

Taller de Estrategias de Comunicación Sonora y Radial- Cátedra 1
Taller de Producción Radiofónica 3 - Cátedra 1
Facultad de Periodismo y Comunicación Social-UNLP

Clase 6

La entrevista

En este encuentro abordaremos algunas herramientas teórico-metodológicas para trabajar la entrevista radiofónica, partiendo de la definición de este formato, que ubicamos dentro del género periodístico:

La entrevista está concebida como “la más pública de las conversaciones privadas. Funciona con las reglas del diálogo privado (proximidad, intercambio, exposición discursiva con interrupciones, un tono marcado por la espontaneidad, presencia de lo personal y atmósfera de intimidad), pero está construida para el ámbito de lo público. El sujeto entrevistado sabe que se expone a la opinión de la gente (Halperín 1995).

Por otra parte la entrevista no es un diálogo libre con dos sujetos. Es una conversación radial, centrada en uno de los interlocutores, y en la que uno tiene el derecho de preguntar y el otro de ser escuchado (Jorge Halperín 1995 p. 23). Y es así que “escuchando distintos pareceres, las entrevistas se convertirán en un ejercicio de participación ciudadana, de democracia” (José López Vigil 2005 p. 177).

Entonces, la entrevista es un diálogo entre personas que posibilita profundizar en distintos aspectos de un tema, hecho, o personaje. En este proceso de diálogo se producen ideas, conceptualizaciones, opiniones a partir de las preguntas del/la entrevistador/a y las respuestas del entrevistado/a.

Relación periodista – entrevistado

Es preciso comprender qué clase de vínculo es el que tiene el/la periodista con el/la entrevistado/a para examinar los problemas prácticos del trabajo, nuestras atribuciones y también la clase de responsabilidad ética que asumimos.

La relación entre ambos no es “entre pares”, es asimétrica. Nuestro/a “personaje” está en el centro de la escena- lo/a elegimos por ser un/a personalidad pública o porque es referente clave en el tema que tratamos- y nosotros/as nos ubicamos a un costado, facilitando el contacto con los/as lectores y oyentes.

Su voz es más importante que la nuestra. A nuestros/as oyentes les interesa escuchar lo que piensa o tiene para decir el/la “personaje” que entrevistamos. Por lo tanto, las ideas que nosotros/as como periodistas deslicemos durante el diálogo deben ser disparadoras del diálogo y una herramienta para poner a prueba su discurso. Por otro lado, nuestra subjetividad vale en tanto pueda aportar al/la oyente una mejor aproximación, un acercamiento sin interferencias al/la protagonista y sus ideas.

Visto desde otro lugar, esta asimetría existe en sentido inverso: por un momento, ese/a personaje público está a nuestra disposición para ser guiado, interrumpido (con prudencia y sentido de la oportunidad), criticado y derivado hacia distintos temas. Tenemos casi siempre libertad para penetrar en su vida o, cuanto menos, en la intimidad de su obra. Estamos autorizados/as a cuestionarlo públicamente en su presencia, a poner en duda sus declaraciones, a explorar sus dudas y contradicciones como si alguien nos hubiera investido de una autoridad representativa.

No somos amigos/as ni actuamos simplemente como dos personas que sostienen un encuentro. Está sucediendo algo infinitamente más complejo:

La entrevista periodística es un intercambio entre dos personas físicas y algunos condicionantes que operan subjetivamente la conversación.

El/la entrevistado/a habla para el/la 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/la periodista trabaja para un medio concreto cuyas reglas debe tener en cuenta, además de la estructura del diálogo pensando en los/las lectores/as u oyentes. Nada más alejado de los encuentros espontáneos. Lo que obliga a desplegar una estrategia cuidadosa que, atendiendo a la multitud de presiones que operan en el diálogo periodístico, no termine por frustrar la posibilidad de una rica conversación.

Tipos de entrevista

Se podría distinguir los tipos de entrevista en sus grandes variantes, según lo que busca el/la periodista y según el grado de presencia del/la entrevistado/a.

- . De personaje

- . De declaraciones (consultas e interpelaciones al poder, a políticos, economistas o funcionarios públicos o privados)

- . De divulgación
- . Informativas
- . Testimoniales
- . Encuestas

Los diferentes tipos de entrevistas plantean problemas diversos y estrategias de trabajo específicas. Por ejemplo, en las *encuestas*, en las que los/as consultados/as no interesan casi por sus referencias particulares sino en tanto forman un sector de opinión y una cantidad significativamente coincidente en algo, se da la forma más impersonal de todas. Las preguntas son pre-elaboradas, no tienen que adecuarse al/la entrevistado/a y en muy pocos casos se emplea la repregunta. Lo que se requiere es un diseño inteligente del cuestionario para que las respuestas den una información precisa y para que, al reunir las en conjunto, nos aporten tendencias significativas e inequívocas. Las preguntas de las encuestas buscan más información concreta (“asisto a la mañana”, “leo un libro por mes”) y voluntad (“me gusta”, “no me gusta”, “estoy de acuerdo”, “estoy en desacuerdo”), en lugar de análisis, que es imposible de realizar en los dos minutos asignados a cada entrevistado/a.

En todos los tipos de entrevista hay un juego de confrontación, pero este juego alcanza su punto máximo en las entrevistas de personaje y las de declaraciones. En las de personaje se da un abordaje a la intimidad del/la entrevistado/a, a su manera de pensar, a sus razones ocultas, sus debilidades, sus obsesiones y contradicciones. En ambas el diálogo busca no sólo la cooperación de la persona—como sucede en las otras también— sino que además debe avanzar en “contra” ella.

El/la funcionario/a o político/a que realiza declaraciones es el/la entrevistado/a que calcula en forma más consciente el efecto de cada una de sus palabras y, por lo tanto, es el/la menos espontáneo/a. Es un desafío enorme la tarea del/la periodista en este sentido, porque debe colarse entre sus declaraciones para detectar la verdad y descifrar el sentido de cada frase. La entrevista alcanza su punto de excelencia cuando consigue una aproximación intensa casi hasta transmitir el aliento de la persona entrevistada.

Periodista y entrevistado/a tienen intereses distintos y, a veces, muy convergentes. Por esa, la construcción del diálogo se vuelve un trabajo elevadamente artesanal: cuidadosa preparación de la entrevista y la tarea crucial de editarla (si no fuese en vivo).

El primer paso del “antes” reside en la elección del entrevistado, que puede estar en manos del/la periodista o venir ya determinada por la producción. En cualquiera de las dos formas, el/la entrevistador/a debe actuar como si él lo hubiera elegido, y ser consciente de por qué prefirió a ese sujeto.

Algunas razones para elegir al entrevistado/a

- Es un personaje famoso
- Es un personaje curioso
- es muy representativo/a de algo
- es clave en una circunstancia
- está ligado/a a una noticia
- es portador/a de un saber muy valioso
- por el valor de sus ideas.

El/la periodista debe ser perfectamente consciente de las razones por las que ha elegido su entrevistado/a y, muy especialmente, lo que espera lograr con esa conversación:

- . conseguir que haga una revelación inédita,
- . llevarlo a formular una importante denuncia,
- . mostrar un ángulo desconocido del/la personaje,
- . lograr que la persona profundice en algo que ha llamado la atención de la gente,
- . producir con él/ella una exposición fascinante sobre un tema de interés público.
- . obtener un retrato completo de su personalidad,
- . exponerlo/a como un caso testigo.

En el 99 por ciento de los casos recomendamos no lanzarse a una entrevista improvisada. Agregar durante la charla todas las preguntas que valgan la pena, pero armar un cuestionario antes de sentarse con el sujeto.

Se debe contar con una sólida retaguardia, es decir, contar con diez buenas preguntas, unos tres o cuatro temas diferentes y un firme conocimiento del/la personaje.

¿Qué es una buena pregunta?

No existe una clasificación universal, pero entre las virtudes que puede tener una buena pregunta es que sea clara; que provoque información; que se haga cargo de una demanda colectiva o que exprese las dudas de la gente si se trata de un/a personaje público; que sea abierta (que no lleve simplemente a responder “sí” o “no”) a menos que sea necesario; que consiga explicaciones; que dé lugar a oposiciones (discutir una afirmación); que busque lo nuevo; que invite a la persona a usar imágenes y fantasías; que seleccione lo importante; que piense en lo global y en los detalles; que atraiga anécdotas.

Hay que usar hasta el cansancio las famosas 5 “W” inglesas (qué, quién, porqué, cuándo, y dónde) y la “H” de How (cómo).

Las preguntas son portadoras de conjeturas, hipótesis, inquietudes y perspectivas del mundo. Pueden agruparse en bloques de temas. Los objetivos de una entrevista pueden girar alrededor de un asunto central, pero suelen traer más un tema. El/la entrevistado/a debe tener alternativas cuando el/la entrevistado/a no muestra interés o no tiene nada valioso que decir sobre el primer asunto que le expuso.

El cuestionario base que el/la periodista tenga debe transitar por tres o cuatro temas.

También se necesita un generoso conocimiento del/la personaje, que se obtiene de un trabajo riguroso de archivo.

Hay entrevistas que no requieren investigar al/la personaje previamente, tal es el caso de las encuestas. Pero sí se debe estudiar el diseño del cuestionario. Siempre hay un recurso a mano.

La dificultad más común se plantea en innumerables notas en las que no nos da tiempo para consultar un archivo ni construir buenas preguntas ni armar núcleos de temas. Hay que hacer la nota *ya mismo*. Una manera de prevenir nuestro desamparo es tratar de tener un adecuado conocimiento de los temas y personajes por los que transitamos habitualmente. Siempre hay un tiempo antes de la nota o en el viaje de espera de la entrevista donde se puede armar una pequeña estrategia.

Deberemos trabajar alrededor de una cuestión, ¿qué necesita saber el/la oyente sobre esta nota?. De inmediato surge la salvación... las 5 "W".

El/la entrevistado/a se entrega y nosotros/as guiamos el diálogo. Se debe permitir la dispersión porque es indispensable para garantizar un clima sereno y predisponer al entrevistado a las confesiones, pero siempre estaremos atentos a nuestros objetivos para evitar que todo termine en un caos.

Podemos dejarnos fascinar por el entrevistado pero no debemos olvidarnos que estamos haciendo una nota.

La entrevista es el arte del vínculo.

Para pensar y para tener en cuenta...

- Dedicarle tiempo a la preparación de las entrevistas.
- Hacer hablar a nuestro/a entrevistado/a en lugar de contestar preguntas.
- Dar una imagen confiable, que el/la entrevistado/a esté cómodo/a con nosotros/as.
- No ser amigos/as de nuestros/as entrevistados/as a menos en circunstancias excepcionales.
- Nunca olvidemos quién es la estrella de la entrevista: El/la entrevistado/a.
- Un mandato de nuestra Biblia profesional dice: no interrumpir, dejar que termine su exposición de ideas.
- Encadenar las preguntas para conducir fluidamente las respuestas del/la personaje y organice su exposición.
- Escuchar mucho no quiere decir hacerlo pasivamente.

Actividad

- 1) **Realización de una entrevista.** En función de la lectura de esta clase, así como de los aportes producidos en el encuentro virtual, cada uno/a producirá y realizará una entrevista, concebida desde la instancia de pre-producción. Es decir que, cada uno/a deberá pensar en el tema y en la selección de la persona más propicia para abordarlo. Se pondrá a consideración de los/as docentes de la comisión (que oficiarán como productores), el tema, entrevistado/a y argumento de la selección. Una vez "aprobado", se procederá a la realización de la entrevista, que se grabará para presentar como trabajo práctico de la clase.

Duración: cinco minutos.

Entrega final: se coordina con cada docente

Opciones de grabado: con un grabador y altavoz, a través de una app desde computadora o notebook, o desde una app del teléfono celular, como puede ser ACR, que se descarga de la Play Store o Apple Store.

- 2) **Boletín informativo.** Siguiendo las pautas de redacción de noticias presentadas en la Clase 5, redactar una noticia para boletín informativo, tomando como referencia la información producida para la entrevista, y sumando un corte del audio del/la entrevistado/a. Además del tema y entrevista propios, se sumará la redacción de otras dos noticias tomadas de los temas y entrevistas de las/os compañeras/os (pueden elegir a partir de la escucha de todas las entrevistas de la cursada), en estos casos sin audios.

Entrega: en 14 días

Bibliografía consultada

GARGUREVICH, JUAN. **Los géneros periodísticos**, Belén, CIESPAL, Quito, 1988, cap. II "La entrevista".

HALPERÍN, JORGE. **La entrevista periodística. Intimidaciones de la conversación pública.** Editorial Paidós, Buenos Aires, 1995. Cap. 5 y 13

LÓPEZ VIGIL, José Ignacio; [Manual urgente para radialistas apasionados](#), Apartado del Capítulo 7; Coedición, Quito, Ecuador, 1997.

PRIETO CASTILLO, DANIEL. **Elogio de la entrevista**, revista Debate Abierto, N° 23

ANEXO

[Manual urgente para radialistas apasionados; de José Ignacio López Vigil](#)

Apartado del Capítulo 7

Las entrevistas

Topamos ahora con uno de los formatos más conocidos y reconocidos por todos los públicos, más usados por productores y periodistas en todos los medios de comunicación, en cualquier programa de radio y que, generalmente, se clasifica dentro del periodismo de opinión: la entrevista. De otros formatos podríamos, tal

vez, prescindir. De éste, no. Sin entrevistas, perderíamos la espontaneidad de la conversación, la fuerza del testimonio vivo, nos cortarían las raíces mismas del conocimiento, que se alimenta de preguntas.

Las etimologías no fallan: entrever significa atisbar, vislumbrar algo borroso que, poco a poco, se aclara, divisar una posible solución. El prefijo también sugiere un itinerario que se hace en común, ver entre dos la situación. Entrevista: búsqueda de luz, mirada compartida.

¿Qué es una entrevista? No resulta complicado definirla: 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. Dialogar es intercambiar palabras, dar y recibir ideas, interesarse en la opinión del otro. Buen entrevistador resulta sinónimo de buen comunicador, aquél y aquélla que saben hablar bien y escuchar mejor.

Pero la entrevista no es un diálogo así nomás. Implica un desequilibrio interno, exige que uno sea quien pregunte y otro quien responda. Esta relación entre el entrevistador y el entrevistado no se invierte ni se disuelve en ningún momento. Si así fuera, si el entrevistador diera su opinión o comenzara a responder preguntas del entrevistado, cambiaríamos de formato, pasaríamos quizás a un debate 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 éstos 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 Elena Poniatowska, podremos llegar a hacer estupendas entrevistas.

¡Todas las voces!

¿A quiénes vamos a entrevistar en nuestra emisora? A todos. A todas. A los de arriba y a los de abajo. A los nacionales y a los extranjeros. A los de derecha y de izquierda y de centro (si es que existe esta tercera especie). A viejos, jóvenes y niños. A especialistas y aficionados. A presidentes, presididos y presidiarios, como canta Facundo Cabral. A cuerdos y a locos, a medio cuerdos y medio locos, que

viene siendo lo mismo. ¿No consiste en eso la libertad de expresión, la posibilidad de hablar en público, aun a riesgo de equivocarse?

Algunos piensan que si no es algo importante dicho por alguien importante, la entrevista no tiene valor. Desde luego, vamos a pedir la opinión del técnico, 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. Y sobre mil cosas más. Ellos 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, los campesinos 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 los entrevistadores 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.

El entrevistador y sus preguntas

Los entrevistadores hablan en plural. Dicen se nos ocurre y no se me ocurre, dicen hemos constatado y no he constatado. ¿Por qué? ¿Tal vez petulancia mayestática? No, no se trata de eso. Lo que pasa es que el entrevistador representa a los radioescuchas, al variopinto público, eventualmente segmentado pero siempre masivo.

El entrevistador, 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, el entrevistador empleará el lenguaje sencillo de su audiencia promedio y abordará las temáticas interesantes para ese público concreto al que se dirige. El entrevistador es la boca del oyente.

¿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:

- **Haga preguntas claras.**

La entrevista no es tribuna para que usted demuestre sus conocimientos lingüísticos ni la riqueza de su vocabulario. (Cuidado: a lo mejor ni siquiera usted mismo entiende la semántica de sus morfemas y hace un ridículo hiperbólico.)

—¿Y cuáles serían los requerimientos de los hombres del agro?

—¿Qué sinergia propugna para optimizar los recursos humanos de esta comunidad?

Hable normal. Hable en cristiano. Aunque esté entrevistando a Jorge Luis Borges o al nieto de Hegel, piense en el público. Usted se debe a ellos. Más bien, la actitud del entrevistador debe ser la contraria: si el entrevistado es quien se embarulla y comienza a emplear palabrejas que el oyente medio no entiende, pídale aclaración (aunque usted sepa el significado).

- **Haga preguntas cortas.**

Evite la vergüenza de que le digan aquello de repita la pregunta, por favor. (Por cierto, si le dicen esto, no eche la culpa a la ignorancia del entrevistado. El ignorante es usted.)

—¿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?

A preguntas confusas y enredadas, respuestas más confusas y más enredadas aún.

- **Haga preguntas concretas.**

Evite generalidades que desalientan al mejor atleta de la elocuencia. (Y de paso, si a usted le hicieran esa misma pregunta, ¿la sabría responder?)

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

- **Haga una sola pregunta cada vez.**

Las preguntas no deben mezclarse, pueden resultar explosivas o, por el contrario, anularse unas a otras. No junte dos preguntas ni menos tres en una misma

intervención. El entrevistado 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...

- **Haga preguntas abiertas.**

Las preguntas cerradas son aquellas que sólo se pueden responder con un sí o con un no. (Con estas preguntas apenas habla el entrevistador y el 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 al 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.

- **Combine 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 del entrevistado. Por ejemplo, ¿cuántos niños 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 las mamás no traen a sus niños al dispensario? ¿Qué le parece la atención que brindan los practicantes y las enfermeras? También se utilizan estas preguntas para profundizar algunas respuestas simples.

Las preguntas de acción se emplean para arribar a algunas conclusiones, para que los entrevistados expresen la manera que consideran mejor para enfrentar los

problemas analizados. ¿Cómo mejorar la salud de los niños en esta localidad?
¿Qué se proponen hacer ustedes para asegurar una buena atención médica?

- **Evite preguntas indiscretas.**

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

- **Evite preguntas capciosas o manipuladoras.**

El entrevistador no debe dar su opinión durante la entrevista ni añadir comentarios personales a las respuestas del entrevistado. Si le dicen algo que no comparte, se morderá la lengua y recordará que él representa a la audiencia, a toda la audiencia, y como tal no puede abanderarse con un sector en particular o empujar al entrevistado a tomar una determinada posición.

- Aquí no tenemos escuela...
- Es decir, el gobierno no se preocupa por ustedes, ¿no es cierto?
- Bueno, como le digo, nos falta la escuela y...
- Y una vez más las autoridades se burlan de los padres de familia e impiden la educación de sus hijos. ¿Tiene algo más que añadir, señora?
- Bueno... Un saludo a mi comadre Petronila.

Manipular es hacer decir al otro lo que yo pienso. Es incluir la respuesta en la pregunta. Es formular ésta 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?

Sus opiniones, a un bolsillo. Sus persuasiones, al otro. Y esto, no por una falsa neutralidad, sino por respeto al formato que usted mismo eligió. Después, en el editorial, o en el comentario, o en una revista, usted dirá y valorará lo que quiera, incluso discrepará de las opiniones vertidas por el entrevistado. Eso después, en otro momento. Durante la entrevista, el entrevistado no tiene contrincantes.

- **Haga como abogado del diablo.**

Muchas entrevistas se vuelven planas y aburridas porque el entrevistador sigue la corriente al entrevistado y no se atreve a confrontar sus opiniones con las de aquellos que piensan diferente. (Un entrevistador tan obsecuente dará la impresión que está amarrado con su entrevistado y así perderá credibilidad.)

Juegue de abogado del diablo. Pregunte desde la acera opuesta, desde la posición contraria a la del entrevistado. Si éste es de derecha, haga las preguntas que harían los oyentes de izquierda. Si es de izquierda, al revés, las preguntas que harían los oyentes derechosos. Si entrevisto a un economista sobre la canasta familiar, haré preguntas como si fuera un ama de casa. Y si se trata de ésta, cuestionaré su eventual derroche y mala administración del hogar. Al creyente le haré preguntas ateas. Y al ateo, las opuestas. Esto no supone falta de coherencia por parte del entrevistador ni falta de respeto para el entrevistado.

Tampoco se contradice con lo dicho en el punto anterior: aquí no estamos dando nuestra opinión sino provocando la del entrevistado. El abogado del diablo es simplemente una técnica para lograr mayor dinamismo en la entrevista y para mostrar su imparcialidad. De esta manera, el entrevistador asume la representación de una audiencia que es heterogénea. Y el entrevistado tiene la oportunidad de desarrollar lo mejor de su ingenio con preguntas acuciantes.

- = **Varíe la formulación de sus preguntas.**

No las comience siempre igual:

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

Una afirmación que cuestiona lo dicho anteriormente por el 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?

Hay muchas maneras de formular las preguntas. Todas valen, si cumplen los nueve mandamientos anteriores.

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 actores 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 el mismo entrevistado, su vida, su carácter, muchas veces el lado humano y cotidiano de los famosos. (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 del entrevistado.

Las entrevistas también se pueden clasificar según los integrantes que la componen:

-Entrevista individual: Un entrevistador y un entrevistado.

-Entrevista colectiva: Un entrevistador y varios entrevistados juntos.

-Encuesta: Un entrevistador y varios entrevistados por separado.

-Conferencia de prensa: Varios entrevistadores y un entrevistado.

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

Antes de la entrevista

Podemos resumir en una palabra 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 que, por eso mismo, tantas veces se descuida. Si la entrevista es en el estudio, la calidad del audio es tarea del operador. Si la entrevista es afuera, hay que revisar varias cosas antes de salir: la grabadora o la unidad móvil chequeada, el micrófono probado (ojalá sea externo y no incorporado), las pilas nuevas (y llevar reserva).

Antes de comenzar, haga una prueba de voz con el entrevistado para medir la distancia correcta del micrófono y asegurarse 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.

-Preparar el tema. No se pide al entrevistador que domine todos los temas. Pero sí que domine la ruta de acceso a ellos, la documentación necesaria para abordarlos. Periodistas y exploradores van de la mano, su especialidad no es la meta, sino el camino para alcanzarla. Un buen entrevistador sabe dónde hallar los metros que saltó Carl Lewis en Atlanta 96, sabe cómo averiguar el índice de inflación proyectado y el real, encuentra la página web de los zapatistas y tiene un confidente en cada ministerio.

Dicen que ése es el secreto de Oriana Fallaci, la tan brillante como reaccionaria periodista italiana que ha entrevistado a medio mundo y a quien ni Arafat ni Kissinger resistieron por lo incisivo de sus preguntas: acumula montañas de información que le permiten saber sobre su entrevistado mucho más de lo que éste se imagina.

Generalmente, elegimos al entrevistado en función del tema y no al revés. (Esto es correcto. Aunque si aterriza Fidel Castro, procuraremos una entrevista con tema o sin tema). La misión, entonces, es doble: conocer lo más que podamos sobre el tema y también sobre el entrevistado.

-Preparar el cuestionario. Con más o menos horas de vuelo, a todos los entrevistadores les ayudará agarrar papel y lápiz, mejor dicho, computadora y ratón, y estructurar con cierta lógica los puntos fundamentales que vamos a tratar en la entrevista. Un cuestionario básico con las preguntas que no queremos dejar que se escapen.

El cuestionario es como carta de amante: leer y romper. Si nos aparecemos ante el entrevistado con un papel y, en vez de atender a sus respuestas, quedamos pendientes de la pregunta que sigue, el entrevistado 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.

-Preparar al entrevistado. Si el entrevistador está crispado, crispará también a quien entrevista. Si está inseguro, también el otro perderá el control. Los nervios se pegan como las pulgas.

Se necesita, pues, haber logrado un clima de confianza al iniciar la entrevista. Antes de pedir pase a estudios, antes de apretar las teclas de la grabadora, conviene ablandar al entrevistado hablando con él de otras cosas —de la lluvia o del sol— de manera que la tensión se aplaque (la suya y quién sabe si la nuestra). Con la lengua ya suelta, sus respuestas serán más naturales.

No caiga en la tentación de ensayar la entrevista. Al entrevistado se le dirá el tema sobre el que vamos a conversar, incluso podremos intercambiar ideas antes de abrir el micrófono. Pero en ningún caso se deben ensayar como pieza de teatro las preguntas y las respuestas. Esto mataría completamente la soltura del diálogo, provocaría un gran fastidio en el entrevistado. Para el oyente, aún peor: pasaría de menú caliente a comida de lata.

-Prepararse uno mismo. Dos actitudes igualmente negativas acechan al entrevistador o la entrevistadora: sentirse superior o sentirse inferior al entrevistado o la entrevistada. Ambas son antidemocráticas y perjudican notablemente el resultado de la entrevista.

En primer término, están los entrevistadores estrellas. Hablan más que el entrevistado, lo interrumpen en todo momento, lo apabullan con preguntas interminables y utilizando un lenguaje incomprensible. Piensan que así deslumbrarán al público. Típico de estos vanidosos es pasarse el tiempo calificando las palabras del entrevistado (muy bien, así es, exactamente, correcto, anjá).

Malcriados y fatuas, sus entrevistas más parecen interrogatorios. O divagaciones personales con un entrevistado de pretexto. Ahí están ellos y ellas, los intocables del periodismo, erigidos como Grandes Inquisidores, ubicados más allá del bien y el mal. Tan convencidos están de su alta profesionalidad, que cuando lean estas líneas no se reconocerán en ellas.

En el otro extremo, están los estrellados. Los que se sienten menos, las que se achican ante el entrevistado. La timidez radiofónica les suele arrastrar a un tono ceremonioso, afectado, bajando la voz, como si estuvieran junto a un enfermo. Naturalmente, contagian al entrevistado y al poco rato adoptarán ambos el mismo estilo de velorio.

Apocados y achicadas, piensan que una entrevista consiste en abrir el micrófono y dejar que el otro hable hasta que se canse. Dejan baches, se duermen, no saben cortar a tiempo. Apelan a la cortesía debida al entrevistado para encubrir su falta de conducción y su ineptitud para centrar el tema y hacer avanzar una idea. Contradicciones: por respetar a uno, faltamos al respeto a la multitud de oyentes que ya están desesperados con la verborrea del entrevistado y con la ausencia del entrevistador.

Cuando se sienta inferior ante un entrevistado, imagínese en el baño, sentado en el único trono que corresponde a los humanos. Así democratizará su relación con él.

-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. Póngase en contra de éste, con la espalda de parapeto, y proteja 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 se encajone en una esquina ni se meta a grabar en un cuarto muy estrecho y vacío.

Para entrevistar, no se ponga frente al entrevistado ni le incruste el micrófono en la boca. Esta posición es muy incómoda, puede colapsar a quien no tenga mucha práctica de hablar por radio. Mejor es ubicarse de lado, en ángulo, sin clavar los ojos sobre el entrevistado.

-¿Grabada o en vivo? Da lo mismo. A nivel de equipos técnicos no, desde luego. Pero en cuanto a la disposición del entrevistador y la entrevistadora, sí. Éstos deben pensarse y comportarse siempre como si estuvieran saliendo al aire en ese momento. Aunque estemos grabando en un sótano, aunque la entrevista vaya a difundirse dentro de un mes, 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, acusaciones imprudentes, baches demasiado grandes). Los parones y repeticiones cortan el ritmo de la entrevista.

La actitud en vivo favorece también el tono alto del entrevistador, lo carga de energía positiva y buen humor. Nadie se entusiasma hablando a una grabadora, sin público, a secas.

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? La entrevista, aunque sea breve, comenzará ubicando el lugar donde se realiza (Aquí estamos, a la salida del Cine Colón, en la 10 de Agosto... TOSE... en pleno tráfico, casi sin ver los anuncios del cine por el humo de los buses...) e identificando a la persona a quien vamos a entrevistar (nos acercamos a un señor mayor, con bastón y sombrero de ala ancha, que acaba de ver la película cubana Fresa y Chocolate...). Recuerde que en radio no tenemos ningún apoyo visual. Una descripción, aunque pequeña, será bien recibida por el público. Antes dijimos que el entrevistador es la boca del oyente. También sus ojos.

Si el entrevistado es un personaje público, el entrevistador deberá presentarlo (¡sería ridículo preguntar a José Saramago cómo se llama usted!). Por el contrario, si es alguien desconocido por la gran audiencia, el entrevistador preguntará su nombre, de dónde es, en qué trabaja, datos fáciles que permitan conocer mínimamente 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 de análisis) y del tiempo radiofónico en que será empleada (si queremos un clip para ilustrar una nota breve, no nos remontaremos a la historia familiar del entrevistado).

-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 periodista se demuestra cuando sabe encontrar en lo que el entrevistado acaba de decir los elementos para formular su nueva pregunta. En esta técnica se juega la coherencia y el dinamismo interno del formato. Quien sabe hacer estos enlaces, sabe entrevistar.

- ¿Y por qué todavía no tienen la licencia de transmisión?
- Porque los de CONARTEL 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, el tal Morabobo, pero...
- Pero, ¿qué?
- Que nos llamó subversivos. Entonces, nosotros salimos al aire sin permiso.
- Si no tienen permiso, entonces son ilegales.
- No, señorita, ilegales son ellos que están violando nuestro derecho constitucional a la libre expresión.

Algunos entrevistadores, al terminar la entrevista, no saben lo que ha dicho el entrevistado. No escucharon. Estaban pendientes únicamente de sus preguntas. Tan pendientes, que ni siquiera recuerdan el nombre del entrevistado y lo despiden como Macario cuando era Hermenegildo. O preguntan por su esposo cuando la otra ya ha dicho que es soltera. O vuelven a preguntar por su partido liberal al que se declaró conservador. Esta sordera, más por sobreexcitación que por desinterés, deja un mal sabor de boca en los entrevistados y desacredita al entrevistador.

-Todo bajo control. No me gusta la metáfora equina, pero puede darnos una idea de lo que queremos decir: El entrevistador es el jinete y el entrevistado el caballo. A veces, basta con abrir la mano ligeramente al caballo para que se ponga en marcha e incluso galope. Con uno hay que meter piernas y con otro darle espuelas. Con uno hay que tirar suavemente, con otro refrenar. Hay algún caballo que en pleno camino ve hierba y desea comerla; el jinete ha de hacerle seguir por el derrotero que él y no el caballo quiere. Jamás debe soltar las riendas.

Saber conducir una entrevista supone todo eso: no desviarse del tema ni dejar que el entrevistado lo haga, hacer hablar al callado y hacer callar al charlatán, saber cortar a tiempo. (Si el otro no se calla, distráigalo con una mueca o un gesto de manos. Por último, retírele el micrófono cuando toma resuello. Por cierto, no deje nunca el micrófono en manos del entrevistado. Se desbocarfa la entrevista.)

También hay que aprender a finalizar la entrevista. Astutamente, los entrevistadores 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.

Después de la entrevista

-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, discipline su lengua. Si tenemos espacio para cinco minutos de transmisión, no grabemos una hora. Hacemos perder tiempo al entrevistado y, sobre todo, al operador.

No regrebe sus preguntas. Algunos perfeccionistas llevan la cinta a la emisora, cortan sus preguntas y las vuelven a montar en cabina, con mejor calidad acústica. ¿Jugando con ventaja, picarón? Eso sólo se justifica cuando se trata de un reportaje en el que se eliminan, incluso, las preguntas del entrevistador y se sustituyen por la narración general. O todos en la cama o todos en el suelo, como dicen los colombianos.

-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 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? Experimente y luego lo cuenta.

-Y archivo. Por último, ordenar los materiales que grabamos. Sin mucho esfuerzo, en un par de minutos, podemos identificar y clasificar los casetes o los documentos del disco duro. Esas entrevistas podrán ser utilizadas en otros programas o durante otras temporadas. Y le sacarán de apuros cuando salte una acusación o un dicen que la emisora dijo. Tomemos ejemplo de la hormiga previsora.

Entrevistas colectivas

Ahora estamos ante un entrevistador y varios entrevistados. O muchos entrevistados. Puede ser toda una comunidad campesina, una cooperativa de choferes, las niñas y niños de un orfanatorio, 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 todos los que participan. O debatiendo y sacando a relucir las posiciones contrarias de los asistentes. Por eso, el entrevistador o la entrevistadora llegarán con mucha documentación y pocas preguntas. Cada una les ocupará bastante más tiempo que en las entrevistas individuales.

¿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 de 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 el entrevistador debe parcializarse ni dejar escapar su opinión personal. Tampoco debe agitar al grupo para hacerles decir más de lo que ellos quieren decir. Un entrevistador maduro 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 práctica. La actitud campechana del entrevistador —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.

Las encuestas

Éstas 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 teléfono 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 de un bus que no llega, en el mercado. 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, se pueden omitir los nombres de los entrevistados. 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? Ocho, diez 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 del entrevistador y sustituirlas por breves enganches de los conductores. La duración de una vox pop será un par de minutos, máximo 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.

Las encuestas claras y el chocolate espeso. Comencemos no borrando las respuestas que no coincidan con nuestra opinión editorial. Más bien, alegrémonos cuando éstas aparecen. Así mostramos el pluralismo de la emisora. Invitemos a opinar a unos y a otros, y aumentemos la credibilidad del medio sacando al aire todas las voces, las cómodas y las incómodas.

La manipulación no construye nada firme y acaba siendo contraproducente: el oyente realiza sus propias vox pop cada día de su vida y se da cuenta si la emisora tiene o no prejuicios al reflejar la opinión pública.

Conferencias de prensa

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.

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.

Flexibilicemos el formato. Los entrevistados pueden cambiar. La emisora puede promover conferencias de prensa a partir de los resultados de una investigación periodística en la que los datos picantes, las pruebas escandalosas sean brindadas a la prensa por un ama de casa (que tiene a sus hijos en el hospital, intoxicados por la carne enlatada vendida después de su fecha de vencimiento) o por un menino da rua (que recuerda el rostro de los mafiosos que balearon a dos de sus compañeros).

Los entrevistadores también pueden cambiar. Podemos invitar a la radio a un funcionario público y que los oyentes, en estudio o por teléfono, lo cuestionen. A un político y que lo entrevisten quienes votaron por él. A una artista y que lo asedien sus fans y sus antifans. A un cura y que aguante las preguntas de todos los paganos del mundo.