

ESTRUCTURA DEL MENSAJE Y PSICOLOGÍA DEL RECEPTOR

Aurora Labio Bernal (coordinadora)

Rosa Rodríguez Cárcela

Francisco Flores Soler

María Dolores Otero

Ramón Sarmiento



ÁMBITOS PARA LA COMUNICACIÓN, 5
Grupo de Investigación en Estructura, Historia y
Contenidos de la Comunicación



UNIVERSIDAD
de SEVILLA

Los roles de la entrevista periodística

Francisco Flores Soler
Periodista e investigador

A finales de noviembre de 1999, en un intento de actualizar la documentación que poseía sobre la entrevista periodística, conecté mi ordenador a la red de redes, Internet, con la intención de descubrir nuevos enfoques sobre este género periodístico.

En la primera búsqueda me tropecé con una referencia de Ignacio Carrión, periodista que escribe para el diario *El País*, en la que contaba que se trasladó a la ciudad francesa de Cannes para entrevistar a Nicholas Negroponte, fundador del Laboratorio de Medios del Massachusetts Institute of Technology y autor del libro *Being Digital*, considerada la Biblia de los pronósticos en materia de medios y comunicación.

Negroponte tuvo a bien transmitirle la sensación de que el viaje había sido innecesario, ya que él estaba ofreciendo unas cinco entrevistas diarias a periodistas de todo el mundo a través de su correo electrónico. Y aunque viaja constantemente acompañado con dos ordenadores portátiles y nueve baterías, está disponible en cualquier momento y en cualquier parte del mundo.

Ignacio Carrión insistió y le comentó que también le interesaba verlo personalmente, captar rasgos de su personalidad, observar sus gestos y el entorno, los pequeños detalles y otras muchas cosas más. A lo que Negroponte le respondió que muy pronto el sistema de entrevistas a remoto será perfeccionado de tal manera que el periodista percibirá mejor los detalles electrónicamente que físicamente. Por ejemplo, le dijo, usted podrá contarme los pelos de la cabeza, o centrará su visión en una parte de mi rostro, la que a su parecer resulte más reveladora...

Cuestiones aparte, esta es la clase de anuncios que está fascinando la información más reciente que sobre el periodismo del futuro traen los medios, y que nos proporciona también la abundante literatura de pronósticos que circula por las librerías y, últimamente, por internet.

Por medio de revistas especializadas, servicios on-line, páginas de informática y noticias diarias, el mundo de los medios y de la información se ha convertido en uno de los protagonistas principales de la materia que diariamente consumen muchos lectores. Algunos estudiosos de este tipo de asuntos nos recuerdan que ningún otro avance tecnológico o cambio social ha despertado mayor interés y pasión que el promovido por el cambio informativo que precede al Siglo XXI.

Si este es un principio de intenciones, un servidor debería realizar esta conferencia desde mi casa o desde la oficina de trabajo, con mi ordenador portátil o de sobremesa delante de mi vista, y ustedes, a través de una pantalla, recibiendo el sonido y la imagen de mi ponencia.

Y aunque creo en Negroponte, me acuerdo y tengo más cariño por Herman Hesse, que afirmaba que la conversación humana es tan rica en contenidos que, situándote frente a una persona, fácilmente puedes intuir lo que piensa o, en definitiva, sus intenciones o voluntades.

Aunque en este momento no me puede ver la cara, sino leer estas letras, le expresaré que es mi intención exponer una serie de teorías que demuestren que la entrevista periodística obedece a una representación de ciertos roles, y que la misma tiene más que ver con la psicología que se aprende en la calle, con la experiencia diaria, y menos con la teoría básica que se imparte en las aulas.

(Antes de seguir con esta exposición, un servidor hace un alto en el camino para explicar una experiencia empírica que realicé en el decurso de la conferencia. Entonces escogí dos

voluntarios del público presente en la sala. A través de ella intentaba demostrar que mis explicaciones servirían de algo, que mi experiencia en el terreno de las entrevistas podía aportar algo a aquella parroquia. Pedí que saliesen dos personas, de las cuales una desempeñaría el papel de entrevistada y la otra de entrevistadora. Aunque [les sugería algunos personajes, ellos prefirieron hacer el papel de alumno y entrevistadora y hablar de las carencias de la Universidad de Sevilla. Como quiera que al finalizar esta ponencia volví a pedir a otros escuchantes que repitiesen la experiencia, después resumiré los resultados).

Si nos acercamos un poco a la definición de entrevista nos encontramos con una situación a través de la cual un investigador (entrevistador) trata de obtener de una persona o un grupo (entrevistado/os) informaciones poseídas, conocidas por el entrevistado. Esto implica una relación social particular y no intercambiable entre el entrevistador y el entrevistado.

Etimológicamente, el término entrevista deriva de la palabra francesa *entrevoir*, que significa verse el uno al otro, aunque también incluye verse imperfectamente, tener un atisbo de...

Para Bingham y Moore, una entrevista es una conversación con una finalidad concreta que no sea la satisfacción que produce la conversación misma.

Es un método para recoger informaciones de una persona o varias. Aunque en periodismo entendemos que una entrevista es el texto final que el periodista redacta o monta para radio o televisión. Es un género autónomo.

Según José Acosta Montoro, la entrevista informativa es aquella que se reduce a formular preguntas que justifican unas respuestas que, una vez ordenadas, puede que sirvan bien a su objetivo de información periodística. José Acosta, pese a que ya está retirado del periodismo activo, sigue utilizando sus entrevistas para realizar investigación, no como género independiente, y afirma que sigue la misma táctica.

Por otra parte, podemos definir el rol como la conducta que, en una sociedad concreta, debe esperarse de un individuo en una situación social determinada, habida cuenta del estatus social que ocupa el individuo. En Psicología, la noción de rol es fundamental para los autores que tratan de relacionar el funcionamiento de la sociedad con las conductas individuales. Otra cosa bien distinta es lo que dice la Real Academia Española sobre este término.

Para empezar a hablar de la entrevista propiamente dicha, es preciso que aclaremos que ésta cuenta con unos parámetros imprescindibles y otros menos relevantes. Es fundamental que exista un entrevistador o entrevistadores y un entrevistado o entrevistados. Es imprescindible que se utilice un lenguaje de comunicación, de entendimiento. Aunque a juzgar por algunas entrevistas que se pueden leer o escuchar, a veces el entrevistador no entiende o no escucha al entrevistado.

Es necesario también saber quién es el entrevistado y por qué se hace la entrevista, con qué finalidad. También es preciso definir el canal de comunicación. No es imprescindible, aunque sí recomendable, que el entrevistador muestre un trato respetuoso hacia el entrevistado, y el entrevistado no sea impertinente, aunque estas situaciones también pueden reflejar quién es quien.

Toda entrevista, bien sea de negocios, selección de personal, periodística, de psicología, etc., necesita de una disposición del entrevistador y entrevistado, sin la cual no habría entrevista y sí coacción. Y esta disposición ya delimita los papeles. Un futuro entrevistado, cuando acepta dejarse entrevistar, está asumiendo que será "el entrevistado" y que va a contar cosas, con todas sus consecuencias. Un futuro entrevistador, cuando va a hacer una entrevista, acepta entrevistar, hacer preguntas para obtener información, con todas las consecuencias.

Paso a paso voy perfilando detalles, tanto del entrevistador como del entrevistado, que nos llevarán a un comportamiento social de ambos.

La misma selección del entrevistado por parte del periodista ya supone una segmentación, una acotación. No es lo mismo entrevistar a una persona notoria para la sociedad,

Los roles de la entrevista periodística

desde el punto de vista que sea, que a vividores de una gran ciudad. La elección dependerá del periodista y del objetivo a cubrir, aunque en muchos casos es la dirección del medio de comunicación o la línea editorial, quien marca los parámetros a seguir para la elección de un entrevistado.

Después de elegir a quién entrevistaremos es preciso localizarlo. Por la experiencia a veces se tarda más tiempo en localizar al personaje que en la entrevista. A veces te lleva un día localizar a dicho personaje y cuando lo tienes resulta que se va de viaje y no vuelve hasta dentro de 3 semanas. En periodismo escrito o en radio esto se puede solucionar de manera aceptable, en la televisión, con la calidad que ofrecen las 'web cam' de momento, se hace más que inviable.

Por eso se hace imprescindible poseer una buena agenda. Cuando me refiero a una buena agenda quiero decir completa y actualizada, no de una u otra calidad. Una de las mejores agendas que he conocido es la que tiene el periodista Pepe Rodríguez, que mandó programar su propia agenda con los campos que le interesaban. Lo que les digo es de tal forma que Rodríguez tiene tantas fichas como contactos, y en cada una anota los datos de localización, la fecha de la última conversación y el tema del que habló. Desconozco el tiempo que le lleva introducir todos los datos en esa agenda. En todo caso, recomiendo un término medio.

Cuando hemos aceptado entrevistar o ser entrevistados tenemos que fijar el lugar de encuentro. Este tiene también mucho que ver con el producto final. Ignacio Carrión necesitaba ver el entorno de Negroponte. El entorno puede ofrecernos mucha información a los entrevistadores, si sabemos mirarlo, por eso en periodismo se recomienda hacer las entrevistas en lugares particulares, propios del personaje a entrevistar. Sitios alejados del mundanal ruido, de los bares o de cualquier estación de tren o avión.

Esta información que recoge el periodista en el entorno también es de interés para el lector, ya que así se conforma una imagen más acertada del personaje entrevistado. Hay personajes que necesitan de un ambiente determinado para realizar su trabajo. El poeta José Hierro escribe en los bares, Francisco Umbral escribe con una máquina de escribir antigua y su mujer se lo pasa a ordenador...

Un despacho de trabajo o un salón de la casa del entrevistado sería el sitio más propicio. Sólo con entrar en la casa del actor Santiago Segura uno se da cuenta de la anarquía del personaje. Sólo con entrar en la casa de Isabel Presley uno se da cuenta de su elegancia, de lo que cuida su imagen.

En periodismo, casi todo el mundo parece coincidir que durante la entrevista conviene sentarse, de tal manera que el entrevistado disponga de libertad para no mirar al entrevistador. Aunque hay quien afirma que es mejor situarse frente a frente con una mesa de por medio. Jesús Quintero acostumbra a entrevistar de esta forma.

También se aconseja facilitar un ambiente relajado, y que elementos como la grabadora, la cámara fotográfica o de vídeo, o el bloc de notas pasen lo más desapercibidos posible.

Una vez que tenemos el personaje elegido, el lugar y la finalidad fijada, es la hora de informarse sobre el personaje. Quizás sea esta etapa la que más determina una entrevista en líneas generales. De la información que tengamos de nuestro entrevistado depende la elección de las preguntas, y por ende el resultado de la entrevista. De la información depende que nos creamos que el personaje nos está contando un cuento o está diciendo la verdad.

La información influye en el entrevistador, así que cuando acudimos a la entrevista tenemos un concepto más o menos formado del personaje a entrevistar. Hay quien prefiere no informarse mucho de la persona a entrevistar para que esto no determine la entrevista, pero es algo ilógico, puesto que en la mayoría de los casos el objetivo es descubrir el personaje en toda su salsa, y la información, bien administrada, supone control sobre la situación.

No voy a entrar en la estructura de la entrevista, porque eso es una lección propia de este género periodístico, aunque si es preciso tener en cuenta el orden de las preguntas en función del tipo de entrevista. Así, si queremos descubrir la personalidad de un individuo concreto

se recomienda hacer las preguntas más fáciles al principio con la intención de ganarnos la confianza del entrevistado.

No debemos olvidarnos que existen preguntas cómodas, la mayoría de ellas recomendadas para romper el hielo; de examen, para evaluar los conocimientos y las mentiras que nos pueden decir el entrevistado; de humo, destinadas a extraer mejor información de otras; ordinarias, del montón, al uso; o crecientes en dificultad, que deben ir evolucionando con el curso de una entrevista.

Si la entrevista es sobre un descubrimiento científico, lo normal es que preguntemos directamente por tal evento y no demos vueltas por otros temas menores.

En todo caso, es preciso recordar que una cosa es el momento cuando se hace la entrevista y otra bien distinta lo que escuchamos o leemos.

No hay ninguna regla en la actitud que debe mostrar el periodista durante la entrevista, pero por lo menos, como recomendaba anteriormente, debe ser educado. Si es cierto que el periodista debe ser antes que nada un profesional, mantener una postura neutra con el entrevistado sería lo mejor. Debe mantener las distancias afectivas. Ni ser el dedo acusador de Pedro J . Ramírez cuando entrevista a Felipe González, ni tan adulator como José Manuel Parada cuando entrevista a Raphael.

Cuenta mucho la impresión que se causa en el entrevistado. Decía Sherwood, causa buena impresión y si la persona a la que se entrevista es inteligente y tiene buena información para ofrecer, conseguirás una buena entrevista.

No hay ciencia exacta a la hora de conseguir buenas entrevistas, hay trucos, cada maestrillo tiene su librillo, por eso soy muy partidario de aplicar la experiencia a la hora de enfrentarse a una entrevista.

(Con la segunda prueba empírica se demostró que las anotaciones realizadas después de que la primera pareja saliese a representar una entrevista habían servido para algo. La segunda pareja tenía una serie de experiencias de la entrevista anterior, algunos trucos más aprendidos, como la disposición a la hora de sentarse uno delante de otro o el tono de la voz que se debía emplear para dirigirse al entrevistado. Ventajas que quedaron refrendadas por otros compañeros presentes en la sala).

Bibliografía:

- ACOSTA MONTORO, José (1973): *Periodismo y literatura*. Madrid. Ed. Guadarrama.
- AUTORES VARIOS (1997): *La otra mirada a la tele*. Sevilla. Edita la Consejería de Trabajo de la Junta de Andalucía.
- BORRAT, Héctor (1989): *El periódico, actor político*. Barcelona. Gustavo Gili.
- BURGUET ARDIACA, Francesc: *Protagonistas*. Barcelona.
- FALACI, Oriana (1981): *Entrevista con la historia*. Madrid. Noguer.
- GOMIS, Llorenç (1989): *Teoría dels gèneres periodístics*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació.
- GIFREU, Josep (1991): *Estructura general de la comunicació pública*. Portic. Colección Media. Barcelona.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1983): *Curso general de redacción periodística*. Barcelona: Mitre.

Los roles de la entrevista periodística

- MOLINERO, César (1989): *Teoría y fuentes del derecho de la información*. Barcelona. Promociones y publicaciones universitarias.
- MONTEJANO LÓPEZ, Carlos Javier (1984): *El servicio de documentación en los medios de comunicación de la Región de Murcia*. Murcia.
- MORGAN, Henry H. y COGGER, John W. (1977): *Manual del entrevistador*. Madrid: TEA Ediciones, S.A.
- MORRIS, Jim R. (1973): "Newsmen's Interview Techniques and Attitudes Toward Interviewing" en *Journalism Quarterly*, nº 50, 1973, págs. 539-543.
- QUESADA, Monstse (1984): *La entrevista: obra creativa*. Barcelona: ATE.
- RAMIREZ, T. (1995): *Gabinetes de comunicación*. Barcelona: Colección Bosch Comunicación, Bosh Casa Editorial.
- TUBAU Iván, (1993): *Periodismo oral*. Barcelona. Paidós.
- VILCHES, Lorenzo (1982): *La lectura de la imagen*. Barcelona. Paidós Comunicación.