



UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLO
ESCUELA DE COMUNICACIÓN
CARRERA DE PERIODISMO

LA ENTREVISTA PERIODÍSTICA

Profesor Raúl Pizarro Rivera

2009

PRENSA 3

La entrevista periodística es una conversación con metodología propia sobre diferentes temas, no necesariamente de actualidad, entre dos o más personas destinada a ser difundida en cualquier medio de comunicación.

No se trata de un género en sí, porque la entrevista periodística lo engloba a todos ellos, ya que existen entrevistas informativas, interpretativas y de opinión.

La vida cotidiana de los individuos está plagada de entrevistas, porque se asume que cualquiera pregunta que requiera de una respuesta es una entrevista por muy banal que sea el ejercicio. El interrogatorio a un postulante a un puesto laboral, a quien aspira ingresar al colegio y/o universidad, a un sospechoso de un delito, a un paciente en una consulta médica y hasta al conductor de un ómnibus, tienen el mismo fin: averiguar algo.

De ahí que toda entrevista tiene un fin en sí mismo, pero la periodística trasciende a las demás por el solo hecho de que su contenido será de dominio público.

TODA ENTREVISTA SE EDITA

Adrede ocupamos el concepto “casi literalmente”, porque no se trata de una transcripción textual de lo que el interlocutor dijo, sino es el producto final de lo que el periodista considera lo más relevante.

Existe en la actualidad una tendencia peligrosamente extendida y que obedece al “facilismo”: transcribir textualmente lo que contiene la grabadora. Una conducta de este tipo es propia de una secretaria y no de un profesional con estudios de edición de textos.

Toda entrevista, del tipo que sea, debe ser obligatoriamente editadas, esto es, quitar todos los errores de vocabulario del interrogado y adecuar sus expresiones al buen uso del idioma pero siempre dentro de las normas de la redacción periodística (Prensa I y Prensa II).

El periodista es el dueño absoluto de la entrevista y, según la valorización que él haga del texto, debe poner énfasis en ciertos aspectos y simplemente eliminar los que no considere relevantes.

No puede considerarse como argumento para “publicarlo todo” el hecho de que “él (ella) lo dijo”, porque con ese pretexto se agudiza el riesgo de que el producto final pierda interés, caiga en repeticiones y abuse de una extensión innecesaria.

La intervención del autor es total y absoluta y lo único que le está categóricamente prohibido es alterar el sentido de una respuesta.

El chileno común –siempre muy limitado en su lenguaje- agradece que se le presente expresándose con corrección ante el público, de tal modo que no hay motivos para temer el indispensable “maquillaje” del texto. Pero la entrevista necesariamente debe adecuarse al perfil del entrevistado, de tal modo que la edición que se haga de ella no supere los límites de lo tolerable.

El redactor tiene que reproducir lo más fielmente posible el lenguaje natural del entrevistado. Es muy distinto el vocabulario de una persona ligada al ámbito académico que el de un futbolista, el de un adolescente en riesgo social y el de un simple delincuente.

En este aspecto, es recurrente la consulta acerca de la inclusión en el texto de vocablos informales o simplemente pertenecientes al “coa” (jerga del hampa). El redactor debe tener el buen criterio de equilibrar las expresiones, pues no puede aparecer un antisocial hablando con total fluidez.

En cuanto al uso de chilenismos y expresiones del lenguaje informal, pueden utilizarse en su exacta medida y cuando el contexto lo hace exigible. De ninguna manera es aceptable un texto lleno de palabras impropias y groserías, aduciendo que el entrevistado es un hampón.

EL FACTOR CREDIBILIDAD

Por años ha prevalecido el proverbio de que “en periodismo se sorprende primero a un mentiroso que a un ladrón”, en alusión a que resulta demasiado evidente cuando un texto no corresponde a la realidad.

Es muy grande la tentación de “acortar el camino” y no hacer la entrevista, sino simplemente tomarla de algún otro medio y hacer algunas modificaciones para “despistar”. Como en televisión y en radio no es posible este tipo de montaje, en prensa escrita no hay mejor respaldo que una fotografía junto al entrevistado y/o la cinta de la grabación para demostrar que ella efectivamente se hizo.

Si ninguna de estas pruebas fuese posible, el mejor instrumento para reflejar credibilidad es la descripción corporal del entrevistado y de su entorno. El periodista tiene que “trasladar” al lector al sitio donde ella se llevó a cabo.

FASES DE LA ENTREVISTA PERIODÍSTICA

1.- Personaje.-

Dependiendo de la estructura del Departamento de Prensa para el que se desempeñe, por decisión soberana o fruto de un acuerdo con el editor o de una reunión de pauta, el primer paso para la elaboración de una entrevista es seleccionar al personaje según el tema y de acuerdo a los objetivos que se persiguen.

Esta selección resultará clave para el producto final. Muchas veces, por premura o por evitar los obstáculos naturales para hacer el contacto con el personaje, se recurre a uno de alternativa, el cual, generalmente, no reporta los mismos niveles de interés.

2.- Contacto.-

Una vez elegido el personaje, el primer paso es el contacto para materializar la entrevista. En este proceso, las opciones son varias, ya que el vínculo se puede obtener por las siguientes vías:

- a) Contacto directo: en el caso de que exista un nexo directo con el personaje, siempre es preferible pactar en forma personal la entrevista, ya sea por teléfono o por correo electrónico. En la eventualidad de que en ese acercamiento inicial, el potencial interlocutor indague sobre la temática de la conversación indudablemente que hay que hacérsela saber con la finalidad de que el encuentro no naufrague por un eventual desacuerdo suyo con la orientación de las preguntas.
- b) Contacto indirecto: inmediatamente resuelto el blanco de la entrevista, el responsable de ella, de no tener vías de acceso personal, debe indagar en su entorno más inmediato (profesionales del Departamento de Prensa o familiar) la posibilidad de algún tipo de vínculo, con la finalidad de llegar al potencial entrevistado por esa vía.
- c) Contacto impersonal: ante el fracaso de las opciones anteriores, al entrevistador no le queda más alternativa que llamar al teléfono personal y/o laboral del potencial entrevistado, presentarse y pedir la cita. Este camino suele ofrecer el escollo de la secretaria, la cual no pocas veces inquiriere detalles de la gestión que se persigue. Manejar el carácter de estas personas es muy importante, ya que puede en el acto transformarse en una aliada o en una puerta simplemente infranqueable. El halago, la espontaneidad y expresiones de cortesía resultan claves

para el acceso al objetivo final. Incluso, se dan casos en que la misma secretaria llega a fijar el día y la hora del encuentro.

Al materializarse el contacto es de importancia radical fijar día y hora de la cita. Cuando el periodista recibe una respuesta vaga en este sentido (*“le avisaré”; “le devolveré la llamada”; “veré si puedo recibirlo”*), de inmediato debe ponerse en alerta y asumir que dicha entrevista no resultó. Tiene que insistir en las horas siguientes y de no haber una pronta respuesta procede a un contacto con otra persona.

3.- Preparación.-

Toda entrevista programada está antecedida de una exhaustiva preparación. Es imprescindible indagar a fondo sobre el personaje elegido y acerca del tema y/o temas que se van a tratar en la conversación.

Debe llegarse hasta donde el entrevistado con datos, al menos elementales, sobre su currículo laboral y su entorno. Refleja una improvisación, y a la vez una falta de respeto para el interlocutor, consultarle de entrada por su edad, cantidad de hijos o estudios.

En cuanto a la materia motivo de la entrevista, resulta clave para el éxito de ella el acopio del mayor número de antecedentes, de tal modo que el interrogador demuestre tener un cabal dominio del tema, lo que le permite hacer mejores preguntas y contrapreguntas de acuerdo a las respuestas.

Como apoyo para a entrevista es aconsejable portar una ayuda memoria con los puntos principales que se aspiran abordar. Está permitido el uso del cuestionario, esto es, una ordenada batería de interrogantes, pero el riesgo que éste implica es que, muchas veces, las respuestas originan en forma espontánea preguntas que no están previamente consideradas en él.

Es recomendable el cuestionario sólo para las entrevistas a distancia (correo electrónico o correo postal).

4.- Acción.-

Es la consolidación de la entrevista, personal y/o a distancia. El interrogador debe ser muy cuidadoso en el tono y forma de sus preguntas y/o comentarios, porque hay personas que graban las conversaciones para utilizarlas como eventuales prueba en contra del periodista.

5.- Redacción.-

No es la mera transcripción de lo escuchado, sino fruto de un proceso selectivo hecho por el autor con lo medular y más valioso de la charla, texto que se ciñe al estilo y al tipo de entrevista. Tiene que atenerse de modo riguroso a lo escuchado, independiente del manejo que el autor haga del material. Incluir expresiones que no fueron emitidas por el entrevistado es una falta de ética y si éste grabó el diálogo podrá hacer uso legal de la cinta en contra del periodista.

GÉNEROS DE ENTREVISTAS

1.- Informativa.-

Es la entrevista que sólo apunta a obtener una información que no se dispone. Por no existir antecedentes sobre la materia, no se requieren datos previos. Se recurre a ella para complementar y/o enriquecer una crónica del género informativo.

Ej:

-¿Cuál fue la causa del incendio?

-¿No vio el disco Pare?

-¿Por qué golpeó a su vecino?

2.- Interpretativa.-

Es la entrevista que requiere de un acabado dominio de la materia y cuyas preguntas son una mixtura alternada o simultánea de información e interpretación.

Ej:

-¿Cuál fue la causa real de su renuncia a la subsecretaría? (informativa) ¿No tuvo afinidad con el ministro? (interpretativa)

-¿Qué le parece lo escrito por Fidel Castro sobre la demanda marítima boliviana? (informativa) ¿Acaso él no tocó ese punto cuando estuvo con usted? (interpretativa)

3.- Opinativa.-

Es la entrevista en la cual todas las preguntas constituyen una opinión del interrogador. Incluso, en la mayoría de las veces ni siquiera son una consulta, sino un simple comentario.

Ej.

-Su presentación a las primarias es una muerte anunciada porque usted no tiene respaldo político y tampoco marca en las encuestas.

TIPOS DE ENTREVISTAS

1.- Imprevista.-

Es aquélla que surge de un encuentro espontáneo. Se dan especialmente en los ámbitos político, policial y deportivo

Ej:

Un reportero de turno en La Moneda espera un anuncio del vocero de Gobierno y de pronto aparece en el lugar un embajador extranjero; quien debe entrevistar a los testigos de un accidente o al médico del club por la lesión imprevista de un jugador.

2.- Programada.-

Es aquélla que está previamente acordada con antelación con el o los entrevistados.

3.- Individual.-

Es aquélla que la realiza sólo un individuo y puede ser imprevista o programada.

4.- Colectiva.-

Es aquélla llevada a cabo por dos o más individuos y puede ser imprevista o programada.

La colectiva imprevista puede darse en cualquier sitio, incluso en la calle.

La colectiva programada la constituyen las Conferencias de Prensa, y éstas pueden ser de dos tipos:

- a) La citada previamente con un temario por tratar, y
- b) La citada previamente sin consignar la materia por tratar.

En el primero de los casos es imprescindible que, al conocer la materia de la cual se informará, el reportero indague previamente el mayor número de antecedentes con la finalidad de que no sólo se “cuelgue” de las preguntas de los demás, sino haga las propias.

El factor exclusividad siempre debe asumirse como un trofeo para el periodista, de tal modo que, si la ocasión se lo permite, debe crearse la oportunidad de –al término del encuentro- conversar individualmente con el conferencista y obtener datos que no conocieron los demás, lo que enriquecerá su posterior publicación y la hará diferente.

MODOS DE ENTREVISTAS

1.- Cara a cara.-

Es la entrevista en persona de uno o varios interrogadores con uno o varios personajes. Es la que otorga más ventajas porque permite –además- captar el gesto corporal y el entorno en el cual se lleva a cabo.

2.- Telefónica.-

Es la que se efectúa a través del teléfono. Aunque en la actualidad existe la tecnología que permite grabar directamente desde el aparato la conversación, se recomienda utilizar sólo una hoja de apuntes con las ideas anclas de lo conversado. Este método agudiza la capacidad de captación y obliga a un mayor esfuerzo a la memoria, siempre tan útil para el buen periodismo. En contraposición a la cara cara, en ésta es imposible conocer características visuales del entrevistado.

3.- Correo electrónico.-

Es el tipo de entrevista más cómoda para ambas partes, pero, además, la más impersonal de todas, ya que es el envío vía mail de un número determinado de preguntas y no es seguro de quien las responda sea realmente el destinatario, sino puede ser un asesor de su confianza.

LA ENTREVISTA SEGÚN CONTENIDOS

1.- Temática.-

Es la que se restringe a un tema específico de cualquiera naturaleza relacionada con contingencia (social, económico, político, ambiental, deportivo, científico, etc.)

2.- Humana.-

Es la que aborda en todos sus aspectos el perfil humano de una persona de cualquier género y condición social (artista, autoridad, mendigo, etc.)

3.- De situación.-

Es la que se origina en un episodio puntual, independiente del tiempo.

Ej:

El nacimiento de octillizos, el viaje de un chileno al espacio, el acuchillamiento de una docente en un colegio, un descubrimiento en la astronomía, el "ojo biónico" que permite recuperar la visión, etc.

4.- De investigación.-

Es la que a través de la conversación con uno o varios personajes tiene como objetivo llegar al esclarecimiento de un episodio de interés general del pasado o del presente

5.- Personalizada.-

Es aquélla en la cual el autor se involucra directamente en el tema y lo trata como vivencia propia. Por norma se escribe en primera persona, pero no puede restringirse al simple relato de una experiencia, sino debe necesariamente incluir una batería de entrevistas de protagonistas de la materia de reporte.

6.- De Ficción.-

Es aquélla que basándose en antecedentes de la realidad del pasado y/o históricos –lo que supone una investigación a fondo de ellos- se le realiza a personajes ya muertos con preguntas relacionadas con la contingencia actual.

Ej:

Marx (sobre el socialismo chileno), *Prat* (sobre el mar para Bolivia), *Bell* (sobre el auge de la telefonía), etc

TÉCNICA DE LA ENTREVISTA

1.- Locación.-

Es el lugar en el cual se realiza la entrevista. Al pactarse ésta, se acuerda un sitio de encuentro, el cual deseablemente tiene que poseer las condiciones para que la conversación fluya con la mayor normalidad. Cualquier elemento distractivo altera la necesaria concentración y obliga a retomar una o más veces el diálogo.

2.- Introducción.-

En la entrevista cara a cara debe generarse un clima favorable antes de abordar el tema específico, por lo cual es aconsejable inducir al entrevistado a comentarios acerca de generalidades extraídas de los antecedentes humanos que se obtuvieron de él tras pactarse la entrevista.

Ej:

Hacer comentarios sobre su oficina, sus hijos, su hobby o cualquier tema liviano relacionado con su ámbito.

3- Uso de la grabadora.-

La grabadora: no es más que un apoyo tecnológico que otorga ciertas ventajas, como el no tomar apuntes y poner atención a los gestos corporales y al entorno.

Es un grave error usar la grabadora casi como un ariete y ubicarla muy cerca del entrevistado: el común de los humanos ajenos a las comunicaciones siente un rechazo natural hacia todo lo que pueda comprometer su testimonio. Incluso, hay quienes solicitan que se prescinda de ella.

Por último, aunque parezca demasiado elemental la observación, antes de ubicarla para proceder a la entrevista es indispensable chequear su correcto funcionamiento mediante una breve prueba.

En el caso de que ésta sufra un percance en medio de la entrevista es aconsejable que una vez concluido el encuentro, el autor anote los puntos fundamentales de la conversación y, ojalá, redacte a la brevedad.

4.- El cuestionario.-

En el caso de ser necesario, el cuestionario debe confeccionarse con preguntas elaboradas en orden, con un interés progresivo y lo más explicativas posible, ello con la finalidad de que el destinatario no se confunda.

Una vez recibidas de vuelta, las respuestas se editan y las preguntas no pueden ser anteceditas de números ni menos de letras.

5.- La descripción.-

Tal como se dijo al principio, la descripción es el recurso periodístico que otorga mayor credibilidad a la entrevista. Es la “fotografía” que el autor hace del entrevistado y de su entorno. Como carece de apoyo gráfico, tiene que entregar al lector hasta los más mínimos detalles que captó gracias a su poder de observación.

Atender al lenguaje corporal del entrevistado da muchos dividendos y, en muchas ocasiones, uno o varios elementos descriptivos son ricos para el encabezado de la entrevista.

Ej:

Sentado en un sofá del cual se asoman sus resortes, un torcido cigarrillo pende de sus gruesos labios y las volutas de humo se extinguen lentamente como buscando el alto techo de su

habitación fría y lúgubre. Sus arrugadas manos las usa para sujetar un rostro cansado, de mirada perdida y pelo cano y desgredado.

6- Las preguntas.-

De buenas preguntas dependen las buenas respuestas.

Si el entrevistador tiene enfrente a un personaje de fácil expresión, extrovertido e histriónico no requerirá de mucho esfuerzo para materializar una entrevistas con condimentos y atractiva. Pero en la generalidad de los casos, el interrogado suele no estar muy dispuesto a revelar lo que supone íntimo, de tal modo que el desenlace será pobre acaso se carece de la capacidad de extraer información. Ese proceso hay que hacerlo con prudencia pero sin miedo, transmitiendo confianza al interlocutor.

El entrevistador tiene que estar siempre atento a las respuestas, porque una de éstas puede contener un sentimiento, un dolor, un episodio o quizás una simple anécdota, circunstancia que puede ser determinante para el objetivo y/o nuevo rumbo de la conversación.

Un tono inapropiado de la pregunta puede ocasionar un rechazo en el interlocutor y éste se cierra. Nunca hay que perder de vista que no se trata de un interrogatorio policial sino de una conversación, y como tal debe conducirse en la forma más coloquial posible.

7.- La contrapregunta.-

En innumerables oportunidades, por cierta timidez, por falta de dominio del tema o por apego irrestricto al cuestionario, el entrevistador guarda silencio y se da por satisfecho con una respuesta que, claramente, no es convincente ni completa. Con largos soliloquios, el entrevistado busca que hacia el final de su respuesta el público olvide la esencia de la materia consultada. Algunos llaman a este recurso "la técnica del rodeo". En ese caso es ineludible la inmediata contrapregunta, esto es, la réplica.

Ej:

-No fue eso lo que le pregunte

-No ha respondido lo que le pregunté

-Perece que no quiere referirse al tema de fondo

Los entrevistados, para eludir un compromiso con su respuesta, optan por hablar lo menos posible, con la consiguiente insatisfacción del público, de

tal modo que si no surge en forma automática la contrapregunta, quien queda mal es el entrevistador.

8.- Los silencios.-

En las entrevistas hay que saber manejar los silencios, ya que existe una tendencia nociva de interrumpir al entrevistado en el climax de una respuesta. Hay que dejarlo explayarse sin límites, pero sólo en la medida en que sus expresiones den cumplimiento a las expectativas de la consulta.

Hay un silencio que puede ser de oro para el objetivo de la entrevista a partir de él: cuando el entrevistado enmudece. Por ningún motivo debe preguntársele *¿qué le pasa?*. Hay que respetar esos segundos de mudez porque, con certeza, tocó su alma un recuerdo, un sentimiento o un pasaje trascendente de su vida personal y/o laboral. Con certeza, al reanudar la conversación evocará espontáneamente dicha situación, la que tiene que ser aprovechada.

9.- Las evasivas.-

En la sociedad actual son cada vez más los individuos insertos en el poder que cuentan con buenos asesores en comunicaciones. Han aprendido a soslayar respuestas, a ser más sutiles y han ganado en perspicacia, por lo cual en esos niveles las entrevistas son verdaderas partidas de ajedrez.

En los medios audiovisuales, la táctica de la evasiva es descubierta de inmediato por el público, no así en prensa escrita. Un buen recurso para reflejar que el entrevistado ha eludido la médula de la pregunta es plasmarlo en la crónica.

Ej:

-Derechamente ¿no quiere referirse a su fracaso?

.....

10.-La rúbrica.-

Excepto en aquéllas que se hacen a distancia, toda entrevista debe ser finalizada con gentileza y agradecer al interlocutor su tiempo y si ha sido óptima su buena disposición hay que hacérselo saber, explicándole que no todas las experiencias de esta naturaleza tienen a protagonistas con las características suyas. Así se dejará abierta la puerta para una segunda oportunidad.

En ciertos casos, precisamente en la rúbrica se produce una incomodidad para el periodista: cuando su interlocutor le solicita acaso puede leer el texto antes de su publicación.

Si se trata de una entrevista institucional, a raíz del grado de dependencia laboral del periodista, obviamente esa lectura previa está permitida. Pero no existiendo un vínculo más que el de interrogador e interrogado, bajo ningún pretexto puede permitirse ese tipo de visa y hay que eludirla con argumentos tan eficaces como que la ética no lo permite y que se debe confiar en su rigor profesional.

LA REDACCIÓN DE LA ENTREVISTA

1.- ENTREVISTA-CRÓNICA.-

Tiene una estructura idéntica a la de una crónica (Prensa II).

Como toda crónica, se trata de un relato estructurado de más a menos, ceñido a las normas de la redacción periodística, sólo que ahora se remite a una o más entrevistas. El autor narra acerca del personaje e intercala frases de mediana extensión o breves citas (como en el ejemplo). Por ningún motivo, una declaración del entrevistado ocupa un párrafo íntegro (de 5 a 8 líneas), porque ello refleja falta de elaboración del autor.

a) Inserción de citas.-

En una entrevista-crónica, ésta puede o no encabezarse con una cita textual y es recurrente, como impacto, partir con una anécdota, con la descripción del personaje o del lugar. Luego vendrá una indispensable presentación con citas intercaladas sobre situaciones puntuales.

Ej:

*Escuchó hablar del emprendimiento en algunas publicidades en la televisión. En su casa de madera del pueblito de Los Maquis (VII Región) no había Internet (**“apenas teníamos luz”**) ni llegaban los periódicos. Pero este joven moreno, corpulento y de pelo erizado (**“soy un mechas tiezas”**), desde pequeño se propuso una meta: no ser como su adorado viejo, un inquilino de esos de hojotas y faja que picaban la tierra de sol a sol.*

b) La titulación.-

En una entrevista-crónica, el título puede ser de cita, informativo o interpretativo, pero no de opinión. La unidad de titulación es libre (no cuentan los golpes) y lleva, como siempre, epígrafe y bajada.

En los títulos de cita, el epígrafe es indispensable, pues debe consignarse en él quién es el personaje, con su actividad incluida si es que se trata de un desconocido.

Ej:

Joven campesino de la Séptima Región:

-“ME PROPUSE SER MÁS QUE MI VIEJO” (de cita)

-JOVEN CAMPESINO ES EJEMPLO DE EMPRENDIMIENTO (informativo)

-DE LA PALA A LAS AULAS (interpretativo)

c) Los subtítulos.-

Al igual como en la crónica (Prensa II), los subtítulos constituyen una reanimación del título; tienen que ser breves y llamativos, y como se trata de una entrevista, la frase escogida va entre comillas.

2.- ENTREVISTA-DIÁLOGO.-

Es la entrevista conocida como “pimpón” porque es un juego de preguntas y respuestas, presentado en forma ágil, con uso de guiones tanto en las preguntas como en las respuestas. Obligatoriamente este “pimpón” tiene que ir precedido de una introducción de, al menos, quince (15) líneas en la cual se “retrata” al personaje con una breve descripción corporal, con mixtura de su biografía, con intercalación de citas breves y haciendo referencia al tema.

Este tipo de entrevista es temática, de tal modo que se restringe a una materia específica y no puede ser un “picoteo” de todo un poco.

El título es de cita y/o interpretativo, pero nunca informativo.

a) Uso de las preguntas.-

Las preguntas se presentan anteceditas de un guión (jamás guión y comillas al mismo tiempo) y deben ser directas y claras. Para diferenciarlas de las respuestas deben ir en negritas o en cursivas.

Ej:

-¿A qué atribuye el éxito de su canción?

-A que le gustó al público.

b) Inserción de preguntas.-

En las respuestas muy extensas -de más de 10 líneas- se complica la detección de errores comunes, como repeticiones y cacofonías. Para amortiguar esta dificultad es conveniente la inserción de una pregunta que se genera con el contenido de la parte final de la respuesta.

c) Manejo de las respuestas.-

Como está dicho desde el principio, las respuestas no son una mera reproducción textual de lo expresado por el interlocutor. El periodista puede alterar el orden de las respuestas si con ello obtiene una mayor ilación y logra acentuar un punto específico. En beneficio de la lectura es importante el acotamiento de las respuestas porque éstas suelen ser demasiados largas.

El manejo de las tonalidades de las respuestas y de los estados de ánimo del entrevistado se hace a través del signo de admiración.

Ej:

-La ocurrido me dejó muy molesto. ¡Diría que indignado!

d) El paréntesis.-

Esta herramienta no tiene un uso discrecional, sino se atiene directamente al contexto. Es recomendable utilizarlo sólo en los siguientes casos: para intercalar citas breves (*"no me arrepiento"*), para la edad del entrevistado (21) y para aclarar que lo dicho es absolutamente textual (*sic*), pues de cuando en vez surgen confesiones que al lector pueden parecerles increíbles.

Algunos usan el paréntesis para recurrir a un recurso explicativo tan infantil como innecesario, el cual debe evitarse.

Ej:

(Demuestra molestia)

(Se ríe)

(Ja ja ja)

(Se sonroja)

(Llora)

Si alguna de estas explicaciones es indispensable hay que explicarla en la introducción.

e) Los puntos suspensivos.-

Los puntos suspensivos -que son sólo tres-, como su definición lo refleja, se utilizan sólo en ocasiones en que la pregunta y/o la respuesta implica, precisamente, suspenso y le abre la puerta a la imaginación del lector.

Ej:

-¿Por qué se fue del país?

-Tuve algunos problemas...

-¿Cómo cuáles?

-Prefiero no referirme a ellos...

En este ejemplo queda en evidencia que el entrevistado elude referirse al tema y el lector podrá imaginarse innumerables razones sobre las cuales no quiso pronunciarse.