

Apunte: "La entrevistista"**Autores: Elena Bandrés, José García Avilés, Gabriel Pérez y Javier Pérez.****Libro: "El periodismo en la televisión digital. Editorial Paidós. Barcelona. 2000.****Taller de Producción Audiovisual 1.****Cátedra II**

5. LA ENTREVISTA

5.1. Donde palpita la información

En cualquier información el periodista necesita declaraciones, alguien que le aporte un punto de vista sugerente, un comentario incisivo o una explicación. Las mejores historias, las más suculentas, muchas veces nacen de una entrevista bien hecha. Sin ella, la noticia o el reportaje quedaría deslavazado e insulso, porque faltarían valoraciones que enriquecen el contenido de la actualidad.

La entrevista constituye un género difícil, porque, de acuerdo con el periodista Jesús Quintero, «entrevistar es conducir al otro hacia lo que el otro realmente es». La intención de cada implicado suele ser diferente. El periodista pretende desvelar lo que ha seleccionado previamente, lo que considera de interés para su audiencia. El entrevistado quizá trate de camuflar en sus respuestas lo que no quiere que sea de dominio público. No se produce una mera conversación espontánea, una charla desinteresada entre dos personas, sino un diálogo que se escenifica para su emisión televisiva, condicionado por la presencia de las cámaras. Como señala Mateu (1998, pág. 152), «no se puede olvidar que también es un diálogo a tres: además de entrevistador y entrevistado interviene un telespectador imaginario que representa al conjunto de la audiencia. Y, por lo tanto, el periodista ha de tener presente esa tercera persona, que es en definitiva a quien va dirigida la entrevista». La entrevista de estudio, por ejemplo, se realiza en un ambiente peculiar para el entrevistado: presencia de focos, de cámaras, técnicos trabajando en el plató... Entrar en un estudio condiciona, al menos inicialmente, la actitud del invitado ante las preguntas del entrevistador.

La entrevista se convierte en un instrumento clave para obtener información y presentar los testimonios de las fuentes: una llamada a un concejal para conseguir unos datos, veinte minutos de conversación con un político mientras prepara un discurso o una larga entrevista con un terrorista arrepentido en la prisión. Esas respuestas constituyen un excelente valor añadido. De esta forma, toda entrevista persigue cuatro fines básicos:

- Obtener declaraciones e informaciones directamente de las fuentes.
- Asegurar un material de calidad grabado sobre el personaje.
- Explicar conceptos abstractos o difíciles mediante la intervención oral.
- Permitir que la persona en cuestión hable por sí misma y pueda replicar o desmentir unas acusaciones.

El medio condiciona la forma e incluso el contenido de la entrevista. Mientras ve cualquier entrevista, el espectador puede cambiar de canal con sólo apretar un botón. Por ello, hay que darle motivos para que la entrevista le enganche: bien porque se trata de una persona muy interesante, se aborda un tema candente o se ofrece una exclusiva. El reto consiste en lograr que esa conversación ante las cámaras logre seducir a la audiencia.

5.2. Tipología de entrevistas

De acuerdo con Monserrat Quesada (1994, pág. 237), la entrevista puede considerarse como un género autónomo, en atención a su técnica particular de realización y redacción. En ocasiones, constituye un programa por sí sola. Además, algunos tipos de entrevista son elementos básicos en la producción de otros géneros informativos, como la crónica o el reportaje. El periodista en televisión suele realizar tres tipos de entrevistas: la entrevista sin cámara, para conseguir una información, que puede hacerse por te-

léfono o cara a cara; la entrevista con una cámara, durante la cobertura en el lugar de los hechos; y la entrevista con varias cámaras, generalmente en un estudio de televisión, como parte de un programa.

El intento de sistematizar las numerosas técnicas de realización que admite la entrevista televisiva no podrá ser nunca exhaustivo. Cabe argumentar que existen tantos tipos de entrevistas como profesionales que la realizan. No obstante, en función del contenido, podemos establecer tres modalidades básicas de entrevista televisiva: informativa, de opinión y de personalidad. Cada una de ellas presenta características específicas, aunque con frecuencia aparecen combinadas:

a) Entrevista informativa

Se realiza a protagonistas, implicados o testigos directos de hechos noticiosos. Tiene como fin exponer y aclarar lo sucedido, fundamentalmente a través de las respuestas del entrevistado y también por medio de las reacciones ante las preguntas (silencios, respuestas rehuidas, etc.). Su interés reside en las declaraciones específicas del entrevistado, por lo que conviene seleccionar a personas capaces de expresarse con claridad.

b) Entrevista de opinión

Se realiza a personajes relevantes o expertos en parcelas concretas del saber, que poseen credibilidad y están legitimados para emitir juicios sobre un asunto concreto. El periodista pretende obtener una valoración sobre unos hechos generalmente ligados a la actualidad. Este tipo de entrevista exige una sólida preparación y un gran conocimiento del tema, con objeto de extraer lo fundamental.

c) Entrevista de personalidad

Consiste en ofrecer, a través del diálogo, el retrato de un personaje que resulta interesante para el público, abordando cuestiones tales como su modo de ser, biografía, actividades, etc. Su éxito depende de la personalidad del entrevistador y del entrevistado. El periodista no debe llamar la atención sobre sí mismo. Su principal objetivo consiste en succionar todo lo que pueda dar de sí el invitado, lograr que

se vacíe en el transcurso de la conversación. Ello exige un conocimiento exhaustivo de la biografía del personaje.

Manuel Mateu (1998, págs. 205-215) elabora una tipología en función de los objetivos informativos. Así, distingue los siguientes tipos:

—Entrevista de actualidad (equivalente a la informativa arriba mencionada).

—Entrevista de *magazine*, en la que, además de la información, también cuenta el entretenimiento.

—Entrevista de carácter (similar a la entrevista de personalidad).
—Entrevista en profundidad, busca profundizar al máximo en un hecho o personaje determinado y pretende realizar una radiografía del mismo.

—Entrevista monográfica, que intenta ofrecer una visión profunda y global sobre un solo tema, con una connotación documental.

Si se adopta el criterio del formato, podemos establecer una nueva clasificación:

—Entrevista de estudio: se trata de un programa de entrevistas, debate o coloquio con invitados.

—Entrevista de reportaje: suele grabarse en el entorno propio del entrevistado y, una vez editada, se emite en un programa de reportajes.

—Conferencia de prensa: se formulan preguntas después de la exposición de los participantes.

—Declaración: se recoge una reacción o testimonio de un testigo ocular, en el lugar de los hechos.

—Encuesta de calle o *vox populi*: se formula la misma pregunta a un grupo heterogéneo de personas. Es un formato empleado para conocer las opiniones de los ciudadanos, por ejemplo, ante una decisión política.

Toda entrevista implica una «conversación artificial»; por ello, debemos intentar que sea lo más natural posible, que exista sintonía entre entrevistado y entrevistador. Las mejores ideas y declaraciones surgen de la interacción entre ambos. Ante el espectáculo de dos mentes funcionando, de dos personas que establecen una conexión especial, la audiencia «engancha». Para lograrlo, se necesita una preparación adecuada.

5.3. La preparación

Todo el tiempo que el periodista dedique a esta tarea rendirá sus frutos más adelante. El primer paso consiste en enterarse de quién es el objeto de la entrevista y qué se pretende con ella. A este fin, la documentación será lo más exhaustiva posible, recurriendo al material de archivo y a todo lo que ya se conoce acerca de esa persona. Resultaría ilusorio que el periodista pretendiera convertirse, en pocas horas o días, en un experto sobre la materia que el entrevistado domina. Más bien se trata de «acercarse a toda esa información sin prejuicios, con una mentalidad abierta, y extrayendo de la complejidad de la información las preguntas clave, los datos esenciales y los puntos conflictivos por los que el público pueda estar interesado» (Quesada, 1994, pág. 261).

No hay nada peor que comenzar la entrevista con un error sobre el nombre o el cargo del entrevistado, pues el periodista pierde toda su credibilidad. A título anecdótico, Camilo José Cela solía preguntarle al reportero antes de empezar una entrevista: «¿Cuántos libros más te has leído?». Si no citaba al menos tres, le invitaba a marcharse, porque consideraba que no era un interlocutor válido.

Durante esta fase previa conviene plantearse las siguientes cuestiones:

—¿Qué se pretende conseguir con esta entrevista? ¿Conocer una serie de hechos? ¿Descubrir la opinión del entrevistado sobre un tema polémico? ¿Ambas cosas? ¿Ha de ser una conversación breve e incisiva, o larga y tranquila?

—Es el momento de establecer el punto central de la entrevista, a donde queremos llegar. Para ello, las preguntas se estructuran de forma adecuada, con objeto de extraer el máximo provecho posible.

—El periodista selecciona una serie de preguntas y temas que desea tratar. Esto no quiere decir que luego siga a rajatabla el orden previsto. El buen entrevistador es capaz de ahondar y sacar luz de las respuestas, conforme progresa la entrevista.

—Si el entrevistado exige que se le anticipe en qué va a consistir la entrevista, es lícito proporcionarle alguna idea general del contenido, pero nunca se le deben ceder las preguntas ni se le adelantará una explicación detallada, porque la entrevista perdería toda su frescura y su valor informativo.

—La redacción del cuestionario servirá para diseñar una estrategia de acercamiento y de profundización con el invitado, que ayude a dominar el hilo del diálogo.

—Procuraremos conocer al entrevistado y conversar unos minutos con antelación. El despliegue técnico puede impresionarle; por ello hablaremos con él, para que se vaya acostumbrando a la situación. Conviene colocar la cámara lo más alejada posible del personaje, para facilitar que se centre en su interlocutor más que en el equipo que le rodea.

—Durante los minutos previos a la entrevista, es mejor no ensayar ninguna de las preguntas que se van a realizar después, ya que es difícil que el entrevistado repita sus respuestas con la misma soltura y espontaneidad.

—Normalmente el periodista debe saber qué cabe esperar de cada entrevistado. Los «expertos» tratarán de hacerse con el control y acudirán con sus mensajes debidamente preparados. El periodista tratará de superar ese recelo inicial, para «descolocarles» un poco. Controlar la conversación en ningún caso llevará a forzar o manipular las respuestas para lograr las declaraciones deseadas. Esto le da una rigidez y una artificialidad que desluce la entrevista.

En cualquier caso, es necesario un tiempo de contacto y conocimiento del personaje, con objeto de romper la barrera de la mutua desconfianza.

5.4. El arte de preguntar

Es éste el momento de la verdad, cuando se fragua el éxito o el fracaso. José Francisco Sánchez (1993, págs. 21-28) glosa tres consejos del periodista norteamericano David Mehegan que resultan verdaderamente útiles: acercarse a las personas con afán de saber, tratarlas respetuosamente y poner mucha atención.

Parece conveniente tratar de usted al entrevistado, porque indica cierto respeto. El entrevistador debe formular las preguntas de forma que susciten respuestas completas, evitando monosílabos o largos monólogos. Los novatos suelen hacer preguntas que comienzan con alguna de las «5 w's» (quién, qué, dónde, cuándo, por qué, cómo) funcionan bien.

Es preferible que las preguntas contengan una sola idea para evitar respuestas excesivamente largas o farragosas. Las preguntas dobles provocan que el personaje escoja la que más le convenga y se olvide de la otra, o que se confunda. Cada pregunta debería tener alguna conexión con la anterior o, al menos, no se debe cambiar de tema de forma abrupta, sin ninguna continuidad.

Conviene no caer en preguntas tópicas: «¿Cómo valora esta información?», «¿Cómo se siente?», «¿Cuál es el motivo y el alcance de su visita?». También evitaremos aquellas preguntas que se han convertido en clichés.

Las preguntas deben centrarse en los aspectos que realmente importan al espectador. Si se conversa con un economista, probablemente funcionará mejor una pregunta sobre cuánto van subir los sueldos o cómo afectará a la cesta de la compra, que otra sobre las implicaciones macroeconómicas de la inflación. Las intervenciones que acorralan explícitamente al entrevistado ponen en evidencia al periodista y soslayan su imparcialidad. En todo caso, si se desea ahondar en un asunto que el entrevistado esquivaba, es preferible que sus propias respuestas le vayan cerrando el paso progresivamente. Por ejemplo, sería incorrecto decir:

—*Usted sabía que su delantero centro tenía molestias en la rodilla, ¿verdad? Ahora que ha tenido una lesión importante y no jugará en los próximos cinco meses, ¿no se siente culpable?*

En cambio, resulta mejor emplear la siguiente fórmula:

—*¿Cuándo supo que el jugador tenía molestias en la rodilla?*

—*¿Le preocupaba que pudiera tener una lesión?*

—*¿Cómo ha reaccionado, ahora que se ha producido la lesión?*

El periodista ha de evitar las muestras de asentimiento, porque denotan parcialidad. Resperará las pausas y silencios del entrevistado; en esos momentos, puede surgir una revelación que, si se hubiere intervenido, no habría tenido lugar. El silencio expectante anima a proseguir hablando.

Si el entrevistado advierte que el entrevistador le conoce a él y a su trabajo, es decir, sabe de lo que está hablando, se generará una cordial relación mutua. Tiene razón Soler (1998, pág. 229) cuando afirma que «cualquier persona entrevistada expresa más lo que quiere que el entrevistador desea oír o lo que espera que él le diga, que lo que realmente siente en su interior». Si la entrevista empieza con preguntas demasiado vagas, del tipo «¿cuál ha sido la experiencia más importante de su vida?», es probable que el entrevistado piense que la entrevista no está suficientemente preparada. La profesionalidad exige poner en juego toda una serie de actitudes con el fin de desentrañar la verdad interior del sujeto y lograr un testimonio sustancial y auténtico.

Recordemos que el cuestionario es un instrumento, no un fin en sí mismo, y que, conforme la conversación vaya adquiriendo vida propia, puede ser recomendable obviarlo. Si se pretende profundizar en la vida de un personaje, el mejor cuestionario son unos cuantos porqués. Para ello, el entrevistador busca ahondar en cada respuesta. Si descubre su sincero interés, quizá esa persona se abra y cuente lo que de verdad le importa.

5.5. Durante la entrevista

Estudiaremos detenidamente al personaje. En la entrevista con premeditación, el periodista ha de ser un gran conocedor de la naturaleza humana. Para sacarle los secretos, primero conviene adular un poco al personaje, de forma que se confíe. En cierto modo, la entrevista tiene mucho de espectáculo, por lo que debe ir *in crescendo*. Como un guión cinematográfico, cuenta con puntas de interés hasta llegar a crear el clímax.

La conversación empieza con las preguntas genéricas, para luego ir entrando de lleno, ciñéndose al tema, calando en el personaje. Las preguntas más emotivas se dejarán para después, una vez que ya está caldeado el ambiente.

¿Hasta que límite puede uno entrometerse en la vida del entrevistado? Sólo hasta donde él o ella consienta voluntariamente. El público tiende a percibir al entrevistador como demasiado blando o duro, dependiendo de los propios gustos y prejuicios. Por ello, conviene olvidarse de cómo va a reaccionar la audiencia y adoptar el tono más apropiado para esa entrevista. El periodista debe transmitir una sensación de autoridad y firmeza. Y sin perder la concentración, aunque sucedan mil cosas imprevistas a su alrededor (el micrófono falla, un foco se cae o un invitado se desmaya).

Es útil llevar las preguntas preparadas en una cuartilla, de manera que no se dé la sensación de excesivo aparato (carpetas, dossieres, etc.) y todo parezca más natural. Al público le interesan más las respuestas del entrevistado que las preguntas. Por ello, conviene pararse a pensar qué aspectos del personaje le gustaría conocer a quienes le van a ver.

Una vez formulada la pregunta, lo mejor es que el periodista permita que el entrevistado responda sin atosigarle. Para interrumpirle, puede aprovechar una pausa. Procurará que la respuesta sea totalmente inteligible desde el comienzo para poder editarla sin la pregunta. Por ejemplo, si se le pregunta: «¿Cuándo llegó a México?» y responde: «En 1987», esta fecha no se entenderá por sí sola. Tendría que decir: «Llegué a México en 1987».

El entrevistador, de acuerdo con Mareu (1998, pág. 167), debe lograr «un equilibrio entre el desparpajo absoluto del *entertainer* y la timidez estática del busto parlante». Cada entrevistista adquiere su ritmo propio, su intensidad y temperatura, en función de la especial «química» que se establece entre ambas personas. Pero no conviene forzar la actitud del entrevistado y hacer que se sienta incómodo por el comportamiento del periodista. Si el entrevistado divaga en exceso, el periodista intentará por todos los medios recuperar su curso habitual. Si no es en directo, puede correr la grabación y explicarle al entrevistado lo que va mal. Si sucede cualquier problema técnico, le pedirá que repita lo que no se captó con normalidad.

Una manera de buscar reacciones es hacer de portavoz de la gente: «Muchos opinan que trabajar diez o doce horas al día no es malo, si se tiene una buena compensación económica. ¿Cuál es su opinión al respecto?» «Las asociaciones de vecinos critican la decisión del ministro de Sanidad de autorizar la venta de estupefacientes en farmacias. ¿Estrá usted de acuerdo?»

El periodista escucha siempre lo que dice el entrevistado y procura ahondar sobre ello. Como resalta Leonor Arfuch (1995, pág. 41), no debemos olvidar el nivel metacomunicativo en toda conversación, «donde la palabra se vuelve sobre sí misma: se refuerzan o deslindan sentidos, se aclaran expresiones, se interviene en la interpretación, en lo que *se quiso decir*». El interés se basa en provocar la respuesta y buscar una reacción. Hay que saber preguntar en el momento apropiado: «¿Puede explicar eso? ¿Por qué?», etc. Una mirada, un gesto, un «¿y bien?» servirá como indicación para que aquella persona continúe con su revelación.

La personalidad del entrevistado debe aflorar en el transcurso de la entrevista. Se trata de algo vivo, no rígido ni enconstrado, por lo que se desarrollará con cierto grado de imprevisibilidad. No obstante, el periodista siempre debe mantener el control. Durante una entrevista con Margaret Thatcher, un periodista británico, después de tres intentos fallidos de preguntarle por un asunto comprometido, le interpeló: «Si me vuelve a contestar lo que no le he preguntado, aquí se acabó la entrevista». Y de este modo, logró que la Pri-

mera Ministra no se fuera por la tangente y respondiera a sus preguntas.

En ocasiones, puede terminarse preguntando si tiene algo que añadir o alguna cosa que le gustaría aclarar. Por último, el periodista procurará agradecer la presencia del invitado y finalizar de forma grata.

5.6. El entorno

La entrevista puede realizarse prácticamente en cualquier parte, pero es importante elegir bien el lugar. Debemos facilitarle las cosas al entrevistado para que se sienta a gusto, o al menos, sufra las menores molestias posibles. El ambiente y las circunstancias repercuten en su predisposición: el que llegue un equipo de televisión a su domicilio puede resultar incómodo para el personaje y motivar que éste ponga barreras o se distancie del entrevistador.

Resulta esencial crear una relación lo más fluida posible entre la persona y el equipo de rodaje, porque todo ello se transmite en cámara. Importa, por tanto, establecer un tono de confianza con quien se va a entrevistar. Llorenç Soler señala que inmiscuirse en la intimidad de los personajes, en su rutina cotidiana, «puede ser un choque brutal para algunos. Violar la privacidad de los domicilios, alterar su equilibrio y atacar las costumbres normales de los personajes no es el mejor pasaporte para que nuestros entrevistados se muestren *como si tal cosa*» (1998, págs. 229-230). Los minutos previos a la entrevista, mientras el equipo se prepara y se busca el lugar idóneo para grabar, son una excelente oportunidad para romper el hielo y ganarse la confianza del entrevistado.

Hay que tener en cuenta el efecto que otras personas puedan tener sobre el entrevistado; por ejemplo, si al entrevistista a un matrimonio, la mujer interrumpe constantemente al marido; o dos colegas de trabajo que censuran lo que dicen en público, para no suscitar mutuos recelos. Se puede entrevistar a un grupo, porque las respuestas de unos y otros suscitan debate, pero hay que tener cui-

dado para que no se pisen mutuamente ni actúen delante de la cámara. Es preferible que los jefes de gabinete o asesores de prensa no asistan a la entrevista, porque el personaje estará excesivamente tenso o pendiente de sus indicaciones.

El lugar de la entrevista debe escogerse con sentido periodístico. Ha de guardar relación con el contenido (el investigador en su laboratorio, el domador con los leones, el campeón de fórmula uno en el circuito de entrenamiento...). Procuraremos entrevistar al personaje en su casa o en su despacho, mejor que en un sitio neutro. Esto nos permitirá mostrar la iconografía que le rodea, con un fondo que resulte apropiado al tema o a la persona. Asimismo, el fondo no deberá distraer de lo principal: las palabras y reacciones del entrevistado.

La grabación en exteriores ofrece la ventaja de que no hace falta iluminar y la luz natural siempre es más agradecida. También permite disponer de fondos con movimiento, en los que se desarrolla alguna acción. Del mismo modo, hay que cerciorarse de que nadie penetre en el campo de visión de forma anómala o con la intención de interrumpir la entrevista.

El detalle en la manera de captar al personaje siempre redundará en beneficio de la entrevista. En ocasiones, el periodista no se limita a entrevistar a los personajes, sino que conversa con ellos. Por ejemplo, supongamos que se trata de un reportaje sobre uno de los últimos artesanos que se dedica a tallar diamantes a mano. Un tratamiento habitual sería grabar varios planos de recurso del artesano mientras trabaja en su taller. A continuación, cesa en su actividad y se realiza la entrevista. El personaje queda ahora fuera de su contexto, se le coloca con el fondo más idóneo y responde a las preguntas. El artesano se encuentra en un ambiente un tanto artificial y actuará ante la cámara. En cambio, resulta más natural dejar que siga trabajando en su mesa y, mientras pule los diamantes, el periodista mantiene una conversación. Así, la entrevista probablemente ganará en interés.

5.7. El lenguaje gestual

En televisión, el entrevistador siempre tiene que actuar. La media-ción de la cámara condiciona el desarrollo de lo que sucede. Por ello, el periodista ha de prestar atención a su lenguaje corporal, de forma que facilite la comunicación:

—Conviene vocalizar y evitar atropellar las palabras.

—Evitará manierismos y gestos que distraigan: mover las cejas, contorsiones de la cara o la lengua, latiguillos, etc.

—Cuidemos el porte exterior y el atuendo. Que no sea excesivamente llamativo y se ajuste al fondo del estudio. Los colores chillones y las rayas son desaconsejables.

—Hay que mantener contacto visual con el entrevistado casi todo el tiempo, sin olvidar a la audiencia. Conviene que aquél advierta que el periodista le sigue, asintiendo con la cabeza o con los ojos, mejor que con la voz.

—Si surge algún fallo o error y la entrevista es en directo, el periodista ha de mantener la compostura, pedir disculpas al público y continuar con las preguntas. Si actúa con naturalidad, saldrá airoso del percalce.

La credibilidad del periodista dependerá en gran medida del lenguaje gestual y de los elementos extralingüísticos que acompañan a las informaciones. Estos aspectos son fundamentales para la identificación entre una emisora y su audiencia. El periodista transmite credibilidad al público cuando éste percibe que controla la situación, sabe de qué está hablando y se expresa con soltura.

La presentación en pantalla debe ser la más natural. Como norma general, los presentadores y entrevistadores deben procurar que sus gestos no se conviertan en una apostilla o en un modo de valorar los hechos y las opiniones contenidas en una entrevista o programa. Dos extremos resultan incómodos para el espectador: la excesiva gestualidad y también la rigidez, la absoluta falta de expresividad. La imparcialidad y la separación entre opinión e información deben reflejarse tanto en el lenguaje verbal como en el gestual.

No sólo es importante la corrección de los elementos lingüísticos —fonemas, palabras y frases—, sino también la de los paralingüísticos y extralingüísticos. Entre los primeros es imprescindible cuidar los sonidos, la entonación y el énfasis, y entre los segundos, el gesto, las posturas y el contexto que fija las imágenes y a partir del cual se interpreta la entrevista. Todos estos elementos proporcionan una ayuda valiosa al espectador e inciden notablemente en la comprensión total del mensaje.

La televisión transforma o altera la personalidad del entrevistador y del entrevistado, pues ejerce un poderoso efecto sobre las formas de comunicación habituales e inconscientes. Acciones casi intrascendentes pueden adquirir un marcado valor comunicativo:

- Levantar y argüer las cejas: puede significar que uno está mintiendo.
- Tomarse una pausa para pensar: puede dar a entender que se desvía la atención.
- Vacilar («oh, pues, o sea...») puede expresar distracción o inseguridad.
- Una sombra en los ojos o unas ojeras quizá dé la impresión de tristeza o aburrimiento.
- La cercanía al entrevistado e incluso el contacto físico marca un estilo de mayor intimidad.

Inmerso en la semántica de la imagen, el espectador se acostumbra a descifrar los roles de los personajes por su representación, con sus contornos y límites (Artuch, 1995, pág. 60). En televisión, el lenguaje del cuerpo constituye un elemento imprescindible para moldear la conversación y comunicar.

5.8. Entrevista en directo y grabada

La realización permite captar en distintos planos el contenido de la entrevista de la forma que mejor se ajuste al tono y ritmo establecido

do en el guión. De acuerdo con Mercedes Millá, la entrevista en directo es la más arriesgada, porque «un error es incorregible, pero al mismo tiempo es donde menos manipulación existe, donde el entrevistado es más libre» (Mateu, 1998, pág. 242).

Toda entrevista grabada es susceptible de ser editada y, por tanto, manipulada. La edición permite:

- Eliminar los fragmentos deficientes de imagen.
- Acortar una respuesta demasiado larga.
- Suprimir un movimiento de cámara brusco o deficiente.
- Trocear la entrevista en varios bloques.
- Insertar vídeos que ilustren parte de las respuestas.
- Introducir insertos del redactor, para facilitar la edición.

Las entrevistas grabadas con una cámara se realizan de acuerdo con unos criterios estrictos. La técnica consiste en grabar un plano con unos criterios estrictos. Normalmente se graba al entrevistado en un plano medio. Si hay varios entrevistados conviene alterar posiciones (que miren a derecha e izquierda), para dar mayor variedad. Se puede pasar a un plano medio cerrado o más corto cuando diga algo interesante o intenso. Procuraremos evitar el *zoom*. Conviene usarlo en caso de que lo que diga algún personaje tenga valor dramático y esté justificado realizar un *zoom* muy lento, hasta cerrar en un primer plano. Es preferible no usar el *zoom* durante las respuestas, para evitar que el fragmento que después se escoja obligue a cortar el movimiento óptico. Si conviene cambiar de plano durante las preguntas, con objeto de disponer de material más variado para el montaje.

Los planos de reacción del entrevistador resultan muy útiles. También se puede grabar la despedida en un plano más abierto, que incluya a ambos. El entrevistador no suele aparecer en un encuadre más corto que el entrevistado porque entonces se le atribuiría excesiva atención. El entrevistado no debe mirar directamente a la cámara. La mirada fija en el objetivo tendría sentido únicamente en los casos en que se trate de una declaración y no de la respuesta a

una pregunta. Habitualmente las declaraciones las efectúan los reporteros o los narradores, pero no los entrevistados.

Los fondos deben aportar alguna información significativa y se grabaran con la mayor profundidad de campo posible. Los planos de recurso (manos, gestos expresivos, trabajando, con sus familias, etc.) sirven para aligerar el montaje.

De este modo, cada entrevista se convierte en una conversación única e irrepetible. A través de los ojos, cara a cara, el periodista intenta «abrir en canal» a su invitado hasta dar con el ser humano que lleva dentro.

<http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind0309e&L=aejmc&T=0&P=1584>

- MURO BENAYAS, I. (2006): *Globalización de la información y agencias de noticias entre el negocio y el interés general*. Barcelona: Paidós.
- NAIM, M. (2006): "Efecto YouTube". *El País*, 26-12-06, p. 13.
- QUIRÓS, F. (1995): "Estructura Internacional de la Información". En *Manual de Periodismo*. Las Palmas de Gran Canarias: Prensa Ibérica.
- SAVIO, R., GIFFARD A. (1995): *Las agencias de prensa en la comunicación global*. Madrid: Comunica, D. L.
- SLOTTERY JOHNSEN, S. (2004): "News Technology, Deconstructing and Reconstructing the News", *Nordicom Review*, 1-2/2004, 237-257.

