

## La Entrevista.

### A) GENERALIDADES

Podemos definir la entrevista como un acto que se produce entre dos o más individuos (entrevistador y entrevistado) por medio del cual uno de ellos (entrevistador) hace una serie de preguntas para determinar la existencia de determinados hechos. Es decir, se trata de un proceso comunicacional que tiene como objetivo principal la recolección de datos.

De esta básica definición, ya podemos separar los elementos que configuran una entrevista, y que la diferencian de cualquier otro tipo de diálogo.

Primero, encontramos el elemento humano ya que la entrevista se trata de una interacción entre dos partes, entrevistador y entrevistado. Segundo, la entrevista tiene un objetivo serio y planificado, ya que no se trata de una de un intercambio informal de información; las partes implicadas buscan resultados específicos. Finalmente, la entrevista es un acto comunicacional, que implica un intercambio de comportamiento; como veremos más adelante, la entrevista va más allá de una simple conversación y las actitudes de cada una de las partes es sumamente relevante para la real comprensión del hecho que es investigado por el entrevistador<sup>1</sup>.

La entrevista también podemos calificarla como un proceso social y en este sentido es recíproca, es decir, interesa tanto al investigador como al entrevistado. Así, la finalidad primordial para el entrevistador es obtener la información de los hechos; para el entrevistado, es dar su opinión.

Esto último es de mucha importancia. El entrevistado que da una respuesta "X" a una pregunta esta cumpliendo o realizando un acto cuya base o primer peldaño se encuentra en la democracia; es una forma de libertad de opinión, razón por la cual debemos evitar coartar esta libertad de opinión. De esta forma, resulta que en la entrevista como proceso social es de mayor importancia este acto (**respuesta**) del entrevistado; es más importante que cualquiera de las partes en este proceso.

Pero el verdadero interés que existe en la entrevista se produce cuando se logra que exista un interés común en una entrevista. Debe existir una acción social recíproca donde ambas partes tengan en esta investigación un interés común, que estará dado por el deseo de ambas partes de solucionar el conflicto<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> A modo de ejemplo, podemos señalar que cada una de las partes obtiene una impresión visual de la otra, se mueve físicamente en respuesta a la otra; ambas sonríen o fruncen el ceño, reflejando sus diferentes estados mentales y de ánimo.

<sup>2</sup> Aún cuando, este interés provenga de fuentes distintas.

Así, podemos señalar que la entrevista como interacción comunicacional, nos permite no sólo recolectar antecedentes y datos sobre un problema o caso específico, sino que también es útil como instrumento educativo distinto en términos que el abogado puede y debe informar a su cliente sobre los procesos y costos de la litigación, sobre los roles y límites de la relación abogado-cliente y permite, por otra parte, crear un clima de confianza y colaboración indispensables para desarrollar una adecuada actuación profesional.

Por ello se señala por algunos autores que la entrevista del abogado persigue tres metas:

- 1.- Establecimiento de Comunicación y Confianza,
- 2.- Obtener los hechos,
- 3.- Educar al cliente.

### **Establecimiento de Comunicación y Confianza.**

La entrevista es un **proceso comunicacional multidireccional**, en el que el abogado debe utilizar sus recursos y técnicas para crear un clima adecuado al establecimiento de una comunicación fluida, franca y abierta con su cliente, que le permita obtener de él toda la información que posee, además de generar una actitud de colaboración hacia el trabajo profesional que el abogado va a efectuar en defensa de sus intereses. Asimismo, permite al profesional dar a conocer al cliente los límites y cargas inherentes al rol que cada uno asumirá con ocasión de la relación abogado-cliente: estrategias de defensa, costos y tiempo que demandará el litigio, derechos y obligaciones involucrados, posibilidad de solucionar el conflicto por medios alternativos de resolución como la mediación o la negociación, entre muchos otros aspectos.

Para este fin, se recomienda prepara la entrevista a efectos de contar con un conocimiento general del problema que será materia de la consulta profesional. Por ello es importante conocer el marco regulatorio aplicable al caso, así como antecedentes del cliente como su personalidad, estrato social el que pertenece, etc<sup>3</sup>. Lo anterior permitirá al abogado estar mejor preparado y dará al cliente una sensación de seguridad y de competencia profesional.

En esta primera etapa es recomendable generar en el cliente la sensación de ser acogido, escuchado y comprendido. No debemos nunca olvidar que los conflictos generan en las personas, confusión angustia, temor, desconfianza, entre otras emociones, que colocan al cliente en un particular posición psicológica. Esta carga emotiva es la que trae el cliente en su primera entrevista con el profesional. Por esto, el abogado debe ser capaz de contener y neutralizar esta emotividad, generando un clima de confianza, dándole la sensación de interés por su

---

<sup>3</sup> Esto es en el ideal de los casos porque muchas veces sucede que es en la entrevista propiamente tal donde se obtienen estos antecedentes.

problema, evitando las interrupciones telefónicas y dedicando al cliente el tiempo suficiente para que pueda relatar su problema. Para ello es importante el uso de un lenguaje adecuado al nivel social y cultural de su interlocutor y de brindarle a éste la oportunidad para hablar libremente y de sentirse aceptado y comprendido

En este sentido, debemos evitar en todo momento emitir juicios de valor, descalificaciones u opiniones que puedan generar en nuestro interlocutor la idea de ser descalificado o sojuzgado. Para este fin, ha de cuidarse no sólo nuestro lenguaje digital explícito (las palabras y expresiones idiomáticas que utilizamos) sino que muy especialmente, han de evitarse las expresiones gestuales del rostro y de nuestro lenguaje corporal que puedan interpretarse como una descalificación, rechazo o juicio.

Como desarrollaremos más adelante el segundo objetivo es la obtención de los hechos relevantes en el conflicto. Este fin, central en toda entrevista profesional, se cumple mediante el empleo de un conjunto de herramientas y técnicas, que suponen de los profesionales el manejo de conocimientos generales acerca de la comunicación humana, del lenguaje y se centra en el uso de la pregunta como medio principal para la obtención de información. Esto implica, además, estar atentos a fenómenos psicológicos tales como la percepción y la memoria humana o la influencia social que también influye en la determinación de nuestras percepciones y recuerdos, entre otros aspectos.

Como hemos dicho, la gran herramienta a que podemos echar mano es la **pregunta**. Pero no se trata aquí de formular cualquier pregunta ni hacerlo de cualquier modo, ni en cualquier momento de la conversación. La pregunta se inserta dentro de una verdadera secuencia comunicacional. En este orden de ideas, la pregunta marca el inicio de una cadena o secuencia de comunicación entre dos o más personas. El abogado requiere ser exitoso en el establecimiento de un patrón de comunicación con su cliente, basado en una escucha activa y en el diálogo abierto y flexible.

La pregunta le permitirá indagar no sólo sobre la **posición**<sup>4</sup> de su cliente frente a un problema o conflicto determinado, sino que valida la obtención de una clase de una información que es aun más relevante a la hora de seleccionar alternativas de solución y diseñar estrategias de acción profesional concretas. Nos referimos a los **intereses** que subyacen a la posición explícita de la parte. Estos intereses pueden ser definidos como los motivos o necesidades que se desea satisfacer al buscar una solución a un problema determinado.

Para que este trabajo sea eficaz, el profesional puede valerse de un conjunto de herramientas que forman parte de una secuencia comunicacional. Aprovechando el modelo de secuencia comunicacional para mediadores<sup>5</sup>, podemos afirmar que una adecuada comunicación, sigue el siguiente orden:

---

<sup>4</sup> Esta posición es aquello que el cliente manifiesta explícitamente querer obtener de la asesoría legal o acerca de la solución de su problema.

<sup>5</sup> Elaborado por la argentina Mónica Lázaro.

**PREGUNTAR – ESCUCHAR – COMPRENDER – MOSTRAR RECONOCIMIENTO – ESTIMULAR LA REFLEXIÓN.**

Aplicando este modelo a la actividad profesional del abogado, en tanto que protagoniza una entrevista profesional, podemos reflexionar sobre una particular forma de vivir esta secuencia comunicacional:

**PREGUNTAR:** al interrogar a su cliente sobre el problema que le afecta, el abogado debe considerar también cuáles son sus expectativas de solución, sus intereses, motivaciones, preocupaciones y sentimientos causados por la situación de conflicto que le afecta.

**ESCUCHAR:** es una actividad que demanda concentración, interés, paciencia y atención. El abogado debe efectuar una **escucha activa y selectiva**, filtrando la información del caso y su cliente de otros elementos y datos vinculados a él o que pueden estar teñidos por un particular estado de ánimo del entrevistado o por factores o sesgos religiosos, culturales, políticos, etc.

**COMPRENDER:** el mostrar comprensión e interés supone utilizar la empatía y otras técnicas que permitan retroalimentar la información que ha proporcionado el cliente, tales como el **parfraseo**, el **lenguaje textual**, y una serie de actitudes que son interpretadas o decodificadas por quien nos escucha, como señales de que está siendo comprendido.

La comprensión se da en dos niveles:

- 1.- La comprensión de los hechos.
- 2.- La comprensión de los sentimientos y emociones exteriorizados.

**MOSTRAR RECONOCIMIENTO:** esto no significa estar de acuerdo con lo planteado por el cliente, en ningún sentido; sólo da cuenta de un grado de comprensión acerca de lo relatado por el cliente. Para cualquier ser humano, el ser reconocido genera una instancia de apertura, confianza y simpatía hacia su interlocutor, que facilita enormemente la comunicación.

**ESTIMULAR LA REFLEXION:** siempre y en toda interacción profesional, debemos tender a estimular la reflexión y el análisis sobre la interpretación que el cliente hace de los hechos del conflicto, de sus expectativas de solución, acerca de las actitudes de la contraparte, etc. Muchas veces, el cliente está alejado de los criterios de realidad cuando analiza la situación del conflicto que lo afecta y el abogado, dentro de su función orientadora y educativa, necesita actuar como **agente de la realidad**, mediante el empleo de preguntas abiertas, circulares y de otras técnicas que estimulen la reflexión del cliente.

## 1º LAS PREGUNTAS.

Como hemos dicho, una de las herramientas más poderosas del abogado para conducir la entrevista es la **Pregunta**. Las preguntas no sólo nos permiten recabar información valiosa, sino que también habilitan para estimular la reflexión y la comprensión del problema.

Es importante que el entrevistador sea una persona inteligente en la formulación de preguntas ya que una entrevista mal estructurada no sirve para el objetivo planteado. Por esto es necesario:

- a) Que el entrevistador sea hábil para formular preguntas; preguntas torpes, mal canalizadas, malogran cualquier entrevista.
- b) El entrevistador debe obrar de buena fe, en el sentido que use los métodos adecuados para formular preguntas, haga preguntas sencillas y breves y no intimide al entrevistado.

Existen varias clasificaciones sobre el tipo de preguntas. Nos detendremos en aquella que distingue entre preguntas **Abiertas, Cerradas y Circulares**.

**Preguntas Abiertas:** son aquellas que permiten dar respuestas elaboradas. Estas preguntas comienzan con frase como "¿Qué...? ¿Cómo...? ¿Cuándo...? ¿Dónde...? ¿Cómo...? ¿Cuánto...? ¿Por qué...?", etc. Las preguntas abiertas no apuntan ni a un Sí, ni a un No. Hacen pensar a las personas, proporcionan mayor información al interrogador, en cuanto el interpelado con una pregunta de este tipo no está restringido en su respuesta a dar una afirmativa o negativa sobre una cuestión que le es consultada.

**Preguntas Cerradas:** son aquellas que permiten responder con un Sí o con un No. Instan a dar una respuesta de afirmación o negación frente a una hipótesis determinada.

Esta clase de interrogatorio más dirigido puede ser de utilidad en el contexto de una entrevista, cuando el abogado desea precisar aspectos puntuales de la información que ha recibido de su cliente.

Permite, a su vez, focalizar la atención hacia un punto o hecho específico, que aparece como poco claro o contradictorio, como, por ejemplo, "Veamos señor Martínez, usted me ha señalado que el automóvil que arrolló al niño se dirigía de oriente a poniente por calle Los Tréboles. ¿Es eso correcto?"

Por otra parte, tiene como contrapartida que el entrevistado verá restringida su posibilidad de respuesta, ya que sólo le será posible contestar en un sentido positivo o negativo.

Al mismo tiempo, desestimula la entrega abierta de información o la explicación de una afirmación anterior.

**Preguntas Circulares:** éstas permiten hacer más visibles las relaciones de tiempo, lugar y personas.

Este tipo de preguntas ayudan a que las personas puedan reflexionar acerca de su propia percepción, permitiéndoles ver las cosas desde otro lugar, desde otro tiempo o desde la perspectiva de la contraparte, de un tercero o de la de otro sujeto involucrado en el conflicto.

También estimulan la reflexión sobre el problema, sus causas, las posibles actitudes de la contraparte, del tribunal, de los terceros involucrados, etc.

Por otra parte, permiten ejercer al abogado el rol de **agente de la realidad**, facilitando la percepción de aspectos no considerados por el cliente en sus interpretaciones, expectativas de solución, riesgos potenciales, costos, o juicios acerca de la conducta de otras personas.

Ejemplos de estas preguntas son:

- ¿Qué cree usted que haría su esposo si estuviera en su lugar?
- ¿Cómo cree usted que se comportaría si estuviera en el lugar de su contraparte?
- ¿Cómo eran las relaciones con su familia antes de producirse el conflicto?, ¿Cómo desearía que éstas fueran en el futuro?
- ¿Quién ve las cosas de igual que usted? ¿quién las ve de forma diferente?
- ¿De no alcanzarse una solución negociada, que actitud cree usted que adoptará don...?

Una buena entrevista, sobre todo si es el primer contacto con el cliente, siempre incluye preguntas abiertas, pues ellas llaman a dar una respuesta de mayor extensión, con un mayor acopio de información. Lo ideal es **permitir al entrevistado que "cuente su historia"** libremente y con la menor cantidad de interrupciones posibles. En esta etapa se busca hacer el mínimo de preguntas para completar el relato y sólo cuando sea necesario.

En una primera fase de la entrevista es conveniente restringir, sino evitar, el uso de preguntas cerradas o específicas, pues su entrevistado puede sentirse limitado o interrumpido en su proceso de pensamiento, omitiendo relatar hechos que pueden ser de importancia para el trabajo con el caso.

Por otra parte, si la hipótesis que deseamos confirmar con nuestra pregunta es errada, podemos inducir al cliente a ver las cosas como las plantea el abogado, alterando con ello su proceso de recuerdo y reconstrucción de los hechos o de interpretación o valoración de los mismos.

Asimismo, es necesario evitar el uso de **preguntas autobiográficas**, es decir, aquellas con las que pretendemos confirmar nuestros propios preconceptos, prejuicios o vivencias. Nunca pongamos en nuestras preguntas elementos de nuestra propia biografía que tiñan con nuestras ideas preconcebidas sobre determinado tema o aspecto del problema que se nos plantea.

Sólo cuando hemos obtenido de nuestro entrevistado una gran cantidad de información, puede ser recomendable el empleo de lo que los norteamericanos denominan **interrogatorio suave**, esto es, un conjunto de preguntas más específicas y focalizadas, a efectos de precisar determinados puntos del relato del

cliente, o bien, aclarar o confirmar nuestra comprensión de los hechos que nos han sido confiados.

Esta línea de interrogatorio resulta también útil para completar vacíos o chequear elementos que nos parecen ambiguos o poco creíbles.

## **2º PARAFRASEAR AL CLIENTE.**

Otra técnica que puede ser empleada, tanto para asegurar la comprensión, como para generar el clima de comprensión y escucha activa es el **parfraseo**.

Parfrasear consiste en hacer una síntesis y repetir lo que una persona –el cliente- nos ha relatado, eliminando en ella las expresiones que denotan angustia, violencia o una fuerte carga emotiva.

Al parfrasear se suele repetir el relato con nuestras propias palabras, expresando la necesidad que está subyacente en ese relato y explicitando los sentimientos o emociones de nuestro interlocutor.

El parfraseo tiene utilidad para:

- Confirmar datos, intereses, sentimientos o valores;
- Mostrar comprensión y que se ha escuchado con atención;
- Ayuda a clarificar y ordenar lo que la persona que habla quiere decirnos;
- Permite efectuar la retroalimentación de la información que hemos recibido del cliente.

Un ejemplo nos permitirá conocer el uso de esta técnica:

Juan es un joven abogado que realiza su primera entrevista con Ana, una mujer que acaba de separarse de su marido y desea asesoría legal para regular los distintos aspectos patrimoniales de esta separación. En la entrevista, Juan escucha el siguiente relato de Ana:

- "Mire señor abogado, yo estuve casada con Pedro desde hace más de veinte años, le entregué los mejores años de mi vida, le di cuatro hermosos hijos, me dediqué siempre a mi familia, a criar a nuestros hijos, a lavar, cocinar y planchar y renuncié a desarrollarme profesionalmente, Ahora que han pasado los años este hombre me abandona por una mujer más joven. Gasta todo su dinero con ella, tiene abandonado a los hijos; no nos da plata para pagar el dividendo, ni para comer y yo no puedo encontrar trabajo, a mi edad y sin estudios, nadie quiere contratarme. Lo que yo quiero es que Pedro cumpla con su obligación de marido y padre, prosiga a mi nombre la casa y fijemos una buena pensión de alimentos. Creo que es lo mínimo que merezco después de veinte años de matrimonio... de verdad, me siento muy enojada y angustiada por esta situación".

Como se advierte en este relato, nuestro joven abogado está en presencia de un conflicto que mantiene a su cliente sumida en una posición emocional de mucha tensión, angustia e incertidumbre. Por ello es necesario que neutralice estos sentimientos y emociones para que la cliente pueda entregarle toda la

información, comprenda sus derechos y obligaciones en esta materia y pueda al mismo tiempo, contribuir a una evaluación más objetiva de la situación que le afecta, facilitando el proceso de toma de decisiones.

El parafrasearla permitirá al abogado bajar la carga emotiva y generar en Ana la sensación de haber sido escuchada, comprendida y acogida, al mismo tiempo que constituye una oportunidad para ir corroborando los antecedentes recogidos en la escucha, facilitando el proceso de retroalimentación.

Una posible forma de parafraseo en este caso, sería del modo siguiente:

- "Sra. Ana, **si le comprendí bien**, usted me dice que ha estado casada con don Pedro desde hace veinte años y que tienen cuatro hijos; que con ocasión de su crianza y educación, usted renunció a trabajar para dedicarse exclusivamente a las labores domésticas; que ahora su marido tiene una relación extramarital con una mujer más joven, a causa de lo cual abandonó el hogar y que nos les proporciona dinero para pagar el dividendo y demás gastos de vida; que usted no puede satisfacer estas necesidades, porque no encuentra trabajo y que toda esta situación la hace sentir enojada y angustiada".

Lo importante en el parafraseo es considerar la emocionalidad del cliente expresada en su relato, para que se sienta verdaderamente escuchado y acogido, pero neutralizando toda esta carga emotiva que ha puesto en sus palabras, eliminando adjetivos y calificaciones hacia la otra parte que escalen el conflicto. Con esto, además, se logra objetivar la controversia que en muchos casos se ha subjetivado, atribuyendo el conflicto a la parte contraria. Probablemente Ana al oír el parafraseo de Juan pueda mirara el problema de una manera más clara y sintética, libre de emociones que confundan el relato y esto despeje su comprensión acerca de los temas involucrados en su conflicto, sus orígenes y expectativas de solución.

### **Obtención de los hechos.**

El objetivo general de la técnica de la entrevista se puede resumir como **obtener y organizar la información del caso, tanto en sus aspectos fácticos como en lo relativo a las expectativas de solución del cliente.**

Para poder cumplir este objetivo podemos fijarnos ciertas metas a alcanzar. En este sentido, algunas personas señalan que "el éxito de la entrevista se encuentra en la posibilidad de obtener la verdad sobre ciertos hechos".

El entrevistador, en el conjunto de preguntas que formula, debe procurara hacer un sondeo, investigación o indagación sobre ciertos puntos o conjunto de hechos.

Se dice que el abogado debe alcanzar la verdad de los hechos; que esta verdad le debe ser proporcionada por el cliente y que, de la verdad obtenida debe desarrollar una estrategia para enfrentar el caso.

Como vemos, es determinante la entrevista para la labor que se encomienda al abogado pues es el punto de partida de la relación profesional y de la determinación del conflicto que afecta al cliente,

En este proceso, debemos tener presente la importancia y complejidad del fenómeno de la percepción de los hechos, su reproducción y el traspaso de esta información a un tercero.

La entrevista me permite como abogado, percibir a través de mi cliente los hechos que han ocurrido y que forman parte del conflicto a resolver. Como no ha sido el abogado quien ha presenciado los hechos o vivenciado las situaciones, necesitamos que el entrevistado nos diga lo que ha ocurrido, nos entregue toda la información posible de los hechos que ha percibido.

Aquí surge el primer problema a tener presente en la entrevista. La verdad es que el fenómeno de la percepción de los hechos es complejo y subjetivo y dificulta más aún este proceso de traspaso de la información aun tercero.

En lo concerniente a la obtención de los hechos, tropezaremos con diversos problemas y dificultades derivados de las alteraciones de la percepción de la realidad y de la complejidad del proceso de rememoración de los hechos y situaciones, de las barreras comunicacionales, del fenómeno de la influencia social, entre otros factores que alteran la reconstrucción de los elementos fácticos del conflicto de nuestro cliente.

Algunas dificultades son:

- 1.- Las personas, generalmente, dan por hecho que sus percepciones del mundo son precisas, que reflejan con exactitud lo que existe en el exterior. Sin embargo, vemos que esto no es así, que además lo percibido está teñido por nuestros conocimientos previos, preconcepciones, prejuicios e influye lo aprendido antes (cultura compartida) y el entorno.
- 2.- Las interferencias –como serían los prejuicios, actitudes, sentimientos- pueden distorsionar el mensaje a entregar y alterar la percepción de la realidad y su reproducción real.
- 3.- Entre las fuentes de las distorsiones de la comunicación podremos mencionar, la filtración, la percepción selectiva (receptor), las emociones, el lenguaje, la desconfianza.
- 4.- Influyen estas barreras no sólo en el entrevistador, sino que también en el entrevistado, quien está atento a lo que el entrevistador está aportando, su apariencia, la expresión de su rostro y sus ademanes, su entonación, sus temores y angustias, su agudeza o falta de ella, etc.

Las distintas clases de realidad pueden ser las siguientes:

- 1.- Cuando nos enfrentamos a la comunicación nos encontramos con algunos problemas y uno de ellos es que la comunicación básicamente depende de la percepción, es decir, que cosas son las que comunicamos; aquellas que percibimos todos igual. De tal forma que hay procesos de percepción social, de clasificación de la realidad y de establecer de que realidad estamos hablando.

2.- Hay tres tipos de realidad: existe una **realidad independiente de que yo exista como persona o no** (por ejemplo, la luna) y sobre esa realidad normalmente no hay mucha discusión. Podemos atribuir conceptos a esta realidad que es del *mundo del suceder*, no del mundo del explicar. También hay una **realidad subjetiva**, la que se configura en nuestra mente, donde las cosas son transformadas en conceptos a través de éste proceso de percepción; depende del estado de ánimo que nosotros teníamos al momento de formular el concepto (*mundo del explicar*) y para que podamos hablar con otro en ese nivel de realidad tenemos un problema de base que consiste en que esa realidad debe ser **consensual**, si no es consensual no hay realidad común, es decir, no se comparte la misma realidad y no puede haber comunicación. En otras palabras, hay que ponerse de acuerdo en lo que se está hablando para no atribuirle características desde mi particular punto de vista. De otro modo, no nos podemos comunicar y si no nos podemos comunicar, por ejemplo, *yo voy a entender lo que yo quería de lo que tu me dices* y entonces tengo que recurrir a mis experiencias y en función de ellas elaborara conceptos. Finalmente, existe un tercer nivel de realidad, **todo lo que es producto de la realidad humana**. Es una construcción y si lo llevamos al segundo nivel de realidad, nos damos cuenta que ella también es una construcción y que podemos elaborar conjuntamente, podemos compartirla y en la medida que la compartimos podemos comprometernos con ella y comunicarnos.

3.- Así, la comunicación depende de la percepción y, a su vez, la percepción depende del tipo de realidad a que nos estamos refiriendo. Por esto, es necesario que el abogado tenga conciencia de la realidad que está conociendo a través de la entrevista y que logre identificar las fuentes de distorsiones para legar a la realidad que requiere para enfrentar el caso que el cliente le encomienda.

## **B) EL LENGUAJE DE LA ENTREVISTA.**

En el acto comunicacional existe un lenguaje que ambas partes utilizan. Muchas veces creemos que, al referirnos al lenguaje, comprendemos todo y que es sinónimo de lenguaje verbal.

La verdad es que nos comunicamos no sólo por medio de la palabra. También nos comunicamos a través de gestos, actitudes, silencios, ideas que van más allá de lo expresamente dicho, etc.

Todos estos lenguajes participan también en el proceso de la entrevista y dado que existen e intervienen y muchas veces son determinantes en su desarrollo y resultado, es que es indispensable hablar de ellos.

Como dijimos, la comunicación se da en dos niveles. En uno digital (**verbal**), todo lo que fluye como sonido y que tiene forma unívoca en cuanto a su significado; existe también un nivel no verbal o **analógico**.

Para poder manejar una entrevista hay que atender a la concordancia o discrepancia que pueda haber entre un lenguaje y el otro para saber, por ejemplo, si alguien miente o no, si los resultados son convincentes, etc.

Por otra parte, la comunicación verbal humana puede operar, y siempre opera, en muchos niveles contrastantes de abstracción. Estos forman una gama en dos direcciones, desde el aparentemente simple nivel denotativo ("el gato está en la alfombra"). Una gama o conjunto de estos niveles más abstractos incluye los mensajes explícitos o implícitos en que el tema del discurso es el lenguaje. Los llamaremos **metalingüísticos** (en el caso anterior, el sonido verbal "gato" representa una clase cualquiera de determinado objeto y, a su vez, la palabra "gato" no tiene pelos ni puede arañar). Al otro conjunto de niveles de abstracción lo llamaremos **metacomunicacionales** (por ejemplo, si el hecho de decir la ubicación del gato fue o no amistoso). En estos casos, el tema del discurso es la relación entre los hablantes. La mayoría de los mensajes metalingüísticos y metacomunicacionales permanecen implícitos.

Aunque pensamos que el lenguaje verbal pudiera ser muy claro pues bastaría con estar a lo que las palabras nos indican, vemos con el ejemplo anterior que tiene también otros ámbitos de acción, en donde las palabras cobran un sentido o nos dicen algo más o distinto de lo que las propias palabras nos expresan. Importante es, entonces, tener claro que las palabras tienen diversos niveles de abstracción y deberemos saber a que nivel está haciendo referencia nuestro cliente cuando nos habla, para facilitar la comprensión de la realidad que nos quiere hacer ver.

Por otra parte, no sólo en el caso del lenguaje verbal o digital existe más de una interpretación de lo que se nos quiere decir; esto ocurre también con el lenguaje analógico, en que es posible más de una interpretación y necesitamos saber cual es la interpretación que yo (y el cliente) le doy a algo. Ejemplo claro de esto es la frase "*mi dolor es mío*": existen cosas que no pueden ser compartidas desde el punto de vista de las sensaciones; hay que ponerse en el lugar del otro no sólo en la parte sensible o sensitiva, sino que, además, debemos ver la lógica con que piensa. Para eso es necesario retroalimentarse (**feed back**) de la información que nos proporciona el entrevistado y si no se está seguro de lo que trata de comunicar, se debe repreguntar lo que yo creo que me está diciendo. Así se confirma o no lo que se entendió.

No ocurre lo mismo con el otro lenguaje, el que hemos denominado analógico o no verbal. Para entender lo que se nos quiere decir es indispensable comprender el contenido del lenguaje no verbal (conocer lo que el otro quiere decir) y desarrollar adecuadamente la empatía como elemento facilitador de la comunicación con el cliente (nuevamente, tratar de pensar con la lógica del otro).

Para estos efectos, entenderemos como **empatía** el ponerse en el lugar del otro, que en este caso podría entenderse si se logra:

1.- Atender a su comunicación verbal y no verbal

- 2.- Evitar juzgar la comunicación e intentar comprenderla
- 3.- Interés por el otro.
- 4.- Comprender su comportamiento, al tratar de ver el mundo con la lógica del otro, no con la propia.

### **C) REGLAS DE LA COMUNICACIÓN.**

Así, es indispensable que tengamos conciencia de las distintas vías o niveles de comunicación que se dé en una entrevista y que esta se encuentra enmarcada dentro de las formas de la comunicación. Pero ¿cómo podemos resumir lo que hemos visto? La respuesta la encontramos en las reglas de comunicación a partir de las acciones elaboradas por Watslavic:

- 1.- Usted no puede no comunicarse (siempre está visible).
- 2.- La comunicación ocurre a dos niveles (analógico y digital) y en el entorno o contexto que se dan.
- 3.- La comunicación es como el dilema del huevo y la gallina (nunca sabemos como empezó o empieza). Tiene una presentación en la secuencia comunicacional.
- 4.- La comunicación se presenta entre iguales y desiguales.
- 5.- Finalmente, y no por eso menos importante, el lenguaje –a nivel digital- debe ser el adecuado. En este caso, el que use el abogado debe ser claro y no técnico (no olvidemos que por regla general nuestros entrevistados no son abogados).

Como señalamos, tanto el lenguaje verbal como el no verbal están interviniendo en el proceso de comunicación, en la entrevista. Ambos influyen, afectan y enriquecen este proceso de comunicación y debemos tenerlos presentes para que sirvan como medio de ayuda en poder comprender en mejor forma la realidad que se nos quiere entregar.

Como indicamos en el punto anterior y a raíz de que existen diversos niveles de comunicación –racional (**contenido**) o “de lo que se dice”; socioemocional (**relacional**) o “de cómo se dice”; sensorial (**sensaciones**)- el abogado debe reconocer e interactuar con todos estos niveles de abstracción del lenguaje.

Por otra parte, durante la entrevista los silencios no pueden desestimarse ni menos darle una valoración negativa. El silencio en la entrevista tiene valor. Puede ser una forma de respuesta. O puede constituir interrogante. Todo esto debe saber apreciarlo el entrevistador en forma oportuna; es de su cargo saber apreciar o valorar el silencio.

## **D) BARRERAS COMUNICACIONALES.**

Entre estas barreras de encuentra el recurso tiempo (el tiempo que se dispone para la entrevista), el lugar (ubicación de mesas, sillas, personas, etc.) y la disposición de ambas personas.

También pudiera afectar el manejo por parte del abogado de los documentos que el entrevistado trae, cómo se analizan, cuándo, en qué momento se piden, etc.

Además, dentro de las barreras comunicacionales podemos encontrar: el marco de referencia (entorno), la escucha selectiva, los juicios de valor, la credibilidad de la fuente, los problemas de semántica, el lenguaje grupal, las diferencias de estatus, las presiones de tiempo y la sobrecarga de información entre otros elementos.

Muchas veces sucederá que el informante de datos de más porque cree en su relevancia, o bien omitirá información relevante porque cree que el entrevistador ya la maneja, lo cual, sin duda, entorpece los fines de la entrevista.

¿Cómo podemos resolver el problema que se presenta cuando uno siente que el entrevistado no nos está diciendo toda la verdad, o bien, que oculta información relevante? Se presenta un conflicto entre la conveniencia o no de darle a conocer la impresión del entrevistador y solicitarle que diga toda la verdad versus darle a conocer la importancia de la información para el éxito de su gestión profesional y le invita a explicar todos los antecedentes del caso.

¿Cómo puede asegurarse el entrevistador que ha comprendido lo que el cliente le ha relatado y que ha captado íntegramente la información que ha sido proporcionada?

Para poder solucionar el problema de estas barreras comunicacionales, el abogado debe tener manejo de técnicas adecuadas para facilitar y estimular la confianza y estimular el aporte de información relevante (Por ejemplo, creación de un clima de confianza, de cordialidad, dar muestras de profesionalismo, tener una actitud empática frente al cliente y su problema, etc.)

## **E) RESUMEN.**

Podemos distinguir los siguientes aspectos importantes en este tema:

### **a) Etapas de la entrevista.**

Dentro de las etapas debemos considerar en primer lugar la presentación de quienes participan de la entrevista, luego la formulación de preguntas y respuestas por ambas partes, siguiendo con el análisis de la documentación entregada (si hubiera) para finalizar con la conclusión de la entrevista.

En este sentido, entendemos la etapa de **presentación** como aquella en que ambas partes se conocen. No sólo debe saber el abogado quien es el cliente que tiene frente a él y que requiere de sus servicios, sino que, también, se le debe dar a conocer al cliente quien es la persona con quien va a tener esta entrevista.

No nos referimos a preguntas relativas al nombre, profesión, domicilio, etc., que podrán ser formuladas en cualquier momento de la entrevista; nos estamos refiriendo al momento en que el cliente entra en nuestro estudio, está frente a nosotros y vamos a conocer con la entrevista.

El sentido de esta presentación no es sólo dar los nombres de cada parte, sino que es el primer momento en que se debe crear el clima de confianza y empatía para con el cliente.

Por otra parte, la etapa de **formulación de preguntas y respuestas** que dicen relación directa con el conflicto que se nos plantea está caracterizada por el uso de las técnicas y el tipo de preguntas que antes ya hemos indicado. En el **análisis de los documentos**, es sumamente importante no dejar de lado al cliente, por lo que se hace necesario preguntar al cliente sobre los documentos y explicar el alcance y sentido que estos tengan.

Finalmente, en la **conclusión** de la entrevista, el abogado deberá dar respuesta a la problemática del cliente, tratando que esta sea lo más completa posible, evitando tener que repetir la entrevista. Si lo estima necesario y conveniente de acuerdo al caso, fijará una nueva fecha y forma para las sucesivas reuniones que tengan lugar.

Precisamente es en este momento en donde el abogado da una opinión sobre el caso. Al respecto, debemos discutir el cómo, el cuándo, o los tipos de solución. En este sentido, dará a conocer su primera impresión y las posibles alternativas de solución, o bien emite una opinión definitiva del caso y de las posibilidades de éxito o fracaso en la gestión profesional. También habrá casos en que deberá explicar las posibles soluciones al problema comprometiéndose a proporcionar una opinión definitiva luego de estudiar a fondo los antecedentes del caso.

En paralelo al cumplimiento de estas etapas de la entrevista, el abogado elaborará por escrito un resumen del caso (**relación del caso**) que le permitirá contar con la información básica y más importante del mismo a fin de poder redactar los escritos o presentaciones que sean necesarias en torno a ir avanzando en la solución del caso propuesto.

Esta relación del caso aparece como un producto de la entrevista de real interés ya que permite al abogado con el análisis del caso aún cuando su cliente no esté presente. Por esto mismo es que se debe tener presente que no es conveniente concluir una entrevista sin haber escrito la relación del caso o, al menos, sus aspectos más fundamentales. Trataremos este aspecto, con mayor profundidad, más adelante.

## **b) Funciones de la entrevista.**

Quizás este tema pudiera explicarse más adecuadamente teniendo presente que la entrevista es una técnica que tiene funciones tanto para el cliente como para el abogado.

Las funciones que cumple para el abogado son:

- Le ayuda a mantener una relación con su cliente
- Es el medio a través del cual obtendrá la información del asunto que se le encomienda
- Le permitirá darse a conocer a su cliente pues le mostrará si su abogado lo entiende, es confiable, entiende el problema que lo afecta y sabe enfrentarlo de la mejor manera posible,

## **c) Fines de la entrevista.**

Como hemos indicado, entre los fines de la entrevista podemos indicar los siguientes: recoger datos, informar, motivar o influir.

## **d) Elementos que integran la entrevista.**

Las partes o actores. Entrevistador y entrevistado. Importante es señalar que en este proceso comunicacional habrá un emisor y un receptor que recibe el mensaje y lo decodifica en relación a su propia percepción.

Debemos aclarar que el entrevistador es un instrumento, en el sentido que él, en sí mismo, no es el objeto de la investigación. El entrevistador debe tener presente que la entrevista es un proceso de búsqueda de la verdad o de hechos o actos que no dicen relación alguna con sí mismo. Por esto, es que el entrevistador debe dejar fuera su ego, su petulancia o el propósito que quede dimensionada su habilidad para hacer preguntas.

Sin duda que el entrevistador debe poseer una cultura general y debe ser capaz de llevar adelante una conversación adecuada de elevado interés. También debe poseer un conocimiento específico de cada una de las preguntas que son objeto de la entrevista y debe ser lo suficientemente hábil para no ser "*envuelto*"<sup>6</sup> por el entrevistado

Además, el entrevistador debe adquirir la capacidad de ver indicios y de hacer conjeturas; en este sentido debe estar calificado para:

- Formarse el hábito de estar alerta respecto del que hay muchos indicios subliminales que es posible *leerlos*.

---

<sup>6</sup> En este sentido, es él quien lleva adelante la entrevista, es él el investigador que busca un objetivo determinado, por lo que no debe dejarse llevar a ciegas por lo que el entrevistado está informando.

- Llevar estos indicios a nivel consciente, de modo que pueda hacer comparaciones con las *corazonadas* de otros observadores u otros entrevistadores.
- Comprobar sistemáticamente las predicciones derivadas de esta *corazonada*, para cerciorarse cuáles son las correctas.

La carga de la entrevista debe soportarla, en última instancia, el abogado. Esto significa que es él quien debe preparar las preguntas y no debe delegar esta responsabilidad en un tercero. Al prepararla, debe estar consciente que no debe caer en un tipo de entrevista rígido y formal ni darle el carácter de un examen; el mayor error que puede cometer es realizar una entrevista intimidante, dándole u carácter de apremio para el cliente.

Como hemos dicho, ya que la entrevista es un acto comunicacional, veremos que existe una relación bidireccional en este sentido. No es sólo el abogado quien quiere obtener información, también es el cliente quien la quiere obtener.

Por eso, tanto abogado como cliente formularán preguntas y serán emisor y receptor de las mismas. Serán entrevistador y entrevistado, a la vez, sin perjuicio que, en el contexto de la entrevista como técnica a explicar en la enseñanza clínica del Derecho, entenderemos de mejor forma que el entrevistador es el abogado y el entrevistado es el cliente.

Algunas veces son parte de estas entrevistas, además de las personas señaladas otros terceros que participan en el conflicto como serían, por ejemplo, los testigos.

Objetivos. Para el abogado, una entrevista bien desarrollada debería permitirle conocer antecedentes suficientes del caso como para tomar una decisión respecto a las posibles vías de solución.

Técnicas. En este caso hacemos expresa alusión a lo que dice relación respecto a las preguntas (sus diversos tipos) que se formularán para obtener la información que se requiere.

Respecto de los tipos de pregunta a formular podríamos mencionar, entre otras, preguntas abiertas, cerradas, inductivas, denotativas, etc. Unas y otras, respecto del uso que se les dé, servirán para obtener la información buscada.

Así, por ejemplo, existen las preguntas de sondeo, que son aquellas preguntas preparatorias o indirectas que tienden a que el entrevistado active su memoria y dé la repuesta adecuada. Es una pregunta indirecta que no reproduce la pregunta fundamental denegada o ignorada y que procura abrir la posibilidad que el entrevistado la exprese. Su función es llegar más allá de la respuesta fácil. La pregunta de sondeo puede encontrarse en la repregunta o en el interrogatorio.

Cuando analizamos el tema relativo al uso de preguntas, debemos tener presente que es muy importante que el abogado demuestre, a través de sus preguntas, un conocimiento teórico y profesional del caso que se le plantea.

Contexto. Es decir, en el ambiente en que se desenvuelve la entrevista. Entre estos se consideran las motivaciones e intereses de los actores (cliente, abogado, testigos, etc.)

Este contexto es el que va a interferir tanto en la obtención de la información relativa a la realidad de lo que ocurrió como lo que podrá afectar en general a la comunicación que existe entre las partes.

### **e) Diferencia entre entrevista e interrogatorio.**

Muchas veces se tiende a confundir la entrevista con el interrogatorio y claramente no son lo mismo. El interrogatorio es un proceso mediante el cual una persona quiere obtener información de otra, pero, esencialmente, existe una obligación, una actitud conminatoria a responder. En tanto, en la entrevista esta conminación no existe, el dialogo que se produce entre abogado y cliente debería permitir que el cliente libremente contara su problema y la forma en que este ocurrió.

**La entrevista no puede nunca un carácter conminatorio**; la entrevista procura establecer una comunicación entre las partes que tienen roles diferentes. El entrevistador tiene un rol activo pues es él quien dirige la entrevista, formula las preguntas y debe escuchar las respuestas.

Es importante tener conciencia de estas diferencias para plantear el diálogo con el cliente bajo la forma de interrogatorio. Sería este tipo de actitud lo que más afectaría la comunicación por cuanto genera una gran barrera entre ambas personas.

Los fines de una y otro son distintos; los medios o técnicas a utilizar son distintos; la relación entre entrevistado y entrevistador e interrogado e interrogador son diversas. Por ende, el rol que debe cumplir el abogado en uno y otro acto comunicacional son distintos.

Una vez que hemos tomado conciencia de este acto comunicacional, sus formas y niveles de comunicación, los elementos que intervienen, etc., podemos comenzar a analizar lo que debe hacer el abogado con la información que reúne en la entrevista.

**Existen ciertas condiciones básicas para desarrollar una entrevista**, dentro de las cuales se encuentran:

- 1.- Preparar con anticipación la entrevista:
  - a) Contar con antecedentes y conocimiento del entrevistado;
  - b) Definir objetivos, planificar estrategia y definir los contenidos claves a tratar;
  - c) Seleccionar el lugar para celebrar la entrevista;
  - d) Disponer de tiempo suficiente.
- 2.- Conocimiento de la propia personalidad, tener claro las fortalezas y debilidades.
- 3.- Crear un clima de confianza y colaboración (bajar o ablandar las defensas).

- 4.- Mostrar respeto e interés por la otra persona.
- 5.- Saber ponerse en el lugar del entrevistado (empatía), lo cual es una habilidad que se puede aprender.
- 6.- Mostrar atención y saber escuchar (contenido y proceso) cuerpo y palabra.
- 7.- Adecuar el lenguaje al nivel del entrevistado. El mensaje debe ser claro, específico y directo.
- 8.- Evitar que la respuesta se adapte a la propia pregunta.
- 9.- Centrarse en los objetivos de la entrevista y evitar perder el control de la entrevista (*irse por las ramas*).
- 10.- Confrontar con respeto y empatía (poner en evidencia las contradicciones y discrepancias).
- 11.- Mostrar sinceridad en lugar de astucia y sagacidad (la idea es que ***no te envuelva el rol***).

## **F) CONSTRUCCIÓN DE LA RELACIÓN DEL CASO.**

Antes de enfrentar una entrevista debemos resolver el problema de cuando anotar lo que se nos está diciendo y en que forma lo escribiremos. Si existirá participación es este sentido por parte del cliente o si se hará luego de finalizada la entrevista. Además, se deben recoger los datos personales del entrevistado, que son necesarios para deducir cualquier acción en juicio, en que minuto se preguntan y cuándo se anotan.

Así, decimos que el abogado debe ordenar y seleccionar la información relevante del caso, realizar el proceso de precalificación jurídica del problema planteado por el cliente y la proposición de alternativas de solución, considerando la percepción del cliente acerca de lo que sería para él la solución óptima al conflicto.

Para concretar este punto podríamos señalar que existe un orden mas o menos adecuado para organizar la información obtenida del cliente. Este orden se plasma en un documento que contiene la relación del caso, esto es, la información relativa al caso concreto tanto en lo que dice referencia a las partes comprometidas en el conflicto, como a la forma en que este ocurrió, los medios de prueba que se tienen y, finalmente, la forma en que jurídicamente se enfrentará este tema.

Sin embargo, la labor del abogado no sólo es de recolección de esta información. Justamente lo que diferencia a la labor del abogado de las demás labores de otras profesiones en el área de la entrevista es que el abogado debe poder identificar las expectativas de solución del cliente y realizar el proceso de precalificación jurídica del problema planteado.

No debe olvidar el dar a conocer las alternativas de solución al cliente. Sin embargo, muchas veces puede ocurrir que el abogado no sepa cual es la solución

exacta al problema sin agotar un estudio previo del caso. En este evento deberá informar a su cliente y comprometerse para que, en un plazo breve, pueda entregarle las alternativas de solución.

Al entregarle las alternativas de solución, el cliente deberá optar por alguna de ellas y será esa o esas alternativas de solución las que el abogado implementará. Sin embargo, si bien es cierto es indispensable que el cliente sea quien decide al respecto, ocurre que muchas veces los clientes no saben o no pueden tomar esa decisión dado que se manifiesta claramente, en ese caso, el problema de la "cultura patriarcal".

Nos referimos a "cultura patriarcal" al fenómeno que se produce en la entrevista cuando el abogado necesita que su cliente decida y opte por las alternativas existentes y en donde esto no se logra porque el cliente busca una relación jerárquica, de poder, con su abogado, lo que, indudablemente, lleva a errores en la información.

En efecto, esta cultura patriarcal o de poder a llevado a que las personas no quieran asumir por sí mismas las decisiones y formas de enfrentar los problemas que se les presentan. Estas personas prefieren que sea su "abogado" el que se entienda con el problema lo que le permitirá decir que su abogado fue bueno o malo si le resolvió o no el asunto.

En esta cultura patriarcal, ninguna participación busca tener el cliente con el conflicto. Sólo dice que lo vive, pero no quiere intervenir directamente para que este conflicto termine. La persona se aleja del conflicto, lo ve desde lejos y siente que ninguna intervención tiene en su solución.

Como se le entregan al abogado tantos poderes para intervenir, se le está dando una gran influencia en dicho proceso. Se va produciendo, entonces, una influencia social tal, que poco a poco el cliente ve que nada puede hacer sin su abogado.

En efecto, se les va haciendo creer con esta actitud, a los clientes, que la única persona que puede resolver el conflicto es su abogado, que de nada sirve que participe en dicha decisión pues lo más probable es que su intervención no sea adecuada; siente, el cliente, que sólo le queda esperar que su abogado enfrente el caso adecuadamente.

El entrevistador tiene que tener en cuenta la molestia o temor que puede tener el entrevistado frente al hecho de creer que será objeto de preguntas difíciles y que deberá responderlas adecuadamente para dejarle ese problema a su abogado. A su vez, debe tener presente que, generalmente, se tiene una concepción de los abogados en torno a que él es la única persona que puede solucionar su problema.

Esta visión de la labor profesional del abogado le entrega una herramienta de poder de la que debe estar consciente. Puede que el cliente diga o haga algo porque quiere estar de acuerdo con su abogado, o tal vez, que el cliente sienta que debe estar en buenas relaciones con su abogado y que será mejor que él

decida, porque subvalora sus sugerencias o propuestas frente a la opinión del abogado lo cual puede generar en la entrevista una situación de poder ilimitado del abogado.

Debemos tender a crear un clima de confianza, seguridad, conocimiento del tema, responsabilidad, diligencia. Todo esto podrá ayudar a que no se generen estas situaciones de influencia extrema del profesional. Lo que buscamos es darles a nuestros clientes las armas suficientes para que ellos decidan el curso de acción a seguir en su problema, dentro de las alternativas seleccionadas por su abogado.

Buscamos formar, en nuestros clientes, a personas capaces e independientes. Así, el abogado sabrá que está enfrentando el problema como su cliente quiere que sea resuelto y no de la manera que el abogado le ha impuesto.

Estas situaciones de influencia extrema que ya hemos mencionado se enmarcan dentro del fenómeno denominado "de la influencia social" que se puede materializar en el caso de la entrevista, de las siguientes formas:

- a) El cliente responderá no lo que en verdad pasa sino lo que cree que al abogado le gustará.
- b) El cliente no se atreverá a sugerir vías de solución a su problema, dejará a su abogado que decida y en esta decisión puede el abogado adoptar una estrategia que justamente afecta más los intereses del cliente, quien no le dirá nada porque piensa que así debería ser.

Es muy importante que el abogado demuestre interés en el caso planteado. Si no existe ese interés lo mejor es decidir no tomar este asunto. De lo contrario hará creer a un cliente que en verdad se preocupará de su asunto y no será así. Sería una muestra clara de falta de sinceridad con el cliente lo que empañaría la relación que se debe tener entre las partes.

Dado que estamos en constante contacto con problemas y realidades distintas a las nuestras, puede ocurrir que en el transcurso de una entrevista nos corresponda vivir, como abogados, problemas o conflictos de interés con relevancia ética, conflictos que debemos resolver.

Entre estos conflictos estará el usar una u otra alternativa de defensa, usar uno u otro medio de prueba; decir una cosa u otra respecto del problema, etc.

Todos estos problemas deben ser oportunamente resueltos por el abogado. Si esto no ocurre se va produciendo que la relación cliente-abogado se vaya deteriorando, ya que, para el abogado, el que se mantenga la situación como está le acarrea problemas de carácter ético que debe resolver.

## G) MODALIDADES DE ENTREVISTA.

Existen diversas formas de entrevista según sea el propósito profesional que se busca con su utilización. Así podemos señalar que existen entrevistas **estructuradas** y otras **no estructuradas**.

La **entrevista estructurada** es un interrogatorio en el cual las preguntas se plantean siempre en el mismo orden y se formulan con los mismos términos. Esta entrevista se realiza en base a un formulario previamente preparado y estrictamente normalizado.

En general en la **entrevista no estructurada** nos encontramos con preguntas de tipo abierto y a su vez, puede tener las siguientes modalidades:

- a) Entrevista focalizada.
- b) Entrevista clínica.
- c) Entrevista no dirigida.

En la **entrevista focalizada** el encuestador tiene una lista de cuestiones a investigar derivadas del problema general que le corresponde estudiar. En torno a este problema se establece una lista de tópicos en los cuales se focaliza la entrevista.

La entrevista queda librada a la discreción del entrevistador, sin sujetarse a una estructura formal. Este tipo de entrevistas supone agudeza y sensibilidad de parte del encuestador para saber buscar algo conocido y focalizar el interrogatorio en cuestiones precisas. Saber escuchar y ayudar a expresarse sin sugerir.

Este tipo de entrevista supone un verdadero proceso en cuanto a que:

- Las personas entrevistadas se encuentran en una situación particular bien determinada que es común a todas ellas.
- El investigador hace un análisis de la situación o contenido común, formulando algunas hipótesis relacionadas con las consecuencias y efectos de la situación.
- Sobre la base de esas hipótesis, se establece un guía en la entrevista, que determina las grandes áreas de encuesta, que serán profundizadas por medio de la entrevista.
- Por último, se realiza la entrevista propiamente tal a las personas sometidas a la situación de análisis, se les explica la hipótesis que se quiere analizar y se focaliza la entrevista en la experiencia subjetiva.

Con la **entrevista clínica** no se trata de analizar la experiencia que han tenido varias personas, sino estudiar las motivaciones y sentimientos de la misma.

En la **entrevista no dirigida** el informante tiene plena libertad para expresar sus sentimientos y opiniones; el entrevistador tiene que animar a hablar de determinados temas y orientarlo. Su función es fundamentalmente la de servir de catalizador de una expresión exhaustiva de los sentimientos y opiniones del sujeto.

## **H) RESUMEN DE NORMAS PARA LA ENTREVISTA<sup>7</sup>**

- 1.- Aborde gradualmente al interrogado creando una corriente de amistad, identificación y cordialidad.
- 2.- Ayude para que el interrogado se sienta seguro y locuaz.
- 3.- Déjelo concluir su relato y ayúdelo luego a completarlo contrastando fechas y hechos.
- 4.- Procure formular las preguntas con frases fácilmente comprensibles y evite formulaciones embarazosas con carácter personal o privado.
- 5.- Actúe con espontaneidad y franqueza y no con astucias y rodeos.
- 6.- Escuche al informante con tranquilidad, paciencia y comprensión, pero desplegando una crítica interna inteligente.
- 7.- Evite la actitud de personaje y los alardes de autoridad.
- 8.- No dé consejos y no haga discursos morales.
- 9.- No rebata al informante.
- 10.- Preste atención no sólo a aquello que él desea aclarar, sino también a lo que no quiere o no puede manifestar sin ayuda.
- 11.- Evite toda discusión sobre las consecuencias de las respuestas.
- 12.- No apremie al interrogado, concédale tiempo suficiente para que acabe su relato y valore sus contestaciones.

---

<sup>7</sup> Hsin-Pao Yang.