



Imagen: <http://www.flickr.com/photos/opensourceway/5538036046/in/photostream>

Curso Virtual: ¡Entrevista a la vista!

Curso para aprender a hacer buenas entrevistas radiofónicas.

¡Bienvenidas y bienvenidos al CURSO DE ENTREVISTAS de RADIOS LIBRES Y RADIALISTAS!

Aquí les ofrecemos un curso con 5 unidades que incluyen lecturas, preguntas para reflexión y ejercicios. Si lees con atención y haces las prácticas recomendadas, dominarás uno de los formatos más usados y más útiles en una emisora: la entrevista.

Las entrevistas son un canal indispensable para lograr la participación de las audiencias en nuestra radio. Entrevistas individuales y colectivas. Entrevistas de los más variados tipos y realizadas en todos los lugares posibles. Podemos decir que sin el ejercicio diario y permanente de este formato no es posible construir una radio democrática y ciudadana.

El tutorial se complementa con videoconferencias y un **consultorio con José Ignacio López Vigil**, responsable de los textos, para resolver tus dudas.

Una producción de:



Licencia Creative Commons Reconocimiento-Compartir bajo misma licencia 3.0



ÍNDICE DEL CURSO:

CAPÍTULO 1: LAS ENTREVISTAS [ver]

- Unidad 1.1. ¿Qué es una entrevista?
- Unidad 1.2. Tipos de entrevistas
- Unidad 1.3.: ¿A quiénes entrevistar?

CAPÍTULO 2: LAS PREGUNTAS [ver]

- Unidad 2.1. Buenas preguntas para una buena entrevista
- Unidad 2.2. El abogado del diablo
- Unidad. 2.3. Muletillas de quienes entrevistan

CAPÍTULO 3: ¡A ENTREVISTAR SE HA DICHO! [ver]

- Unidad 3.1. Antes de la entrevista
- Unidad 3.2. Durante la entrevista
- Unidad 3.3. Después de la entrevista

CAPÍTULO 4: OTRAS ENTREVISTAS [ver]

- Unidad 4.1. Entrevistas colectivas
- Unidad 4.2. Las encuestas
- Unidad 4.3. Conferencias de prensa
- Unidad 4.4. Mesas redondas y mesas de debate

CAPÍTULO 5: ENTREVISTADORES Y ENTREVISTADORAS [ver]

- Unidad 5.1. Los estrellas
- Unidad 5.2. Las nerviosas
- Unidad 5.3. Los sordos
- Unidad 5.4. Los cultos
- Unidad 5.5. Los manipuladores
- Unidad 5.6. Los metralleta
- Unidad 5.7. Las enredadas
- Unidad 5.8 Los bobos
- Unidad 5.9. Profesionales



Imagen: <https://www.flickr.com/photos/tonicastillo/>

Capítulo 1 - Las entrevistas

Uno de los formatos más conocidos y peor practicados.

Unidad 1.1. ¿Qué es una entrevista?

La entrevista es uno de los formatos más conocidos y reconocidos por todos los públicos, más usados por periodistas en todos los medios de comunicación y que, generalmente, se clasifica dentro del periodismo de opinión.

En una emisora podríamos prescindir, tal vez, de otros formatos. De las entrevistas no. Sin entrevistas, perderíamos la espontaneidad de la conversación, la fuerza del testimonio vivo, nos cortarían las raíces mismas de la participación popular, de la comunicación ciudadana que siempre es de doble vía.

¿Qué es una entrevista? Un diálogo basado en preguntas y respuestas. Como diálogo que es, la mayoría de las pautas que sirven para hacer fluida y amena una plática en la vida cotidiana, valen también a la hora de realizar una entrevista.

Pero la entrevista no es un diálogo así nomás. Implica un desequilibrio interno, exige que alguien sea quien pregunte y alguien quien responda. Esta relación entre quien entrevista y quien es entrevistado no se invierte ni se disuelve en ningún momento. Si así fuera, si el quien entrevista diera su opinión o comenzara a responder preguntas de quien es entrevistado, cambiaríamos de formato, pasaríamos quizás a una mesa redonda o a una tertulia. Esta distinción de funciones especifica el diálogo de la entrevista y pone en su puesto al entrevistador que quiera lucirse. Aquí, el protagonista es el entrevistado.

Preguntas y respuestas. Parecería fácil entrevistar. Y sin embargo, no lo es. Estamos ante uno de los formatos que requieren de más experiencia para lograr dominarlo. Con sabia picardía contestaba el periodista chileno Jorge Timossi a sus estudiantes cuando estos le preguntaban cómo hacer buenas entrevistas: Hacer antes muchas entrevistas malas.

Conclusión: practicar mucho y evaluar lo practicado, que es lo que se suele llamar experiencia. Aunque no seamos Carmen Aristegui, podremos llegar a hacer

estupendas entrevistas.

Unidad 1.2. Tipos de entrevistas

En cada manual de periodismo aparecen diferentes clasificaciones para las entrevistas. Todas son sensatas. Y todas resultan incompletas, porque intentar agrupar los tipos de entrevistas, tan variadas como las conversaciones cotidianas, es más difícil que arrear conejos.

En medio de esta variedad, me inclino a hablar de tres grandes clases de entrevistas, tomando en cuenta el objetivo fundamental de las mismas:

- Entrevistas informativas

Para obtener datos, completar informaciones, con protagonistas o testigos de los acontecimientos.

- Entrevistas de opinión

Para conocer los argumentos, las valoraciones, los juicios y prejuicios sobre un hecho o situación.

- Entrevistas de personalidad

También se llaman de semblanza. Aquí el tema es la misma persona que es entrevistada, su vida, su carácter, muchas veces el lado humano y cotidiano de autoridades o celebridades. (Pero, igualmente, podemos hacer estas entrevistas con una abuela que cuenta su vida, o con un cimarrón que cuenta sus fugas, o con los hijos de Sánchez). Se trata de hacer un retrato hablado de la persona entrevistada.

Las entrevistas también se pueden clasificar según sus integrantes:

- Entrevista individual: Una persona entrevista y una es entrevistada.
- Entrevista colectiva: Una persona entrevista y varias, juntas, son entrevistadas.
- Encuesta: Una persona entrevista y varias, por separado, son entrevistadas.
- Conferencia (o rueda) de prensa: Varias personas entrevistan y una es entrevistada.

Comencemos por la fórmula más frecuente, la entrevista individual, cuyas pautas de producción valen igualmente para todas las demás.

Práctica 1: Envía tus comentarios

¿Conoces otra clasificación de las entrevistas? Escríbenos y cuéntanos.

Cuéntanos también qué tipo de entrevistas has practicado en tu quehacer periodístico.

Unidad 1.3. ¿A quiénes entrevistar?

¿Vamos a hacer un debate? Invitamos al diputado, a la concejala y al licenciado. ¿Una entrevista? Llamamos al sociólogo, al obispo o a la doctora.

Así pasa con demasiada frecuencia. Y al final, es siempre un pequeño grupo de personas el que habla sobre todos los temas y en nombre de toda la ciudadanía.

¿A qué se debe esto? ¿Por el facilismo de los productores de llamar siempre a los mismos? Puede ser. ¿O para pavonearse ante las autoridades? Tal vez. ¿O porque creen que las autoridades y los intelectuales son las únicas “gentes pensantes”?

En cualquier caso, hay que superar esa “aristocracia del micrófono”. En radio, como en política, tenemos que practicar la democracia participativa.

¿A quiénes podemos entrevistar en nuestra emisora? A todos. A todas. A los de arriba y a los de abajo. A los de derecha y a los de izquierda. A nacionales y extranjeros. A viejas, jóvenes y niños. A especialistas y aficionadas. A presidentes, presididos y presidiarios, como canta Facundo Cabral.

A veces, imaginamos que si no es algo importante dicho por alguien importante, la entrevista no tiene valor. Desde luego, vamos a recoger la opinión de la técnica, del político y de los personajes públicos. Pero la vendedora informal, el minero relocalizado y el limpiabotas también tienen mucho que decir sobre la economía del país. Ellos y ellas hablarán del costo de vida con mejor “conocimiento de causa” que el señor ministro.

Que suenen todas las campanas del carillón, agudas y graves. En el conflicto de un centro escolar, los estudiantes tienen igual derecho a opinar que los profesores. En asuntos de medio ambiente, las campesinas y los indígenas tienen tantas o más razones que los colonos y las empresas. Así, escuchando distintos pareceres, las entrevistas se convertirán en un ejercicio de participación ciudadana, de democracia.

Que hablen y que lo hagan desde donde están. Ciertamente, podemos hacer entrevistas en el estudio y éstas nos saldrán con mejor calidad de sonido, sin ruidos, sin baches. Pero las que hagamos en la calle, en el bus, en el barrio, ya sean grabadas o en directo mediante la móvil o el celular, nos traerán una bocanada de palabra fresca, nos trasladarán con la imaginación al mismo lugar de los hechos.

Que la radio salga de la radio. Que quienes entrevistan no esperen a la gente, sino que vayan a su encuentro. Y que en nuestras entrevistas se escuchen todas las voces y se respeten todas las opiniones.

Práctica 2: ¿A quiénes entrevistas?

Revisa la lista de a quienes has entrevistado en esta última semana, en este último mes:

- ¿cuántas autoridades o dirigentes y cuánta gente del común?*
- ¿cuántos políticos y cuánta ciudadanía de a pie?*
- ¿cuántos del gobierno y cuántos de la oposición?*
- ¿cuántos hombres y cuántas mujeres?*

-¿algún niño, alguna adolescente, algún adulto mayor, alguna extranjera?

Práctica 3: ¿Y dónde entrevistas?

Revisa también los lugares desde donde haces tus entrevistas:

-¿cuántas en cabina?

-¿cuántas por teléfono?

-¿cuántas desde la calle?



Imagen: <https://openclipart.org/detail/196174/question-girl-by-scout>

Capítulo 2 - Las preguntas

La entrevista es un diálogo con preguntas y respuestas, pero... ¿qué preguntas?

Unidad 2.1. Buenas preguntas para una buena entrevista

Quienes entrevistan hablan en plural. Dicen “se nos ocurre” y no “se me ocurre”.

Dicen “hemos constatado” y no “he constatado”. ¿Por qué? ¿Tal vez por petulancia? No, no se trata de eso. Lo que pasa es que quien entrevista representa a la audiencia, al variopinto público, eventualmente segmentado pero siempre masivo.

Quien entrevista, por esta delegación, hará las preguntas que el público querría hacer, pedirá las aclaraciones que el público querría pedir, expresará las preocupaciones que el público quisiera expresar y no puede hacerlo porque no tiene el micrófono en la mano. Igualmente, quien entrevista empleará el lenguaje sencillo de su audiencia promedio y abordará las temáticas interesantes para ese público concreto al que se dirige. Quien entrevista es la boca de quien escucha.

¿Cuál es la especialidad de un entrevistador, de una entrevistadora? La misma de los niños, hacer preguntas. Preguntas para saber y, sobre todo, para hacer saber a sus oyentes.

Preguntas que deben obedecer a este decálogo periodístico:

1 – Haz preguntas claras

La entrevista no es tribuna para que demuestres tus conocimientos lingüísticos ni la riqueza de tu vocabulario. (Cuidado: a lo mejor ni siquiera tú entiendes la semántica de tus morfemas y haces un ridículo hiperbólico.)

—¿Qué penurias estiman en este sector periférico?

(= ¿Qué necesidades tienen en el barrio?)

—¿Han conformado alguna articulación para obtener un desenlace satisfactorio?

(= ¿Se han organizado para solucionarlas?)

Habla normal. Habla en sencillo. Aunque estés entrevistando a Habermas o al nieto de Hegel, piensa en el público. Tú te debes a tu público. Más bien, la actitud de quien entrevista debe ser la contraria: si quien es entrevistado se embarulla y comienza a emplear palabrejas que el oyente medio no entiende, pídele aclaración (aunque tú sepas el significado).

2 – Haz preguntas cortas

Evita la vergüenza de que te digan aquello de “repita la pregunta, por favor”. (Por cierto, si te dicen esto, no eches la culpa a la ignorancia de quien es entrevistado. La ignorancia es tuya.)

—Sobre las semillas transgénicas, o como se les conoce, los organizamos genéticamente modificados, qué opinión tienen en su comunidad, y no en su comunidad, sino la dirigencia, es decir, qué decisión tomarían si la Monsanto... ¿conocen a la Monsanto, ¿verdad?... esa empresa norteamericana, la de las semillas estériles... pero ustedes, si les propusieran esas semillas, ¿qué harían? Y no las semillas sino los hierbicidas que venden con los transgénicos, ¿qué opinan ustedes de la Monsanto, ah?

A preguntas largas y confusas, respuestas más confusas aún.

3 – Haz preguntas concretas

Evita generalidades que desalientan al mejor atleta de la elocuencia. (Y de paso, si a ti te hicieran esa misma pregunta, ¿la sabrías responder?)

—¿Cómo ve el progreso de la humanidad desde el Big Bang hasta nuestros días?

4- Haz una sola pregunta cada vez

Las preguntas no deben mezclarse, pueden resultar explosivas o, por el contrario, anularse unas a otras. No juntes dos preguntas ni menos tres en una misma intervención. La persona entrevistada se confundirá o responderá solamente a una de ellas, la más fácil.

—Para comenzar, dígame su nombre, su trabajo actual y qué le parece el alza de los precios de

la gasolina?

—Mi novia se llama Fifi...

5- Haz preguntas abiertas

Las preguntas cerradas son aquellas que sólo se pueden responder con un sí o con un no. Con estas preguntas apenas habla quien entrevista y quien es entrevistado se limita a afirmar o negar.

—Tiene agua en el barrio?

—No.

—¿Y ya han solicitado el agua?

—Sí.

—¿Y no les han respondido aún?

—No.

—Pero, ¿ustedes necesitan el agua?

—Sí.

—¿Algo más que añadir en la entrevista?

—No.

Preguntas abiertas son aquellas que comienzan por *¿cómo?*, *¿qué le parece?*, *¿por qué?*, *¿qué opina sobre...?* Estas preguntas permiten hablar a quien es entrevistado. Las cerradas pueden servir en un determinado momento para precisar una opinión o aclarar un dato. Pero, en general, debemos trabajar con preguntas abiertas.

6 – Combina preguntas de aclaración, de análisis y de acción

Las de aclaración sirven para conocer más datos sobre el asunto que se está tratando. O para esclarecer una respuesta difícil de quien es entrevistado. Por ejemplo, *¿cuántos niños y cuántas niñas se han vacunado en esta jornada de salud? ¿Cuáles son las enfermedades más frecuentes por aquí?*

Las preguntas de análisis sirven para comprender mejor la situación, para descubrir las causas de la misma. *¿Por qué los padres y madres no traen a sus niños y niñas al dispensario? ¿Qué le parece la atención que brindan practicantes y enfermeras?* También se utilizan estas preguntas para profundizar algunas respuestas simples.

Las preguntas de acción se emplean para arribar a algunas conclusiones, para que quienes son entrevistados expresen la manera que consideran mejor para enfrentar los problemas analizados. *¿Cómo mejorar la salud infantil en esta localidad? ¿Qué se proponen hacer ustedes para asegurar una buena atención médica?*

Acuérdate que son tres “A” (Aclaración-Análisis-Acción) y que en ese mismo orden deben ir avanzando las preguntas.

7 – Evita preguntas indiscretas

La oportunidad o no de una pregunta depende de muchos factores: culturales, coyunturales, de quien entrevista, de quien es entrevistado...

- ¿Cuáles son sus complejos, tal vez el de feo?
- ¿Cuánto dinero gana usted exactamente?
- ¿Cómo hace el amor con su pareja?

Entrevistador y entrometido son cosas muy diferentes. Hay que respetar la privacidad de la gente, hay que recordar aquel consejo evangélico de no hacer al prójimo la pregunta que no quieres que te hagan a ti.

8 – Evita preguntas capciosas o manipuladoras

Manipular es hacer decir a la otra persona lo que yo pienso. Es incluir la respuesta en la pregunta. Es formular la pregunta de tal manera que al otro no le queda más remedio que darme la razón.

- Todas las personas decentes afirman que hay que votar por los verdes. ¿Usted qué dice?[1]

Tus opiniones, a un bolsillo. Tus persuasiones, al otro. Y esto, no por una falsa neutralidad, sino por respeto al formato que tú elegiste. Después, en el editorial, o en el comentario, o en una revista, dirás y valorarás lo que quieras, incluso discreparás de las opiniones vertidas por quien es entrevistado. Eso después, en otro momento. Durante la entrevista, quien es entrevistado no tiene contrincantes.

9 – Varía la formulación de tus preguntas

No las comiences siempre igual:

- ¿Qué opina sobre...?
- ¿Qué opina ante...?
- ¿Qué opina de...?

Una afirmación que cuestiona lo dicho anteriormente por quien es entrevistado puede ser una excelente pregunta:

- Pero usted ya firmó los papeles para privatizar la empresa eléctrica.

O una pregunta indirecta, apoyada en un dato real o presumible:

- Dicen que los obreros están preparando una huelga. En ese caso, ¿usted qué haría?

10 – No hagas preguntas que hayan sido respondidas

Escucha a quien entrevistas. Atiende a sus respuestas. Lo importante ahora no es el cuestionario que preparaste sino lo que está hablando la persona a quien entrevistas.

—Y dígame, ¿qué clase de música tocan ustedes?

—Bueno, nosotros tocamos de todo, pero lo nuestro es el reggae.

—Estupendo. ¿Y para cuándo tendremos otro CD de Los Tremebundos?

—Ya estamos grabando. Pál verano viene uno muy pegajoso.

—¿Y de qué se trata, qué tipo de música?

—Como le decía, lo nuestro es el reggae.

—Un nuevo disco de este conjunto boricua, sí señor. ¿Y qué ritmos van a incluir en ese estreno?

—Cará... Como le decía, lo nuestro es el reggae.

La gran destreza de quien entrevista radica en encontrar en cada nueva respuesta la materia prima para formular su siguiente pregunta.

En fin, hay muchas maneras de formular las preguntas. Todas valen, si cumplen los diez mandamientos anteriores.

Práctica 4: ¿Cómo son tus preguntas?

Revisa una entrevista que hayas hecho y la tengas grabada. Repasa los diez tipos de preguntas mencionadas en esta unidad y reconoce cuál es tu fallo más frecuente.

Autocalifícate en cada uno de los diez mandamientos para hacer buenas preguntas en tus entrevistas:

MUY BIEN

BIEN

REGULAR

MAL

PÉSIMO

¿Por qué cometes ese fallo? Coméntanos.

Unidad 2.2. El abogado del diablo

Muchas entrevistas que realizamos en el noticiero o en la radiorevista resultan planas, aburridas, cansinas. ¿Por qué?

Una de las causas más frecuentes es la actitud condescendiente que adoptan quienes entrevistan con quienes son entrevistados. Les siguen la corriente, les hacen preguntas obvias, no se atreven a confrontar sus opiniones. Incluso, hasta se ponen de acuerdo con ellos previamente y les adelantan el cuestionario.

Esta actitud vuelve “didáctica” la entrevista, mata la espontaneidad y la necesaria sorpresa del diálogo.

Una técnica periodística muy empleada para dar dinamismo a las entrevistas es la conocida como “el abogado del diablo”. Consiste en formular las preguntas desde la acera opuesta, desde la posición contraria a la de la persona o personas entrevistadas.

Supongamos que tenemos a un político de derecha. Le haremos las preguntas que querrían hacerle los oyentes de izquierda. Si es de izquierda será al revés. Haremos preguntas desde una perspectiva de derecha.

Si entrevisto a un economista sobre la canasta familiar, preguntaré desde la opinión de un ama de casa. Y si entrevisto al ama de casa, cuestionaré su presunta mala administración del hogar. A la feminista le haré preguntas machistas. Y al machista, preguntas con perspectiva de género. Al creyente lo interrogaré como ateo. Y al ateo, como creyente.

Este “cambio de roles” no supone falta de coherencia por parte de quien entrevista. Porque quien entrevista está representando a un público plural donde existen las más variadas posiciones y opiniones.

Tampoco se contradice con lo dicho antes: aquí no estamos dando nuestra opinión sino provocando la de la persona entrevistada. El abogado del diablo es simplemente una técnica para animar las entrevistas y mostrar nuestra imparcialidad como entrevistadores.

Cuestionar a la persona entrevistada tampoco supone faltarle al respeto. Al contrario, haciendo preguntas agudas, punzantes, ésta tendrá la oportunidad (si sabe aprovecharla) de responder con más filo, de expresarse con brillantez.

Escucha a quienes dominan el arte de la entrevista. Conocen este truco y lo emplean con mucha frecuencia.

Haz la prueba. Haz el esfuerzo. Y, en este caso, que el diablo te lo pague.

Práctica 5:

¿Qué pregunta harías si la persona entrevistada te da las siguientes respuestas?

—*Ningún aborto puede ser permitido. Ninguno. Todo aborto es un asesinato.*

—*Los ecologistas exageran. No es cierto que la minería a cielo abierto sea tan peligrosa, tan contaminante.*

—*¿Que hay escasez en Cuba? Por supuesto, mi hermano. Estados Unidos nos mantiene bloqueados desde hace más de 50 años.*

Unidad. 2.3. Muletillas de quienes entrevistan

Atiende a este entrevistador a ver si te resulta conocido:

- ¿Y qué opina sobre el calentamiento global?
- Bueno, es una realidad ya comprobada y los responsables somos nosotros, los seres humanos.
- Así es. ¿Y usted cree que será reversible esta crítica situación?
- Depende de la voluntad política de los gobiernos.
- Muy bien. ¿Y usted cree que existe esa voluntad?
- Yo creo que la ciudadanía es la que tiene que forzar esa voluntad.
- Claro que sí. Pero también quiero preguntarle si...

La persona que entrevista no tiene que decir ni muy bien ni muy mal, ni claro que sí ni claro que no. No tiene que calificar las respuestas de quien es entrevistado. Son muletillas que filtran la opinión del periodista. Sobran, molestan, ensucian la entrevista.

Ahora bien, entre todas las muletillas, la más fastidiosa es “así es”. Escucha a quienes conducen una radiorevista. Uno confirma a la otra con el “así es”, la otra confirma al uno con el mismo “así es”. Escucha los programas de radio o de televisión. Con demasiada frecuencia los animadores pisan este palito y lo único que se les ocurre decir después de cada intervención de su pareja es “así es”. Escucha las entrevistas de tantos colegas. Atrás de cada respuesta le clavan el “así es”.

Pero así no es. Resulta una muletilla inútil y boba eso de andar confirmando a cada momento lo que ha dicho el compañero o la compañera de programa o la persona que es entrevistada.

Práctica 6: ¿Cuáles son tus muletillas?

Borra tus muletillas. Pregúntale a alguien de tu confianza cuál es la palabrita que repites de manera inconsciente (bueno... este... ¿no?... entonces... o sea... pues, pues... ¿viste?... ¿verdad?...). Averigua también si eres del sindicato de los “asésistas”. La fórmula más fácil para evitar esas repeticiones es escribir en una papel con letras grandes tu muletilla preferida.

Te pones el papel delante, en cabina, y le pides al compañero o compañera de programa que te dé un buen pellizco cuando digas esa tontera. Haz la prueba y me cuentas.

[1] No hablamos aquí de esos polemistas —catalogados como entrevistadores con personalidad— que conducen un espectáculo televisivo o radial y traen a sus invitados para que contrasten las opiniones de ellos con las tuyas. Más que una entrevista, este formato sería un mano a mano, una mesa de debate sin moderador.



Imagen: <https://www.flickr.com/photos/leejordan/>

Capítulo 3: ¡A entrevistar se ha dicho!

Repasemos lo que hay que tener en cuenta antes, durante y después de la entrevista.

Unidad 3.1. Antes de la entrevista

Podemos resumir en dos palabras la responsabilidad previa del entrevistador o la entrevistadora: prepararse bien. ¿Qué es lo que tiene que preparar? Varias cosas, todas ellas indispensables.

- Preparar el equipo de grabación. Comencemos por lo más elemental y, tal vez por eso, lo que más descuidamos. Si la entrevista es en el estudio, la calidad del audio es tarea del operador. Si la entrevista es afuera de la emisora, revisa la grabadora, prueba el micrófono (ojalá sea externo y no incorporado), asegura que las pilas sean nuevas.

Antes de comenzar, haz una prueba de voz con el entrevistado para medir la distancia correcta del micrófono y asegurarte que todo anda bien. Más vale perder un par de minutos antes de la entrevista y no la entrevista entera después de dos horas de trabajo. (¿No te ha pasado más de una vez que regresas a la emisora y compruebas, con desesperación, que no has grabado nada o que todo suena saturado?)

- Preparar el tema. No se pide a quien entrevista que domine todos los temas. Pero sí que sepa dónde encontrar la documentación necesaria para abordarlos bien. Hoy en día, con el Internet, no hay excusa para no preparar bien el tema sobre el que va a tratar la entrevista. Generalmente, elegimos la persona a entrevistar en función del tema y no al revés. (Esto es correcto. Aunque si aterriza el Presidente, procuraremos una entrevista con tema o sin tema). La misión, entonces, es doble: conocer lo más que podamos sobre el tema y también sobre la persona a la que vamos a entrevistar.
- Preparar el cuestionario. Con más o menos horas de vuelo, a todos quienes van a hacer una entrevista les ayudará agarrar papel y lápiz, mejor dicho, computadora y ratón, y estructurar con cierta lógica los puntos fundamentales que va a tratar en la entrevista. Un cuestionario básico con las preguntas que no queremos dejar que se escapen.

El cuestionario no hay que mostrarlo durante la entrevista. Si nos aparecemos ante la persona entrevistada con un papel y, en vez de atender a sus respuestas, quedamos pendientes de la pregunta que tenemos anotada, esa persona se sentirá como rindiendo examen y la entrevista, por más preparación que haya tenido, sonará fría, sin ritmo. El mejor cuestionario es el que se lleva en la cabeza.

- Crear un clima de confianza. Si llegamos tensos, también pondremos tensos a quienes entrevistamos. Si estamos inseguros, contagiaremos inseguridad. Hay que crear un clima de confianza y espontaneidad al iniciar la entrevista. Nos presentamos, decimos de qué emisora venimos, conversamos de cualquier cosa, y luego comenzamos a grabar la entrevista. No caigas en la tentación de ensayar la entrevista. A quien vas a entrevistar le dirás el tema sobre el que quieres conversar, incluso puedes intercambiar algunas ideas antes de abrir el micrófono. Pero en ningún caso ensayes la entrevista ni adelantes las preguntas que le vas a hacer. Esto mataría completamente la naturalidad del diálogo. La segunda vez, el entrevistado estará cansado y le saldrán respuestas secas y sin gracia. Como comida recalentada.

Ni estando de pie ni sentado, nunca te pongas frente a frente con el entrevistado. Es más cómodo para él (y también para ti) si te colocas de medio lado, como haciendo un ángulo. Tampoco le claves los ojos ni le metas el micrófono en la boca. Todo esto crea tensión en la entrevista.

- Preparar el lugar. Lo principal es evitar los ruidos. No los sonidos ambientales, que pueden dar colorido a la entrevista, pero sí los mortificantes motores, la algarabía de una escuela, un fondo de música estridente. Si estamos al aire libre, cuidado con el viento. Ponte en contra de éste, con la espalda de parapeto, y protege el micrófono con un cobertor de esponja. En interiores, lo importante es que las voces se proyecten hacia los espacios más abiertos, que no anden rebotando en las paredes o cristales de lugares muy cerrados. No te metas en esquinas ni en habitaciones estrechas y vacías.

- ¿Grabada o en vivo? Da lo mismo. A nivel de equipos técnicos no, desde luego. Pero en cuanto a la disposición del entrevistador o la entrevistadora, sí. Estos deben pensarse y comportarse siempre como si estuvieran saliendo al aire en ese momento. Aunque la entrevista vaya a difundirse la semana próxima, adoptaremos una actitud permanente de transmitir “en vivo”. Esto tiene consecuencias muy favorables para la producción. La primera, el no andar parando a cada momento por supuestas fallas que no serían tales si estuviéramos en directo. La grabadora no debe detenerse salvo cuando sea estrictamente necesario (problemas técnicos, ruidos no previstos, baches demasiado grandes). Los parones y repeticiones cortan el ritmo de la entrevista.

La actitud “en vivo” favorece también el tono alto de quien entrevista, lo carga de energía

positiva y buen humor. Nadie se entusiasma hablando a una grabadora, sin público, a secas.

Práctica 7: El cuestionario

Escribe un cuestionario, tomando en cuenta el decálogo de preguntas visto en la **unidad**

2.1., para entrevistar a alguna de las siguientes personas:

- Un líder campesino que lucha por sus tierras.
- Una dirigente feminista que defiende el matrimonio igualitario.
- Una ama de casa preocupada por el alza de los precios.
- Un jubilado que no recibe su pensión.
- Un político que defiende la privatización de los servicios básicos (agua, luz...).
- Un empresario que tiene muchas frecuencias de radio y televisión.

Unidad 3.2. Durante la entrevista

Todo listo para abrir el micrófono. Comencemos ya la entrevista. Y anotemos algunas pautas, tan conocidas como olvidadas, para su mejor desarrollo.

¿Dónde y con quién? Aunque la entrevista sea breve, si la realizas en exteriores, comienza ubicando el lugar (Aquí estamos, en la parada de buses, en la avenida 10 de Agosto y Colón, ustedes pueden oír el tráfico...) e identificando a la persona a quien vas a entrevistar (nos acercamos a un señor mayor, con bastón, que espera un bus que nunca llega...). Recuerda que en radio no tenemos ningún apoyo visual. Una descripción, aunque pequeña, será bien recibida por el público. Quien entrevista no es solo la boca del radioescucha. También sus ojos.

Si el entrevistado es un personaje público, quien entrevista deberá presentarlo (¡sería ridículo preguntar al alcalde cómo se llama usted!). Por el contrario, si es alguien no conocido por la gran audiencia, le preguntará su nombre, de dónde es, en qué trabaja, para identificar a la persona que vamos a escuchar.

- **Al abordaje.** Algunos periodistas entran directamente al tema central de la entrevista, incluso con preguntas a quemarropa. Otros prefieren ir escalonando preguntas sencillas y así, poco a poco, llegar a los asuntos candentes. Esto depende de varios factores. Por ejemplo, no es lo mismo entrevistar al muchacho drogadicto que al guardián sobornado por los que venden la droga en la puerta del colegio. Con el primero, podemos emplear toda una pedagogía, hasta dar rodeos. Con el segundo, entraremos con fuerza, cuestionando su eventual complicidad.

La temperatura inmediata o creciente de una entrevista también depende del tiempo real que disponemos para hacerla (en una bulla callejera no vamos a hacer preguntas complicadas) y del tiempo radiofónico en que será empleada (si queremos un inserto para ilustrar una nota breve, nuestra pregunta será breve y concisa). Por el contrario, si disponemos de más tiempo y estamos en cabina, podemos escalonar preguntas de aclaración, de análisis y de acción.

• **Enlazar preguntas y respuestas.** Una entrevista se parece a una escalera. Cada pregunta corresponde a un peldaño. Cada nueva respuesta nos da el punto de apoyo para subir una grada más. Podemos decir que la máxima habilidad de un entrevistador o una periodista se demuestra cuando sabe encontrar en cada respuesta los elementos para formular la siguiente pregunta. De esta manera, se logra la necesaria fluidez en el desarrollo del tema. Quien sabe hacer estos enlaces, sabe entrevistar.

—¿Y por qué todavía no tienen la licencia para su radio de transmisión?

—Porque los de la SUBTEL son unos habladores. Prometen y no cumplen.

—¿Cuándo les prometieron la licencia para la radio comunitaria?

—Hace ya dos años, ¿oye usted?... ¡Dos años!... ¡Y todavía seguimos esperando!

—¿Y ustedes han esperado esos dos años con los brazos cruzados?

—Qué va, nosotros primero hicimos una protesta, luego fuimos donde el ingeniero ése del bigote que no sé cómo se llama, pero...

—Pero, ¿qué?

—Que nos llamó subversivos. Entonces, nosotros salimos al aire sin permiso.

—Si no tienen permiso, son ilegales.

—No, señorita, ilegales son ellos que están violando nuestro derecho constitucional a la libre expresión.

Práctica 8: Preguntas enlazadas con respuestas

Podemos entrenarnos para lograr esta flexibilidad. Hagamos el siguiente ejercicio.

Propuesto un tema, un compañero o compañera de la radio hará de entrevistador y otro de entrevistado. Éste último sólo responderá a las preguntas que enganchen con sus respuestas. Si la pregunta está desviada, se queda mudo. Es como un "lego" mental donde cada nueva ficha se apoya en la anterior y sostiene a la que sigue.

• **Finalizar la entrevista.**

Saber conducir una entrevista supone no desviarse del tema ni dejar que la persona entrevistada lo haga, hacer hablar al callado y hacer callar al charlatán, mantener un tono alto sin perder nunca el ritmo de la conversación. Y saber cortar a tiempo. Si la persona habla y habla, distráela con una mueca o un gesto de manos. Y si ni así se calla, retírale el micrófono cuando tome resuello. Por cierto, no dejes nunca el micrófono en manos de la persona a quien entrevistas. Perderías totalmente el control.

También hay que aprender a finalizar la entrevista. Astutamente, quienes entrevistan deslizan una pequeña señal antes de su última pregunta:

—Y ya para terminar... finalmente... por último, díganos...

En cuanto a la despedida, que sea tan amable como breve:

—Muchas gracias.

También puedes adoptar el estilo televisivo:

—Para Radio Ilusión y desde Bogotá, Maritza Ramírez.

Práctica 9: Una anécdota

Cuéntanos alguna anécdota divertida de cuando comenzaste a hacer entrevistas. ¿Cuál fue tu peor metida de pata?

Unidad 3.3. Después de la entrevista

Una vez terminada la entrevista, tenemos algunas tareas pendientes:

- **Edición.** Si la entrevista fue grabada, recortaremos todo lo que sobra: baches, errores, rodeos, lo menos importante, hasta ajustarla al tiempo del programa. Como editar es asunto trabajoso, disciplina tu lengua. Si tienes espacio para cinco minutos de transmisión, no grabes una hora. Haces perder tiempo a la persona entrevistada y, sobre todo, al técnico. No regrabas tus preguntas. Algunos perfeccionistas llevan la grabación a la emisora, cortan sus preguntas y las vuelven a montar en cabina, con mejor calidad acústica. ¿Jugando con ventaja, compa? Ese truco solo se justifica cuando se trata de un reportaje en el que se eliminan, incluso, las preguntas de quien entrevista y se sustituyen por la narración general.
- **Ambientación.** Lo decisivo es el ritmo interno de la entrevista, su valor testimonial, la fuerza de los datos obtenidos y las opiniones expuestas. Logrado esto, podemos sacarle más brillo a la entrevista haciendo uso de otros elementos del lenguaje radiofónico. Por ejemplo, una entrevista larga o de varios temas puede fragmentarse con cortinas musicales o estrofas de una canción que le calce bien. ¿Y no podríamos ilustrar la entrevista o las partes más significativas de ella con efectos de sonido? Experimenta y verás que queda muy bien.
- **Y archivo.** Por último, ordenar los materiales que grabamos. Sin mucho esfuerzo, en un par de minutos, podemos identificar y clasificar las grabaciones que resulten significativas, sean realizadas en exteriores o en cabina. Esas entrevistas podrán ser utilizadas en otros programas o durante otras temporadas. Y te sacarán de apuros cuando salte una acusación o un “dicen que la emisora dijo”. Tomemos ejemplo de la hormiga previsora.



Imagen: <https://www.flickr.com/photos/medialab-prado/>

Capítulo 4: otras entrevistas

Además de las entrevistas individuales, conozcamos otros tipos de entrevistas.

Unidad 4.1. Entrevistas colectivas

Ahora estamos ante un entrevistador o entrevistadora y varios entrevistados. O muchos entrevistados. Puede ser toda una comunidad campesina, una cooperativa de choferes, las niñas y niños de un colegio, los reclusos de una penitenciaría o, simplemente, un grupo de jóvenes, especialistas en patear latas, que se van sumando en una esquina cualquiera del barrio.

En una entrevista colectiva, tratamos de llegar —si se puede— a una opinión igualmente colectiva. Un mismo tema se va completando y profundizando entre quienes participan en la entrevista. O debatiendo y sacando a relucir las posiciones contrarias que haya en el grupo. Por eso, el entrevistador o la entrevistadora llegarán con mucha información y pocas preguntas. Cada una les ocupará bastante más tiempo que en las entrevistas individuales porque varios participantes querrán opinar.

No se trata, entonces, de yuxtaponer una entrevista individual a otra entrevista individual. El desafío consiste en entrecruzar opiniones sobre una misma pregunta. Para ello, quien entrevista será especialmente ágil acercando el micrófono a quienes están en primera fila, a quienes están al fondo, a los de este lado, a las del otro.

¿Para qué sirven las entrevistas colectivas? Para mostrar los problemas colectivos. No es lo mismo recoger la denuncia de una señora sobre la venta de medicinas caducadas, que el testimonio, variado y ruidoso, de todo un barrio que protesta. También sirven para cubrir las alegrías colectivas, la fiesta patronal, los carnavales, el aniversario del club de madres. Y las manifestaciones ciudadanas, desde el desfile patrio hasta la marcha gay.

La técnica para conducir una entrevista colectiva incluye las anteriores recomendaciones para el formato individual. Algunas de ellas se vuelven más imperiosas. Un grupo grande, de unas 30 ó 40 personas, puede resultar inmanejable si no andamos con mil ojos, con un radar para captar todo lo que se mueve a nuestro alrededor: el adolescente que vino a molestar, el viejo que quiere acaparar el micrófono, la vendedora de tamales que aprovecha la ocasión, el dirigente que hace valer su jerarquía, el perro inoportuno, el bebé gritón aún más inoportuno, el borrachito que pasa y quiere saludar a su mamá, el niño que nos pone cuernos a las espaldas y todos se ríen y nosotros no sabemos por qué.

Atención: si es colectiva, el formato exige que muchos opinen y no solamente cuatro

iluminados. Mejor muchas intervenciones cortas que pocas largas. Estamos en una mesa de ping-pong, pero con muchas paletas y muchos paleteros. El desafío consiste en entrecruzar la mayor cantidad de pareceres, similares o contrarios, sobre un asunto que concierne a todos los presentes.

Aunque toda la comunidad esté a favor de linchar al usurero, no por ello quien entrevista debe parcializarse ni dejar escapar su opinión personal. Tampoco debe agitar al grupo para hacerle decir más de lo que quiera decir. Un entrevistador maduro, una entrevistadora experimentada, no se deja arrastrar por la euforia ni por la indignación de los presentes. Estamos haciendo radio, no presidiendo una liturgia bizantina. Más que prohibir las risas y los aplausos, habría que promoverlos. Tampoco hay que temer a los naturales cuchicheos o a las conversaciones superpuestas. Bien manejado, ese ambiente desenvuelto ayudará para soltar la lengua de los tímidos y dar más fluidez a toda la entrevista. La actitud campechana de quien entrevista —que viene siendo un animador de grupo— resultará decisiva para lograrlo. Por supuesto, si se arma un alboroto, habrá que pacificarlo. No olvide, sin embargo, que su oreja, siendo omnidireccional, percibe mucha más bulla que la que registra su micrófono unidireccional.

Práctica 10: Un micrófono para mucha gente

¿Has practicado este formato, la entrevista colectiva? Pues ámate. Puedes invitar a la emisora a los chicos y chicas de un colegio. O ir tú al colegio y hacerles la entrevista allá. A los jóvenes de un club deportivo y haces la entrevista en la misma cancha. A las señoras que venden en el mercado, clientes incluidos. A quienes están haciendo un plantón, una huelga por los salarios no pagados. Una radio callejera acerca los micrófonos a donde la gente se reúne.

Si te haces acompañar de un colega, te resultará muy útil para cuidar los equipos, para poner un poco de orden entre quienes participan en la entrevista, hasta para el control del tiempo.

Unidad 4.2. Las encuestas

Estas son un recurso ágil y fácil para tomar el pulso a la opinión pública sobre algún tema de actualidad. Se pueden hacer en la calle o por teléfono, en directo o grabadas, con unidad móvil o celular o una simple grabadora reportera. En todos los casos, se trata de entrevistas muy cortas (una o dos preguntas son suficientes), realizadas a varias personas por separado y elegidas al azar.

¿Dónde se hacen las encuestas? En cualquier parte. El periodista puede ubicarse en una plaza pública, a la salida de un teatro, en el aeropuerto, en la fila quienes van a votar, hasta en el cementerio el Día de Difuntos. También podemos abrir las líneas telefónicas de la emisora e invitar al público que llame y responda a una determinada pregunta.

Si el tema es espinoso, omitiremos los nombres de quienes son encuestados. Si la encuesta se está haciendo en el campus de la universidad, conviene dar esta ubicación para mostrar que las opiniones representan a ese sector y no a la población en general.

Hermana menor de este formato es la llamada vox pop —voz popular— que consiste en un minisondeo grabado con unos pocos transeúntes, elegidos también al azar. ¿Cuántos? Seis, ocho personas, no más. Las respuestas se graban y luego, en la emisora, se hace el montaje juntando las respuestas de la primera pregunta, las de la segunda pregunta, y así. Para presentar la sección, se pueden cortar las intervenciones de quien entrevistan y sustituirlas por breves enganches de quienes conducen el programa. La duración de una vox pop será un par de minutos o tres.

Tanto en las encuestas amplias como en las vox pop, la clave periodística radica en presentar la variedad de corrientes y puntos de vista que coexisten entre la población. Sería un grave error utilizar el formato para proclamar ganadora a una opinión sobre las otras. Las encuestas radiofónicas o televisivas no tienen ningún valor estadístico, ni siquiera pueden proponerse como suficientemente representativas. ¿Qué significa un puñado de respuestas, tomadas en una misma esquina y a una misma hora, a las primeras personas que pasaron por allí? Tal vez eran los miembros de una secta apocalíptica, en camino hacia su iglesia, y el entrevistador concluye que toda la ciudadanía está esperando el fin del mundo.

Más que demostrativo, las encuestas tienen un valor problematizador. Hacen ver los contrastes que se dan en la sociedad y, eventualmente, algunas tendencias parciales de la opinión pública. Pedirles más, sería manipulación. En realidad, resulta demasiado fácil tergiversar los resultados de una encuesta, sea en directo y mucho más si la grabamos previamente y la editamos a nuestro antojo. Incluso por teléfono. ¿Quién nos asegura que no se pusieron de acuerdo unos cuantos camaradas para propagandizar su punto de vista? Aquí actúa el efecto repetición. Cuando escuchamos una vez, dos veces, cuatro veces la misma afirmación, no necesitamos un periodista maligno que nos haga creer lo que no es. La mente del oyente se ocupa de ello y establece la indebida generalización.

No filtremos las respuestas que no coincidan con nuestra opinión editorial. Más bien, alegrémonos cuando estas aparecen. Así mostramos el pluralismo de la emisora. Y ganamos credibilidad, sacando al aire todas las voces, las cómodas y las incómodas.

Unidad 4.3. Conferencias de prensa

Una conferencia o rueda de prensa es una entrevista colectiva. Pero, en vez de un periodista y un grupo de entrevistados y entrevistadas, aquí tenemos muchos periodistas y un solo entrevistado o entrevistada.

Dicen que nacieron en 1913, cuando el presidente norteamericano Woodrow Wilson tomó la costumbre de convocar a los hombres de prensa “para contar lo menos posible acerca de

los asuntos importantes”. [1]

Tal vez por ese origen oficialista, las conferencias o ruedas de prensa resultan uno de los formatos más estereotipados: se reservan a los políticos y figuras públicas que las “conceden” a periodistas profesionales. En ellas, se cumple un conocido ritual: el personaje en cuestión es presentado por su representante, luego dice unas palabras y, a continuación, una batería de periodistas lo interroga sobre un aspecto de la actualidad o sobre los más variados temas, de acuerdo al perfil del entrevistado.

¿Qué tal si flexibilizamos este formato, uno de los más útiles para desarrollar un periodismo más investigativo? ¿Por qué pensar siempre en el equipo de prensa para hacer las preguntas? Invitemos a la radio a un político y que sean los oyentes, presentes en el estudio o por teléfono, quienes lo cuestionen. Invitemos a una funcionaria pública y que la entrevisten quienes votaron por ella. A un artista y que lo asedien sus fans y sus antifans. A un obispo y que aguante las preguntas de todos los paganos del mundo.

También podemos explorar otro tipo de invitados e invitadas. ¿Por qué pensar siempre en “personajes importantes”? Según los temas, podemos promover conferencias de prensa entrevistando a una campesina que fue estafado por un supuesto curandero. O a un menino da rua que recuerda el rostro de los mafiosos que balearon a dos de sus compañeros. A una o varias alumnas que hablan sobre el acoso sexual que se da en tal colegio. A uno o varios ecologistas agredidos por la policía mientras se abrazaban a los árboles que iban a ser talados.

En estas ruedas de prensa, la emisora tiene que garantizar la seriedad de las denuncias y proteger a los denunciantes. De lo contrario, será una rueda de chismes. O una ruleta rusa para quienes se atreven a hablar.

Unidad 4.4. Mesas redondas y mesas de debate

Estas mesas no son, propiamente, entrevistas. Constituyen otro formato periodístico porque quien las modera no se comporta como un entrevistador sino –por eso el nombre– como un moderador. Sin embargo, dado la utilidad de ambas mesas, las incluimos en este curso y les animamos a que las practiquen en sus emisoras.

Las mesas redondas, también conocidas como “paneles”, no buscan confrontar ideas sino complementarlas, iluminarlas desde distintos ángulos. Supongamos que vamos a intercambiar sobre un tema relacionado a la educación. El bulliying, por ejemplo. Quien va a moderar la mesa invita a una maestra, a un chico maltratado, a una madre de familia, tal vez a un sicólogo. Presenta el tema, presenta a los invitados e invitadas, les da una primera intervención a cada quien, y comienza el diálogo.

Quien modera la mesa redonda debe procurar la participación equilibrada de todos los

participantes. Como no es propiamente una polémica sino un diálogo, quien modera puede hacer preguntas utilizando la técnica del abogado del diablo para mantener un buen ritmo y dinamizar el espacio.

Igual que las mesas redondas, las mesas de debate constituyen un formato con alto valor educativo. Escuchando argumentos desde posiciones contrapuestas, se entrena el músculo que solemos ejercitar menos, el del pensamiento propio.

Veamos las cuatro patas que sostienen una buena mesa de debate.

► El tema

Que sea caliente, provocativo. La temperatura de un tema se consigue bien por su actualidad, bien por su carácter tabú.

Los temas de actualidad son los que están en las primeras planas de los periódicos. Si son temas políticos o económicos, procura que no escoger los que resultan incomprensibles para la mayoría de tu audiencia.

Los temas “tabú” suelen ser los relacionados con el sexo o con la religión (¿la masturbación es pecado?, ¿la píldora del día siguiente es abortiva?, ¿la homosexualidad es una enfermedad?, ¿existe el diablo?, ¿el mundo fue creado por Dios en seis días?).

O temas más cotidianos, pero siempre picantes (¿hombres con aretes?, ¿los astros predicen el futuro?, ¿qué palabras no se deben hablar delante de los hijos?). Estos asuntos, aparentemente banales, animarán a participar a la abuelita o al taxista, y serán una puerta fácil para desenmascarar los prejuicios sociales.

Ningún tema debe estar prohibido ni censurado.

► Los invitados o invitadas

Éstos, naturalmente, tendrán ideas contrarias. También tendrán capacidades similares, para que el debate no se desnivele.

Tenemos la manía de invitar casi siempre a especialistas o autoridades. Sin embargo, quien suele saber más sobre un problema es quien lo padece. Debatiendo sobre el costo de la vida, podemos invitar a una ama de casa. Debatiendo sobre brujas, invitaremos a una persona incrédula y a otra que las vio volando.

¿Cuántos invitados? La mejor solución radiofónica son dos. Así no se confunden las voces. Podemos experimentar con tres invitados que sostengan posiciones contrapuestas. Cuatro o más polemistas, crearemos confusión.

► El moderador o moderadora

Quien modera debe ser alguien que maneje el tema o lo haya preparado muy bien. Conocerá y aplicará la técnica del abogado del diablo con ambas posiciones.

No debe hablar demasiado ni demasiado poco. Será estricto (sin rigideces) con el tiempo y las intervenciones de los participantes. Callará al charlatán, hará hablar al callado, y nunca perderá el control del debate.

Un debate no es una entrevista colectiva. Los invitados pueden hablar directamente entre sí sin pasar necesariamente por las preguntas del moderador. Al principio, estas preguntas servirán para motivar la confrontación de ideas.

La virtud principal de quien modera es la imparcialidad. En ningún caso debe dar o insinuar su propia opinión. Tampoco sacará conclusiones al final del debate. Los debates siempre deben quedar abiertos y que gane quien gane. Al final, quien modera agradece a sus invitados e invita a la audiencia a seguir discutiendo.

► Los dinamizadores

Además de las intervenciones de los invitados e invitadas, el moderador puede emplear varios recursos para darle agilidad al espacio.

Puede traer testigos o testigas que cuenten experiencias de vida. Puede pregrabar un sociodrama o echar mano de un radioclip de Radialistas para dinamizar el debate. También puede tener preparada una encuesta callejera o un vox pop. O pasar estrofas de una canción referida al tema. O leer una noticia reciente o una estadística impactante. O la carta de un oyente.

Por supuesto, en la segunda parte del debate, después de escuchar las primeras intervenciones de los invitados e invitadas, se pueden abrir los teléfonos para que el público pregunte u opine. Esto también dinamiza el debate.

Podemos desarrollar un debate sin invitados o invitadas. En este caso, quienes conducen la radiorevista proponen el tema a través de alguno de estos dinamizadores y piden directamente la opinión del público, sea por teléfono, por chat, por mensaje de texto, o con público presente en la cabina.

Estos dinamizadores se emplean con igual utilidad en las mesas redondas.

Práctica 11: ¿Haces mesas de debate en tu emisora?

Las mesas redondas o paneles son más empleadas en los medios de comunicación. Las de debate, menos.

En la programación de tu radio, ¿haces mesas de debate? ¿Con qué frecuencia?

Si las haces, cuéntanos los resultados. ¿Tienen buena audiencia? ¿Has tenido algún problema con este formato?

Si no las haces, ¿por qué no? ¿Algún temor? ¿O por facilismo?

[1] J. L. Martínez Albertos, Curso general de redacción periodística. Paraninfo, Madrid, 1992, pág. 315.

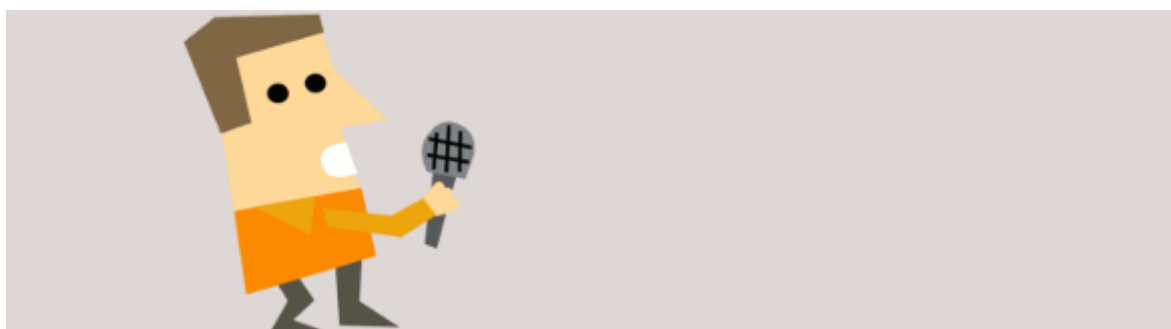


Imagen: <https://openclipart.org/detail/77065/interviewer-by-shokunin>

Capítulo 5: entrevistadores y entrevistadoras

Asómate a esta galería de colegas que hacen entrevistas.

En esta última unidad vamos a escuchar a algunos tipos de entrevistadores y entrevistadoras que suelen aparecer en nuestras emisoras (también en televisoras y en cualquier medio de comunicación). Nos servirá como un repaso de lo que hemos leído antes. Espero que no te parezcas a ninguna o ninguno de los ocho primeros.

Unidad 5.1. Los estrellas

Una enfermedad muy común entre periodistas es el “ombligismo”. Se sienten el centro del mundo, se hinchan como pavos cuando tienen un micrófono delante, se creen estrellas. Estos vanidosos, estas engreídas, hablan más que la persona entrevistada. En realidad, la entrevista les importa poco y el entrevistado menos. Ellos y ellas quieren lucir su voz, llamar la atención, ponerse en primer plano, demostrar lo mucho que saben.

Escucha a un entrevistador estrella:

<http://www.radialistas.net/article/los-estrellas-1/>

ENTREVISTADOR Indudablemente, la crisis global que estamos atravesando entraña muchas causas, factores que podrían dividirse en sociales, políticos y culturales y que inciden, fundamentalmente, en los sectores C y D de la población. Ahora bien, tomando en cuenta los altos precios del crudo en el mercado internacional y sin descuidar las repercusiones sociopolíticas del reciente crack inmobiliario en la banca norteamericana... blá... blá... bla...

Sé breve en tus preguntas. Deja hablar a la persona que estás entrevistando. Ella es quien protagoniza la entrevista y no tú.

Cuando los “estrella” entrevistan a una persona sencilla, del pueblo, adoptan una actitud de superioridad insoportable. Un tonito paternalista. O maternalista. Creen que así se hacen más “populares”. En el fondo, desprecian a la gente, se sienten superiores.

La verdadera popularidad es sentirse de igual a igual. Ni más importante ni menos importante que nadie. Esa es la actitud democrática que necesitamos en las radios ciudadanas.

Pobres “estrellas”. Suelen acabar estrellados.

Unidad 5.2. Las nerviosas

Los nervios se pegan como las pulgas. Si la entrevistadora está intranquila, si al entrevistador le tiembla la voz, la persona entrevistada también perderá el piso.

Escucha a una entrevistadora nerviosa:

<http://www.radialistas.net/article/las-nerviosas-2/>

ENTREVISTADORA Dígame, señor... eh... qué... qué opinión le merece... eh... o no que le merece... sino... sino qué opina usted sobre... digamos... eh... sobre el alto costo de la vida que... eh... que está altísimo... Uff...

Controla los nervios. Respira bien. Respira profundamente para que el aire limpio llene tus pulmones. Recuerda que los nervios son como perritos que ladran pero no muerden. No les haga caso.

Quien entrevista debe crear un clima de confianza con la persona entrevistada. Antes de sacar la grabadora, antes de salir al aire, es bueno hablar de otras cosas que sirvan para romper el hielo, para soltar la lengua.

Escucha lo que le pasó a un colega muy nervioso:

<http://www.radialistas.net/article/las-nerviosas-2/>

ENTREVISTADOR Muy bien... entonces... vamos a comenzar esta entrevista con Ramera Cabrona, perdón, es decir, disculpe, con Ramona Cabrera... Discúlpeme, señora, no quise decir lo que dije cuando lo dije... Disculpen, amigos, es que uno se pone nervioso con estos cables... Entonces, señora Cabrona, digo, Cabrera...

Si cometes un error, no pierdas el control ni le des demasiada importancia. Esto solo servirá para que la audiencia se fije más en tu equivocación. Rectifica y no pierdas la naturalidad.

Unidad 5.3. Los sordos

Algunos entrevistadores, al terminar la entrevista, no saben lo que ha dicho la persona entrevistada. No la escucharon. Estaban pendientes únicamente de sus preguntas o de cómo sonaba su voz. Son tan sordos que, a veces, ni escuchan el nombre de la persona a quien entrevistan.

Escucha a un entrevistador sordo:

<http://www.radialistas.net/article/los-sordos-3/>

ENTREVISTADOR Su nombre, por favor...

MUJER Yo me llamo Juliana Cepeda.

ENTREVISTADOR Muy bien, muy bien. Y dígame, señora Martina, ¿cómo evalúa la situación de la escuela...

MUJER Juliana.

ENTREVISTADOR ¿Cómo? Ah, sí, Juliana, discúlpeme, señora Juliana Martínez. Entonces, ¿qué opina sobre...

MUJER Juliana Cepeda.

ENTREVISTADOR Claro, claro, señora... ¿cómo dijo que se llama?

Pon la máxima atención a las respuestas de la persona entrevistada. Escúchala. No andes pensando en la próxima pregunta que le vas a hacer.

Como ya dijimos, es bueno preparar un cuestionario y escribir las preguntas principales que no quieres olvidar. Pero ese cuestionario no hay que sacarlo durante la entrevista. Llévalo en tu memoria.

La primera señal para saber si una entrevista está bien hecha es ver si la persona entrevistada habla más que quien la entrevista. No seamos “sordos” ni tampoco “charlatanes”. Por algo tenemos dos orejas y una boca. Para escuchar el doble de lo que hablamos.

Unidad 5.4. Los cultos

Estos entrevistadores “cultos” (o mejor dicho, que se las dan de cultos) sólo buscan ser admirados por la audiencia. La persona entrevistada, verdadera protagonista de la entrevista, es para ellos un simple pretexto.

Estos sofisticados del micrófono, estas vanidosas de la palabra, olvidaron la primera y más importante sabiduría: no hablamos para demostrar que sabemos, sino para que nos entiendan.

Escucha a un entrevistador culto:

<http://www.radialistas.net/article/los-cultos-4/>

ENTREVISTADOR Y dígame, señor Pérez, ¿cuáles serían los requerimientos de los hombres del agro ante la oferta del gobierno?

ENTREVISTADO ¿Cómo dice?

ENTREVISTADOR Digo que, tomando en cuenta la promesa gubernamental, ¿qué expectativas razonables tendrían quienes, como usted, laboran la tierra?

ENTREVISTADO Disculpe, ¿me puede repetir la pregunta?

ENTREVISTADOR Quiero decir... ¿qué sinergia propugnan ustedes para optimizar los recursos que recibirán del sector público?

Haz preguntas claras y cortas. Así las entenderá el entrevistado, el público... ¡y tú también! Cuando estás entrevistando, no lo olvides, representas a tu audiencia, eres la boca de tus oyentes. Por tanto, debes hablar con palabras sencillas y populares que todo el mundo pueda entender.

Unidad 5.5. Los manipuladores

Algunos entrevistadores utilizan la entrevista para sus propios intereses, sean políticos, religiosos o económicos. Las preguntas que hacen son, en realidad, afirmaciones disfrazadas. Más que periodistas son manipuladores.

Escucha a un entrevistador manipulador:

<http://www.radialistas.net/article/los-manipuladores-5/>

ENTREVISTADA No, señor, aquí en la comunidad no tenemos alcantarillado...

ENTREVISTADOR Es decir, el gobierno no se preocupa por ustedes.

ENTREVISTADA Bueno, como le digo, no tenemos alcantarillas...

ENTREVISTADOR ... y una vez más las autoridades se ríen de las necesidades del pueblo, ¿no es cierto?

ENTREVISTADA Claro, porque...

ENTREVISTADOR Porque durante la campaña prometen pero luego no les cumple, ¿no es

cierto?

ENTREVISTADA Es que nosotros somos pobres y...

ENTREVISTADOR Muy bien, señora. ¿Tiene algo más que añadir?

ENTREVISTADA Sí, un saludo a mi comadre Hortensia.

Quien entrevista no debe dar su opinión durante la entrevista ni añadir comentarios personales a las respuestas de quien es entrevistado. Si te dicen una opinión que no compartes, te morderás la lengua y recordarás que representas a la audiencia, a toda la audiencia, y como tal no puedes abanderarte con un sector en particular o empujar a quien es entrevistado a tomar una determinada posición.

Unidad 5.6. Los metralleta

Algunos entrevistadores fusilan a la gente con sus preguntas. Más que entrevista, parece un interrogatorio policial.

Escucha a una entrevistadora metralleta:

<http://www.radialistas.net/article/los-metralletas-6/>

ENTREVISTADORA ¿A qué hora se produjo el asalto?

ENTREVISTADO Bueno, como le digo...

ENTREVISTADORA ¿Cómo pudieron entrar por estar puerta que todavía sigue cerrada, explíqueme eso?

ENTREVISTADO Lo que pasa es que...

ENTREVISTADORA Pero, ¿usted lo vio o no lo vio?

ENTREVISTADO Yo estaba aquí cuando llegaron...

ENTREVISTADORA ¿Sospecha que este hombre fue el asaltante, podría confirmarlo?

ENTREVISTADO Yo... yo no podría...

ENTREVISTADORA Responda: ¿sí o no?

Esta actitud agresiva responde a un tipo de periodismo sensacionalista. Las personas entrevistadas, especialmente la gente humilde, son simples pretextos para ganar puntos de rating.

Respetar a tus entrevistados. Ellas y ellos son los protagonistas del diálogo, no tú. Además, no olvides que el micrófono se parece a una pistola. Mucha gente se asusta al verlo. No hay que meterlo en la boca del entrevistado, no hay que apabullar con los equipos técnicos. Más bien, trata de crear un ambiente cómodo para que las personas entrevistadas puedan hablar con naturalidad. ¡Y olvida las metralletas porque el periodismo no es una guerra!

Unidad 5.7. Las enredadas

Nos topamos ahora con una clase de entrevistadores y entrevistadoras que no se preocupan

casi por nada. Entran corriendo a cabina y entonces se enteran a quién van a entrevistar. Si la entrevista es fuera de la emisora, se olvidan de la grabadora o su celular no tiene saldo. Ni recuerdan el lugar donde será la entrevista.

Los enredados y enredadas tampoco preparan el tema de la entrevista. Se confían en su gran experiencia, en su facilidad de palabra. Esta improvisación no anuncia nada bueno. Las entrevistas saldrán desordenadas, caóticas. La audiencia, naturalmente, se dará cuenta de la irresponsabilidad del periodista.

Escucha a un entrevistador enredado:

<http://www.radialistas.net/article/las-enredadas-9/>

ENTREVISTADOR ¿Qué opinión le merece el nuevo candidato González, piensa que tiene capacidad, o no digamos capacidad, sino posibilidades reales para reorganizar el ayuntamiento, todo esto en el caso de que ganara las elecciones, qué considera usted que él, de hecho, podría cambiar en esta municipalidad y, sin ir más lejos, aquí mismo, en este barrio que próximamente va a elegir a sus representantes, qué dice usted?

Preguntas enredadas reciben respuestas más enredadas aún. Y la audiencia se queda sin entender de qué se está hablando.

Antes de la entrevista, el primer deber es investigar sobre el tema que vas a tratar. No tienes que ser un especialista en el mismo, pero sí conocer los puntos álgidos, los aspectos de mayor actualidad sobre los cuales vas a preguntar.

Ordena con cierta lógica el cuestionario de tu entrevista. Para conseguirlo, te ayudarán los tres tipos de preguntas antes mencionados: preguntas de aclaración, de análisis y de acción.

Unidad 5.8 Los bobos

También conocidos como “periodistas pedestales” porque lo que mejor saben hacer es llegar a las ruedas de prensa, quedarse tiosos y mudos, y grabar las declaraciones que los demás colegas ya están grabando.

Cuando están haciendo una entrevista, piensan que su responsabilidad consiste en abrir el micrófono y dejar que el entrevistado hable hasta el cansancio... Estos abobados y abobadas permanecen pasivos, intervienen lo menos posible (por un falso respeto a la persona que entrevistan), no saben cortar, no preguntan, dejan baches... Se duermen con la grabadora. Y hacen dormir a la audiencia.

Los entrevistadores y entrevistadoras bobas se la pasan anunciando lo que van a hacer y perdiendo tiempo:

Escucha a entrevistadores bobos:

<http://www.radialistas.net/article/los-bobos-8/>

ENTREVISTADORA Ahora quisiera hacerle una primera pregunta...

(No anuncies que vas a hacer una pregunta... ¡hazla!)

ENTREVISTADOR Me gustaría que me aclarara por qué piensa usted lo que piensa...

(¿Te gustaría?... ¡Pues pídele aclaración!)

ENTREVISTADORA El tiempo se nos está terminando. Así que me veo en la obligación de preguntarle...

(¿Se te acabó el tiempo?... ¡Termina y vete!)

Esta clase de entrevistadores suelen adoptar un tono ceremonioso, casi una media voz, como si estuvieran delante de un enfermo en el hospital. Naturalmente, contagian ese tono sombrío al entrevistado.

Emplea un tono alto, entusiasta. Respira bien antes de arrancar tu entrevista. La comida es más sabrosa con un poco de picante. Las entrevistas también.

Práctica 12: ¿A cuál te pareces?

Ponte una mano al pecho. ¿A cuál de estos entrevistadores o entrevistadoras te pareces?

¡Lo malo no es parecerse, sino no rectificarse!

Unidad 5.9. Profesionales

Hemos repasado ocho tipos de entrevistadores y entrevistadoras que tienen todavía mucho que aprender en esta profesión. Hemos visto a los estrellas, las nerviosas, los sordos, las cultas, los manipuladores, los metralleta, las enredadas, los bobos... Es hora de preguntarnos quiénes son los verdaderos profesionales de las entrevistas.

Seguramente, ustedes estarán esperando escuchar ahora una entrevista modelo. Una entrevista profesional. La super-entrevista.

Pues no la van a escuchar. Sería peligroso proponer un "modelo" del perfecto entrevistador, de la entrevistadora excelente, de la entrevista impecable. Primero, porque esa perfección no existe. Y segundo, porque el mejor modelo para ti eres tú mismo. Imítate a ti misma. Cada quien debe encontrar su estilo, su identidad radiofónica.

Practica, practica, practica. Y evalúa lo practicado. Glosando al poeta, se hace camino al andar y se hacen buenas entrevistas entrevistando.

Una última palabra. Dijimos que entrevistar es dialogar, intercambiar palabras, dar y recibir ideas, interesarse en la opinión del otro. Buen entrevistador resulta sinónimo de buen

comunicador, aquel y aquella que saben hablar bien y escuchar mejor.

Y de eso se trata. De escuchar a la gente, de facilitar el ejercicio universal de la libertad de expresión, de contribuir a que el pueblo recupere la palabra pública que le fue robada hace mucho tiempo. Haciendo buenas entrevistas, devolviendo esa palabra, estaremos construyendo ciudadanía. Y esa es la misión de una radio con responsabilidad social.

Una producción de:



Licencia Creative Commons Reconocimiento-Compartir bajo misma licencia 3.0

