



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN ARTES AUDIOVISUALES
TRABAJO DE GRADO

YO COMO QUE TE CONOZCO
CINCO ENTREVISTAS RADIALES CON LOS ENTREVISTADORES
VENEZOLANOS ÍCONOS DE LA ACTUALIDAD.

CALDERÓN, Jorge

Tutora:
PÁRRAGA, María Isabel

Caracas, septiembre de 2015.

Al George del futuro, que ya habrá perdido la cuenta,
pero nunca olvidará sus primeras entrevistas.

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, gracias por criticar cada producto que hago, por encontrarle y, casi siempre, rebuscarles los defectos, porque algo bueno siempre puede ser increíble; por enseñarme que esa es la clave del éxito.

A Rebeca y Alexander, por grabarme, por llevarme, por preguntarme, por escuchar cada pregunta, por ser mi Patricia Zavala, por ser mis válvulas de escape y por celebrar conmigo este éxito como si fuera suyo, porque, al fin y al cabo, también es de ustedes. RebeMateriales C.A y AceroCarga Inc.

A mi Cultigente, por seguir este proceso desde el primer momento, por darme preguntas, por sentir emoción cada vez que venía una entrevista, por fortalecer mi seguridad y por dejarme hacer publicidad.

A *La Licuadora*, por ser mi día uno en este oficio; al DEPA por dejarme usar mi carnet de Uranio con Criptonita; a la UCAB por enseñarme que no fue demasiado tarde y regalarme la dicha de disfrutarla como nadie.

A Ozana, Edgiannid, Génesis y Ana, por acompañarme en esta travesía, darme ánimos y compartir esta felicidad conmigo.

A Luis, por tu don de la crítica constructiva.

A Yasmín, por creer en mí.

“La importancia de los procesos” (Herrera, Comunicación Personal, 2015).

A mi tutora, por confiar en mi producto.

A todas aquellas personas que también se enamoraron de *Yo como que te conozco*.

...y si no los conocen, yo me encargo.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN	6
MARCO TEÓRICO.....	8
Capítulo I: <i>La Radio</i>	8
1.1. Breve historia de la radio	8
1.2. La entrevista radiofónica	10
1.2.1 Tipos de entrevista radiofónica	11
1.2.2. El entrevistador radial	12
Capítulo II: <i>La radio en Venezuela</i>	¡Error! Marcador no definido.
2.1. Breve historia de la radio en Venezuela	14
2.2. Situación actual de la radio en Venezuela.....	15
Capítulo III: <i>El formato</i>	16
3.1 La entrevista de personalidad	16
3.2. Producción Nacional Independiente	17
MARCO METODOLÓGICO.....	19
1. Planteamiento del problema	19
2. Objetivos	20
2.1. Objetivo General.....	20
2.2. Objetivos específicos	20
3. Justificación.....	20
4. Delimitación	21
5. Selección de entrevistadores íconos	22
6. Guion.....	26

6.1 Idea	¡Error! Marcador no definido.
6.2 Sinopsis	26
6.3 Definición.....	26
6.4 Estructura	27
7. Propuesta Sonora	29
8. Plan de Grabación.....	30
9. Guion Técnico	31
10. Ficha Técnica.....	33
11. Paquete Gráfico	35
12. Piezas de Producción audiovisual.....	38
13. Diseño de Empaques.....	38
14. Presupuesto.....	41
15. Análisis de costos.....	43
16. Escaletas de contenido	43
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	60
FUENTES DE CONSULTA.....	62
ANEXOS (ver otros anexos en disco físico adjunto a este tomo).....	64

INTRODUCCIÓN

Las últimas décadas han sido protagonistas del crecimiento profesional y creación de marca de algunas figuras del entretenimiento venezolano, que iniciaron su carrera exponiendo el talento de otros y ahora son ellos los que se han vuelto tendencia.

Estas figuras son reconocidas por el público local como entrevistadores íconos; se han vuelto líderes de opinión, artistas, referentes en el mundo de las entrevistas políticas, deportivas, musicales, de entretenimiento, comerciales, o sea cual sea su especialidad. En otros casos, el oficio de entrevistar les ha abierto puertas a múltiples áreas de la comunicación, expandiendo sus contenidos o, incluso, el mercadeo de su propia persona como producto.

Alcanzar ese estatus de ícono supone un arduo esfuerzo por sobrevivir a los cambios de la industria para mantener sus propios espacios, adaptándose a nuevas dinámicas e, incluso, tomando decisiones trascendentales sobre los contenidos a los que se ven asociados.

Esta ocasión es la perfecta oportunidad para asumir un juego de roles, desde la distancia académica, experiencial e, incluso, generacional, en la que los entrevistadores, que tantas preguntas han hecho, se cambian de asiento y ahora les toca responder las preguntas. Pagar con la misma moneda.

Sin embargo, dedicarse exclusivamente a responder preguntas suena como un juego simple y de cuestionario cerrado; este no es el caso. Estas entrevistas tienen como finalidad conocer, reconocer y, en ocasiones, redescubrir a personalidades que ya muchos conocen, pero haciendo énfasis en su aporte al país, sus gustos, sus intereses, sus proyectos paralelos, su formación como ciudadano; todo esto, en un modo conversacional en el que claramente es imposible no reconocer quien está al mando de la entrevista, pero la idea es que se perciba como una conversación ligera, una charla que puede ocurrir en una cabina de radio, en una oficina o, en el mejor de los casos, en la sala de tu casa. Relajados. Porque cuando alguien se siente cómodo es más propenso a expresar lo mejor de sí y a hablar de su vida como en otras ocasiones no haría.

Cada programa de *Yo como que te conozco* supone un viaje en el tiempo a través de la memoria, los recuerdos y, en general, la vida del entrevistado, intervenida por los conocimientos del entrevistador, pero, sobre todo, es una intervención en el “disco duro colectivo” de la sociedad venezolana, que reconoce a las personalidades invitadas, tiene conocimiento, recuerdos y vivencias de sus proyectos, ha disfrutado sus productos y también estaba haciendo algo cuando comenzaron a saber de ellos, hace décadas, años o meses.

Una apuesta al entretenimiento bien hecho que tanta falta hace en este país...

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 1: LA RADIO

1.1 Breve historia de la radio

Desde su nacimiento, la radio fue concebida como un medio de comunicación con la finalidad de transmitir contenidos a distancia a través de señales de audio; sin embargo, los fines comunicacionales han evolucionado a través de los años; pues, la sociedad actual no presenta las mismas necesidades informativas que las de finales del siglo XIX y, mucho menos, está en la misma etapa de evolución tecnológica.

Es por eso que la función netamente informativa, que en su momento hizo necesaria que la radio se convirtiera en un medio de comunicación masivo, ya no es el principal centro de atención para quienes laboran y ejercen la radio.

Fue a finales del siglo XIX cuando se dieron los primeros pasos para la creación y masificación de la radio; cada aporte desde las locaciones propias de diferentes investigadores hizo posible su nacimiento. El físico escocés James Clerk Maxwell fue el responsable de la teoría de las ondas electromagnéticas, la base técnica de la radio, publicado en su Tratado de Electricidad y Magnetismo en 1879. Por su parte, Heinrich Hertz es reconocido como el descubridor de las ondas de radio y, finalmente, Nikola Tesla hizo la primera demostración en público de una transmisión de radio. (De Garay, 1995, Encarta 2003)

A principios del siglo XX, las ondas de radio cruzan el Atlántico, dando a entender a la comunidad mundial la importancia y el alcance que tendría la radiodifusión para futuras generaciones. Según Kevin Chong (2009), el logro de la tecnología de la radio se le atribuye a Nikola Tesla; pues, fue quien obtuvo la patente luego de una disputa legal años más tarde en la Corte Suprema de Estados Unidos; sin embargo, el envío de la señal de radio fue responsabilidad del italiano Guillermo Marconi.

Hasta el momento, las pruebas y demostraciones se habían realizado con sonidos determinados por cada investigador; pero no fue sino hasta 1913 cuando el español Julio Cervera logró hacer una transmisión de voz humana y no solamente de señales. La transmisión se hizo entre Alicante e Ibiza y luego registró la patente en España, Inglaterra, Alemania y Bélgica.

Las primeras transmisiones de entretenimiento se realizaron alrededor de 1920 en Estados Unidos a través de la estación 8MK de Detroit; una extensión comunicacional del diario The Detroit News y es allí cuando nace la radio como fuente informativa, de otro alcance, diferente al visual que ya otorgaban la prensa.

A mediados del siglo XX se inicia la miniaturización de la electrónica y comienzan a aparecer en los comercios equipos radiales portátiles y de consumo personal, lo que se traduce en un cambio externo en cuando a la percepción y utilización de la radio como herramienta comunicacional (De Anda y Ramos, 1997, p.59).

Con el paso de los años, la calidad sonora de la radio ha evolucionado acorde a las tecnologías y el sistema es cada vez menos sensible a los parásitos radioeléctricos. De hecho, países como Estados Unidos, Panamá y México ya estudian, e incorporan progresivamente, sistemas de radio en alta definición, lo que hace cada vez más específica la calidad sonora y la magnitud de los contenidos que se transmiten a través de la radio, permitiendo así el resurgimiento del interés por la radio, que siempre ha estado presente, pero ha tenido altos y bajos a lo largo de la historia.

El aporte tecnológico también se refleja con la llegada de la era del radio satelital, que maximiza el alcance de los contenidos y se presume cambiará la forma en la que los usuarios perciben y utilizan la radio.

Por otro lado, por ser una tecnología relativamente reciente, no todos los usuarios de la radio analógica tienen fácil acceso a esta nueva modalidad; para el servicio, se requiere un receptor especial y, además, cada receptor satelital es exclusivo y compatible con un solo servicio. Por esta y otras razones, la evolución de la radio digital ha estado por debajo de

las expectativas de los observadores de la industria, aunque la tecnología sigue en mejora desde su incorporación al mercado.

1.2 La entrevista radiofónica

La entrevista es una de las fórmulas periodísticas que más se adapta a la radio; pues, parte de la difusión de información a través del testimonio, ya sea escrito o verbal, es decir, no necesita adaptación para la radio, sino hacer uso de sus recursos técnicos. En cualquier contexto, la fuerza testimonial brinda un valor agregado a cualquier información que se difunda a través de la radio u otro medio. “La entrevista tiene en radio un valor semejante al que tiene la foto en un medio impreso: es la ilustración viva, la prueba, el documento” (Kaplun, 1978, p.249)

Según Halperin (1995), la entrevista pensada para la radio “es una conversación radial, o sea, centrada en uno de los interlocutores, en la que uno tiene el derecho de preguntar y el otro de ser escuchado.”(p. 23). En términos de efectividad de la difusión del contenido, en este caso, conocer a un personaje o comentar sobre un tópico con un experto, “(la entrevista radial) siempre es más interesante y dinámica que la charla monologada” (Kaplun, 1978, p.249)

Pero habrá que definir de dónde nacen esas preguntas que son de interés para el oyente. Tal estudio no nace exclusivamente del periodismo, sino que, por su parte, “es una actividad multidisciplinaria que conjuga el psicoanálisis, el derecho y el periodismo” (Gahbar, 2012, p.193).

Desde tiempos inmemoriales el ser humano intenta alcanzar una verdad que pareciera estar escondida en el inconsciente contemporáneo. Para llegar a esa revelación debe preguntar una y otra vez, sin cesar, sin permitir que el testigo de ocasión se le escape ileso. (Gahbar, 2012, p.193).

Así como en la televisión y la prensa, la entrevista radial “se realiza para difundir información, ampliarla, buscar opiniones y profundizar en los hechos que son noticia” (Lesma, 2005, p.113). Esa información puede ser de carácter noticioso, personal, con fines

de entretenimiento o investigativos. Debe ser una conversación pública, “la más pública de las conversaciones privadas” (Halperin, 1995, p.23).

1.2.1 Tipos de entrevista radiofónica

De acuerdo con las clasificaciones realizadas por Ángel Lesma y Jorge Halperin, las entrevistas radiofónicas, según su tratamiento, se clasifican de la siguiente manera.

- Entrevista de personalidad: lo más importante en la entrevista de personalidad es el entrevistado, su modo de ser, su estilo de vida, sus proyectos, sus intereses, su aporte al área en la que se desempeña; en resumen, él como figura central. Se debe presentar al entrevistado en diferentes contextos de su vida: su vida personal, su perfil profesional, sus facetas alternativas. Su duración puede ser de 30 o 60 minutos.
- Entrevista de opinión: está enfocada en conocer la opinión de un especialista sobre un tema en particular o, por otra parte, en conocer la opinión de personas involucradas en sucesos de interés o temas de actualidad. Los entrevistados se seleccionan de acuerdo a una agenda temática y un perfil profesional determinado. El entrevistador puede tomar postura si el medio de comunicación al que pertenece así lo permite.

El entrevistador debe tener conocimiento pleno de las personalidades a las que entrevistará; en muchos casos, hay más de un especialista en la cabina. Pueden surgir momentos de tensión y conflicto. Su duración puede ser de 30 o 60 minutos.

- Entrevista en profundidad: es una entrevista pensada para un oyente especializado. Busca profundizar en los hechos, partiendo de la idea de que el oyente conoce toda la información superficial. Evita la opinión o postura personal del periodista.

Cuando el tema abordado es motivo de puntos de vista encontrados por fuertes tendencias, las preguntas deben hacerse con firmeza. Su duración puede ser de 30 o 60 minutos.

- Entrevista noticiosa: la entrevista noticiosa es breve; de pocas preguntas, con una duración máxima de 3 minutos. Su intención es ampliar una información al momento en el que está ocurriendo el hecho o cercano a que el hecho haya ocurrido. Se busca la opinión para reforzar relatos informativos ocurridos desde el lugar del acontecimiento.

La entrevista noticiosa puede ser en directo o diferida; por lo general, así se transmite en directo, luego se editan los sonidos y se publican en diferido en otras emisiones como testimonios.

1.2.2 *El entrevistador radial*

El entrevistador radial es una persona con habilidades en el manejo de información y con certificado de locución, quien tiene la responsabilidad de guiar la entrevista y conducir el espacio evitando que alguno de los involucrados esté en posición desventajosa. Es representación de cada radioescucha en ese *acercamiento mediático* [itálica añadida] a una personalidad de interés.

Es quien marca el punto de referencia desde el cual parte el conocimiento sobre el entrevistado o el tema a tratar; desde su perspectiva es que surgirán los aportes que facilita el invitado.

El tercer factor es el primero de todos, porque de él dependen los núcleos de temas y las buenas preguntas: *un generoso conocimiento del personaje, que se obtiene de un trabajo riguroso de archivo*. Existe una fuente complementaria al archivo para investigar sobre el personaje. Las grandes entrevistas de la revista norteamericana *Playboy* y las más recientes del mensuario *Vanity Fair*, verdaderas joyitas de investigación, se han hecho con infinidad de consultas previas a gente que conoce al personaje para construir un verdadero relato antes de sentarse a dialogar con él. (Halperin, 1995, p.31).

Por su parte, en el proceso de obtener respuestas, el entrevistador debe saber cuáles son las preguntas correctas y cómo hacerlas. También debe tener en cuenta que el oyente no está viendo los gestos, ni suyos, ni del entrevistado, por lo que se recomienda no interrumpir al informante, permitir que la gente hable, aunque no se esté interesado en el tema que toca; pues, sobre todo al comienzo de las entrevistas, los informantes pueden extenderse sobre temas que no han sido preguntados. Y en referencia a esa figura del entrevistado, muchos de ellos “tienen poca claridad de expresión, resultan confusos y oscuros” (Kaplun, 1978, p.250); pues, no son personas de medios, y allí es cuando el entrevistador debe preocuparse por garantizar una dinámica adecuada y de claro entendimiento.

A diferencia de los entrevistadores de otros medios de comunicación, el entrevistador radial debe maximizar sus capacidades como locutor para garantizar la calidad de la entrevista más allá del contenido. Según De Anda y Ramos (1997), “El buen locutor debería ser aquella voz amistosa de la casa, que el radioescucha estuviera tentado a responderle”; lo que presume que un buen locutor es aquel que hace que el oyente se sienta parte propia de la entrevista, que esté cautivado por la misma.

Un entrevistador y, siendo más específicos, el productor de un espacio radial con fines comerciales, debe preguntarse por qué los oyentes querrían escuchar a un entrevistado u otro y, en ese caso, “la elección del entrevistador tiene que tener una razón de ser, un fundamento” (Kaplun, 1978, p.250).

De acuerdo con Kaplun (1945) se pueden delimitar algunas condiciones, de responsabilidad exclusiva del entrevistador radial, las cuales que maximizan las posibilidades de garantizar una buena entrevista. Ellas son:

- Prepararse previamente.
- Tener claro el tema y el objetivo.
- Preparar al entrevistado.
- No ensayar la entrevista.
- Ponerse al nivel del oyente medio.

- Establecer un ambiente distenso.
- Presentar al entrevistado.
- Tener claridad en el tono a utilizar.
- Ser fluido: no encadenar las preguntas.
- Interrumpir con justificación.
- Mantener el dominio de la entrevista, entendiendo el juego de roles que haya determinado el entrevistador.
- Ser sobrio.
- Realizar preguntas cortas.
- Una pregunta por vez.
- No hacer preguntas demasiado amplias y generales.
- Escuchar atentamente.
- Procurar ejemplos.
- Pensar en el oyente.
- Dejar un saldo: un conocimiento, una información, un concepto.

CAPÍTULO II: LA RADIO EN VENEZUELA

2.1 Breve historia de la radio en Venezuela

La historia de la radio en Venezuela data desde 1926, cuando fue otorgado el primer permiso de radiodifusión, bajo la concesión del gobierno de Juan Vicente Gómez. AYRE fue la primera emisora al aire, con transmisión en Amplitud Modulada, y también, la primera estación cerrada, producto de los hechos políticos ocurridos con los estudiantes en Caracas en el año 1928. (Cortina, 1995)

El 9 de diciembre de 1930 nace, One Broadcasting Caracas funda YVIBC, la segunda emisora comercial venezolana, pionera en radio novelas, que luego se convertiría en la emisora con mayor longevidad en el país: Radio Caracas Radio (Fuenmayor, 2011, Pag 86). Para mediados del siglo XX, contenidos deportivos, informativos y de entretenimiento

abarcaban la parrilla de programación radial y ya se consideraba un medio establecido y afianzado, al menos, en la región capital.

En la década de los 70, aparece el reproductor de radio en automóviles, lo que hizo que la audiencia creciera y, con ella, la rentabilidad comercial, que se extendió hasta los años 80, cuando aparece la Frecuencia Modulada, con mayor retraso que en otros países de Latinoamérica, como en México, por ejemplo, mejor conocida como FM, y definida por algunos como la radio comercial (De Anda y Ramos, 1997, p.59). Con ella, las concesiones radiales y las emisoras especializadas, el mercado de anunciantes en la radio creció y se posicionó como una opción de alto interés para las marcas que desean llegar a un público meta.

Hoy en día, las emisoras en FM lideran los índices de audiencia a nivel nacional (80,2%) (MEDIAX: Gente de medios, (2013), pag. 2); sin embargo, siguen existiendo opciones en amplitud modulada y cada día nacen nuevos proyectos bajo el formato de radios virtuales a través de las plataformas electrónicas, tales como www.rcr.tv, portal en línea de Radio Caracas Radio 750 AM.

Nuevos talentos se han formado en la radio y han migrado a proyectos paralelos en la web, la televisión y el periodismo impreso; lo que garantiza la capacidad y el alcance de la misma como promotora de marca para quienes quieren formar parte del mundo radial y los medios de comunicación.

2.2 Situación actual de la radio en Venezuela

En la última década, la situación de la radio en Venezuela, definida desde el área de las concesiones, la programación al aire y la censura es bastante deferente en comparación con décadas anteriores.

La longevidad de las concesiones a los medios de comunicación ha decrecido radicalmente; a finales de los 80, por decreto del expresidente Jaime Lusinchi, las concesiones eran aprobadas por 20 años. Desde el gobierno del presidente Chávez, las concesiones tienen

una duración de cinco años, con opción de renovación, según las consideraciones del Estado, a través de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL).

En el año 2009, Conatel retiró la concesión a 32 emisoras radiales en todo el país, por lo que muchos productos radiofónicos perdieron inesperadamente su posibilidad de difusión. Algunos medios califican este suceso como un “Radiocidio”.

Este hecho ha puesto en predisposición a los líderes de empresas radiales sobre cómo debe ser el comportamiento de sus emisoras y qué deben transmitir o no. Según el presidente de la Cámara de Radiodifusión, Nelson Belfort, “(...) No es un cierre de emisoras de radios, sino que es un cierre de la posibilidad de... escoger cuáles son las radios que queremos escuchar”.

Por otra parte, en comparación con la libertad de contenidos en medios como la televisión y la prensa, la radio ha sufrido un impacto menor en cuanto a la intervención de organismos del Estado para limitar sus productos. Esa afirmación se sustenta en el hecho de que muchas figuras que han salido de las pantallas por, según ellos comentan, presiones de censura a las directivas de sus canales han podido mantener sus espacios radiales, que tienen una línea editorial a fin con sus productos en las otras plataformas. “En mi criterio y según mis valores periodísticos esta entrevista fue censurada” fue el testimonio de Shirley Varnagy al momento de anunciar su renuncia al canal Globovisión.

CAPÍTULO III: EL FORMATO

3.1 La entrevista de personalidad

Las entrevistas de personalidad están pensadas para personajes famosos, curiosos o representativos, claves en algún suceso noticioso portadores de un saber valioso. Sea cual sea el caso, lo importante es que lo que tenga que decir esa persona sea contenido de interés para un público determinado.

Según comenta Halperín (1995), por su extensión, la entrevista de personalidad puede agruparse en bloques de temas. De esta manera, el entrevistado se enfocará en un aspecto particular de su vida cada cierto tiempo, permitiéndole así enfocarse y recordar la mayor cantidad de información relevante sobre determinadas etapas de su vida. Esta estrategia ayuda a organizar las ideas y brinda dinamismo al avance de la entrevista por parte de los involucrados.

Para nutrir el dialogo se pueden utilizar recursos de los cuales el entrevistado pueda expresar su sentir. Por ejemplo: sonidos de archivo, testimoniales de personas cercanas, videos de archivo, cartas, fotografías; siempre acorde al medio por el que se está transmitiendo la entrevista.

La entrevista de personalidad puede tener una duración de 30 o 60 minutos comerciales, en radio o televisión.

3.2 Producción Nacional Independiente

La figura del productor nacional independiente y, a su vez, la de producción nacional independiente (PNI) fue creada en 2004 como parte de la Ley de Responsabilidad de Radio y Televisión, con la finalidad de amparar a los “productores que de forma autónoma producen contenido audiovisual, fuera de los circuitos comerciales o institucionales de la radio y televisión venezolana” (¿Qué es PNI?, (2011), Tves. [Página web en línea]).

No se consideran producción nacional independiente los mensajes producidos por las personas naturales que mantengan una relación de subordinación con el prestador de servicios de radio o televisión con el cual contratará, ni los mensajes producidos por las personas jurídicas que mantengan una relación contractual distinta de la producción nacional independiente. (Ley Resorte. Artículo 13, 2004)

De esta manera, los contenidos exclusivos transmitidos por los medios de comunicación públicos y privados se deben limitar a solo 20 horas de transmisión diaria; pues, cada medio debe cumplir con un mínimo de cuatro horas al día de transmisión (al menos tres en horario supervisado) de proyectos creados bajo la figura de PNI. (Ley Resorte. Artículo 14. 2004).

La corriente editorial y especificaciones técnicas de cada proyecto creado por un productor nacional independiente le competen únicamente al productor; sin embargo, cada medio de comunicación establece sus parámetros para aprobar o no un proyecto a través de una comisión de programación de televisión; tal como existe la obligación de cumplimiento de horas de transmisión por parte de las empresas, también existe la autonomía para determinar los contenidos que formarán parte de ese bloque de programación.

Por otra parte, existen ciertos elementos, establecidos por la Ley Resorte, que deben aparecer en estos productos para que sean considerados PNI: capital venezolano, locaciones venezolanas, guiones venezolanos, autores o autoras venezolanas, directores o directoras venezolanas, personal artístico venezolano, personal técnico venezolano, valores de cultura venezolana.(Ley Resorte. Artículo 13. 2004).

3.2.1 Sobre el financiamiento

Los proyectos de PNI pueden ser autofinanciados y vendidos a los medios de comunicación o, pueden solicitar financiamiento de cada compañía de transmisión en modalidad de concurso-aprobación. En el último caso, el productor recibe los recursos y mantiene la autonomía sobre su espacio, con la garantía de que su programa será transmitido, cumpliendo con ciertas condiciones de las cuales ambas partes son conscientes.

MARCO METODOLÓGICO

1. Planteamiento del problema

Un entrevistador tiene como fin principal obtener información valiosa y de interés de parte de su entrevistado para el público meta, ya sea información sobre el propio invitado, comentarios o explicaciones sobre un tema en discusión o, incluso, una opinión sobre terceros.

Cuando un entrevistador afianza su espacio en el gusto del público meta, se vuelve notorio su ángulo al momento de cuestionar; esto puede ser una ventaja o desventaja al momento de invitar personalidades a su programa; sin embargo, lo que sí es cierto, es que con el paso de los años y el respaldo del público hacia él y hacia esa manera de encaminar una entrevista, en ocasiones hace que la figura del host destaque tanto como pudiera serlo la personalidad invitada.

Partiendo de esta afirmación, se puede considerar que muchos entrevistadores se vuelven figuras públicas, que también se enfrentan a la turbulencia mediática, y ese valor sirve de puerta para incursionar en otras áreas productivas, sean propias del ejercicio de la comunicación o no. En el lado menos amable de esta realidad, se vuelven figuras tan grandes que, en algunos casos, deben proteger su privacidad e, incluso, buscan separar discretamente su vida personal de su vida profesional; pues, el interés del público ya no es exclusivo por sus contenidos de producción. Ahora, habrá que medir qué tan separada puede estar la vida privada del perfil público y mediático.

Por su experiencia, el host de un espacio conversacional, en cualquier medio de comunicación, está en conocimiento de qué técnicas, aunque propias y variantes, son válidas y exitosas para obtener determinada información de su vocero; tal conocimiento lo pone en ventaja ante el resto de las personas al momento de ser cuestionado, al igual que sus entrevistados, sobre su vida, sobre la vida de otros, sobre las realidades colectivas, etc.

Si se parte de la idea de que para conocer a una personalidad a fondo, lo más recomendado es acudir a su propio testimonio y apoyarlo con las confesiones de otras personas claves, los entrevistadores que gozan del interés de un público que los ve como figuras propias y no como máquinas de preguntas, entonces estos deberán unirse al juego de roles y permitir que el mundo los conozca así como ellos, en su momento, hacen presentación de sus invitados; por lo que surge un cuestionamiento ¿Es posible obtener información de primera mano sobre la vida y **perfil profesional** de los **entrevistadores íconos** del a actualidad en Venezuela a través de una **entrevista radial**?

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

- Producir 5 programas radiofónicos con duración de 1 hora comercial, sobre entrevistadores venezolanos íconos de la actualidad.

2.2 Objetivos Específicos

- Definir la radio.
- Sintetizar la historia y evolución del género de la entrevista en Venezuela.
- Definir la entrevista radial y sus tipos.

3. Justificación

En la práctica, el periodismo radiofónico no es una actividad reservada exclusivamente para quienes hacen del periodismo su rama de estudio. De hecho, durante los años de preparación académica de un comunicador social, los contenidos de pensum de quienes optan por la mención audiovisual están pensados para maximizar las capacidades del estudiante como locutor y orador, y como ente de manejo de data y contenidos con la finalidad de transmitirlos eficientemente a un receptor a través de los medios de comunicación.

Llevar al aire un programa a través de la plataforma radiofónica requiere no solamente de capacitación oral y expresiva, sino también de un proceso de producción del cual depende, en gran medida, la calidad del producto final.

Un comunicador social está formado para producir y para transmitir; es él el ente creativo y agente conductor de sus contenidos; quien tiene la capacidad de decidir qué se dice, cómo se dice y a través de qué medio lo dice.

Ver la entrevista desde la perspectiva única del periodismo especializado, limita las capacidades de la misma; pues, esta puede tener distintas bondades de acuerdo al medio para el que esté pensada.

Por otra parte, y en términos de academia, la realización de un proyecto radial como trabajo especial de grado aporta valor a la cátedra de radio dentro de la mención de artes audiovisuales; pues, es un producto actual que permitirá reconocer si el contenido programático, escaso, además, del pensum actual, está acorde con las demandas de una producción radial comercial. Así mismo, aporta contenido con calidad profesional que pudieran ser transmitidos por *Radio UCAB*, la emisora radial de la universidad que está en pausa desde su lanzamiento en 2013.

4. Delimitación

Hay entrevistadores cuya trayectoria los posiciona como íconos y referencia. Otros, menos numerosos, están formando su trayectoria, pero aun así, ya son referencia en la opinión pública por el tratamiento que le dan a sus entrevistas.

Ese tratamiento, en muchos casos, les ha permitido posicionarse como marca y es por eso que en ciertas ocasiones, estas personalidades tienen presencia en más de un medio de comunicación y haciendo uso de distintos lenguajes comunicacionales; el de la radio, la televisión y el periodismo escrito, por ejemplo.

Se entiende como entrevistadores íconos venezolanos a aquellos profesionales que en la presente década han tenido y/o mantienen espacios de entrevistas al aire a través de uno o

más medios de comunicación, gozando de respaldo publicitario y de audiencia en cada uno de ellos. Ese respaldo publicitario y de audiencia se entiende como la causa de que su programación esté al aire por varios años.

5. Selección de entrevistadores íconos:

De acuerdo con la delimitación del proyecto, se define un listado principal de 10 entrevistadores íconos con quienes se tramitarán las solicitudes de entrevista. La selección de las 5 entrevistas del proyecto será determinada de acuerdo a la respuesta recibida y a la factibilidad de grabación, es por eso que el margen de aceptación, por respaldo de producción, es del 50% para garantizar el éxito del proyecto.

Entrevistadores íconos

Caterina Valentino: entrevistadora, modelo, locutora, actriz y escritora. Los proyectos que la destacan en la actualidad son “Contigo... Caterina Valentino” en 88.9FM, emisora del circuito FM Center, y “Zona Trendy Caracas”, programa de entretenimiento transmitido por E! Entertainment TV Latinoamérica.

Su popularidad mediática data desde el año 2008 con “Sudando la Gota Gorda”, programa de entretenimiento transmitido por Venevisión, y, más recientemente, con 12 Corazones, un espacio televisivo en alianza entre Televen y Telemundo.

Entre sus entrevistados destacan figuras del entretenimiento como Noel Schajris, Pablo Alborán, Gustavo Dudamel, Eli Bravo, Chino y Nacho, Carolina Herrera, Patricia Zavala, Mariana Vega, Estefanía Fernández, Amaia Montero, Natalia Jiménez, Gionni Straccia, Il Divo, Juanes, entre otros.

Maite Delgado: entrevistadora, presentadora, modelo, locutora. Referencia directa sobre los entrevistadores venezolanos. El programa que la posicionó en los medios de comunicación fue *Giros TV* y posteriormente realizó otros formatos de entrevista como *Por La Puerta Grande* y, uno de sus proyectos más recientes, *El Show de Maite*.

Entre sus entrevistados destacan figuras del entretenimiento como Juan Gabriel, Jennifer Lopez, Chino y Nacho, Catherine Fullop, Franco de Vita, Carlos Baute, Juanes, Guillermo Dávila, Boris Isaguire, Oscar D' León, entre otros.

Luis Chataing: entrevistador, locutor, productor y escritor. Es uno de los locutores con mayor sintonía en el prime time matutino, con su espacio “De nuevo en la Mañana”, en el que ha entrevistado a personalidades de áreas diversas como entretenimiento, deporte, política y arte.

Recientemente, salió del aire su proyecto Chataing TV, un late show en el que cada noche Chataing realizaba entrevistas con un toque de humor.

Entre sus entrevistados destacan figuras como Henrique Capriles Radonski, Erika de la Vega, Maite Delgado, Yuridia, Caramelos de Cianuro, Il Volo, Daniela Kusan, Laureano Márquez, César Miguel Rondón, Ruben Limardo, Emilio Lovera, entre otros.

Patricia Zavala: presentadora y modelo. Su proyecto más destacado se titula *Coffee Break*, un *Spinoff* de E! Vip Caracas, en el que Patricia se toma un café con las celebridades *A-Listers* del mundo del entretenimiento.

En *Coffee Break* ha entrevistado personalidades como Angelina Jolie, Taylor Swift, Hugh Jackman, Paulina Rubio, Prince Royce, Daniel Radcliffe, Sophia Loren, Katy Perry, Guliana Rancic, Ed Sheeran, Maluma, J. Lo, Pharrell Williams, Jennifer Aniston, Jesse y Joy, James Blunt, entre otros.

Nelson Bocaranda: periodista graduado de la primera promoción de Comunicadores Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello. Se destaca por realizar entrevistas sobre el contexto político nacional y su espacio plataforma www.runrun.es es referencia actual sobre veracidad y discusión sobre los temas políticos que tienen a Venezuela como protagonista.

Actualmente comparte un espacio en radio junto a Mariela Celis llamado *La Cola Feliz* y presenta un *LateShow* en Vivoplay.

Entre sus entrevistados destacan Plinio Apuleyo Mendoza, Carlos Andrés Pérez, Mario Vargas Llosa, Mickael Melamed, Maria Corina Machado, Antonio Ledezma, Kiara, Sebastian Piñera y otros.

César Miguel Rondón: locutor, escritor, moderador, entrevistador. Dentro de sus productos, destacan varios programas de entrevistas con conceptos diversos como *30 minutos*, *Ellos que se conocen tanto*, *Mucho gusto*, *El Soundtrack de la Vida*, entre otros. Algunos de sus conceptos han migrado de una plataforma a otra, ya sea de la literatura a la radio, viceversa o de la televisión a la literatura.

Su programa de entrevistas en radio tiene 25 años al aire. Ha entrevistado a personalidades como Hugo Chávez, Mario Vargas Llosa, Ana María Simon, Luis Chataing, Luis Vicente León, Jacobo Borges, Leopoldo Castillo, Natalia Lafourcade, entre otros.

Eli Bravo: locutor, conferencista, entrevistador y escritor. Es el locutor que representa un movimiento de cambio de intención vocal en la radio venezolana en la década de los 90.

Hoy en día, cuenta con una plataforma llamada Inspirulina, con la que promueve contenidos dedicados al bienestar; entre ellos, entrevistas con personalidades del área de la salud, el autoayuda y figuras de otras áreas, siempre con la línea editorial encaminada hacia el positivismo, la felicidad y el buen vivir.

Eli Bravo ha realizado más de 800 entrevistas y destacan personalidades como Desorden Público, Joe Vitale, Ilan Chester, Mickael Melamed, Natalia Streignard, Andrés López, Chiquinquirá Delgado, entre otros.

Eduardo Rodríguez Giolitti: entrevistador, narrador de noticias, locutor, conferencista y escritor. Con más de 25 años formando parte de los medios de comunicación, abogado y comunicador social, se destaca por realizar entrevistas con figuras de la política *en La Entrevista Venevisión*. Por su parte, *en Al Descubierto* realiza entrevistas con el mismo formato, pero a personalidades de diversas áreas.

Entre sus entrevistados destacan: Nelson Merentes, Luisa Ortega Díaz, Hugo Chávez Frías, Lila Morillo, Ismael Cala, Ernesto Villegas, Henrique Capriles, Guaco, Eva Blanco, Raúl Amundaray, Iris Varela, entre otros.

Leonardo Padrón: escritor, locutor, guionista y productor. Se ha destacado por sus telenovelas realísticas, sus artículos sobre la actualidad política nacional y, en un enfoque más ligero, por sus entrevistas, siendo esta última incorporada a un producto llamado *Los Imposibles* que se ha vuelto referencia en cuanto a la entrevista de personalidad por venezolanos.

Los Imposibles se presenta en dos plataformas: en la radio, transmitiendo desde el año 2005 y en libro, con la publicación de múltiples tomos con entrevistas transcritas.

Sus entrevistas con personalidades de diversas áreas cuentan con figuras como Miguel Bosé, Gustavo Cerati, Román Chalbaud, Gustavo Dudamel, Teodoro Petkoff, Mercedes Sosa, Raphael, Bob Abreu. José Vicente Rangel, Valentina Quintero, entre otros.

Shirley Varnagy: productora, locutora y entrevistadora. Shirley Varnagy se ha posicionado, en una corta carrera mediática, como una de las entrevistadoras de referencia para los medios venezolanos. Destaca por su programa *Shirley*, en Globovisión, al que renunció después de 1 años haciendo entrevistas de lunes a viernes y, actualmente, por Shirley Radio, un formato similar al de la televisión, pero ahora en la cabina radial.

Shirley ha entrevistado a personalidades del deporte, la música, la política, el emprendimiento, la moda, la salud y otras áreas. Algunos destacados son Ismael Cala, Mario Vargas Llosa, Caterina Valentino, Maite Delgado, Luisa Ortega, Jorge Rodríguez, Sascha Fitness,

Entrevistadores seleccionados:

- Eduardo Rodríguez Giolitti
- Eli Bravo
- Luis Chataing

- Patricia Zavala
- Shirley Varnagy

6. Guion

6.1 Idea

Los entrevistadores se sientan en la silla del entrevistado.

6.2 Sinopsis

La primera temporada de *Yo como que te conozco* es el espacio en el que los entrevistadores íconos se cambian de silla y se sientan a contarnos de su vida, de su trabajo y de su mundo; una conversación ligera con aquellas personas que nos han presentado a tantas personalidades.

6.3 Definición

YO COMO QUE TE CONOZCO	
NOMBRE	Yo como que te conozco
ESLOGAN	...porque hay íconos que merecen una grata conversación
FORMATO	Entrevista de personalidad
DIFUSIÓN	Radio
DURACIÓN	1 hora comercial (entre 44 y 55 minutos)
AUDICENCIA	Adulto joven
HORARIO	6:00PM
FRECUENCIA	Semanal

6.4 Estructura

Yo como que te conozco se concibe como una conversación ligera y a la vez informativa, con dinámicas que permiten conocer la vida del invitado involucrándolo en actividades más allá de la fluidez propia del diálogo.

Se toman en cuenta los intereses del invitado para hacer su presentación, para enlazar con el espacio publicitario y, en general, para alterar la dinámica general de cada programa.

Los tiempos por bloques y microsegmentos son referenciales; pueden variar de acuerdo a la dinámica de la entrevista y se ajustan conforme se desarrolla la entrevista, siempre, tomando en cuenta no excederse la duración total del programa, ni extender los bloques más del 40% de su duración pautada.

BLOQUE 1

Presentación (1 minuto)

Locutor narra entre 4 y 7 hechos asociadas a la vida del entrevistado con intención de intriga y concluye con la frase “Yo como que te Conozco: Nombre del invitado”

¿Quién eres tú? (9 minutos)

Se tocan temas como la infancia, la familia, los primeros trabajos y demás relaciones con la vida pre-figura pública, explorando gustos e intereses relevantes.

BLOQUE 2

Perfil Profesional (7 minutos)

Se conversa sobre la evolución profesional desde su primer trabajo en los medios de comunicación y cuál fue el aporte de cada uno en el camino a alcanzar el proyecto por el que es reconocido en la actualidad.

BLOQUE 3

El Proyecto que te Destaca (7 minutos)

Conversación sobre el proyecto por el que el invitado es considerado una figura de *Yo como que te conozco*. Se habla sobre el producto, su concepción, anécdotas, qué lo hace único, conformidades, inconformidades y demás hechos relacionados al tema. Si existe más de un proyecto destacable, se utilizará el siguiente bloque para comentar el proyecto del que no se ha conversado; de lo contrario, el bloque cuatro es una extensión del mismo proyecto.

BLOQUE 4

El Proyecto que te Destaca (7 minutos)

Conversación sobre el proyecto por el que el invitado es considerado una figura de *Yo como que te conozco*. Se habla sobre el producto, su concepción, anécdotas, qué lo hace único, conformidades, inconformidades y demás hechos relacionados al tema.

BLOQUE 5

Tú y Venezuela (7 minutos)

Conversación sobre la relación del invitado con el país, desde diferentes perspectivas, acordes a los intereses del invitado. El segmento incluye dos preguntas fijas: “¿Qué es lo que más te gusta de tu país?” y “¿Qué es lo que más te disgusta de tu país?”.

MICROSEGMENTOS

Se seleccionan e incorporan a cada entrevista, según la producción considere. Se ajusta al entrevistado y la dinámica que lleve la entrevista y se presenta al final de los bloques dos, tres, cuatro o cinco. Se pueden permitir un máximo de cuatro y un mínimo de dos por cada entrevista. El bloque uno no admite microsegmento.

Los Titulares (3 minutos)

El locutor lee de tres a cinco titulares de distintos medios de comunicación referentes al entrevistado. El invitado desarrolla la noticia sobre cada uno de ellos.

En tu Formato (3 minutos)

Se emula la dinámica más representativa del programa de entrevistas del invitado, haciéndole una invitación, de una forma metafórica, a sentarse en la silla de todas las personas que ha tenido en su espacio.

Dame una Cita (3 minutos)

El locutor lee varias citas del invitado, extraída de cualquier medio relacionado con él, comunicación personal, publicaciones, y pide comentarios.

Así te Describen (3 minutos)

El locutor lee, a modo de titulares, citas que hacen explícita la percepción tienen personas o medios de comunicación sobre la figura en cuestión. Se invita al invitado a hacer un comentario sobre cada descripción.

FAQ: Preguntas Frecuentemente Preguntadas (3 minutos)

El locutor lee algunas preguntas de terceros, tomadas de redes sociales, comunicaciones personales, opinión pública u otras fuentes, y el invitado responde como lo desee. No se repregunta, no se indaga más allá de la respuesta obtenida.

El Buscador (3 minutos)

El locutor coloca en un motor de búsqueda el nombre del entrevistado y hace de su conocimiento las “sugerencias de búsqueda que genera el buscador”. El entrevistado responde de acuerdo a sus impresiones.

7. Propuesta Sonora

Sobre la entonación: la intención vocal del locutor de *Yo como que te conozco* es de conversación ligera, jovial y de entretenimiento, con un trato en segunda persona hacia el entrevistado. El objetivo es promover la cercanía para establecer una dinámica en la que el invitado se sienta lo suficientemente cómodo y con la libertad de expresarse en un ámbito de respeto, pero con límites formales flexibles.

Sobre la musicalización: la identidad sonora de *Yo como que te conozco* es de género pop, abarcando desde el pop juvenil hasta el pop rock, siempre con utilización de *tracks* en versión instrumental, aplicados en empaques o como cortinas de acompañamiento a la conversación que está al aire. La intención emocional es un híbrido entre lo fresco y juvenil, y lo sobrio de lo adulto contemporáneo. En la práctica: una fusión entre la identidad sonora de La Mega y la identidad sonora de Onda, La Superestación.

- **Cortina principal:** pista que acompaña, en segundo plano, los bloques principales de entrevista. Cada bloque está acompañado por una pista distinta.
- **Cortina de microsegmentos:** existe una cortina específica para cada micro segmento, a fin de contribuir con el dinamismo de la entrevista y las preguntas, y generar una identidad en cada una de ellas. No varían según la entrevista.
- **Empaques:** cada micro segmento cuenta con un empaque personalizado, así como las bienvenidas y salidas a cortes comerciales; estas piezas están acompañadas de la locución del entrevistador del espacio radial.

Efectos de sonido: no aplica.

8. Plan de grabación:

Las pautas de las entrevistas seleccionadas se agendan de acuerdo a la disponibilidad horaria y territorial de los entrevistados. Es por eso que, a pesar de que se cuenta con una cabina radial para desarrollar el programa en su contexto natural o ideal, la factibilidad del invitado para trasladarse o no al lugar seleccionado, determina la localización donde se realizará la entrevista.

En una jerarquización de prioridades, es más importante para fines del producto final contar con el entrevistado y obtener el contenido comercial que cumplir estrictamente con los requerimientos técnicos de las cabinas radiales, los cuales se pueden suplantar con equipos de tecnología portátil.

Cronograma

ENTREVISTADO	FECHA Y HORA DE LA ENTREVISTA	LOCALIZACIÓN	PERSONAL DE APOYO TÉCNICO Y LOGÍSTICO
Patricia Zavala	6 de marzo de 2015 6:00PM	E! Entertainment TV Latinoamérica. Sala de Reuniones. Las Mercedes, Caracas.	Alexander Acero Rebeca Hernández
Eduardo Rodríguez Giolitti	17 de abril de 2015 1:30PM	Venevisión. Sala de monitoreo de prensa. La Florida, Caracas.	Alexander Acero Rebeca Hernández Ozana Vallejo
Luis Chataing	21 de abril de 2015 9:30AM	Unión Radio. Sala de Reuniones. La Castellana, Caracas.	Alexander Acero Rebeca Hernández Génesis Centeno
Shirley Varnagy	4 de junio de 2015 6:00PM	Universidad Católica Andrés Bello. Departamento de Producción Audiovisual, Salón THX.	Alexander Acero Rebeca Hernández Edgiannid Figueroa
Eli Bravo	23 de agosto de 2015 6:30PM	Montalbán, Caracas. Contacto por Skype.	Rebeca Hernández

9. *Guion Técnico*

El guion técnico es modificable, según cada entrevista. Los microsegmentos se seleccionan y ubican en un bloque u otro de acuerdo con la dinámica que se establezca en la entrevista al producir la escaleta de contenidos.

Se parte del guion que se presenta a continuación y se realizan las modificaciones necesarias.

YO COMO QUE TE CONOZCO
GUION TÉCNICO GENÉRICO

TRACK 01. INTRO	
TRACK 02. CORTINA 1	BLOQUE 1
TRACK 03. PUBLICIDAD VERSIÓN 1	
TRACK 04. ID YO COMO QUE TE CONOZCO	
TRACK 05. CORTINA 2	BLOQUE 2
TRACK 06. MICROSEGMENTO 1	
TRACK 07. CORTINA MICROSEGMENTO 1	MICRO SEGMENTO 1
TRACK 08. PUBLICIDAD VERSIÓN 2	
TRACK 04. ID YO COMO QUE TE CONOZCO	
TRACK 09. CORTINA 3	BLOQUE 3
TRACK 10. MICROSEGMENTO 2	
TRACK 11. CORTINA MICROSEGMENTO 2	MICRO SEGMENTO 2
TRACK 03. PUBLICIDAD VERSIÓN 1	
TRACK 04. ID YO COMO QUE TE CONOZCO	
TRACK 12. CORTINA 4	BLOQUE 4
TRACK 08. PUBLICIDAD VERSIÓN 2	
TRACK 04. ID YO COMO QUE TE CONOZCO	

TRACK 13. CORTINA 5	BLOQUE 5
TRACK 14. MICROSEGMENTO 3	
TRACK 15. CORTINA MICROSEGMENTO 3	MICRO SEGMENTO 3
TRACK 06. OUTRO	

10.Ficha técnica

Productor: Jorge Calderón

Es la cabeza del proyecto; se encarga de coordinar todo el proceso para que las entrevistas ocurran de forma exitosa.

Cumple las siguientes funciones en los procesos de preproducción y producción:

- Contactar, evaluar la factibilidad y agendar a los invitados.
- Informar, agilizar y garantizar la presencia del equipo de apoyo logístico en las grabaciones.
- Seleccionar los contenidos y preparar las escaletas.

Locutor: Jorge Calderón

Es la voz identificadora del espacio radial y encargado de establecer la dinámica de la entrevista.

Sus funciones son las siguientes:

- Estudiar la escaleta de contenidos y nutrirla desde su perspectiva.
- Presentar la entrevista.

Personal de apoyo técnico y logístico:

- Rebeca Hernández
- Alexander Acero

- Edgiannid Figueroa
- Génesis Centeno
- Ozana Vallejo

Brindan apoyo a la producción durante la grabación de las entrevistas. Sus funciones son las siguientes y se distribuyen de acuerdo a la cantidad de personas pautadas y a las necesidades del momento:

- Propiciar y garantizar un ambiente adecuado para la entrevista, evitando el ruido y las intervenciones en las entrevistas que no se graban en cabina radial.
- Realizar el registro sonoro, monitorear los niveles y almacenar la data de audio.
- Realizar el registro visual como apoyo documental.
- Cualquier actividad adicional requerida desde la producción según la dinámica de cada entrevista.

Operador / Musicalizador:

Las entrevistas grabadas en cabina tendrán un musicalizador y operador determinado por la empresa contratada. El productor de *Yo como que te conozco* es el encargado de entregarle un guion técnico con material sonoro adjunto para que el operador siga las instrucciones.

Postproductor de sonido: Jorge Calderón

Las entrevistas grabadas en localizaciones diferentes a la cabina radial se registran en seco y se incorporan los elementos sonoros (cortinas, empaques) en postproducción. Sus funciones específicas son:

- Producir y mezclar los empaques.
- Nivelar el audio.
- Incorporar cortinas.
- Separar los bloques y segmentos con los empaques correspondientes.
- Generar y exportar la mezcla final.

Productor multimedia: Jorge Calderón

Una producción radial, con intenciones de difusión máxima de acuerdo al alcance actual, que abarca desde el dial hasta las redes sociales, requiere también de una identidad gráfica para promocionar y posicionar su contenido y producto en general.

Las funciones del diseñador gráfico son:

- Crear la identidad corporativa del espacio para mejorar su apreciación al momento de solicitar entrevistas.
- Diseñar las fichas para las escaletas de contenido del locutor.
- Diseñar las gráficas promocionales de cada entrevista para redes sociales.

Las funciones del productor multimedia son:

- Producir los promocionales en video del espacio para mejorar su apreciación al momento de solicitar entrevistas.
- Digitalizar la firma de los entrevistados como registro audiovisual del producto.

11. Paquete Gráfico

El paquete gráfico de *Yo como que te conozco* presenta un concepto entre lo formal, lo juvenil y lo fresco, con colores de alta saturación sobre un fondo neutro. La idea de composición es: fondo simple y primer plano complejo. A eso se le suma un juego tipográfico en dos unidades, presentando el logotipo del producto.

El diseño de las fichas de contenido incluye el logotipo del programa sobre un fondo neutro y se incorpora una fotografía de estudio del entrevistado invitado. Las fichas genéricas solo incluyen el logotipo sobre el fondo neutro.

El avatar para redes sociales de la temporada de *Yo como que te conozco* muestra al presentador del espacio, Jorge Calderón, en primer plano, con fondo complejo y en la zona inferior de la imagen se incluye el logotipo con el eslogan del producto. Este arte también

es de uso para notas de prensa, empaques gráficos de demos y demás piezas que lo ameriten.

Figura 1. Logotipo



Figura 2. Ficha de contenido genérica



Figura 3. Ficha de contenido personalizada



Figura 4. Avatar para redes sociales



Figura 5. Paleta de colores



Figura 6. Promocional redes sociales



12. Piezas de promoción audiovisual

Para *Yo como que te conozco* se han producido varias piezas audiovisuales, cuya finalidad es realizar promoción en redes sociales, lo que, para cualquier programa radial de la actualidad, es contenido de primera necesidad. Es por eso que el registro de las entrevistas no fue solo sonoro, sino también con apoyo de visual.

Los promocionales tienen una duración entre 30 y 60 segundos y muestran momentos emblemáticos de las entrevistas, apoyados por los empaques de concepto del espacio, lo que garantiza la venta, no solo del entrevistado invitado, sino también de la experiencia del programa.

El intro de cada pieza incluye una animación 2D del logotipo oficial en superposición con la grabación en video. El cierre muestra la firma animada del entrevistado que se promociona. (Ver Anexos en digital)

13. Diseño de Empaques

Intro: bienvenida al programa con coordenadas que identifican el espacio radial.

CONTROL	LOCUTOR
TRACK 01	VOZ CHICO 1: “¿SON IDEAS O TE CONOZCO DE OTRO LUGAR?”
	LOCUTOR: YO COMO QUE TE CONOZCO. Y SI NO TE CONOCEN YO ME ENCARGO PORQUE HAY ÍCONOS QUE MERECEN UNA GRATA CONVERSACIÓN. LO ESCUCHAS ESTE Y CADA VIERNES DE SEIS DE LA TARDE A SIETE DE LA NOCHE. Y COMO ESTAMOS EN LA MEGA TÚ PUEDES ESTAR DONDE SEA, PERO SI ESTÁS EN EL TRÁFICO, SAQUÉMOSLE PROVECHO

	Y CONOZCAMOS A ALGUIEN INTERESANTE.
	VOZ CHICA 1: “¿HOLA, QUÉ TAL? UN PLACER”

Outro: Despedida del programa con coordenadas que identifican el espacio radial.

CONTROL	LOCUTOR
TRACK 01	YO COMO QUE TE CONOZCO. Y SI NO TE CONOCEN YO ME ENCARGO PORQUE HAY ÍCONOS QUE MERECEN UNA GRATA CONVERSACIÓN. NOS ESCUCHAMOS LA PRÓXIMA SEMANA DE SEIS DE LA TARDE A SIETE DE LA NOCHE PARA SEGUIR DEMOSTRANDO QUE EL TRÁFICO ES MENOS PESADO SI ESTAMOS ACOMPAÑADOS.

Comerciales: Identificación sonora que sirve como separador entre el programa y los contenidos comerciales.

Versión 1.

CONTROL	LOCUTOR
TRACK 01	HAY EMPRESAS, MARCAS Y PRODUCTOS QUE TAMBIÉN DEBEMOS CONOCER. PUBLICIDAD.

Versión 2.

CONTROL	LOCUTOR
TRACK 01	EL MOMENTO FAVORITO DE AQUELLOS QUE HACEN POSIBLE ESTE PROGRAMA. PUBLICIDAD.

Microsegmentos: Identificación sonora para incorporar los segmentos.

En tu formato

CONTROL	LOCUTOR
TRACK 01	NOS GUSTA TANTO QUE QUERÍAMOS COPIARNOS. PERO COMO NO PODEMOS HACEMOS UN BUEN COVER EN TU FORMATO.

Los titulares

CONTROL	LOCUTOR
TRACK 01	QUÉ PEREZA LEER LAS NOTICIAS COMPLETAS. MEJOR QUE SEAN ELLOS QUIENES NOS LA CUENTEN. VAMOS A LEER LOS TITULARES.

FAQ: Preguntas Frecuentemente Preguntadas

CONTROL	LOCUTOR
TRACK 01	HAY PERSONAS QUE LO SABEN TODO Y HAY OTRAS QUE QUIEREN SABER LO TODO. PREGUNTAS FRECUENTEMENTE PREGUNTADAS.

Así te Describen

CONTROL	LOCUTOR
TRACK 01	UN ESPACIO CREADO PARA AQUELLOS QUE NOS LLAMAN DE UNA FORMA DIFERENTE... ASÍ TE DESCRIBEN.

El Buscador

CONTROL	LOCUTOR
TRACK 01	NOS ENCANTA BUSCAR LO QUE NO SE NOS HA PERDIDO. HACEMOS <i>CLICK</i> EN EL BUSCADOR .

Dame una cita

CONTROL	LOCUTOR
TRACK 01	NOS PREOCUPA MUCHO EL COPYRIGHT Y POR ESO DAMOS CRÉDITOS. DAME UNA CITA .

Piezas de producción audiovisual

Yo como que te conozco. Y si no te conocen yo me encargo porque hay íconos que merecen una grata conversación.

14.Presupuestos

a) Grupo Tecnológico Siatel



GRUPO TECNOLÓGICO SIATEL 2000, C.A.
RIF: J-40211580-6

Cotización No.	10019
Fecha	3 de abril de 2013
Cliente	Jorge Calderón
RIF	
Contacto	jcp1989@gmail.com

COTIZACION

PRODUCTOS					
ITEM	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	HORAS	UNIDAD	VALOR TOTAL
1	SERVICIO	GRABACIÓN Y PRODUCCIÓN PARA ENTREVISTAS RADIOFÓNICAS (HORAS)	5	BsF1.500,00	BsF7.500,00
SUBTOTAL					BsF7.500,00
IVA 12%					BsF900,00
TOTAL					BsF8.400,00

CONDICIONES GENERALES DE LA OFERTA
 La validez temporal será de tres (3) días continuos contados desde la fecha de emisión de la presente oferta, transcurrido este lapso, se considerara como vencida, y sus condiciones deberán ser renegociadas.
 Forma de Pago: Anticipo equivalente a 50% sobre el monto del contrato al ser firmado. 50% final contra finalización del servicio provisto.
EN CASO DE OCURRIR UNA DEVALUACIÓN DE LA MONEDA LOS TERMINOS DE ESTA OFERTA DEBERÁN SER RENEGOCIADOS.
 Se requerirá firma de contrato entre las partes.

NORMAS DE USO DEL ESTUDIO:
 -No se permite el consumo de alcohol en ningún área del estudio.
 -No se permite el consumo de bebidas y/o alimentos dentro del estudio.
 -Deberá mantenerse una conducta apropiada durante el tiempo de uso de las áreas comunes.
 -Se permitirá el uso del área de catering para esparcimiento y alimentación.

Av. El Limón, Cta. Los Cerezos Of. 01 Urb. El Caballito Zona Postal 1081 Telef: 8212-8881805

Elaborado por: Omar Valdez
 Gerente de ventas
 08/04/2013




-Cualquier daño o desperfecto ocasionado tanto al equipamiento, como el mobiliario o cualquier estructura por el uso imprudente de las mismas, correrá por cuenta del cliente

b) La Nota Production



ESTUDIO DE GRABACION

La Nota Producción / MúsicLan Studio

PRESUPUESTO

Cliente: Jorge Calderon

Contacto: 0412 197 60 41

PRECIO UNITARIO	Costo C/U
Hora de grabacion	500
Hora de edicion y musicalizacion	500
	N.A
	N.A
	N.A
	N.A
	N.A
	N.A

Temas NO

Músicos NO

Letras NO

Preproducción, Pro y Post Producción

N.A

Contacto 0412 822 95 51/ 0414 205 03 74/ 0414 288 21 99

Presupuesto valido hasta el 12/06/2015

15. Análisis de Costos

Concepto	Costo por unidad (bs)	Cantidad	Total (bs)
Alquiler de estudio o cabina de radio	0,00 x Hora	5	0,00
Servicio de locución	0,00 x Hora	5	0,00
Postproducción de sonido	0,00 x Hora	10	0,00
Total (Bs)			0,00

16. Escaletas de contenido

Las escaletas de contenido son guías para encaminar la entrevista. Allí, la producción y el locutor cruzan sus anotaciones, preguntas importantes, dudas, hitos en la vida del entrevistado, ideas, el contenido textual de los microsegmentos y todo lo que consideren necesario para sacar adelante la entrevista de forma satisfactoria.

YO COMO QUE TE CONOZCO

Eduardo Rodríguez

PRESENTACIÓN	• EN LAS LEYES SE GRADUÓ DE ABOGADO. • EN LA PANTALLA CHICA SE ESTRENÓ A FINALES DE LOS 80 • EN LOS DEPORTES ES FAN DE LOS LEONES DEL CARACAS • EN LA MÚSICA GRABÓ UN DUETO CON OSCAR DE LEÓN • CREE EN EL DIBUJO COMO OTRA FORMA DE COMUNICAR. • ... Y HABLANDO DE GASTRONOMÍA, SU DONA FAVORITA ES SU PROPIA MASCOTA. • YO COMO QUE TE CONOZCO: EDUARDO RODRÍGUEZ
---------------------	---

BLOQUE 1: ¿QUIÉN ERES TÚ?	• EDUARDO RODRÍGUEZ GIOLITTI NACIÓ EL 23 DE SEPTIEMBRE DE 1963. • ESTUDIÓ EN EL COLEGIO LA SALLE. • LE ENCANTABA DIBUJAR. • COMUNICADOR SOCIAL Y ABOGADO 1. ¿CÓMO SE PRESENTA EDUARDO RODRÍGUEZ? 2. ESTÁ RELACIONADO CON EL HIPISMO - ¿QUÉ ES LO QUE MÁS RECUERDAS DE CUANDO ERAS NIÑO? 3. ¿DE PEQUEÑA SOÑASTE CON SER PERIODISTA, ABOGADO O TENÍAS OTRAS INTENCIONES? 4. 10 DE NOVIEMBRE SE GRADÚA EN LA UCAB. 5. ¿QUÉ TE IMPULSÓ PARA ESTUDIAR COMUNICACIÓN SOCIAL? 6. ¿CREE QUE ESTAR FRENTE A LA PANTALLA SEA UNA ACTIVIDAD EXCLUSIVA DEL PERIODISMO? 7. TIENES 2 HIJOS 8. MÚSICA: EL PERRO DE LA CALLE – FT. OSCAR DE LEÓN.
BLOQUE 2: PERFIL PROFESIONAL	• TU PRIMER TRABAJO: REDACTOR DE REVISTAS HÍPICAS. • FUE PREPARADOR EN LA UCAB. • PRESENTADOR DE LA VOZ UCABISTA • LOCUTOR EN RADIO RUMBOS EN 1986 Y EN LA CABINA DE VV. • 4 AÑOS EN RADIO RUMBOS. ¿QUÉ HACÍAS ALLÍ?
	ASÍ TE DESCRIBEN: • EL PAPÁ CERDITO DE PEPPA SE PARECE A EDUARDO RODRÍGUEZ. @DOREGABY EN TWITTER • “EL SEÑOR DE LA COMUNICACIÓN” SILVIA VALDERRAMA EN TWITTER • “LA PAREJA LABORAL DE ANNA VACCARELLA” @MRACEROC EN TWITTER.

BLOQUE 3: EL PROYECTO QUE TE DESTACA	• ENTRA EN UNIÓN RADIO EN 1994 >> “A TIEMPO” • TIENE MÁS DE 20 AÑOS HACIENDO EL PROGRAMA. • TESIS: DEL NARRADOR AL ANCLA? • ¿QUIÉN CRITICA LO QUE HACE EDUARDO RODRÍGUEZ? TU FAMILIA
	DAME UNA CITA: • “LO QUE HABLES Y CÓMO HABLES DE LOS DEMÁS HABLA DE TI” • “EL GRAN PODER DE UN LÍDER. LA CREDIBILIDAD” • “SI EL MIEDO TE DETIENE TUS GANAS NO ERAN SUFICIENTES” • “DESPUÉS DE OSCAR DE LEÓN, YO SOY EL MÁS LLORÓN” • AHORA DIME TU CITA FAVORITA. PERO CITA DE SALIR.
BLOQUE 4: EL PROYECTO QUE TE DESTACA	• CARNET DE IDENTIDAD ES EL ROSTRO, PERO YO CREO QUE TU VOZ TAMBIÉN ES TU IDENTIDAD. • EN 1989 LLEGAS A VENEVISIÓN – UNA PALABRA QUE ESTÁ LIGADA A TI. • QUÉ SIGNIFICA VENEVISIÓN PARA TI. • TRABAJA EN EL NOTICIERO SIENDO ABOGADO. • ERES LA PERSONA MÁS FELIZ QUE YO HE VISTO EN REDES SOCIALES. • ¿A QUIÉN ADMIRAS? • EDUARDO Y ANNA VACCARELLA: UNA PAREJA LABORAL. • TRABAJA EN EL NOTICIERO SIENDO ABOGADO. • EN TU FORMATO NO EXISTE PORQUE YA TE ENTREVISTARON EN LA ENTREVISTA VENEVISIÓN. • SU LIBRO >> MI VIDA EN EL MEDIO: LA EMOCIÓN DE COMUNICAR. FAQ: PREGUNTAS FRECUENTEMENTE PREGUNTADAS:

	• ¿QUÉ CANCIÓN TE INSPIRA? • ¿POR QUÉ PARPADEAS TANTO? • ¿ERES CHAVISTA? • ¿QUÉ TE HACE UN SER TAN HUMANO? • ¿ALGÚN MOMENTO FRENTE A CÁMARA QUE NO HAYAS PODIDO CONTROLAR TUS EMOCIONES?
BLOQUE 5: TÚ Y VENEZUELA	• ¿QUÉ REPRESENTA PARA TI VENEZUELA? • ¿QUÉ CREES QUE HARÍA DIFERENTE TU TRABAJO AQUÍ Y EN EL EXTERIOR? • QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA DE TU PAÍS • QUÉ ES LO QUE MÁS TE DISGUSTA DE TU PAÍS. • UN LUGAR QUE LE RECOMENDARÍAS A CUALQUIER PERSONA DE AFUERA.
	LOS TUTULARES: • EL ÉXITO NO SE BUSCA, SE VIVE: CONFERENCIAS DE ALTO IMPACTO – EDUARDO RODRÍGUEZ, GUSTAVO ENAO, ENEIDA ROMERO, ROMMER GONZÁLEZ. • LA EMOCIÓN DE COMUNICAR" CON <u>@EDURODRIGUEZGVV</u> ESTE SÁBADO EN CORO • EDUARDO RODRÍGUEZ CANTARÁ JUNTO A SUS AMIGOS EN EL CENTRO CULTURAL BOD. DOS PREGUNTAS PARA FINALIZAR • ¿QUÉ ESTARÍA HACIENDO EDUARDO RODRÍGUEZ SI NO EXISTIERA LA ENTREVISTA VENEVISIÓN Y EL NOTICIERO? • ¿A QUIÉN QUIERES ENTREVISTAR Y NO LO HAS HECHO?

YO COMO QUE TE CONOZCO

Luis Chataing

PRESENTACIÓN	• HIZO SU PROPIA CAMPAÑA PARA IR A LA GUERRA DE LO SEXOS. • LO MÁS RARO QUE HA COMIDO SON LAS AREPAS DE DANIELA KOSAN. • ACTUÓ EN UN VIDEOCLIP EN EL QUE ESTELITA DEL LLANO Y MIRTHA PÉREZ ERAN BAILARINAS. • HIZO UN LATESHOW MIENTRAS LOS CHINOS ALMORZABAN. • EL AÑO PASADO ESTRENÓ SU PROPIA PELÍCULA • YO COMO QUE TE CONOZCO: LUIS CHATAING
BLOQUE 1: ¿QUIÉN ERES TÚ?	• ¿CÓMO SE PRESENTA LUIS CHATAING? • LUIS EDUARDO CHATAING ZAMBRANO • NACISTE EL 8 DE ABRIL DE 1987. • ¿CÓMO FUE TU INFANCIA? ¿QUÉ ES LO QUE MÁS RECUERDAS DE CUANDO ERAS NIÑO? • EL LICEO: CHAMPAGNAT Y EL ÁNGEL. • SU PRIMER TRABAJO: ¿HACÍA CAMISAS? WIKIPEDIA ME PIDE VALIDACIÓN. • LAS PROMOCIONABAS EN EL PROGRAMA DE ELI BRAVO. • ¿TENÍAS UNA MINITECA? • ¿QUÉ ESCUCHABAS POR ESA ÉPOCA? • UNA CANCIÓN: EVERY BREATH YOU TAKE – THE POLICE
BLOQUE 2: PERFIL PROFESIONAL	• ¿SENTISTE QUE NO TENER UNA LICENCIATURA TE TRAERÍA LIMITACIONES? • TARDE O TEMPRANO... SU PRIMER PROGRAMA (JUNTO A MIGUEL ARIAS). • EL MOUNSTRO DE LA MAÑANA... (CHATENSTEIN). ALLÍ CONOCIÓ A ERIKA. • NUNCA EN DOMINGO (RCTV) QUE ERA COMO EL BOCETO DE NI TAN TARDE.

	NI TAN TARDE (HASTA EL 2001). LA ÉPOCA DORADA DE LA TELEVISIÓN NOCTURNA ASÍ TE DESCRIBEN: • "EL MATRIMONIO PROFESIONAL DE ERIKA DE LA VEGA" • "EL PADRINO DE LOS NUEVOS COMEDIANTES" • "UNA MÁQUINA DE GENERAR IDEAS" HÉCTOR PALMA • “EL HUMORISTA VENEZOLANO MÁS INFLUYENTE DE LAS REDES SOCIALES” @TICKETMUNDO • “CHATAING SE VE COMO SEXY CON ESE NUEVO LOOK TIPO PRESIDENTE DE EMPRESAS POLAR” @MISSLROCAL EN TWITTER.
BLOQUE 3: EL PROYECTO QUE TE DESTACA	• LUIS CHATAING NO TIENE UNA LICENCIATURA, COMO CESAR MIGUEL RONDON... Y AUN ASI, ABARCAS MUCHO MÁS QUE EL RESTO DEL OS COMUNICADORES. • EN 2006 ARRANCAS CON LOS MONÓLOGOS>> TODO GIRA. • ASÍ LO VEO: JEAN MARY ESTUVO AHÍ. • YA ES MEDIODÍA EN CHINA. • CHATAING TV: BASTA DE QUE LUIS Y ERIKA SIGAN HACIENDO REMIXES... FAQ: PREGUNTAS FRECUENTEMENTE PREGUNTADAS • ¿QUIERES SER PRESIDENTE? • ¿CÓMO QUIERES SER RECORDADO? • ¿QUIÉN MANEJA TUS REDES SOCIALES? • ¿TE ATREVERÍAS A HACER OTRO PROGRAMA EN TV NACIONAL? • ¿CUÁL DE TODOS ES TU MEDIO FAVORITO?
BLOQUE 4: EL PROYECTO QUE TE DESTACA	• HACÍAS LAS MISMAS ENTREVISTAS EN LA RADIO Y EN LA TV. • TU ENTREVISTA FAVORITA. • LA ENTREVISTA MÁS DIFÍCIL.

	• EL SUICHE. • ¿HAY UN LÍMITE? • ¿LA RADIO CHATAING?
BLOQUE 5: TÚ Y VENEZUELA	• LÍDER DE OPINIÓN: “ANTES DE LA ERA @LUISCHATAING “HATE ARJONA” HABÍA MUCHA GENTE QUE COREABA SUS CANCIONES SIN PENA”. • VOCES QUE INSPIRAN. • QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA DE TU PAÍS • QUÉ ES LO QUE MÁS TE DISGUSTA DE TU PAÍS. • ¿QUÉ LE HACE FALTA? • UN LUGAR QUE LE RECOMENDARÍAS A CUALQUIER PERSONA DE AFUERA. EN TU FORMATO: EL RETO SUAZ. • DEBORAH HERRERA >> 0424 242 7444 • YANETH LINARES >> 0416 611 46 22 • JESIKA PEÑA >> 0424 110 25 76 • MANUEL SOTELDO >> 0424 260 58 27 • ANA PAEZ >> 0424 272 70 92 DOS PREGUNTAS PARA FINALIZAR • ¿QUÉ ESTARÍA HACIENDO LUIS CHATAING SI NO EXISTIERA DE NUEVO EN LA MAÑANA? • ¿A QUIÉN QUIERES ENTREVISTAR Y NO LO HAS HECHO?

YO COMO QUE TE CONOZCO

Patricia Zavala

PRESENTACIÓN	• “ACAPARADORA DE LA BELLEZA NACIONAL” MENCIONA UN USUARIO EN REDES SOCIALES. • Y AUNQUE ESTUVO EN EL MISS VENEZUELA, QUEDÓ DETRÁS DE LA AMBULANCIA. • DUEÑA DE SU PROPIO JINGLE EN REDES SOCIALES
---------------------	--

	TITULADO #FLACAATACA – TODA UNA CELEBRIDAD EN SNAPCHAT • LE PIDIÓ MATRIMONIO A GEORGE CLOONEY Y LE DIJO QUE SÍ • YO COMO QUE TE CONOZCO: PATRICIA ZAVALA
BLOQUE 1: ¿QUIÉN ERES TÚ?	• PATRICIA REYNA ZAVALA NICOLOSO • NACIÓ EN LA PENÍNSULA DE PARAGUANÁ EN 1987 • ¿QUÉ QUERÍAS SER DE PEQUEÑA? • COMUNICADORA SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD SANTA MARÍA • EDITORA DE VIDEOS. • FEMINISTA • UNA CANCIÓN: WOMANS GOT THE POWER – JENNIFER HOLIDAY
BLOQUE 2: PERFIL PROFESIONAL	• MISS VARGAS – DETRÁS DE LA AMBULANCIA, PERO EL PROFESOR BRICEÑO DIJO EN 2011 QUE SABÍA QUE LLEGARÍAS LEJOS. • HOST DE LA RED CARPET EN EL MISS VENEZUELA • GANASTE CHICA E! CON EL 36% DE LOS VOTOS. • CORRESPONSAL DE E! LATIN NEWS • BREAKING NEWS – JULIO DE 2011 • REGRESASTE A CHICA E! EN 2014. • ¿QUIÉN CRITICA LO QUE HACE PATRICIA ZAVALA? TU FAMILIA ASÍ TE DESCRIBEN: • “UNA JOYA VENEZOLANA” REVISTA AGUANAPANELA • “ACAPARADORA DE LA BELLEZA NACIONAL” @SI_LUIS EN REDES SOCIALES • “NUESTRA GUILIANA RANCIC” REX MARTIN EN TWITTER. • “EL PATITO FEO DEL MISS VENEZUELA” SEGÚN COMPAÑERAS DEL MISS VENEZUELA, COMENTA THE

	UNIVERSAL BEAUTY • “SALIDA Y MUY VENEZOLANA”. HILARY FANDIÑO EN TWITTER.
BLOQUE 3: EL PROYECTO QUE TE DESTACA	• COFFEE BREAK: UN SPINOFF DE LA ENTREVISTA VIP DE ZONA TRENDY Y E! VIP CARACAS • 14 DE NOVIEMBRE DE 2011 E! TRANSMITE POR PRIMERA VEZ COFFEE BREAK CON IL VOLO. ¿CÓMO FUE? • ¿PENSASTE QUE COFFEE BREAK LLEGARÍA A DONDE HA LLEGADO? PORQUE PAULINA RUBIO E IL VOLO ES UN BUEN COMIENZO, PERO ANGELINA JOLIE, NICOLE KIDMAN Y KATY PERRY ES LLEGAR A OTRO ESCALÓN. • ANTECEDENTES: RELAXED (CON DANIELA KOSAN) – LA SILLA CALIENTE (CON CANDELA FERRO) – MIL PREGUNTAS, UNA ESTRELLA. • “MEJOR VESTIDA QUE LOS INVITADOS” MENCIONAN EN REDES SOCIALES. • ¿CUÁL ES EL LÍMITE PARA INDAGAR EN UNA ENTREVISTA? • ¿QUÉ TE INTIMIDA?
	FAQ: PREGUNTAS FRECUENTEMENTE PREGUNTADAS • ¿QUÉ SE SIENTE SER UN ELEMENTO INSPIRADOR PARA LOS NUEVOS TALENTOS? • ¿POR QUÉ ERES TAN FLACA? • ¿CREES EN EL PODER DE LA PALABRA? • ¿QUÉ ES LO MÁS EXTREMO QUE HA HECHO PATRICIA ZAVALA POR AMOR?
BLOQUE 4: EL PROYECTO QUE TE DESTACA	• ¿QUÉ TANTO PARTICIPA PATRICIA ZAVALA EN LA PRODUCCIÓN DE COFFEE BREAK? • ¿A QUÉ ENTREVISTADORES ADMIRAS? • ENTREVISTA CON GIULIANA.

	• ESTA NOCHE TIENES A LA MUJER MÁS BELLA DEL UNIVERSO EN TU PROGRAMA: COFFEE BREAK “MISS UNIVERSO”
	FAQ: PREGUNTAS FRECUENTEMENTE PREGUNTADAS (SEGMENTO DINÁMICO DE 3 MINUTOS)} • ¿QUÉ SE SIENTE SER UN ELEMENTO INSPIRADOR PARA LOS NUEVOS TALENTOS? • ¿POR QUÉ ERES TAN FLACA? • ¿CREES EN EL PODER DE LA PALABRA? • ¿QUÉ ES LO MÁS EXTREMO QUE HA HECHO PATRICIA ZAVALA POR AMOR?
BLOQUE 5: TÚ Y VENEZUELA	• PATRICIA EN INSTAGRAM: SI HAY ALGO QUE ME ENORGULLECE Y ME HACE CAMINAR CON LA CABEZA EN ALTO ES QUE NACÍ EN #VENEZUELA UN PAÍS QUE HOY EN DÍA NOS CARACTERIZA ENTRE OTRAS COSAS POR SER HOGAR DE HÉROES PERIODÍSTICOS, NUESTRA VOZ SUPERA OBSTÁCULOS,NO PODRÁN CALLARNOS NUNCA #FUERZAVENEZUELA ESTE DONDE ESTE ESTE ESE ES MI GRITO DE GUERRA DISTANTE PERO NO AUSENTE#FLACAATACA #VENEZOLANAPAPÁ • QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA / TE DISGUSTA DE TU PAÍS • UN LUGAR QUE LE RECOMENDARÍAS A CUALQUIER PERSONA DE AFUERA.
	LOS TITULARES • EL ACTOR BRITÁNICO EDDIE REDMAYNE SE TOMÓ UN CAFÉ CON PATRICIA ZAVALA • LA HERMOSA PATRICIA ZAVALA MUESTRA SU LADO MÁS SEXY. (FOTOS) • ¿PATRICIA ZAVALA Y ROBERTO SLIM JUNTOS?

	DOS PREGUNTAS PARA FINALIZAR • ¿QUÉ ESTARÍA HACIENDO PATRICIA ZAVALA SI NO EXISTIERA COFFEE BREAK? • ¿A QUIÉN QUIERES ENTREVISTAR Y NO LO HAS HECHO? DESPEDIDA CON UNA CITA >> “CON PATRICIA ZAVALA PROVOCA TOMARSE UN CAFÉ, UN CHOCOLATE, UN WHISKY, HASTA UNA GUARAPITA DE PARCHITA PROVOCA TOMARSE CON ELLA.”
--	---

YO COMO QUE TE CONOZCO

Shirley Varnagy

PRESENTACIÓN	• AMANTE DEL CHOCOLATE NEGRO. • SUS OJOS SON TRENDING TOPIC CADA VEZ QUE LA ENTREVISTAN. • SABE PREPARAR UN BUEN GOULASH. • DE ADOLESCENTE, VIVÍA CASTIGADA LOS DOMINGOS. • CREE EN MANDELA COMO UN LÍDER. • GRACIAS A KARINA DESCUBRIÓ QUE SU PASIÓN ERAN LOS MICRÓFONOS • YO COMO QUE TE CONOZCO, SHIRLEY VARNAGY.
BLOQUE 1: ¿QUIÉN ERES TÚ?	• ¿CÓMO SE PRESENTA SHIRLEY? • SHIRLEY VARNAGY BRONFENMAJER. • NACISTE EL 1 DE FEBRERO DE 1982. • DE PEQUEÑA QUERÍA SER PRESENTADORA. • ERES UNA PERSONA MUY FAMILIAR; DESCRIPCIÓN “MAMÁ”. • SUS HIJOS: NOAH Y NAOMI. • LA MEMORIA ES SELECTIVA ¿QUÉ QUISIERAS QUE RECORDARAN TUS HIJOS DE SU INFANCIA? • MUSICA: BOB MARLEY.

BLOQUE 2: PERFIL PROFESIONAL	• TE GRADUASTE CON HONORES EN LA UCAB, ESTUVISTE EN TEATRO UCAB ¿QUÉ REPRESENTA ESTO PARA TI? • SU PRIMER TRABAJO: PRODUCTORA EN PLANETA CAFÉ, NARRADORA DEL NOTICIARIO DE PLANETA FM Y PRODUCTORA DE GLADYS RODRÍGUEZ EN CIRCUITO XX. • FUISTE PASANTE EN EL INFORMADOR. • “POR X COSAS” EN RADIO, WAO...NO SUENA A SHIRLEY • “ENTRE TACOS Y TACONES” (CON FRANKLIN GARCÍA). • ENCHÚFATE, JUNTO A LUIS OLAVARRIETA. • FUE PRODUCTORA EN GLOBOVISIÓN Y LUEGO SUSTITUYÓ A CARLA ANGOLA EN BUENAS NOCHES. • “ENTRE NOTICIAS” Y “TOCANDO FONDO”. • CORRESPONSAL DE TELEMUNDO. • PHOTOSHOOT PARA LA REVISTA CLIMAX, EMULANDO A BÁRBARA STREISAND.
BLOQUE 3: EL PROYECTO QUE TE DESTACA	PREGUNTAS FRECUENTEMENTE PREGUNTADAS • ¿QUÉ TE HACES EN EL CABELLO? • ¿CREES EN VENEZUELA? • ¿POR QUÉ SONRÍES TAN POCO? • ¿ALGUNA VEZ CREÍSTE EN EL PROYECTO DE CHÁVEZ? • ¿QUÉ ENTREVISTA SE QUEDÓ POR FUERA EN TU LIBRO? • SOLUCIONES: ¿QUÉ SE SIENTE CEDER TU ESPACIO? • UN PERIODISMO QUE EDUCA, QUE INFORMA, QUE CONSTRUYE. • UN ESPACIO QUE SE CONVIRTIÓ EN REFERENCIA. CALA VERSIÓN LOCAL. • INVITADOS DE TODAS LAS TENDENCIAS. • “CON MIS INVITADOS NO VOY A CONVERSAR, VOY A PREGUNTAR” (SHIRLEY. PORTAL HÁBITAT A LA CARTA) • FUE LA PERIODISTA #56 QUE SALE DE GLOBOVISIÓN LUEGO DEL CAMBIO DE GERENCIA. EL CIERRE DE SHIRLEY. ¿TÚ PRESENTÍAS QUE ESTO IBA A SUCEDER?

	• MARIO VARGAS LLOSA, UN IMPOSIBLE POSIBLE. • TUVISTE QUE CEDER PARA TENER LA ENTREVISTA CON DIOSA CANALES. ASÍ TE DESCRIBEN • “ES SOBRIA Y LO COMUNICA TODO CON LA MIRADA” PATRICIA SULVARÁN LOVERA. PERIODISTA DE “TODO EN DOMINGO” • “UNA PERIODISTA IGUALITA A LA BARBIE” • "EL PERFECTO EQUILIBRIO ENTRE SER PRODUCTORA Y LOCUTORA” SARAH NORDE • “MI HUESITO DE POLLO” LUIS OLAVARRIETA • “LA AMANPOUR VENEZOLANA” ÁLVARO PÉREZ. UN TIPO SERIO • "UNA PERIODISTA JUSTA" TÚ MISMA
BLOQUE 4: EL PROYECTO QUE TE DESTACA	• SHIRLEY HACE PREGUNTAS DURAS. ¿TÚ CREES QUE ESTÁS EN EL MEJOR MOMENTO DE TU CARRERA? • NO QUISIERA QUE ALGUIEN COMO YO ME ENTREVISTARA. • ENTREVISTADO Y LUEGO TEMA + ENTREVISTADO. • EL PERIODISMO CONTINÚA: UN LIBRO QUE QUIERE REFLEJAR UNA REALIDAD A TRAVÉS DE LAS ENTREVISTAS. • LA PLURALIDAD DE LOS ENTREVISTADOS • GIRA UNIVERSITARIA, LUEGO VAS A LA MONTEÁVILA. • HABLEMOS DE MAITE EN TU FORMATO: • ¿A QUÉ CANCIÓN SUENA TU INFANCIA? • ¿A QUÉ CANCIÓN SUENA TU FAMILIA? • ¿A QUÉ CANCIÓN TE SUENA EL PAÍS? • ¿A QUÉ TE SUENA EL DÍA?

BLOQUE 5: TÚ Y VENEZUELA	• VENEZOLANOS VALIOSOS. ¿QUÉ ES PARA TI UN VENEZOLANO VALIOSO? • LA GENERACIÓN DE RELEVO: SHIRLEY, CATERINA, PATRICIA ZAVALA. • ¿ME VOY O ME QUEDO? UN TEMA EN SHIRLEY RADIO • QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA DE TU PAÍS • QUÉ ES LO QUE MÁS TE DISGUSTA DE TU PAÍS. • ¿TÚ DICES QUE TODO LO QUE NOS HA PASADO ES POR INDIFERENCIA? • ¿QUÉ LE HACE FALTA? • UN LUGAR QUE LE RECOMENDARÍAS A CUALQUIER PERSONA DE AFUERA.
	DAME UNA CITA • UN PERIODISMO QUE EDUCA, QUE INFORMA, QUE CONSTRUYE • “NO EDUCO A MI HIJO PARA DEFENDER LA PATRIA, SINO PARA CONSTRUIRLA” • “SIEMPRE TRATO DE HACER LAS MEJORES PREGUNTAS...” • “MIS PADRES ME ENSEÑARON A DECIR LA VERDAD Y LA UNIVERSIDAD ME ENSEÑÓ A CONTARLA” DOS PREGUNTAS PARA FINALIZAR • ¿QUÉ ESTARÍA HACIENDO SHIRLEY SI NO EXISTIERA SHIRLEY RADIO? • ¿A QUIÉN QUIERES ENTREVISTAR Y NO LO HAS HECHO?

YO COMO QUE TE CONOZCO

Eli Bravo

PRESENTACIÓN	• DE CARACAS ANHELA LA CACHAPA Y LOS CACHITOS. • TIENE SUEÑOS RECURRENTES CON AVIONES. • LE TEME A LOS TIBURONES.
---------------------	---

	• CREÓ UNA DROGA LÍCITA PARA AYUDARNOS A SER FELICES. • Y MUCHOS LO RECUERDAN CON SU COLA CYBERPUNK Y TRANSHIPPIE. • YO COMO QUE TE CONOZCO ELI BRAVO
BLOQUE 1: ¿QUIÉN ERES TÚ?	• ELI JOSÉ BRAVO RAIDI • 14 DE JULIO. CÁNCER. • ¿QUÉ QUERÍAS SER DE PEQUEÑO? • COMUNICADORA SOCIAL ¿CÓMO SE PRESENTA ELI BRAVO? ¿QUÉ ES LO QUE MÁS RECUERDAS DE CUANDO ERAS NIÑO? FUISTE BOY SCOUT "LOBO SALTARIN" TIENES UNA CONEXIÓN PARTICULAR CON LA NATURALEZA. TUS HIJOS TMB? ¿DE PEQUEÑA SOÑASTE CON SER ENTREVISTADOR? ¿O AL MENOS UNA FIGURA DE LA TELEVISIÓN? ¿QUÉ TE IMPULSÓ PARA ESTUDIAR COMUNICACIÓN SOCIAL? TU PRIMER TRABAJO: LIMPIAR DISCOS MÚSICA: JORGE DREXLER - SALVAPANTALLAS
BLOQUE 2: PERFIL PROFESIONAL	• UCABISTA – PERIODISTA, PERO COMUNICADOR ES EL TÍTULO IDEAL. • TU TESIS: LA RADIO ES EL MEDIO ¿ES TU MEDIO FAVORITO? • EMPEZO EN LA RADIO EN EL 87. • EMPRENDEDOR POR ELECCION. • SONOCLIPS: NO HUBIERA SIDO POSIBLE QUE SOLO SALIERAN TUS ZAPATOS. • CUALQUIER COSA (1992): LO DEFINEN COMO EL PROGRAMA QUE CAMBIÓ LA RADIO EN VENEZUELA. • EL AUTOBUS DE LA MEGA (1995)

	• RADIO GLOBAL (2000) • DESTINOS MUSICALES (2001) • ¿LE TIENES MIEDO A LA FAMA? LA FAMA ES COMO UNA SILLA DE EXTENSIÓN. DEBES SABER ABRIRLA, PERO TAMBIEN ES SABER EL MOMENTO PRECISO PARA CERRARLA
	ASÍ TE DESCRIBEN • “UN TIPO DE VANGUARDIA QUE TODO LO HA HECHO” @CIROPEPE • “UN COMUNICADOR SOCIAL EFECTIVO PARA MUCHAS JUVENTUDES” • “LA VOZ QUE CAMBIÓ LA RADIO VENEZOLANA” • “EL RENNY DE LA RADIO”. • “LA ANTITESIS DE RAUL AMUNDARAY”
BLOQUE 3: EL PROYECTO QUE TE DESTACA	• BIENESTAR: AQUÍ Y AHORA DE UNA MANERA MÁS ARMÓNICA. • QUIERES QUE SEA “LA PLATAFORMA DE BIENESTAR MÁS IMPORTANTE PARA EL MUNDO HISPANO”, PERO ¿TUVISTE MIEDO? • INSPIRULINA ES UNA MARCA, UNA MÁQUINA DEL MERCADEO. • MÁS DE 200 COLABORADORES • ¿TUS VACACIONES SOÑADAS?
BLOQUE 4: EL PROYECTO QUE TE DESTACA	• HAY ARTICULOS QUE UNO NO QUISIERA ESCRIBIR. ¿CUALES? • ¿QUÉ DOSIS DE INSPIRULINA APLICAS EN TU VIDA?
BLOQUE 5: TÚ Y VENEZUELA	• UN VENEZOLANO QUE HABLA EN POSITIVO. QUÉ PODRÍAS DECIR EN POSITIVO DE ESTE PAÍS. DEL DE HOY. • QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA DE TU PAÍS • QUÉ ES LO QUE MÁS TE DISGUSTA DE TU PAÍS.

	• UN LUGAR QUE LE RECOMENDARÍAS A CUALQUIER PERSONA DE AFUERA.
	DAME UNA CITA • “EL ÉXITO ES LA FELICIDAD QUE SENTIMOS POR LO QUE HACEMOS Y PORQUE LO HACEMOS” • “NO TODO VIAJE ES NECESARIAMENTE PLACENTERO, PERO DE TODO VIAJE SE APRENDER” • "PARA MÍ, CARACAS ES UN ESPACIO IMAGINARIO" • "SUEÑA SUEÑOS, LUEGO ESCRIBELOS. AH, PERO VIVELOS PRIMERO" • "NO PIENSES QUE LA CREATIVIDAD ES ASUNTO DE POCOS. LA CREATIVIDAD ES ASUNTO DE TODOS LOS DIAS" DOS PREGUNTAS PARA FINALIZAR • ¿QUÉ ESTARÍA HACIENDO ELI BRAVO SI NO EJERCIERA LA COMUNICACION? • ¿A QUIÉN QUIERES ENTREVISTAR Y NO LO HAS HECHO?

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Realizar una entrevista supone una expectativa, por más neutro que el productor, locutor y demás personal que forma parte del proyecto se quiera mantener. Esa expectativa puede ser superada, igualada y quedar muy por encima de los logros que haya alcanzado la entrevista; sin embargo, siempre habrá que definir cuáles son los términos en los que cada productor o locutor va a evaluar tal éxito.

En el caso *de Yo como que te conozco*, el éxito, desde la producción, consiste en haber descubierto, al menos, un aspecto de la personalidad del entrevistado que haya sido poco desarrollado en otras entrevistas, siempre manteniendo un clima de jovialidad y de conversación ligera.

A pesar de que los invitados al programa tienen un perfil profesional de amplio conocimiento para el público que lo sigue y, en otra medida, para el público al que va dirigido el programa, durante la conversación quedó evidencia que hay aspectos de su vida que no son tan conocidos y desarrollados en entrevistas y otros productos en los que son protagonistas. En este caso se conoció a Patricia Zavala “La pasante”, Eduardo Rodríguez “El Cantante”, Luis Chataing “El Político”, Shirley Varnagy “La Ucablíber” y Eli Bravo “El Optimista”.

La ventaja de utilizar la entrevista como medio para conocer un personaje es que el testimonio le aporta riqueza y, a su vez, redefine el programa en cada emisión; de tal forma que, a pesar de que es un mismo producto, la selección de un entrevistado u otro hace que cada pieza sea única, que sea diferente y que la dinámica tome un rumbo u otro, siempre dentro del marco del entretenimiento y los límites conceptuales con los que fue concebido el espacio radial.

Queda evidenciado que un personaje está dispuesto a contar parte de su vida o su visión sobre la misma, siempre y cuando se sienta cómodo e involucrado de forma positiva en la dinámica de la entrevista.

Recomendaciones

Todo producto implica un riesgo; en el caso de *Yo como que te conozco* el mayor riesgo era si se lograba o no **la aprobación de los entrevistados** para su participación; sin embargo, presentando un producto claro y vendiendo una experiencia, más allá de una entrevista genérica, las posibilidades de obtener una respuesta satisfactoria fueron cada vez mayores.

El factor tiempo es un elemento de vital importancia en todas las producciones y reconocer o no el momento preciso para solicitar una entrevista académica, según es el caso, puede ser un elemento más intuitivo que certero. Aun así, nunca es demasiado pronto para establecer un primer contacto, ni siquiera seis meses; mucho más, considerando que las dinámicas de vida de algunas personalidades los mantienen fuera del alcance local por días, semanas e, incluso meses, y una solicitud con un día de retraso puede derivar en no obtener espacio en una agenda, aunque el entrevistado tenga toda la intención de participar en el proyecto.

La empatía no se finge, ni se puede garantizar con predeterminación, pero sí se pueden tomar, aunque sea los minutos de preparación técnica de la entrevista para generar una dinámica previa con el entrevistado. Esto ayuda a que **la primera impresión** del entrevistador no sea percibida cuando ya el producto está al aire.

FUENTES DE CONSULTA

Fuentes físicas

- Dattner Consulting, LLC (2006). *Manual de preparación para entrevistadores*.
- Cortina, Alfredo (1995). *Historia de la Radio en Venezuela*. Fondo Editorial Fundearte, Alcaldía de Caracas.
- Dahbar, Sergio (2012). *70 Años de entrevistas en Venezuela. Antología*. Ediciones Cyngular.
- Halperin, Jorge (Reedición: 2008). *La entrevista Periodística*. Editorial Aguilar.
- Lesma, Ángel (2005). *El Periodismo en la Radio*. Entrevista Radial. Editorial CEC, Los Libros de El Nacional.
- Blasco Hernández, Teresa; Otero García, Laura (2008). *Técnicas cualitativas para la recogida de datos en investigación cualitativa: La entrevista*. Centro de Medicina Tropical. Instituto de Salud Carlos III.
- Messere, Fritz; Hausman, Carl; O'Donnel, Lewis; Benoit, Philip (2011). *Producción Moderna de Radio: Producción, programación y ejecución*. Cengage Learning Editores, S.A.
- De Anda y Ramos, Francisco (1997). *La radio: El despertar del gigante*. Editorial Trillas, S.A.
- Kaplun, Mario (1978). *Producción de programas de radio. El guion – la realización*. Editorial Ciespal.
- Ley de Responsabilidad en Radio y Televisión. (2004)

Fuentes electrónicas

- Armada Argentina. Ministerio de la Defensa. Presidencia de la nación. *Perfil profesional*. <http://www.ara.mil.ar/archivos/Docs/Perfil%20Profesional.pdf>
Recuperado el 4 de junio de 2014
- Pacheco Ponce de León, F. L (2008). *Análisis Cuantitativo de la Programación de XHCOM 105.9 Mhz SICOM RADIO Puebla durante Mayo, Junio y Julio de 2006*.
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/pacheco_p_fl/capitulo_2.html
Recuperado el 22 de mayo de 2014.
- Tves. ¿Qué es PNI?.<http://www.tves.gob.ve/PNI/index.php> Recuperado el 1 de febrero de 2015.
- Fuenmayor, Carlota (2001). Breve historia de la radio en Venezuela.<http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/article/view/277/286> Recuperado el 1 de febrero de 2015.
- Mediav: Gente de medios (2013). Situación Medios de Comunicación Venezuela [www.media-x.tv/doc/situacion actual medios venezuela 2013.pdf](http://www.media-x.tv/doc/situacion%20actual%20medios%20venezuela%202013.pdf) Recuperado el 1 de febrero de 2015.
- Chong, Kevin (2009). Nikola Tesla, el hombre que iluminó el mundo <https://canal.uned.es/resources/pdf/4/8/1234132996284.pdf> Recuperado el 1 de febrero de 2015.

ANEXOS

1. Promocionales de entrevistas

Patricia Zavala



Eduardo Rodríguez Giolitti



Luis Chataing



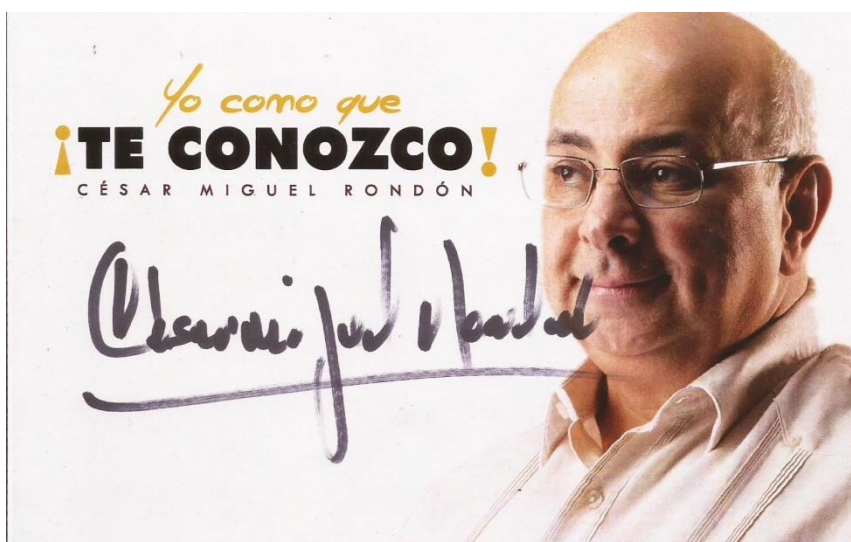
Shirley Varnagy



Eli Bravo



César Miguel Rondón (Entrevista Adicional)



Ver otros anexos en disco físico adjunto a este tomo.