am just someone who has written articles, blog posts, etc. mostly for professional journals in the past two decades. The kind of professional interviewing I've done lately has been much more oriented toward professional audiences in trade publications or as part of public speaking question and answer sessions that I've conducted. Please take that into account as I am only offering my opinion, as much as a citizen as a professional journalist.

I hope this is of some value to you and thank you for the opportunity to contribute to your work. I would love to see a full copy of your thesis once it is completed as I am sure I can learn things from you. Also, please feel free to contact me again if you want to do any follow up.



[linkedin.com/in/sissibelen](https://www.linkedin.com/in/sissibelen)



[fb.com/sissibelen](https://www.facebook.com/sissibelen)



[twitter.com/sissibelen](https://twitter.com/sissibelen)



[behance.net/sissibelen](https://www.behance.net/sissibelen)



[weibo.com/sissibelen](https://www.weibo.com/sissibelen)



[TWITTER.COM/SHANGINESKR](https://twitter.com/SHANGINESKR)



[TWITTER.COM/SHANGINESJP](https://twitter.com/SHANGINESJP)



[TWITTER.COM/SHANGINESAE](https://twitter.com/SHANGINESAE)



[TWITTER.COM/SHANGINESRU](https://twitter.com/SHANGINESRU)