

EL NUEVO CONCEPTO DE ENTREVISTA PERIODÍSTICA: LA ENTREVISTA PARTICIPATIVA

Felipe Pulido Esteban

Universidad Complutense de Madrid

María Luisa Sánchez Calero

Universidad Complutense de Madrid

Resumen

Los géneros periodísticos evolucionan impulsados por las nuevas tecnologías en la era de la información. No ajena a esta afirmación, la entrevista desarrolla nuevos formatos y tipologías en el ciberespacio. Son muchas las formas innovadoras que se abren paso en la red. Sin embargo esta adaptación, aun con falta de madurez, ha hecho que los medios de comunicación guarden cierta imprecisión conceptual sobre cómo denominar a estos espacios. Tampoco los autores y estudiosos del tema guardan unanimidad sobre cómo designar a los nuevos modelos del formato pregunta- respuesta que se desarrollan en la red.

En cualquier caso, en lo que sí coinciden es en el papel más activo que la audiencia tiene en los nuevos modelos. La participación del público es el elemento común que impera en todos ellos. Por ello, desde esta línea de investigación se propone el concepto de Entrevista Participativa, que agrupa a aquellos formatos en los que la audiencia participa como un elemento más dentro del proceso de realización de la entrevista.

El profesional no permanece indiferente ante la participación del público. En ese escenario, el periodista deberá asumir el papel de gatekeeper (o webmaster) para seleccionar y dar cohesión y estilo a los textos.

El concepto de Entrevista Participativa no tendría una vinculación directa al medio, sino a esa participación de la audiencia y estaría abierta a todos los formatos en los que el público participa, más allá de Internet y de los medios digitales.

Con este objetivo de análisis se ha marcado este estudio, cuya muestra han sido los nuevos espacios de entrevistas que parecen en la red, mediante una selección de once medios de comunicación, y con los resultados que se muestran en este artículo.

Palabras clave: Entrevista Participativa, encuentros digitales, géneros periodísticos, audiencia, ciberentrevista, gatekeeper.

1. Introducción

La entrevista periodística ocupa un espacio importante en los medios de comunicación españoles. Su esplendor ha sido tal que se ha consagrado como texto periodístico y es un género que, bien planteado, despierta gran interés entre la audiencia.

Las posturas que tendían a clasificar a la entrevista periodística como una modalidad más dentro del reportaje tienden a mitigarse por el auge y la fuerza que ha ganado este género en las últimas décadas.

La tendencia a considerarla como una modalidad más del reportaje proviene de Carl N. Warren (1934) y ha sido adoptada por otros autores como Dovifat, Martínez Albertos, Martín Vivaldi, o Gaillard, entre otros. Sin embargo, el propio introductor de la *Teoría de los Géneros Periodísticos* en España, José Luís Martínez Albertos, reconoce actualmente que “podría considerarse un género independiente, dada la relevancia que ha ganado y su peso en suplementos y páginas especiales de periódicos y revistas²”.

Con todo ello, la entrevista, entendida como género periodístico, y no como técnica de obtención de citas para elaborar otro texto, ha evolucionado y se ha desarrollado de forma independiente al reportaje. Prueba de ello es el gran número de entrevistas que recogen los medios y que se identifican por sí mismas como un género propio que brilla por sí mismo.

Al igual que el resto de géneros periodísticos, en los últimos años, la entrevista no ha permanecido inmóvil ante el desarrollo de las nuevas tecnologías y los formatos innovadores que ofrece Internet y el ciberespacio.

Los medios de comunicación, en un proceso por adaptarse a las oportunidades de la red, han creado diferentes formatos de entrevista innovadores. *Ciberentrevista*, *Encuentros* y *Entrevistas Digitales* o *Videoencuentros*; entre muchos otros; son las

² Esta afirmación se ha recogido de una entrevista realizada con el Catedrático Emérito del Departamento de Periodismo I de la Universidad Complutense de Madrid José Luís Martínez Albertos e introductor de *La Teoría de los Géneros Periodísticos* en España.

diferentes denominaciones que eligen los medios para designar a estos nuevos espacios que guardan un elemento común: la participación de la audiencia.

No obstante, cita la profesora de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid Concepción Edo en su libro *Periodismo Informativo e Interpretativo*³ que el lenguaje de los cibermedios es el gran reto para el siglo XXI. El periodismo digital está en plena construcción y necesita de madurez para asimilar los cambios tan vertiginosos sufridos en poco tiempo.

La entrevista, no ajena a esta afirmación, trata de encontrar su adaptación en el ciberespacio. Tanto es así que los medios se debaten aún entre denominar o no a estos nuevos espacios como entrevistas y optan por diferentes formas a la hora de nombrarlos. Con este planteamiento inicial cabe analizar cuál es la consideración que dan los propios medios a estos espacios en los que el público tiene la posibilidad de plantear sus propias preguntas y si los sitúan o no dentro del género de la entrevista.

En cualquier caso, el público gana peso en su interacción con el medio a costa de la ruptura del esquema tradicional de la entrevista periodística (formado por uno o varios entrevistadores y uno o varios entrevistados).

De esta forma, el papel del profesional de la información se ve alterado por una participación de la audiencia mucho más activa y que asume parte de sus funciones. La propia audiencia tiene la posibilidad de plantear preguntas al entrevistado de una manera mucho más directa y, en algunas ocasiones, puede hacerlo en el momento en que la entrevista se está desarrollando.

Es el objetivo de este análisis el de avanzar en el estudio de los nuevos formatos y tipologías de entrevistas y cómo ha sido la adaptación de este género a las nuevas tecnologías y a la participación de la audiencia. Para ello se recoge un estudio en once medios de comunicación y de los diferentes espacios que estos dedican a los nuevos formatos de entrevista.

Desde esta línea de investigación, se propone un nuevo concepto, el de *Entrevista Participativa*, que aglutine los diferentes formatos de entrevista que se dan en los

³ Página 104 y ss. del libro citado en la bibliografía -Ver bibliografía-.

medios digitales y la participación de la audiencia como un elemento más dentro del esquema tradicional de la entrevista.

2. Marco Teórico

Algunos autores y estudiosos de la entrevista periodística, como el profesor Juan Cantavella, autor de numerosos libros sobre este género, señalan la falta de profundización con que se ha estudiado este tema. De este modo declara que la entrevista “ha sido estudiada con escaso ahínco”⁴.

En las clasificaciones que realizan los estudiosos, comienza a hacerse referencia ya a los nuevos formatos que este género adopta en los medios de comunicación digitales.

Begoña Echevarría⁵, incluye, entre su tipología de entrevistas, a los *Encuentros Digitales*, aunque en su caso no se enmarca como un tipo de entrevista periodística como tal y lo denomina como “una variante”.

La profesora de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, Concepción Edo⁶, señala en su libro *Periodismo Informativo e Interpretativo* que en Internet el emisor pierde su identidad histórica porque cualquiera puede convertirse en emisor. A la vez señala que los receptores, las audiencias, adquieren un nuevo protagonismo porque pueden intervenir en las distintas fases del proceso.

De esta forma, Edo prosigue y distingue la entrevista, con el modelo clásico de pregunta-respuesta; el foro o debate, con importancia decisiva del moderador; el chat, para poner en contacto a diferentes personas para tratar un tema determinado; y la encuesta, en la que se pregunta a la audiencia sobre una cuestión de actualidad.

María Alcalá-Santaella⁷, de la Universidad San Pablo CEU, remarca que junto a la entrevista que el periodista realiza y vuelca posteriormente en el entorno digital, ha

⁴ *Historia de la Entrevista en la Prensa* (pág 12)

⁵ Así lo mantiene en su libro *La entrevista periodística. Voz Impresa*. Pág. 52 y ss.

⁶ Edo en su libro *Periodismo Informativo e Interpretativo* sigue las propuestas desarrolladas en M. López, 2003 y en Armentia, J.I., Caminos, J.M., Elxegaray, J, Marín, F. y Merchán, I., 2000. También J.M. Casasús en distintas intervenciones orales.

⁷ *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. (Pág. 109-110)

surgido un nuevo tipo en el que el lector ocupa el papel del periodista y formula preguntas al entrevistado. Prosigue, además, diciendo que el hecho de ser el género periodístico que más se acerca a la oralidad hace que los medios de comunicación hayan adaptado la entrevista a una nueva fórmula en la que aprovechar la interactividad para formular preguntas a los entrevistados resulta irresistible.

Para Santaella no es nada nuevo. Cree que este formato en el que la audiencia participa y realiza sus propias preguntas ya existía con anterioridad y cita como ejemplo el programa “Directo, directo” (1981), de RNE, en el que la audiencia interrogaba al invitado.

3. Método

Las conclusiones que aquí se exponen son el resultado de una metodología de análisis mixta, con un estudio de campo y documental. Para ello se han analizado un total de once medios de comunicación.

La muestra de los medios seleccionados se ha realizado teniendo en cuenta los baremos de audiencia y difusión, la diversidad ideológica, la tipología del medio, el nivel de especialización, y, además, se ha prestado atención a las singularidades específicas de los medios a la hora de utilizar los nuevos formatos de conversación periodística.

De este modo se han seleccionado cuatro de los diarios escritos de mayor tirada nacional (El País, El Mundo, ABC y La Razón); las páginas Web de las principales cadenas de televisión (TVE, Telecinco y Antena 3); diarios especializados (Marca, As y Expansión); y, por su singularidad en el tratamiento de los nuevos modelos de entrevista, se ha incluido en la línea de estudio a El Confidencial.

Como paso previo al estudio de campo, se ha llevado a cabo una contextualización del tema a través del correspondiente análisis teórico para, de esta forma, situar el estado de la cuestión. Cabe destacar que, para ello, se han tenido en cuenta las diferentes líneas de investigaciones enfrentadas y se ha puesto especial interés en los estudios que tratan los nuevos modelos de entrevista.

Una vez delimitado el marco teórico, se ha llevado a cabo el correspondiente estudio de campo de los modelos de entrevista en los diferentes medios.

Para ello, y además de analizar aspectos genéricos del medio y de su estructura, se han tomado como referencia los meses de abril y mayo de 2015, coincidiendo con las Elecciones Autonómicas y Municipales. Al aportar este hecho noticioso a la muestra es posible realizar un estudio mucho más exhaustivo de la reacción de los medios y de estos espacios ante este fenómeno mediático.

De esta forma, estamos ante un análisis descriptivo del fenómeno, pero con un marcado tinte relacional, que sitúa las diferencias entre unos medios y otros, así como entre las diferentes aportaciones teóricas y el resultado obtenido.

En ese sentido se ha desarrollado un análisis cuantitativo, a través de instrumentos de recolección de datos, que ha llevado a obtener porcentajes destacados en la investigación.

No obstante, con el objetivo de desarrollar una investigación mucho más exhaustiva, se decidió fortalecer los datos obtenidos por el método cuantitativo con entrevistas personales. De este modo ha sido posible conseguir unas conclusiones mucho más precisas del ya citado objeto de estudio.

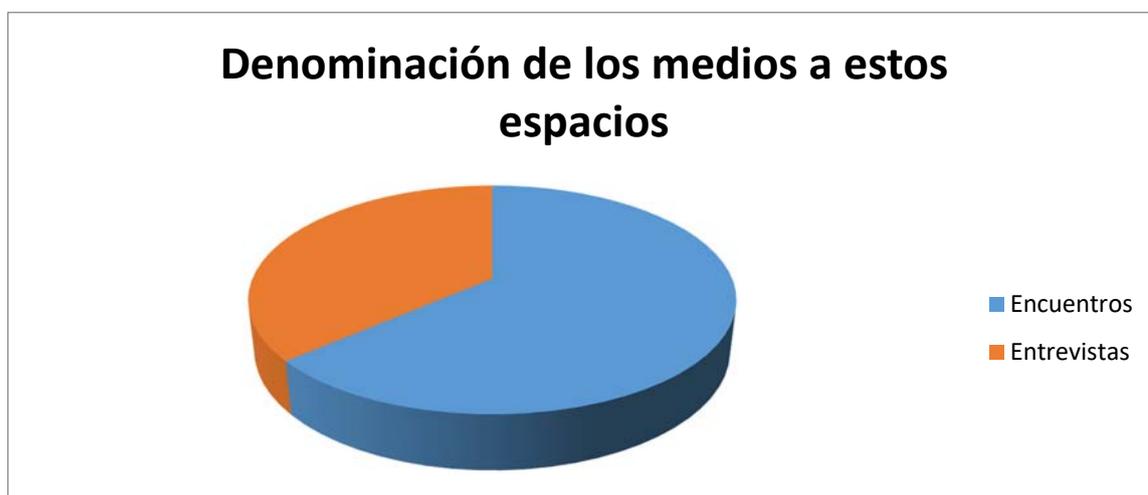
4. Resultados

Todos los medios de comunicación analizados recogen nuevos formatos de entrevista. Las tipologías son diversas y van desde los videoencuentros hasta los encuentros o entrevistas digitales por escrito. Algunos medios incluso realizan entrevistas en las redes sociales, como por ejemplo en twitter (Fuera de la muestra seleccionada). Aunque la forma de nombrar a estos espacios es diferente, guardan en común la participación de la audiencia como un elemento más de la conversación. No obstante, el formato más extendido y asentado que utilizan los once medios analizados, en mayor o menor medida, son los encuentros y las entrevistas digitales. Por tanto es necesario destacar algunos puntos de la utilización que hacen los medios de estos espacios.

4.1. Denominación de los espacios: Cabe plantearse si los medios consideran o no a estos espacios como un modelo de entrevista o lo sitúan, de otro modo, como un foro de debate y opinión con la audiencia. De los once medios analizados, siete deciden denominarlo con la terminología *encuentro*, mientras que el resto, es decir, cuatro, lo califican como

entrevista. En este sentido, el 63,64% de los medios analizados prefieren denominarlo encuentro, mientras que tan sólo el 36,36% emplean el término entrevista para designar a estos espacios.

Medio de Comunicación digital	Denominación de estos espacios
RTVE	Encuentros Digitales
Antena 3	Encuentros Digitales/ Videoencuentros ⁸
Telecinco	Entrevistas Digitales
El País	Entrevistas Digitales
El Mundo	Encuentros Digitales
ABC	Entrevista Digital/Chat
La Razón	Encuentro Digital
El AS	Entrevistas Digitales
Marca	Encuentros/Charlas
Expansión	Encuentros
ElConfidencial.com	Encuentros



⁸ En el caso de Antena 3 priman los videoencuentros y es este formato el que tiene mayor cabida en el medio.

Los datos revelan que la mayor parte de los medios de comunicación prefieren denominar a estos espacios como encuentros digitales, y en menor medida utilizan la palabra entrevista para designarlos.

Sin embargo, el estudio cuantitativo requiere de la opinión de los responsables de los diferentes medios, para apreciar el porqué de la elección de esa terminología a la hora de designar a estos espacios.

El País utiliza la terminología de Entrevistas Digitales para referirse a ello. El encargado de esta sección en el medio, Álvaro Romero, corrobora que se considera entrevista, ya que la conversación cuenta con un formato clásico de pregunta-respuesta.

Los responsables de la sección de Encuentros Digitales en Antena 3, Emilio Sánchez y Javier Bravo, señalan que el periodista hace de filtro, por lo que, desde su opinión, sí responde al modelo de entrevista periodística. Añade además que “hay preguntas del propio periodista” durante la conversación.

Paloma Santamaría Fernández es la responsable de ABC para el espacio Entrevista Digital o Chat. Es curioso este caso, puesto que une el concepto de entrevista al de chat, algo que aparentemente podría tener sentidos distintos. Mientras el primero vendría a ser un concepto vinculado al ámbito periodístico, el de chat no estaría tan relacionado con el ámbito profesional y podría ir más vinculado a una conversación sobre un tema, y no tanto con fines periodísticos. Entendemos que este concepto tendría una mayor vinculación con una ausencia del profesional y su falta de intermediación en el encuentro.

La Real Academia de la Lengua Española define chat como el intercambio de mensajes electrónicos a través de internet que permite establecer una conversación entre dos o varias personas.

En esta definición no se hace referencia al papel de intermediario del periodista en ese proceso, mientras que el concepto de entrevista va ligado estrechamente al periodismo.

Para aclarar la calificación que el medio hace de estos espacios, acudimos a la responsable de la sección en ABC, Paloma Santamaría.

En su opinión, un chat o charla digital es una comunicación en tiempo real entre varios usuarios por lo que encuentro sería un término aceptable, según explica, aunque en el caso de ABC, al tratarse de un periódico, estos encuentros se convierten en entrevistas que perduran en el tiempo.

En este sentido, se refleja que la terminología de entrevista trata de dar sentido periodístico a estos espacios por el hecho de aparecer en un periódico.

Por su parte, La Razón lo denomina como “Encuentros Digitales”. En palabras de Ángel Luís de Santos, responsable de la sección en el medio, esta denominación se debe a intentar buscar un término un poco más formal, ya que desde su punto de vista, “el concepto charla parece un poco informal”. Desde este medio no entienden que esto sea un tipo de entrevista, aunque pueda tener un formato de pregunta respuesta.

Con todo ello, es posible apreciar discrepancias en torno a si en estos modelos hay o no una tipología de entrevista o, por el contrario, se trata meramente de encuentros digitales que favorecen la interacción, pero que no pueden ser incluidos dentro de las tipologías de la entrevista periodística.

Las diferencias entre medios son muy notorias. El número de entrevistas o encuentros que realizan varía en función de un medio u otro. También en la regularidad en la que se desarrollan estos espacios. Esto conlleva a plantearse cuál ha sido el desarrollo de estos formatos y por qué en unos medios de comunicación se ha asentado más rápido que en otros.

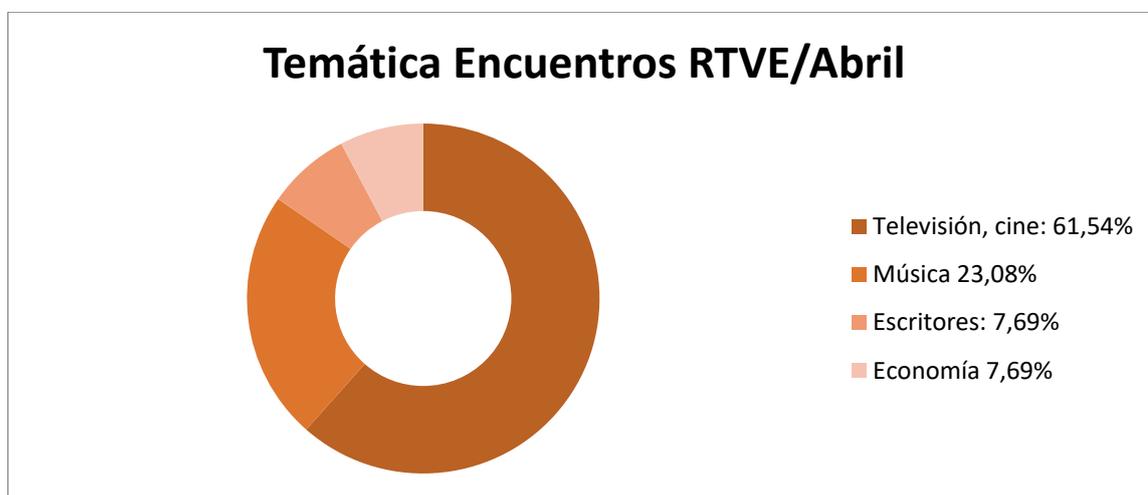
4.2. La temática: La temática es un factor que varía entre todos ellos. Si tomamos como base los meses de abril y mayo de 2015, coincidiendo con el fenómeno de la precampaña y campaña de las Elecciones Autonómicas y Municipales, se puede apreciar que los medios reaccionan de manera diferente ante el mismo hecho noticioso. Para este análisis hemos tomado como base la Radio Televisión Pública y los dos diarios de mayor tirada nacional: El País y El Mundo. Se ha hecho necesario acotar la muestra para este análisis atendiendo a la regularidad con que se emiten los encuentros en los diferentes medios.

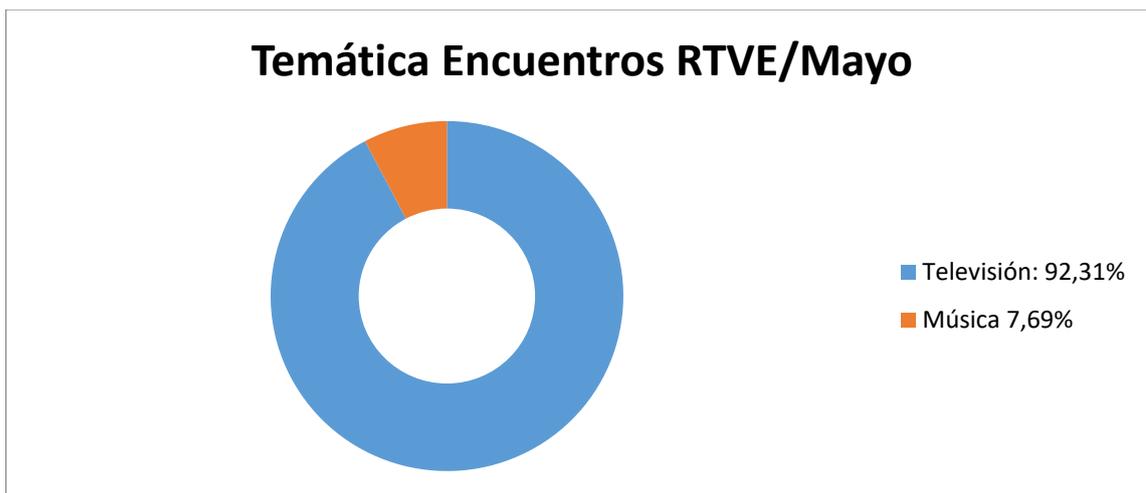
Por ejemplo, de los trece encuentros emitidos por RTVE a lo largo del mes de abril, en su página web, el 61,54% de ellos, es decir ocho, estarían

relacionados directamente con el mundo de la televisión o el cine, especialmente el primero de ellos. En esta franja entrarían las entrevistas realizadas a protagonistas de series, actores, presentadores...

Siguiendo esta línea es posible apreciar una relación muy directa entre los encuentros digitales y los programas emitidos por la propia cadena. Destaca, por ejemplo, el caso del programa MasterChef, que emite esta casa. Tres de los encuentros realizados en este mes guardan una relación directa con protagonistas del programa televisivo, lo que en porcentaje sería el 23,08% de todos los espacios emitidos a lo largo del mes de abril en RTVE.

La tendencia a emitir encuentros con protagonistas relacionados con el mundo de la televisión es algo que se da también en el mes de mayo, según corrobora el estudio realizado. Incluso en este mes el porcentaje es mayor que en el anterior y llega hasta el 92,31%. Todos los espacios de esta franja a excepción de uno (7,69%) estarían dentro del ámbito de la televisión y el cine. Una vez más destacan los protagonistas de la propia casa y resalta el caso de MasterChef, que en este mes ocupa el 30,77% (cuatro encuentros) de todos los encuentros realizados en el mes de mayo.





En el caso de RTVE, los Encuentros Digitales no se ven afectados por la actualidad informativa, y en este caso por un fenómeno de gran calado como son las Elecciones Municipales y Autonómicas.

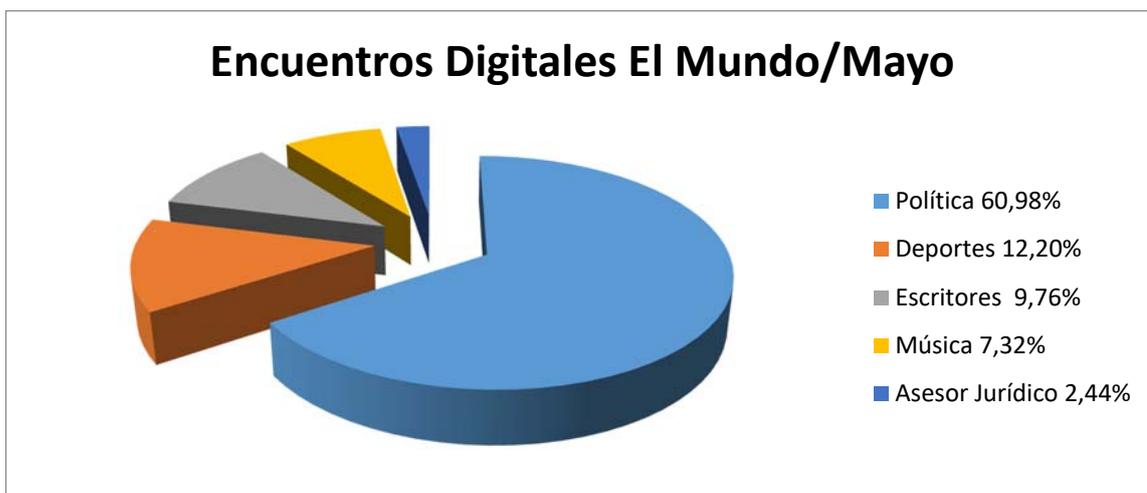
No ocurre lo mismo en los digitales de El País y El Mundo. En el caso del segundo de ellos, se puede apreciar que en el mes de abril, previo a las Elecciones Municipales y Autonómicas, se realizaron 31 entrevistas, de las que ocho se corresponden con temas políticos. En este medio los temas relacionados con las Elecciones ocupan el 25,81% de todos los encuentros realizados en ese mes.

En cualquier caso, aquellos temas relacionados con la televisión, el cine o el teatro ocupan el 19,35% del espacio de los encuentros de abril. Exactamente el mismo porcentaje que aquellos de la categoría de escritores, novelistas... Ambos tienen seis entrevistas cada uno.

Esto demuestra que la presencia de estos temas tiene una relación directa con el medio en que se emite y el interés del público que tiene mayor acceso a la red, principalmente joven.

En el caso del mes de mayo, los encuentros con una temática política aumentan de manera significativa en el digital de El Mundo. De los 41 realizados en este mes, un total de 25 están relacionados con las Elecciones y la actualidad política que marca el acontecimiento electoral. En porcentaje ocupan el 60,98% los encuentros con políticos de unos u otros partidos y se da cierta pluralidad con protagonistas de diferentes tendencias políticas.

De este modo se observa una relación directa de estos espacios con el fenómeno de las Elecciones Autonómicas y Municipales. Así, si en el mes de abril los temas políticos ocupan un 25,81% del total, en el mes de mayo ese porcentaje llega hasta el 60,98%.



También El País sigue la tendencia en el medio a publicar entrevistas con marcado tinte electoral durante estos meses. No obstante, la precampaña en el caso de El País tiene menor importancia durante el mes de abril de la que tenía en El Mundo.

Durante abril El País recogió un total de doce encuentros, de los que la mayor parte de ellos se enmarcan dentro del ámbito de la televisión, el cine o el teatro, con un 58,33%. Los escritores novelistas o autores de libros, por su parte, ocupan en este mes el 16,66%, con dos encuentros. La temática

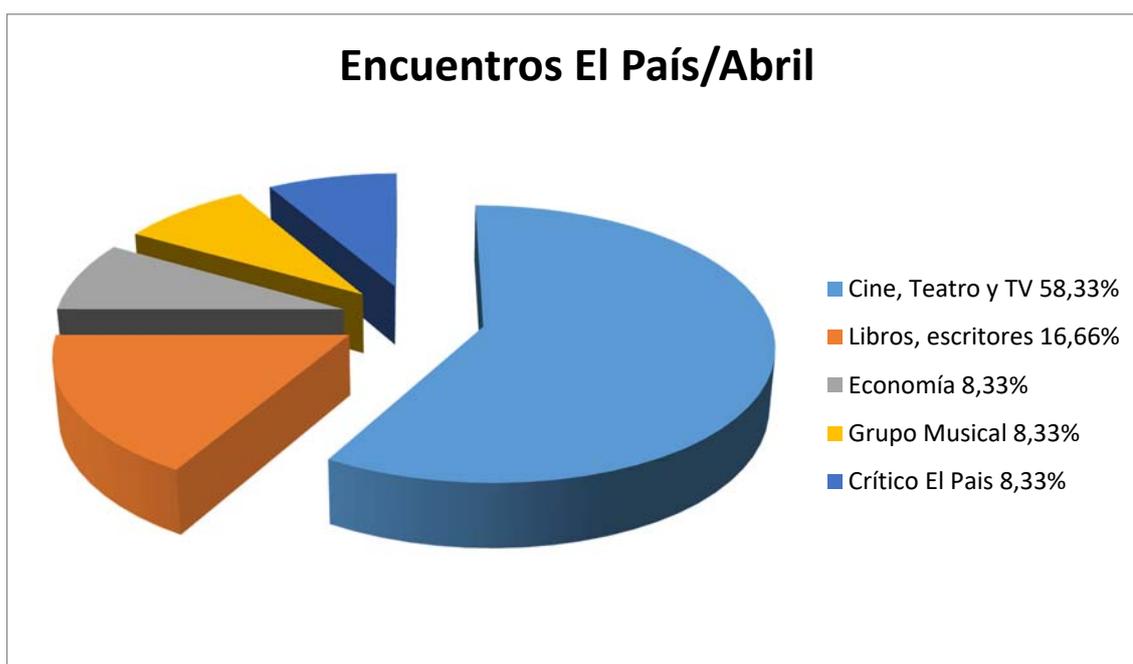
de economía se sitúa por debajo con un único encuentro y el 8,33% del total. Mismo porcentaje que los grupos musicales. También se da un único encuentro con el crítico de El País Carlos Boyero.

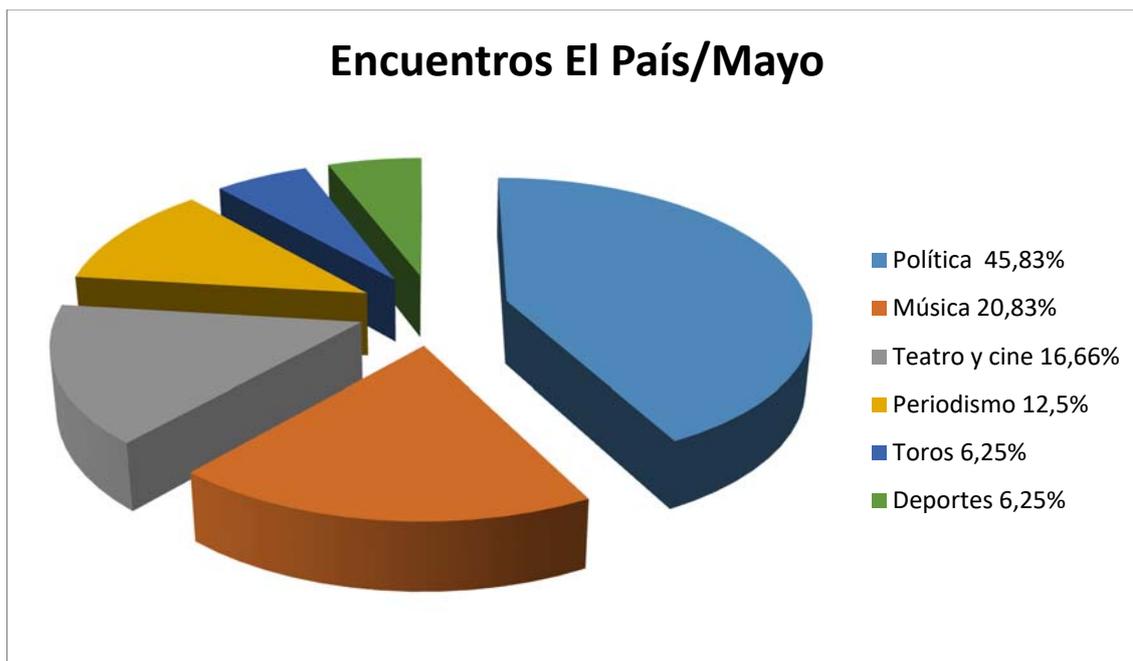
Sin embargo, en el mes de mayo la actualidad política se impone como tema destacado y llega hasta el 45,83% del total. De los 24 encuentros realizados en mayo, once estarían relacionados directamente con los protagonistas de la actualidad política.

Aquellos de temática musical en este mes de mayo crecen en importancia y llegan hasta el 20,83%, con hasta cinco encuentros en este período. Le sigue la televisión, el cine y el teatro con un 16,66% y cuatro encuentros. También aquellos relacionados con el periodismo y los profesionales de la comunicación llegan hasta el 12,5% con dos encuentros durante este mes. El deporte en este caso se reduce a un único encuentro y un 6,25% del total de los encuentros realizados en mayo.

Por su parte, cabe destacar que en este mes de mayo se da un encuentro con temática taurina y que ocupa un 6,25% en porcentaje de los 24 espacios que se dan en este mes.

Si los contenidos televisivos dominan el contenido mayoritario del mes de abril, en mayo se ven relegados en importancia para dar paso a la actualidad política, al ser el tema más tratado en este período en los Encuentros Digitales de El País.





El encargado de El País de la sección de Entrevistas Digitales, Álvaro Romero, aclara que la selección de personajes para los encuentros se basa en dos tipos de entrevistas: Por un lado las entrevistas fijas a los propios periodistas o colaboradores del medio, que se establecen de forma regular, y por otro las entrevistas que surgen por la actualidad informativa del momento.

A la hora de elegir el entrevistado en este medio, según apunta Romero, es el encargado de cada sección el que propone los temas de la entrevista digital. Se trataría de esta forma de una sección que se nutre del resto. “Es el redactor-jefe de cada sección el que decide si se hace o no la entrevista”, asevera, a la vez que señala que su labor sería la de coordinarlo todo. Desde El País reconocen que “no hay ninguna restricción, pero que si es verdad que a las cosas de la casa les das un mayor apoyo”.

En este sentido, se puede apreciar que existen grandes diferencias entre los medios de comunicación a la hora de seleccionar a los personajes de sus encuentros y entrevistas digitales. En común entre ellos, es posible destacar la importancia de los temas televisivos o musicales. Esto estaría relacionado con el público, principalmente juvenil, que predomina en la red. También cabe destacar la frecuencia con que los diferentes medios actualizan estos espacios, y donde se observa gran diferencia entre unos y otros.

4.3. **El Estilo:** Al hablar de estilo nos referimos al carácter propio que debe tener un texto. En el caso de la entrevista periodística, se enmarca dentro de unas pautas comunes que la definen dentro de los propios géneros periodísticos.

El estilo en los encuentros y entrevistas digitales que estamos tratando no es unitario y en algunos casos presenta incorrecciones. Las preguntas introducidas por los usuarios pasan por todos los niveles; desde el más formal, hasta el coloquial e incluso, en algunos casos, con carencias gramaticales y ortográficas. También es posible distinguir la utilización de varios idiomas en un mismo encuentro o entrevista y el uso de elementos icónicos en la conversación.

Ainhowa 14:03

56. ¿Por que soys tan perfectos? Os quiero mucho @AinhoaMaibche

ohhh!! gracias!! tenemos nuestros defectos... jejeje

18:29

Buen día Carlos, desde Buenos Aires te mando un abrazo y consultarte si piensas volver por estas tierras y presentar tus libros..

Cuanto antes! Pronto se publica allá mi novela "Muerto el Perro", en Ed Revólver; y se consigue todavía El huevo izquierdo del talento...

Idiolo ?

Cortázar, Bukowski, Benedetti... Demasiados!

Cómo conociste a Escandar Algeet y cómo es vuestra relación?

Nos conocimos en un bar, ¿Dónde iba a ser? El Bukowski club. Relación: mi hermano, de los hermanos que eliges.

Carlos qué opina usted del drama de las vallas fronterizas en ciudades como Ceuta y Melilla en las que usted trabajó como director del Faro.

Creo que Europa debería tener memoria y conciencia, y recordar cuando se emigraba a América huyendo del hambre o la muerte. Ahora ha cambiado el sentido de la huida, pero los motivos son los mismos

Nueve de los once medios analizados guardan una falta de edición de las conversaciones entre la audiencia y el lector en sus entrevistas y encuentros

digitales. La ausencia del papel del periodista hace que el lenguaje de esas entradas sea de carácter informal y con incorrecciones.

En el caso de los Encuentros Digitales de La Razón tienen un formato algo distinto y ello hace que guarde un estilo diferente al del resto de medios. En este caso, la intermediación del público con el entrevistado es menor y la labor del periodista es más notable. Aunque la audiencia pierde cercanía con la persona a la que se está entrevistando, el resultado guarda mayor corrección por norma general.

El Encuentro Digital se publica en este medio junto al vídeo de la propia entrevista. En este caso no responde el invitado directamente las preguntas al público, sino que hay una moderadora que le traslada las cuestiones que han llegado hasta el medio. Es una especie de video-encuentro. Sin embargo, a la hora de publicar la transcripción pasa por los propios profesionales del medio que son los encargados de editarlo y crear la propia estructura de la entrevista. No obstante en la transcripción se sintetizan las principales preguntas de la entrevista y se agrupan varias cuestiones en una. Esto provoca una falta de cohesión de la entrevista al mezclar las respuestas para sintetizar el encuentro.

También en El Confidencial es posible distinguir una mayor unidad de estilo en cuanto a las preguntas de los participantes. Así, hay entrevistas que guardan el usted y la cordialidad, mientras que otras utilizan el tuteo como forma de dirigirse al entrevistado. La formulación de las preguntas guardan mayor corrección gramatical y ello hace llegar a la conclusión de que los encuentros pasan por la corrección de un profesional antes de ser emitidos. No obstante, en determinadas ocasiones, guardan incorrecciones como la utilización de interrogantes solamente en el cierre de la pregunta u otros errores gramaticales.

También cuentan con el añadido de que incluyen junto a la pregunta la profesión de la persona que la ha planteado, lo que hace posible que el entrevistado se haga una referencia de quién es la persona que hay detrás y enfocar así la respuesta. Esto hace que la contestación no sea tanto a ciegas, sino que pueda conocer algo más sobre el público.

4.4. El papel del profesional: La participación de la audiencia en la entrevista o los encuentros hace que el profesional tenga que poner especial relevancia en evitar que los comentarios despectivos derriben el valor del encuentro realizado. De esta forma, señala la responsable de ABC que “aunque el público es cada día más respetuoso, siempre hay quien insulta o agrede”. Si la audiencia participa y colabora con estos encuentros y enriquece con sus preguntas la perspectiva que pueda tener el periodista, también se corre el riesgo de que esta traslade preguntas fuera de lugar o con comentarios despectivos. Este es el problema que ocasiona el abrir los formatos a la participación.

Dicen desde ABC con respecto a estas preguntas que lanza la audiencia y que contienen agresiones verbales contra el entrevistado que “no suelen borrarse por si el entrevistado quiere verlas pero no están visibles para el resto de los usuarios”. A ello añaden que “también se hace una selección, por parte de los encargados de moderar los chats, para que las preguntas no se repitan”.

No obstante, y según corrobora el análisis realizado, la mayor parte de los encuentros y entrevistas, no cuenta con una participación activa del profesional a la hora de dar corrección y forma a estos textos. La mayor parte de ellos presenta faltas de coherencia, cohesión y corrección en el estilo.

En ese sentido, estos espacios necesitarían ganar en madurez para consagrarse como modelos de entrevista periodística y contar con una participación mucho más activa por parte de los profesionales.

Bien es verdad que las diferencias son notables entre unos espacios u otros. En el caso de los Vioencuentros de Antena Tres, hay un periodista que modera esa conversación y que, según reconocen los responsables de la sección, tienen la posibilidad de participar y ordenar las cuestiones del público.

En cualquier caso, el profesional deberá garantizar mucho más su papel de intermediario entre el entrevistado y la audiencia.

4.5. Cambia el esquema de la entrevista: El esquema tradicional de la entrevista periodística se ve alterado por el papel de la audiencia. Si la

entrevista en su formato tradicional estaba formado por *Entrevistador-Entrevistado- Audiencia*, con la participación más activa del público pasaría a ser, *Audiencia- Gatekeeper (o Webmaster)- Entrevistado- Audiencia*. Este fenómeno es algo común a todos los once medios analizados, aunque los diferentes elementos tengan mayor o menor presencia en cada uno de ellos.

4.5.1. El papel de la audiencia: Tras el análisis realizado, se puede extraer el resultado de que la audiencia es un elemento activo del esquema de la entrevista y asume, en cierto modo, parte de protagonismo en la conversación.

4.5.1.1. El protagonismo: En la entrevista periodística, el protagonista de esa conversación es el entrevistado. Así lo señala Juan Cantavella: “A la hora de poner por escrito las palabras del entrevistado tiene que aparecer meridianamente claro que el personaje importante es éste, que el periodista no es sino el instrumento a través del cual se manifiesta su manifiesto o sus actitudes”. También resalta la importancia del entrevistado sobre el profesional que realiza una entrevista María Luisa Sánchez Calero⁹, cuando hace referencia al profesional como la persona que dirige ese encuentro pero dejando el protagonismo en manos del entrevistado. Con todo ello, en los encuentros digitales o ciberentrevistas el papel del profesional debe ser el de mero conductor del encuentro sumado a la labor de gatekeeper (o Webmaster) que debe desempeñar en este nuevo concepto. No obstante, aquí entra en juego el papel de la audiencia en este concepto de Entrevista Participativa. Muchos de los medios analizados incluyen el nombre, o una especie de pseudónimo, en las preguntas que se publican en el medio y que se le trasladan al entrevistado. Esto hace que, en cierto modo, el papel protagonista se vea repartido con la audiencia. También apreciábamos otros

⁹ *Manual de la Entrevista Periodística*. Pág 140 y ss.

¹⁰En *Género y Discurso Periodístico*. Capítulo VII. *Entre "tu y yo", el diálogo de la conversación pública*.

medios en los que se veían reflejados otros datos personales como la profesión. Con ello, podemos entender que la audiencia guarda un protagonismo en esa conversación.

4.6. El concepto de entrevista participativa. La participación de la audiencia es un elemento común a todos los espacios analizados. Todos los formatos, independientemente de la moderación del profesional o el tipo de espacio, guardan en común la participación del público. Los medios y los estudiosos utilizan diferentes términos para nombrarlos; a saber como ciberentrevista, entrevista digital, chat, videoencuentros, encuentros digitales... Sin embargo, la mayor parte de ellos lo vinculan al ámbito digital, por lo que sería una tipología de entrevista o encuentro vinculada a este medio y, por tanto, no válido fuera de la red de redes. Santaella, como se exponía anteriormente, defiende que este formato en el que la audiencia participa y realiza sus propias preguntas ya existía con anterioridad y señala como ejemplo el programa “Directo, directo” (1981), de RNE.

En este sentido el concepto de Entrevista Participativa daría sentido a esa interacción con el público y podría recoger los diferentes formatos y tipologías de entrevistas.

4.6.1. Tipos de entrevista participativa: El análisis corrobora diferentes formas de participación de la audiencia en las entrevistas:

4.6.1.1. Entrevistas en redes sociales. Aunque no es un fenómeno muy extendido. Si existen algunos casos de entrevistas realizadas por medio de las redes sociales, como por ejemplo Twitter.

4.6.1.2. Entrevistas que se nutren de las redes sociales. Es un modelo que hace posible la participación del público en una entrevista pero que en última instancia es el moderador quien plantea las preguntas al entrevistado y selecciona las cuestiones que le han trasladado los usuarios por medio de las redes sociales. Ejemplo de ello es la entrevista realizada por la directora de Informativos de Antena 3 Televisión, Gloria Lomana, al presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, el 21 de enero de 2014. El público tiene la posibilidad de aportar sus preguntas, pero en última instancia es el profesional quien las selecciona.

4.6.1.3. Encuentros y entrevistas digitales. Nos referimos con ello a aquellas entrevistas desarrolladas por escrito en las plataformas digitales. El estudio realizado corrobora, en cierto sentido, una escasez del estilo periodístico en estos espacios.

4.6.1.4. La videoentrevista: Con la utilización de vídeo, generalmente en directo. La figura del profesional toma importancia como moderador.

4.6.1.5. Entrevistas con otras formas de participación. Podría ser el caso, por ejemplo, del programa “Directo, Directo”; expuesto por Santaella.

5. Conclusiones

- Hay una imprecisión conceptual entre si denominar entrevista o encuentro a los nuevos modelos de diálogo entre el público y el entrevistado que se desarrollan en los medios digitales. Aunque el 63,64% de los medios analizados prefieren denominarlo encuentro, y el 36,36% utilizan el término entrevista para referirse a ello, no siempre coincide con la opinión de los responsables de las secciones.
- Cambia el esquema tradicional de la entrevista y se ve alterado por la incorporación de la audiencia como un elemento más dentro del proceso de realización de la entrevista.
- El concepto de Entrevista Participativa aglutina a aquellos modelos en los que la audiencia representa un elemento más dentro del proceso de realización de la entrevista periodística.
- El desarrollo de la entrevista periodística en Internet requiere de mayor madurez. Los géneros periodísticos han evolucionado y se han adaptado al nuevo espacio. No obstante, aún requieren de un período de consagración al nuevo entorno y las posibilidades que les brinda la red de redes.
- La entrevista, como género periodístico, evoluciona y se abre paso hacia nuevos modelos y formatos.

6. Referencias bibliográficas

- ABC (1993): *Libro de Estilo*. Barcelona: Ariel.
- Cantavella, J. (2002): *Historia de la entrevista en la prensa*. Madrid: Editorial Universitas, S. A., 84-7991-132-8
- Cantavella, J. (2007): *Manual de la entrevista periodística*. Madrid: Editorial Universitas, S. A., 978-84-7991-206-2
- Cantavella, J y Serrano, J.F. (2014): *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel Comunicación, 978-84-344-1298-9
- Del Arco, M. (1948): *El personaje en el bolsillo*. Barcelona: Barna.
- Dovifat, E. (1964): *Periodismo, 2 vols.*, México.
- Echevarría Llombart, B. (2012): *La entrevista periodística. Voz impresa*. Salamanca: CS, 978-84-15544-12-8
- Edo, C. (2009): *Periodismo Informativo e Interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Segunda Edición. Sevilla: CS, 978-84-96082-96-0.
- El Mundo (1996): *Libro de Estilo*. Madrid: Temas de Hoy, 978-84-78807-11-6.
- El País (2003): *Libro de Estilo*. Madrid: Aguilar, 978-84-03092-23-5
- García González, M. N. (2006): *La entrevista*. Madrid: Fragua, 84-7074-205-1
- Halperín, J. (1995): *La entrevista periodística. Intimidades de la conversación pública*. Buenos Aires (Argentina): Paidós, 950-12-2701-4
- López de Zuazo, A. (1977): *Diccionario del periodismo*. Madrid: Pirámide.
- Martínez Albertos, J.L. (1974): *Redacción Periodística. Los estilos y los géneros en la prensa escrita*. Barcelona: ATE.
- Martínez de Sousa, J. (1981): *Diccionario general del periodismo*. Madrid Paraninfo.
- Martínez Vallvey, F. (1995): *La entrevista periodística desde el punto de vista conversacional*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, 84-7299-329-9.
- Martín Vivaldiu, G. (1986): *Géneros Periodísticos*. Madrid: Paraninfo.
- Mayoral, J. (2013): *Redacción periodística. Medios, géneros y formatos*. Madrid: Editorial Síntesis, 978-84-9958-872-8.
- Quesada, M. (1984): *La entrevista: obra creativa*. Barcelona: Mitre.
- Razón, La. Edición Impresa 21 Enero de 2014. Pág 10 y ss.
- Sahagún, F. (2004) *De Gutenberg a Internet. La Sociedad Internacional de la Información*. Madrid, Fragua.

- Sánchez Calero, M. L. (2011): *Entre "tu y yo", el diálogo de la conversación pública*. En: *Géneros y Discurso Periodístico*. Madrid: Editorial Fragua, 978-84-7074-432-7.
- Santamarina, C. (1947): *Manual de Periodismo*. Buenos Aires: Pan América.
- Torrente Ballester, G. (1987). "*Prólogo a gente de palabra*". *37 personajes entrevistados, de Blanca Berasàtegui*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Warren, C. (1975): *Géneros periodísticos informativos*. Barcelona: ATE.