



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

ETAPAS Y COMPONENTES DE LA ENTREVISTA.

INFOGRAFIA

ESTRELLA BELEN JIMENEZ VAZQUEZ
14/11/2023

CLAUDIA IVETTE ESPINOSA GORDILLO



Una buena entrevista comienza mucho antes de que la persona a la que vamos a entrevistar esté frente a nosotros y termina mucho después de que se haya marchado de la sala. Para tener éxito en la entrevista, es decir, para alcanzar los objetivos que nos hemos propuesto, ya sean terapéuticos, de selección de personal, de consejo y asesoramiento, de rendimiento laboral, de orientación, de disciplina laboral, etc., de manera válida, fiable y ética, conviene dedicar un tiempo adecuado a su preparación.



El descuido continuado respecto al tiempo indica un problema de carácter o de contratransferencia, que puede ser específico, si afecta a una determinada persona, o general, si el entrevistador llega sistemáticamente tarde a todas las sesiones.



Información básica previa a la entrevista.

Información sobre el cliente

- Motivo de consulta

- Referente: si es derivado por algún especialista o viene por iniciativa propia

Cuando recibimos a un cliente, lo habitual es que ya conozcamos de él, al menos, el motivo de consulta y algún otro dato más. Ya sea en un servicio público, en una empresa o en un servicio privado, previamente a la entrevista existe una recogida de datos generales del cliente vía telefónica o por el medio en que se puso en contacto,





Después de la entrevista conviene que el psicólogo dedique un tiempo a completar las notas que ha tomado, anote sus impresiones y formule un análisis de los problemas que le han sido consultados. Esto implica dedicar un tiempo a reflexionar y elaborar, si se considera conveniente, una representación gráfica que estructure la información del cliente y aporte una explicación y comprensión del mismo (Maganto y Cruz, 2005), lo que permitirá una mejor elaboración de los informes posteriores y de la preparación de las siguientes entrevistas a realizar



En el período que media entre las distintas entrevistas a la misma persona, especialmente si se trata de un proceso terapéutico, es probable que existan contactos entre el cliente y el entrevistador en forma de llamadas telefónicas o de correos electrónicos en los que planteen cuestiones interesantes.



Ambas situaciones son, en sí mismas, actos de comunicación, aunque existen algunas diferencias en cuanto a las características de los dos medios, ya que el correo-e sólo transmite información léxica y no permite analizar las variables paralingüísticas, como el tono de voz, el ritmo de la conversación o las pausas; aun así, los mensajes electrónicos, como cualquier texto, pueden también transmitir con facilidad el afecto a través de la elección de las palabras o el estilo de redacción;



la decisión del entrevistador de responder o no a través de estos medios y el modo de hacerlo también constituyen actos de comunicación



La regla más sencilla al analizar estos contactos es plantearse si tienen algo que ver con lo que se está tratando en ese momento en el ámbito de la entrevista

vista y si el cliente reacciona de ese modo (retrasando las citas, anulándolas, proporcionando información novedosa no tratada en la entrevista, etc.) como estrategia para que estos temas permanezcan fuera del análisis.

Siempre que sea posible, la interacción debe limitarse a la entrevista, abordando esos contactos entre entrevistas e integrándolos entre los contenidos a tratar. También hay que tener presente que puede haber comunicaciones urgentes que requieran ponerse en contacto del modo más directo posible.



Es útil que el entrevistador informe de su política de comunicación al cliente de antemano para así evitar verse incluido en las listas de distribución o correos masivos que muchas personas emplean a diario para comunicarse con sus amigos o familiares.

El contexto o el espacio físico se incluiría dentro de una de las categorías planteadas por Hall (1966) sobre comunicación no verbal que se denomina proxemia. Esta categoría hace referencia al concepto de espacio ambiental y personal. La proxemia también incluye una variable importante en las interacciones humanas: la territorialidad.



El uso del espacio físico

El espacio debe ser moderadamente activador para que los clientes se sientan lo suficientemente relajados para explorar sus propios problemas y autorrevelarse. Variando en función de las propias características de la persona entrevistada, un entorno excesivamente cómodo inhibe los deseos de trabajar en la entrevista y un entorno excesivamente activador proporcionará demasiados elementos distractores y competirá por captar la atención del entrevistado frente a las demandas del entrevistador



La disposición del mobiliario. La disposición del mobiliario es un elemento más de la comunicación no verbal y, como tal, está transmitiendo también un mensaje del que tenemos que ser conscientes. En función de nuestros intereses para la entrevista que queramos realizar debemos tener en cuenta también esta información y conocer cómo está influyendo en nuestro trabajo, ya que no es un aspecto neutro



Grabaciones audiovisuales.

. Duración de la Entrevista. La duración de una entrevista no está prefijada de antemano, sino que dependerá del tipo de entrevista, de los objetivos a alcanzar, de la persona a entrevistar, de la edad del entrevistado, del momento en el que se realiza o de la presión asistencial,

aunque antes de hacerlo es necesario preguntar al cliente si dispone de diez minutos más para compensar el retraso, mostrando de esta forma respeto por otros compromisos que pudiera tener el entrevistado.