

Presentación

La entrevista es, en la actualidad, un género periodístico con gran presencia en los medios de comunicación. Con ella los periodistas solicitan información, explicación u opiniones a aquellas personas que protagonizan la actualidad inmediata y a todas aquellas que nos pueden ayudar a comprender el mundo en el que vivimos. Los medios deciden a quién dan la voz y cómo se la dan.

Este libro es un manual destinado a alumnos de Ciencias de la Comunicación que quieran aprender a redactar entrevistas para medios impresos así como a todo aquel que, como lector, desee conocer las bambalinas de este género periodístico, todo lo que hay detrás de ese texto que leemos en el periódico.

Estas páginas son resultado de años de trabajo en la docencia y de muchas horas compartidas en el aula con los alumnos. Ellos me han enseñado la utilidad de aportar, junto a la teoría del género, ejemplos de textos publicados en medios impresos. La lectura, análisis y comentario de entrevistas permite asimilar mejor la teoría sobre el género. Para aprender a redactar entrevistas es, a mi juicio, básico ver cómo las han redactado otros antes que nosotros.

El manual está dividido en dos partes y un anexo. Cada una de ellas pretende responder a las dos preguntas básicas del periodismo: Qué es la entrevista y Cómo se elabora. El anexo ofrece dos entrevistas a dos grandes entrevistadoras, las periodistas Sol Alameda y Ana Romero que reflexionan sobre este género y nos desvelan cuáles son sus técnicas para realizarlas.

La introducción a la entrevista parte de la distinción entre entrevista periodística y entrevista periodística impresa. Ésta última

tiene, entre otras, una característica específica que la distingue claramente de las demás: es una traducción de la voz del entrevistado a palabras impresas escritas por el periodista. La entrevista en medios impresos nunca es una transcripción literal de la conversación por lo que siempre existe el riesgo de traicionar las palabras del entrevistado.

El lector encontrará a continuación una selección de definiciones del género tanto de teóricos de la redacción periodística como de periodistas profesionales en ejercicio. A ello se añaden las aportaciones sobre la entrevista de los libros de estilo de diversos periódicos y agencias de información, que son una referencia básica para los periodistas que trabajan en ese medio. Aunque el libro se centra en la entrevista informativa impresa se ofrece también un capítulo extenso sobre los diferentes tipos de entrevista que hoy en día publican los medios impresos con un amplio número de ejemplos.

Cómo se elabora la entrevista es la segunda parte, la más extensa y la espina dorsal de este manual. Describe de forma minuciosa el proceso de elaboración de la entrevista dividido a efectos didácticos en varias etapas. En cada una de ellas se ofrece una explicación teórica, una referencia a los libros de estilo y ejemplos comentados y analizados de entrevistas publicadas en medios impresos.

Se desvela el proceso de elaboración de la entrevista desde la elección del entrevistado hasta la edición y publicación de la entrevista. Se acompaña al lector por todas las etapas que todo periodista recorre para realizar una entrevista: la preparación, la conversación, la transcripción y la redacción. Titulares, entradas, introducciones, cuerpos, fotografías, cierres y las tareas de edición están descritas en el libro con ánimo de mostrar cómo redactar una entrevista. En ese afán didáctico para estas páginas se ofrece para cada etapa, además, una propuesta de ejercicios prácticos para que el alumno se ejercite en el arte de escribir entrevistas.

Este manual es, o pretende ser, un punto de apoyo para quienes se enfrentan al reto de redactar una entrevista para un medio impreso. El lector no encontrará en él certezas, no hallará la receta para hacer entrevistas porque, probablemente, no la haya. Única-

mente pretende ofrecer algunas orientaciones que resulten útiles a quienes van a redactar una entrevista informativa.

El periodista entrevistador escucha y luego escribe para que el lector lea. Cada conversación es única, pero existen herramientas que pueden ayudar a que esa escucha y esa redacción sean técnicamente correctas y mantengan la fidelidad a las palabras del entrevistado, puesto que la literalidad es imposible.

Begoña Echevarria Llombart

PRIMERA PARTE

Introducción a la entrevista

Entrevista periodística y entrevista periodística impresa

La entrevista periodística es un término que, en periodismo, puede tomarse con un doble sentido: como técnica profesional para obtener información de las fuentes personales con las que trabaja el periodista y como género periodístico independiente, con unas estructuras formales y unas técnicas de realización específicas que lo diferencian de otros géneros periodísticos que se difunden habitualmente en los modernos medios de comunicación.

Por ello no debe identificarse la entrevista, concebida como encuentro o interrogatorio para obtener información de fuentes personales que se empleará más tarde en cualquier tipo de mensaje periodístico (noticia, reportaje, crónica, etc.), con el diálogo que se mantiene con una persona con el fin de difundir sus palabras.

Aunque es obvio que el periodista es un profesional cuya tarea principal es la de hacer preguntas, la de seleccionar y acceder a personas que contesten con sus declaraciones los hechos noticiosos que marca la actualidad del día, hay que establecer una diferencia clara entre lo que es «interrogar para obtener datos» y «entrevistar».

Tres son las características específicas de toda entrevista: la entrevista periodística es un género independiente, un género creado por el periodista y una conversación para ser difundida.

Frente a la controversia entre algunos autores que consideran a la entrevista como una derivación del reportaje y otros que piensan que es un género independiente, coincidimos con el supuesto aceptado comúnmente entre los estudiosos actuales de que la entrevista periodística es un género en sí mismo y no una variante

del reportaje, o un mero subgénero. De hecho, los últimos autores que han publicado monografías teóricas o manuales sobre ella, como Martínez Vallvey, Arfuch, Halperin, Cantavella, David Vidal, López Hidalgo, Montse Quesada o Miriam Rodríguez Bantancourt, han expuesto su convencimiento de que la entrevista periodística escrita es un género y no una variante del reportaje, como la ha definido Martínez Albertos.

En la actualidad la entrevista periodística escrita es, como asegura David Vidal, «un modo característico de estructurar la totalidad, diferenciado del reportaje en su función y su forma; como género diferenciado es reconocible como tal por sus productores y por sus consumidores, y pone en juego un estilo propio» (Balsebre, Mateu y Vidal, 1998: 279).

Hoy en día, ni los lectores ni los profesionales vemos a la entrevista como un reportaje. Además, la entrevista ha llegado a un desarrollo conceptual y práctico importante, que nos permite hablar de diferentes tipos de entrevista y de alguna derivación y tiene una presencia incuestionable en todos los medios de comunicación.

Pero ya se ha dicho que Martínez Albertos no lo considera así, sino que entiende la entrevista como un reportaje de citas (*quote story*). Autores anteriores como Carl Warren, Emil Dovifat o Martín Vivaldi coincidían con Albertos en considerar a la entrevista un derivado del reportaje.

Este debate, aparentemente estéril, sirve para recordar que el concepto de género periodístico es un territorio teórico de límites borrosos, modificado en la práctica por cada nuevo uso que de él hacen los periodistas. Es un error estudiar los géneros desde una perspectiva únicamente normativa, indicando qué deben ser las entrevistas, cuadrículando toda la creación lingüística e imponiendo reglas estrictas de confección para cada género. En los medios actuales podemos encontrar entrevistas que se confunden con reportajes o con crónicas. Esta hibridación es lógica. Por ello, conviene dejarnos guiar por una afán descriptivo y analítico.

La entrevista periodística es, además, un género creado por el periodista. Sólo se da cuando éste decide entrevistar a un personaje. Habitualmente es ese primer paso del periodista, quien contacta con el entrevistado y le pide una cita, lo que provoca ese

encuentro que será posteriormente difundido por los medios. Si el periodista no acudiera en busca de ese encuentro, el mismo y su resultado no se darían. El entrevistado podrá conceder o no la entrevista al periodista, pero nunca exigir a un periodista que se produzca ese encuentro.

Por ello, se puede considerar a la entrevista, junto al reportaje, como uno de los géneros que permite luchar contra el silencio de los medios de comunicación. Es la selección del periodista y del medio la que decide a quién merece la pena entrevistar. La entrevista no es un acontecimiento que ocurre de forma natural, sino que es siempre un encuentro artificial. Si se produce un accidente ferroviario con gran número de víctimas, todos los medios cubren inmediatamente ese acontecimiento como noticia, aunque cada uno lo jerarquice de diferente modo. Sin embargo, no todos incluirán una entrevista para ampliar información, buscar explicaciones, testimonios u opiniones sobre lo ocurrido. Está, pues, en manos de los periodistas abrir los medios a aquellas voces que generalmente no son protagonistas en la sociedad mediática.

Finalmente, otro rasgo definitorio de la entrevista periodística es que se trata de una conversación para ser difundida. David Vidal destaca que la entrevista no es una conversación normal, sino que es un diálogo severamente afectado por su característica de celebrarse para la publicidad, para su difusión mediática (Balsebre, Mateu y Vidal, 1998: 279).

El diálogo en la entrevista es asimétrico: uno tiene el poder de preguntar, otro el de responder. Pero los dos hablantes saben que actúan para un tercero: la audiencia. Y esa presencia ausente de un auditorio afecta profundamente nuestro intercambio con el personaje. El público lector ya se encuentra imaginariamente presente en la celebración del diálogo, modulando las conductas de los interlocutores.

Así, es evidente que el objetivo con que los participantes en el intercambio acuden a la interacción en una entrevista celebrada para su posterior difusión en los medios de comunicación es notablemente diferente a como se acude a una conversación cotidiana, en la que la cooperación y la cortesía son básicas. En la entrevista es muy habitual la existencia del conflicto, porque, en muchos

de los casos, lo que persigue el periodista no es lo que busca el entrevistado.

Jorge Halperin coincide en destacar dicha característica de la entrevista. «El entrevistado habla para el periodista, pero también está pensando en su ambiente, en sus colegas, en el modo como juzgarán sus declaraciones la gente que influye en su actividad y en su vida, y el público en general. En el otro extremo, el periodista trabaja para un medio concreto cuyas reglas debe tener en cuenta. Estructura su diálogo pensando en los lectores y no es indiferente al juicio de sus pares. Nada más alejado, entonces, de los encuentros espontáneos» (Halperin, 1995: 14).

La difusión de la entrevista varía según el medio en el que se emita. En los medios impresos la entrevista sufre un proceso de transformación: después del diálogo informador-informante, el primero transcribe la conversación solo y puede modificar el orden de las preguntas, suprimir defectos de dicción, unir unas respuestas a otras, etc. Por su parte, en los medios audiovisuales encontramos dos formas de difusión: diferido o directo. En el directo nada se puede suprimir: todo aparece ante el público como está ocurriendo. En el diferido, se pueden modificar algunos elementos (suprimir segundos de silencio, cortar una respuesta muy larga, etc.), pero habrá expresiones, giros, defectos idiomáticos, incorrecciones sintácticas, léxicas y/o fonéticas que serán imposibles de eliminar. Esta información llegará al público. A pesar del directo, existe siempre una mediación técnica (los planos del personaje, el sonido de fondo, etc.).

En la entrevista televisiva y radiofónica el espectador y el oyente ven y oyen por sí mismos el resultado del encuentro (salvo si se editan para ser emitidas en diferido). Pero aunque se difundan en directo, hay una mediación en el conocimiento que tiene la audiencia del entrevistado, una auténtica construcción del personaje (selección de los encuadres por parte del realizador —planos cortos del rostro o de las manos nerviosas— y una determinada orientación en la construcción del guión radiofónico o televisivo).

Por último, cabe destacar que en la entrevista se evidencia el poder social del periodista, no sólo para formular preguntas, sino sobre todo en su exigencia para que se dé respuesta a los interro-