

La entrevista participativa en España: de la televisión a Twitch. Una propuesta de periodización desde la desintermediación

Rubén Villalba-JiménezUniversidad Rey Juan Carlos  <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.108492>

Recibido: 19 de marzo de 2026 • Aceptado: 1 de junio de 2026

ES Resumen. En el contexto de la transición democrática se estrenaron en España los programas de entrevistas que incorporan preguntas de la audiencia. Se sentaron así las bases de un nuevo formato, la llamada entrevista participativa, que durante años copó las parrillas radiotelevisivas y posteriormente abanderó las nuevas fórmulas de la prensa ante la incipiente era interactiva de internet. El presente artículo rastrea su evolución, desde sus comienzos en televisión y radio hasta su expansión en la prensa digital y su posterior migración a las redes sociales, con el objetivo de trazar, a partir de un análisis cualitativo de casos críticos, una periodización del formato en tres estadios: apertura participativa, ciberparticipación institucionalizada y participación ideante. El estudio diacrónico muestra cómo públicos y entrevistados se han emancipado gradualmente de los medios de comunicación y han adaptado así la entrevista participativa a las dinámicas propias de las comunidades digitales. De este modo, el «pacto» entre medios y públicos al que se supeditaba el formato quiebra, lo que se evidencia por su declive en los últimos años en la prensa y el consecuente ascenso de nuevos intermediarios que, en el marco ya de las plataformas sociales, lo han popularizado y expandido hacia otras formas hoy de éxito, como el conocido podcast conversacional. Al mismo tiempo, la evolución estudiada plantea interrogantes sobre la correspondencia entre participación percibida y participación efectiva, en tanto que el incremento de canales interactivos no se traduce necesariamente en una mayor capacidad real de los participantes para influir en las condiciones de interpelación. Así pues, este trabajo contextualiza y caracteriza diacrónicamente la entrevista participativa, por lo que sirve de base y aporta un marco de referencia para futuras investigaciones que la adopten como objeto de estudio.

Palabras clave: Entrevista, entrevista participativa, desintermediación, redes sociales.

ENG Collective Interviewing in Spain: From Television to Twitch. A Disintermediation-Based Proposal for Periodization

Abstract. During the Spanish Transition to democracy, television programs integrated audience inquiries, laying the groundwork for a new format: collective interviewing. This format dominated radio and television schedules for years and later spearheaded new journalistic strategies during the early interactive era of the Internet. This paper traces its evolution, from its emergence in television and radio to its expansion into the digital press and its eventual migration to social media, with the aim of outlining, through a qualitative analysis of critical cases, a three-stage periodization: Foundational Participation, Institutionalized Cyber-participation, and “Ideante” Participation. This diachronic study reveals a gradual shift in agency, as audiences and interviewees gain increasing autonomy from the media, reshaping the format to align it with the decentralized, participatory logic of digital communities. Consequently, the established “media-public pact” that once sustained the format has fractured. This is evidenced by its recent decline in the mainstream press and the concomitant rise of new intermediaries who, leveraging social platforms, have popularized and scaled the format into successful contemporary iterations, such as the conversational podcast. At the same time, the evolution under study raises questions about the correspondence between perceived participation and effective participation, insofar as the increase in interactive channels does not necessarily imply a greater actual capacity for participants to influence the conditions of interpellation. By providing a robust diachronic overview, this paper provides a foundational framework for future research on collective interviewing.

Keywords: Interview, collective interviewing, disintermediation, social media.

Cómo citar: Villalba-Jiménez, R. (2026). La entrevista participativa en España: de la televisión a Twitch. Una propuesta de periodización desde la desintermediación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 32(3), 675-684. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.108492>

1. Introducción

A comienzos del siglo XXI los diarios digitales popularizaron en España los llamados «ciberencuentros», un formato que permitía a los lectores formular sus preguntas a los personajes de la actualidad a través de un chat. Se afianzó así un modelo de entrevista participativa (Pulido-Esteban y Sánchez-Calero, 2016) donde la audiencia asume, en distintos grados y modos, la función del entrevistador. Fueron estos encuentros digitales los que expandieron el formato, aunque antes sentaron sus bases en la radiotelevisión los primeros programas de entrevistas que incorporaron las preguntas del público. Hoy, las redes sociales lo han reformulado al introducir nuevos canales y dinámicas de interacción entre fuentes y audiencias que han hecho prescindible la mediación periodística.

Este desplazamiento insta a abordar la entrevista participativa desde una perspectiva diacrónica que permita analizar su evolución en España. Es el objetivo que adopta este artículo mediante una propuesta de periodización del género, desde los primeros espacios radiotelevisivos que lo instauran hasta los recientes formatos de redes sociales que lo han expandido y democratizado en la esfera digital.

Si bien la literatura previa ha abordado la entrevista participativa, lo ha hecho desde enfoques sincrónicos y mediocéntricos. Cabe, por tanto, un estudio diacrónico que explique su inserción en el actual ecosistema comunicativo, marcado por el impacto de las redes sociales como nuevos espacios de interacción entre fuentes y audiencias. Este artículo aspira a cubrir tal vacío y a ofrecer así un marco de referencia integrador y actualizado para futuras investigaciones que adopten la entrevista participativa como objeto de estudio.

2. Marco teórico

La participación de la audiencia en los medios se remonta a los propios orígenes de la prensa. Como afirma Varela (2005, p. 23), «la imprenta solucionó el problema de cómo difundir información de forma económica para muchos, pero se perdió el contacto con los lectores». Así, desde que Daniel Defoe introdujera en el siglo XVIII la correspondencia con los lectores en su revista *A Review of the Affairs of France* (Cantavella, 2002), los medios no han cesado en su objetivo de cultivarlo.

Con la llegada de internet y el desarrollo de la web 2.0, la interactividad pasa a canalizar la participación de los lectores. En este contexto, surgen los llamados cibergéneros dialógicos, es decir, aquellos que expanden en el soporte digital la participación que permiten géneros tradicionales como las cartas al director o las encuestas. Entre aquellos, López Hidalgo y Fernández Barrero (2014) destacan tres: el foro, el chat y la entrevista de los lectores. Será esta última el cibergénero más explotado por la prensa (Salaverría, 2005).

También referida, según el medio y el autor, como encuentro digital, entrevista *online* o charla con los lectores, Alcalá-Santaella (2004, p. 109) la define en los siguientes términos: «Los usuarios lanzan sus preguntas al entrevistado a través de la Red y crean un espacio comunicativo aparentemente natural y espontáneo en el que la pantalla del ordenador ac-

túa como sustitutivo de una comunicación auténticamente interpersonal».

Veglis y Pomportsis (2012) la enmarcan, con el término «collective interview», en el modelo de premoderación del que llaman «participative journalism», pues en ella el medio se reserva el derecho de admisión y la potestad de filtrar las preguntas formuladas por los lectores.

En España fueron *El País* y *El Mundo* los que en el año 2000 lanzan los primeros encuentros. Importaban así un formato ya explotado desde los años 90 en Estados Unidos, donde los primeros operadores de internet habilitaban *chat rooms* para que los internautas interpelaran a personajes famosos. El llamado «simulchat» de Michael Jackson, que el 17 de agosto de 1995 congregó a más de 20.000 usuarios, constituye un caso paradigmático (Vibe, 2016). En nuestro país, Alcalá-Santaella (2004) encuentra un precedente de este tipo de entrevista en el programa *Directo... directo*, emitido en 1981 en RNE, al igual que Herrera Damas (2007):

La posibilidad de que los oyentes pudieran dirigirse a través de la emisora a destacados líderes políticos y sindicales para formular sus preguntas y pedir información y opinión hizo de este programa uno de los exponentes más significativos del cambio de signo experimentado por el interrogatorio de la audiencia a comienzos de los ochenta. (Herrera Damas, 2007, p. 287)

El formato chat resultó, con todo, novedoso y no tardó en consolidarse. A *El País* y *El Mundo* les siguió el resto de diarios que, bajo distintas fórmulas y grados de moderación, explotaron este concepto de entrevista. Un auge recogido en los primeros trabajos que la estudian (Alcalá-Santaella, 2004; Díaz Noci, 2001; Edo, 2003; Salaverría, 2005). Sin embargo, en ellos ya se advierte de su falta de linealidad narrativa, del rol secundario que reserva al periodista y, al mismo tiempo, de una excesiva planificación por parte del medio que choca con el dinamismo de los cibernautas. Tales diagnósticos apuntan así a un cierto antagonismo entre el objetivo que persigue el formato y la propia lógica de los medios que lo promulgan.

En este sentido, desde una postura crítica, Oller-Alonso y Barredo-Ibáñez (2012) optan por abordar este tipo de entrevistas desde la tensión en ellas manifiesta entre las que llaman «sociedad mediocéntrica» y «sociedad de los ideantes», esta última es, «en la que los ciudadanos evolucionan a lectores y editores, anulan los roles de los intermediarios, y se vertebran únicamente por un deseo colectivo de emitir y recibir luz o información» (Oller-Alonso y Barredo-Ibáñez, 2012, p. 14-15).

En un marco más amplio, varios autores han propuesto lecturas afines. Entre ellos, Varela (2005, p. 21) habla de la «rebelión» de unos ciudadanos que «quieren más control sobre los medios», mientras Castells (2009, p. 25) apunta a una «autocomunicación de masas», es decir, a «la autonomía de los sujetos comunicantes respecto a las empresas de comunicación». Sampedro (2015), por su parte, describe a los públicos de la esfera digital como «mediactivos» y «recursivos», es decir, capaces de crear sus propios canales de comunicación.

Según Barredo-Ibáñez y Oller-Alonso (2013b, p. 41), tal desafío se traduce para los medios en una necesaria incorporación en sus contenidos de los «ideantes» como «cocreadores de significados». Así, llega a trazarse entre ellos una «relación de iguales», dando lugar a «una supercomunicación que supera las barreras del simple *feedback* lineal de ida y vuelta» (Oller-Alonso y Barredo-Ibáñez, 2012, p. 17). Fruto de tal simbiosis surgen, para estos autores, la modalidad de entrevista de los ciberencuentros, a los que proponen llamar «entrevistas corales» (Barredo-Ibáñez y Oller-Alonso, 2013a). A su juicio, deben descartarse términos como chat, charla o encuentro. En los dos primeros casos, porque el filtrado del medio impide un diálogo real y sincrónico entre usuarios y entrevistado. En el último, por tratarse de un «eufemismo» que opaca la actitud periodística de los usuarios, cuyas preguntas incluso obtienen los titulares de la propia entrevista.

Sin perjuicio de tales objeciones, aunque desde una perspectiva más integradora, Pulido-Esteban y Sánchez-Calero (2016) han abogado posteriormente por emplear el término «entrevista participativa». A partir del mismo, proponen una tipología abierta a los distintos tipos de entrevista en los que la audiencia «representa un elemento más dentro del proceso de realización de la entrevista periodística» (Pulido-Esteban y Sánchez-Calero, 2016, p. 54), desde los ejemplos incipientes en los medios analógicos hasta los ciberencuentros, reservando una categoría para las entrevistas que en el momento de su propuesta empiezan a realizarse en las redes. En un estudio posterior, Pulido-Esteban y Sánchez-Calero (2017) ya constatan la consolidación de Facebook Live como plataforma habitual de los ciberencuentros.

Este escenario optimista contrasta con las conclusiones de la investigación más reciente sobre la entrevista participativa en la que Sánchez-Calero (2020, p. 10) advierte que en los últimos años esta «ha conocido un cierto declive ante la falta de afianzamiento y consolidación del modelo». En referencia concreta a los encuentros digitales, señala que «algunos ya han desaparecido por el escaso interés y visibilidad mostrado por el público» (Sánchez-Calero, 2020, p. 10). Este declive puede ponerse en relación con las anteriores lecturas de Barredo-Ibáñez y Oller-Alonso (2013b), quienes supeditan la permanencia —o utilidad para la audiencia— de las entrevistas corales a la transparencia que demuestren los medios:

La falta de transparencia podría anquilosar el discurso de las entrevistas corales, al entender los usuarios que el ciberdiario realiza malas prácticas como, por ejemplo, escoger aquellas preguntas que benefician —en términos de imagen— al entrevistado, publicar preguntas inocuas o inofensivas y que incluso podrían organizarse alrededor de un argumento apriorístico. (Barredo-Ibáñez y Oller-Alonso, 2013b, p. 41)

Tal opacidad podría explicar así la ruptura del «pacto» entre medios e ideantes y, por ende, la consolidación en los últimos años de emisores nativos digitales que desarrollan prácticas de entrevista participativa al margen ya de los medios. El género ingresa, por tanto, en un contexto de desintermedia-

ción donde no solo la audiencia sino también las propias fuentes prescinden de aquellos. Como señala Paredes (2023), la figura del *streamer* —en línea con la de «superusuario» (Varela, 2005)— muestra la capacidad de los públicos de convertirse en emisores autónomos, al tiempo que las prácticas autodiscurso de las fuentes en las redes sociales (Elías, 2021) evidencian la hegemonía de la esfera virtual frente a la mediática.

3. Objetivos y metodología

El objetivo de este artículo es trazar una periodización de la entrevista participativa en España que permita ilustrar, en clave diacrónica y macroanalítica, cómo ha transitado desde un escenario mediocéntrico a otro de creciente desintermediación. Para ello, se aplicó un diseño metodológico basado en dos métodos complementarios: el rastreo de procesos, en su variante exploratoria o *theory-building* (Beach y Pedersen, 2013), y los tipos ideales de Weber.

En primer lugar, se adoptó como definición operacional del objeto de estudio la propuesta por Pulido-Esteban y Sánchez-Calero (2016, p. 54). Entendemos, por tanto, entrevista participativa como aquella que aglutina «modelos en los que la audiencia representa un elemento más dentro del proceso de realización de la entrevista periodística». A partir de esta definición y de la literatura previa sobre el género, se planteó un rastreo de evidencia empírica. En concreto, se efectuó, en repositorios audiovisuales, hemerotecas digitales y redes sociales, una búsqueda exploratoria de programas y espacios de entrevistas según tres criterios: (I) deben incluir preguntas del público; (II) la entrevista debe ser su eje central, descartando por tanto formatos donde esta es accesoria, como el debate o la tertulia; y (III) los entrevistados han de ser figuras públicas, en línea con el perfil predominante contemplado en los estudios previos sobre el formato.

Tras una observación preliminar de dicha evidencia, se infirió una tendencia a la desintermediación, es decir, apreciamos cómo el público ha ganado crecientes cuotas de autonomía para interpelar al entrevistado. A partir de aquí, se diseñó una muestra intencional de casos críticos (Patton, 2002), es decir, se eligieron espacios que introducen algún cambio significativo en la arquitectura de la participación, a modo de hitos o puntos de inflexión de la evolución objeto de estudio (Tabla 1).

En línea con el método del rastreo de procesos exploratorio, dicha selección responde a un procedimiento de identificación progresiva de evidencias. Así, una vez identificado el primer caso que cumplía con los tres criterios de búsqueda anteriormente citados, la incorporación de nuevos casos a la muestra quedó supeditada a que cada uno introdujera alguna innovación relevante en las dinámicas participativas. Por tanto, si un posible caso reproducía o imitaba la arquitectura participativa de otro previamente identificado, se descartaba. Y así sucesivamente, hasta que los nuevos casos dejaron de aportar innovaciones significativas. De este modo, la muestra sigue un criterio cualitativo e interpretativo, orientado a recopilar evidencias solventes de la evolución del fenómeno, sin aspirar a la representatividad del conjunto.

Tabla 1. Muestra de casos analizados para la periodización.

Año	Caso	Hito
1973	<i>La gente quiere saber</i> (TVE)	Introduce la participación directa del público.
1978	<i>Vostè pregunta</i> (TVE)	Introduce la participación telefónica en directo.
2000	Encuentros digitales de <i>El País</i> y <i>El Mundo</i>	Introducen la ciberparticipación.
2011	Tuit-entrevistas de <i>El Mundo</i>	Añaden una red social a la cadena participativa.
2011	<i>Chat TV</i> (<i>La Vanguardia</i>)	Incorpora la retransmisión audiovisual en vivo.
2013	<i>Hangouts de Terra</i>	Introducen el videochat.
2015	<i>Pregúntame</i> (<i>elDiario.es-Menéame</i>)	Alianza de un medio con una red social de participación comunitaria.
2015	<i>Encuentros El País+</i>	Restringe el formato a un modelo por membresía.
2015	<i>Twitter Q&A</i>	Desplaza al medio como anfitrión e intermediario.
2016	Transmisiones en Periscope de Gerard Piqué	Evidencian: (I) el auge del <i>streaming</i> como vía de interacción directa entre público y personajes; y (II) la deslegitimación de los medios.
2021	<i>Charlando tranquilamente</i> (pódcast en vivo del streamer Ibai Llanos)	Evidencia la consolidación del participante como nuevo anfitrión e intermediario.

Fuente: elaboración propia.

Cada caso se analizó a partir de fuentes bibliográficas y hemerográficas. En aquellos que incluyen material audiovisual, se visionaron, además, las entregas disponibles en archivos y plataformas de alojamiento de vídeo. Para los casos que se desarrollan en redes sociales, también se consultaron los registros accesibles en las correspondientes plataformas. Este material sirvió para documentar evidencias que sustentan la caracterización de los casos.

Por último, se optó por diseñar dos tipos ideales (Tabla 2) siguiendo el procedimiento de lógica dialéctica (Sánchez de Puerta, 2006): cada uno representa así un extremo del *continuum* en que teóricamente se mueve la entrevista participativa. Esta

herramienta clasificatoria permitió, por un lado, agrupar los casos en función de lógicas dominantes y, con ello, delimitar estadios evolutivos. Para ello, cada caso se confrontó con los indicadores y valores asignados a cada tipo y se sopesó así su ubicación relativa dentro del *continuum*. Por otro lado, permitió identificar desviaciones respecto a dichas lógicas, evidenciando que la evolución no es puramente lineal. Conviene incidir en el carácter heurístico de esta herramienta, es decir, los tipos ideales no se corresponden de forma plena con la realidad empírica, sino que funcionan como dispositivo analítico, de naturaleza interpretativa, destinados a facilitar la comparación y la identificación de lógicas dominantes.

Tabla 2. Tipos ideales de entrevista participativa.

Indicador	Valores del tipo ideal 1 Participación mediocéntrica	Valores del tipo ideal 2 Participación ideante (Oller-Alonso y Barredo-Ibáñez, 2012)
Infraestructura	Privada: pertenece al medio.	Pública: red abierta o internet.
Moderación	Individual: el periodista filtra las preguntas del público.	Plural: no hay filtros, la moderación es colectiva.
Definición de la agenda	Unilateral: el medio elige al entrevistado, fija el horario y define los ejes temáticos.	Multilateral: la entrevista surge por iniciativa del personaje o del público, que puede influir en los temas.
Localización	La entrevista se lleva a cabo en la redacción o en un plató.	El entrevistado elige desde dónde responde.
Protocolo de acceso	Rígido: el medio impone unas normas para participar.	Abierto: la participación es libre y espontánea.
Interacción entre los participantes	Radial: los participantes están aislados.	Reticular: hay un diálogo en paralelo entre participantes.
Interacción público-entrevistado	Indirecta: no hay diálogo real, se da en diferido.	Directa: hay diálogo real, contrarréplicas y debate.

Indicador	Valores del tipo ideal 1 Participación mediocéntrica	Valores del tipo ideal 2 Participación ideante (Oller-Alonso y Barredo-Ibáñez, 2012)
Registro lingüístico	Normativo: el lenguaje se ajusta a la corrección y a la formalidad del medio.	Distendido: el lenguaje es espontáneo, coloquial, natural; incluso afectivo.
Formato de la participación	Unimodal: la intervención del público se limita a un soporte o modalidad.	Multimodal: la intervención del público puede combinar distintos soportes y formatos.
Vínculo e intención relacional	Asimétrico: el público pregunta desde una posición de subordinación.	Simétrico: el público interpela desde una posición de igualdad.

Fuente: elaboración propia.

4. Resultados

La aplicación del diseño metodológico anterior permitió trazar una periodización de la entrevista participativa en los tres estadios que se exponen a continuación.

4.1. La apertura participativa

En este primer periodo, que se extiende desde los años 70 a los 90, la entrevista participativa se instaura como formato: el público pasa de observador a sujeto interpelante en el marco de los programas radiotelevisivos de entrevistas que incorporan preguntas de la audiencia. Esta obtiene así las primeras cuotas de autonomía en un contexto proclive a su activa participación: la consigna democratizadora de la transición se trasladó a los medios y así los ciudadanos son convocados en debates, tertulias y otros tantos espacios.

Dos programas marcan la senda participativa de la entrevista en esta fase fundacional: *La gente quiere saber* y *Vostè pregunta*, cuyas emisiones arrancan en TVE en 1973 y 1978, respectivamente. Ambos instituyen el modelo de participación hegemónico de esta etapa, caracterizado por una lógica eminentemente mediocéntrica, aunque con amplias concesiones participativas que permiten hablar de una primera democratización del género.

4.1.1. La gente quiere saber: del aplauso a la interpelación del público

La gente quiere saber, dirigido por Chicho Ibáñez Serrador y presentado por José María Íñigo, exhibe tales licencias: mínima intromisión del moderador, opción a repregunta, libre intervención de los participantes y preguntas que trascienden lo anecdótico. Bajo estas premisas, instaura el modelo presencial de entrevista participativa, imitado por programas como *Tengo una pregunta para usted* —TVE, 2007— o *Si yo fuera tú* —Antena 3, 2007—.

En *La gente quiere saber*, la entrevista corre a cargo de 20 personas anónimas elegidas al azar que acuden al plató para interrogar a un famoso. Para ello, reciben previamente una «ficha casi técnica y humana» sobre el mismo, lo que impide saber a ciencia cierta el margen real de participación. No obstante, el propio Íñigo (2006) explica que su papel en este programa era secundario y que el peso recaía en los participantes. La desinhibición de estos y el contenido de sus preguntas respaldan esta hipótesis, también reforzada por los desencuentros del programa con la censura, que llegó a desautorizar su emisión inaugural, con la cantante Massiel como invitada (RTVE, 2023).

Tal entrega constituye una muestra privilegiada en la que se aprecia cómo los participantes comprometen, sin cortapisa, a la entrevistada al interrogarla sobre sus creencias políticas y religiosas. Esta llega a declararse antifascista, católica y partidaria de la píldora, lo que motiva contrarreplicas y repreguntas, incluso alguna intervención espontánea desde la grada. Otras veces es ella quien pregunta a los participantes, con los que forja un vínculo distendido, llegando incluso a facilitarles la dirección de su domicilio. Resulta igualmente reveladora su respuesta a la pregunta de por qué acude a la entrevista: «En España televisión no hay más que una y, si te piden una cosa, pues a tragar» (RTVE, 1972, 4m30s). Se hace palpable así el poder del que aún gozan los medios como puente necesario entre público y personajes.

Esta dinámica se mantuvo en las cinco entregas restantes. La última, emitida el 2 de julio de 1973, incorpora preguntas enviadas por carta cuyos remitentes son identificados por el presentador. En una se pregunta al invitado si alguna vez ha sobornado a la prensa. Ante su evasiva, el moderador aprovecha la pregunta e insiste hasta que lo reconoce (RTVE, 1973). Se anticipa así la «secuencia ideante» de la que hablan Barredo-Ibáñez y Oller-Alonso (2013a) sobre las entrevistas corales en los cybermedios, en tanto aquí ya se acepta como fuente la pregunta planteada por un emisor no profesional que acaba suministrando el titular o materia noticiable de la propia entrevista.

4.1.2. Vostè pregunta: la teleparticipación en directo

Vostè pregunta, dirigido por Joaquim Maria Puyal en TVE Catalunya hasta 1984, introduce posteriormente la participación telefónica en directo, lo que en términos participativos eleva la solvencia del formato. Durante una hora son las llamadas de los espectadores las que alimentan y guían la entrevista, implantando así un modelo replicado en la radio por programas como *Directo... directo* —RNE, 1981— y *Usted pregunta* —Antena 3 Radio, 1982—, y del que también beben en televisión aquellos que accesoriamente incorporan preguntas por teléfono, como *Estudio Abierto* —TVE, 1982— o *Espanoles* —TVE, 1983—.

Vostè pregunta resulta el epitome de la apertura participativa que, no obstante, ya deja ver las primeras costuras de un sistema mediocéntrico ante un público que exige no sólo participar sino también transparencia del medio que lo convoca. En este sentido, es reveladora la pregunta de un telespectador en la emisión del 13 de agosto de 1977 del programa *La clave*: «Ya que nos molestamos en llamar y nos cuestan dinero

las llamadas, ¿por qué no salen al aire todas las preguntas?» (RTVE, 1977, 19m20s). El moderador, alegando que reciben por emisión hasta 120 llamadas, señala que eligen las más «importantes» e «interesantes»¹.

Es una queja que se repite en *Vostè pregunta*, cuyo presentador suele preceder la tanda de llamadas con una disculpa al respecto. No obstante, el contrato implícito entre medio, entrevistado y audiencia no se rompe e incluso se amplía con cesiones por parte de los actores implicados, conscientes de su —aún— mutua necesidad. Se constata en una de las emisiones paradigmáticas del programa, la protagonizada el 7 de mayo de 1981 por Jordi Pujol. El político se somete al escrutinio de ciudadanos que, disponiendo de tres líneas telefónicas, le interrogan sobre el paro o la vivienda, pero también sobre la genealogía del catalanismo; todo ello en un intercambio verbal que a menudo sobrepasa la mera pregunta-respuesta (RTVE, 1981).

4.2. Digitalización y fisuras de la participación mediocéntrica

El lanzamiento, en el año 2000, de los encuentros digitales de *El País* y *El Mundo* abre un nuevo periodo de la entrevista participativa en España. Con la llegada de internet, el chat se instala como nuevo canal de participación y desplaza el *locus* del género a la prensa digital, su principal promotora durante esta segunda fase. Si en la anterior los medios capitalizan el aperturismo sociopolítico, en esta procurarán acomodar el modelo participativo heredado a la emergente cibercultura. Sin embargo, se irá fracturando a medida que internet y las redes sociales ofrecen una vía participativa menos burocratizada. Asistimos, pues, a un periodo de transición o de creciente tensión entre las lógicas mediocéntrica e ideante.

En este *impasse*, los medios siguen controlando el acceso al entrevistado, imponen normas de participación y, más aún, restringen la interacción participante-entrevistado propia del estadio anterior. A cambio, introducen la participación multicanal que, paradójicamente, abrirá la puerta a su pérdida de hegemonía sobre el formato.

4.2.1. Los encuentros digitales: la ciberparticipación burocratizada

A *El País* y *El Mundo* le seguirá el resto de cabeceras de la prensa nacional, que implementan sus propios encuentros digitales. Es el modelo de entrevista participativa predominante en la primera mitad de este periodo que alcanza legitimidad en un momento en que las redes sociales aún no se han generalizado y, por ende, el puente de comunicación que habilitan entre personajes y público se sostiene. El especial que en 2010 publica *El Mundo* por sus 4.000 encuentros lo certifica: más de 240.000 minutos acumulados, en una sola jornada han llegado a celebrarse ocho encuentros y el más seguido recibió hasta 15.000 preguntas.

En cambio, la introducción del chat no incrementa la interacción público-entrevistado. En este senti-

do, no todos los encuentros son sincrónicos (López Hidalgo y Fernández Barrero, 2014; Pulido-Esteban y Sánchez-Calero, 2016), las intervenciones son limitadas (Barredo-Ibáñez y Oller-Alonso, 2013a), el moderador incluye sus preguntas (Pastor, 2010) y a veces edita el texto de los diálogos (López Hidalgo y Fernández Barrero, 2014; Pulido-Esteban y Sánchez-Calero, 2016). A su vez, hay diarios con un sistema de participación punitivo —con cláusulas legales y expulsión permanente de infractores— sin que ofrezcan criterios transparentes del filtrado final de las preguntas (Barredo-Ibáñez y Oller-Alonso, 2013b).

La advertencia de Barredo-Ibáñez y Oller-Alonso (2013b) sobre la deslegitimación del formato se evidencia, por ejemplo, cuando el responsable de los encuentros de *El Mundo* se somete al escrutinio de los usuarios, que le preguntan: «¿Por qué no se ven todas las preguntas que se envían?» o «Si esta pregunta no sale entenderé que sólo respondéis a las preguntas “jabonosas”» (Pastor, 2010). Con todo, los medios no podrán soslayar el creciente influjo de la lógica ideante. Unas veces se manifestará por su capacidad de sortear las barreras (Barredo-Ibáñez y Oller-Alonso, 2013b), como se constata en el encuentro de *El Mundo* con el escritor Arturo Pérez-Reverte:

No le gustaron las preguntas, concretamente son dos las que le cabearon mucho. Pidió que se eliminasen y le explicamos que una vez seleccionadas no era posible, pero que era libre de no contestarlas. Empezó a gritar «Esto es una emboscada», alguna que otra cosa y decidió acabar el encuentro. (Pastor, 2010)

Otras veces serán los propios medios los que actúen de altavoz de la lógica ideante al incluir en los encuentros preguntas basadas en informaciones procedentes de su entorno —foros y bitácoras— y, dado su potencial periodístico, al publicar noticias con ellas (Barredo-Ibáñez y Oller-Alonso, 2013a). Entre crecientes tensiones hay, pues, una convivencia transitoria.

4.2.2. Del videochat a la tuit-entrevista: la participación multicanal como última salida

La segunda mitad de este periodo se caracteriza por la descentralización del ciberencuentro al incorporar como canales de participación las redes sociales, nueva esfera pública virtual. En este contexto, la prensa digital, sin renunciar a su rol de intermediario, añade cesiones participativas. Entre ellas, sobresale el uso de Twitter como nuevo canal para registrar las preguntas. Lo implementan medios como *El Mundo*, que en 2011 lanza sus «tuit-entrevistas» con la política Esperanza Aguirre (El Mundo, 2011). Le seguirá el *Chat TV* de *La Vanguardia* con otra novedad: la retransmisión en directo del encuentro en su web (La Vanguardia, 2011). En esta línea, el portal Terra lanza en 2013 los *Hangouts de Terra*, donde los participantes, tras una preselección, podían preguntar en directo a través de *webcam* (Terra España, s.f.). Y, siendo ya un caso fronterizo con el siguiente periodo, en 2015 *elDiario.es* lanza *Pregúntame* en el marco de un acuerdo con Menéame por el cual el diario proporciona al entrevistado y la red social su infraestructura y comunidad de usuarios (elDiario.es, 2015).

1 Programas posteriores similares se afanarán en solventar esta falta de transparencia, como *Queremos saber* —Antena 3, 1992—, que elige a un participante por cada millón de españoles, 39 en total (ABC, 1992, p. 145).

Tales transformaciones, aún bajo la tutela de los medios, se traducen en una mayor apuesta por la participación sincrónica y, lo más reseñable, en la posibilidad de que haya un diálogo en paralelo en aquellas redes donde los participantes son convocados a propósito de la entrevista. Esta, pues, se bifurca —o desborda— en dos planos: el «oficial», capitaneado por el medio, y el «oficioso», alimentado autónomamente por los participantes.

Esto último se percibe especialmente en el citado caso de *Pregúntame*. En uno de sus encuentros, el 9 de febrero de 2015, con el político Albert Rivera, se constata, por ejemplo, cómo se publican mensajes que cuestionan no sólo sus respuestas —«La parte de esa respuesta es una mera tautología» (Martínez, 2015)— sino al propio entrevistado —«Ha sido penoso ver cómo ha pasado por aquí eligiendo las preguntas para las que tiene el discurso preparado con lo mismo que dice en la televisión» (gecko9, 2015)—. En este sentido, se evidencia el choque entre las lógicas ideante y mediocéntrica —«Y aquí no perdonamos ni una. No somos como los periodistas lameculos y los políticos no cuentan con eso» (Vermel, 2015)— y, también con ello, la «vulnerabilidad» del entrevistado frente a interlocutores de naturaleza muy distinta a la del código periodístico. Otros rasgos definitorios de la lógica ideante presentes en este caso son los debates entre los propios participantes y la automoderación. Así, se destacan las preguntas colectivamente más votadas y hay refuerzos intermitentes entre los usuarios —«Una pregunta muy importante... vamos a leer lo que dice» (crismoc, 2015) o «Esto creo que ya lo contestó hace tiempo»— (Badaloni, 2015).

4.3. Quiebra del mediacentrismo y ascenso de nuevos mediadores

La consolidación de las redes sociales como canal de comunicación directa entre personajes públicos y audiencias precipita un tercer periodo de la entrevista participativa, que tiende así a descentralizarse de los medios. Dicho de otro modo: el modelo mediocéntrico del formato prescribe en un contexto en que las redes permiten y normalizan la interpelación sin la intercesión del medio. Se desemboca, pues, en un régimen no ya de subordinación o cooperación sino de concurrencia competitiva entre los entornos mediocéntrico e ideante.

En este sentido, se constata un descenso en la última década de los encuentros digitales de los medios (Sánchez-Calero, 2020) y una consecuente reformulación de aquellos que subsisten: mientras unos optan por un continuismo del formato con la simple incorporación de plataformas de transmisión en vivo, como Facebook Live (Pulido-Esteban y Sánchez-Calero, 2017), otros aplican estrategias que tienden a reforzar la exclusividad de los medios frente a los nuevos intermediarios digitales. Es el caso de *El País*, cuyos encuentros se reubican entre los contenidos por membresía ofreciendo a sus suscriptores la posibilidad de asistir a la entrevista y trasladar presencialmente sus preguntas.

4.3.1. De la prensa a las redes: rescisión del pacto de exclusividad

El ascenso de las redes como nuevo canal de interacción entre públicos y celebridades se cristaliza en

el primer tramo de este periodo con la puesta en marcha, en 2015, de *Twitter Q&A*. A través de este formato, la plataforma replica el concepto de entrevista participativa invitando a sus usuarios famosos a responder en directo las preguntas de los tuiteros (Twitter, 2015). En un inicio lo harán por videorespuestas breves que posteriormente, al incorporarse Periscope en esta red social, se amplían con el *streaming*. Aun tratándose de un formato parcialmente tutelado —en tanto que moderadores designados por la propia plataforma ejercen funciones de anfitrión—, sienta el precedente del *live* en el resto de redes, donde los personajes se someten, ya por cuenta propia, al escrutinio de sus seguidores.

Un caso paradigmático es el de Gerard Piqué, una de las celebridades españolas más activas en los inicios del *streaming*. En habituales retransmisiones a través de Periscope, realizadas desde espacios informales como vestuarios y hoteles de concentración, el futbolista respondía directamente a miles de usuarios en vivo. En una de ellas, justificaba esta práctica en términos explícitos de desconfianza hacia los medios: «A veces contestas y cortan y emiten lo que quieren, solo las palabras que interesan para vender más; prefiero expresarme aquí que no hay malentendidos y está todo entero» (El País, 2016).

Esta posición se refuerza en declaraciones posteriores, como la entrevista concedida en 2016 a la revista *Panenka*: «En estas plataformas el usuario te puede preguntar al instante, y hacer una rueda de prensa con ellos en lugar de con periodistas» (Panenka, 2022). Y agrega: «Si analizas bien las cuentas de redes sociales de jugadores importantes de Primera División, algunos tienen muchos más usuarios que los medios». Describe así un escenario que permite ya a las fuentes convertirse en sus propios medios (Elías, 2021).

4.3.2. De participante a anfitrión: el creador de contenido como nuevo intermediario

En un segundo tramo de este periodo emerge un nuevo intermediario: el creador de contenido. Su figura viene a culminar la participación ideante sustentada, en términos weberianos, en una afinidad electiva entre su condición «recursiva» (Sampedro, 2015) o de «superusuario» (Varela, 2005), unas fuentes receptivas a entornos no mediocéntricos y una infraestructura tecnológica liberalizada. Estos creadores —llamados, según la plataforma, *streamers*, *youtubers* o *podcasters*— se consolidan como nuevos portavoces del público interpelante, del que proceden y con el que comparten vínculo identitario.

En este contexto proliferan formatos como el *live* y el *podcast* conversacional, basados en la charla del creador independiente con una celebridad. Casos tempranos y exponentes en este sentido son Álex Fidalgo —*Lo que tú digas*—, Jordi Wild —*The Wild Project*—, Ricardo Moya —*El sentido de la birra*— o Ibai Llanos. Este último goza de especial popularidad en Twitch, con 20 millones de seguidores, donde ha llegado a instaurar un modelo propio y alternativo de periodismo deportivo (Peinado *et al.*, 2024). En esta plataforma, lanza en 2021 *Charlando Tranquilamente*, donde entrevista en directo a deportistas de primer nivel, artistas e *influencers*.

Constituye así un caso paradigmático que sintetiza los rasgos definitorios de la entrevista participativa en el entorno ideante: el participante, erigido ya en «superusuario», interpela autónomamente, a través de una red social en abierto, al entrevistado mientras sus miles de seguidores comentan en directo a través del chat y trasladan al creador sus preguntas; todo ello en un escenario informal de interacción. En este sentido, en la entrega del 5 de febrero de 2021 con Piqué como invitado, resulta reveladora la indicación de Llanos: «Tú puedes hablarme de lo que quieras, esto no es una entrevista» (Charlando tranquilamente, 2021, 12m21s).

Al mismo tiempo, es notorio el efecto amplificador que estos creadores obtienen no sólo de sus comunidades sino también de los propios medios, forzados a darles cobertura por las declaraciones que en ellos vierten sus invitados (Elías, 2021). Es un escenario que ilustra la concurrencia competitiva entre los entornos mediocéntrico e ideante de este último periodo, también perceptible en la reciente tendencia de los medios a incorporar en sus contenidos formatos conversacionales que adoptan rasgos de la narrativa ideante. Más aún, se identifican casos como los de Podium Podcast, plataforma creada en 2016 por el grupo Prisa que ha integrado en su catálogo podcasts inicialmente desarrollados por creadores independientes.

5. Discusión y conclusiones

Este trabajo presenta una primera propuesta de periodización de la entrevista participativa en España que permite analizar su evolución a partir de las transformaciones en las relaciones entre medios, públicos y entrevistados. Su recorrido se puede articular así en tres estadios —apertura participativa, ciberparticipación institucionalizada y participación ideante— que ilustran cómo los medios primero conceden, posteriormente regulan y finalmente pierden el monopolio de la participación del público en la entrevista periodística, es decir, se evidencia la transición desde un escenario mediocéntrico hacia otro desintermediado.

De este modo, tras la evolución del formato subyacen tensiones entre medios convocantes y públicos convocados, cuyo pacto de colaboración se erosiona a medida que las redes sociales posibilitan la interpelación autónoma a los entrevistados, cada vez más proclives a someterse al escrutinio directo del público en estos nuevos entornos digitales. No obstante, los hallazgos obtenidos en este estudio obligan a matizar una lectura lineal de este proceso.

En primer lugar, se constata la existencia de prácticas de entrevista participativa previas a internet que registran altas cuotas de interacción y diálogo entre públicos y entrevistados, pese a desarrollarse en un entorno puramente mediocéntrico. En segundo lugar, y en relación con lo anterior, el análisis evidencia que la incorporación de los encuentros digitales dotó de nuevos canales al público, pero al mismo tiempo burocratizó su participación sin mejorar sustancialmente la calidad de la interpelación, por lo que la función de la tecnología fue en este sentido más coyuntural que decisoria.

Por último, aunque posteriormente las redes sociales han hecho más accesibles a los entrevistados

y han permitido a miembros de los públicos participantes convertirse en interpelantes autónomos, persisten interrogantes respecto a la magnitud real y la calidad de la participación. Por un lado, casos como los comentados de Pérez-Reverte o Gerard Piqué dejan ver que la ausencia de intermediario tiende a la autolegitimación de la fuente, lo que diluye la función fiscalizadora de la entrevista. Es una tesis ya planteada por Elías (2021) quien, en referencia a una autoentrevista publicada en Twitter el 11 de marzo de 2019 por el también futbolista Sergio Ramos, afirma:

Las fuentes que tienen tanto seguidores no tienen incentivos para ser preguntadas por periodistas incisivos y, por tanto, su mensaje se difundirá tal y como quiere la fuente. Pero la fuente no busca la verdad —como sí lo hace el periodismo o la ciencia— sino mejorar su reputación y expandir su relato. (Elías, 2021, p. 24-25)

No obstante, futuros estudios deberían calibrar la incidencia de otros factores, como la pérdida de capital simbólico de los medios, circunstancia también revelada en este trabajo.

Por otro lado, el ascenso de «superusuarios» o creadores investidos de anfitriones acaba replicando la estructura participativa mediocéntrica, es decir, con ellos, la entrevista participativa no abandona la mediación: se desplaza hacia nuevos intermediarios que, en este caso, buscan fidelizar y ampliar sus comunidades de seguidores en un espacio altamente sujeto a la afinidad y la automatización del *fandom* (García-Marín, 2020). Así, la evidencia observada en este estudio permite concluir, en línea con García-Marín y Aparici (2020), que la desintermediación no deriva en un escenario plenamente horizontal sino en la reformulación de las condiciones de interpelación pública, sin que ello implique *per se* una ampliación de la participación desde una perspectiva crítica o deliberativa. Dicho de otro modo: la mayor participación percibida por los avances tecnológicos y el aumento de los canales interactivos no incrementa necesariamente la participación efectiva, es decir, la capacidad real de los participantes para influir en las condiciones de interpelación, cuestionar al entrevistado o alterar la lógica de mediación. En este sentido, nuestro trabajo abre una línea de investigación dentro de las corrientes críticas con el tecnoutopismo.

Asimismo, este artículo supone una continuación de la propuesta conceptual de entrevista participativa formulada por Pulido-Esteban y Sánchez-Calero (2016). De este modo, la refuerza y complementa con un estudio del género que permite situarlo históricamente, caracterizarlo en función de las cambiantes relaciones entre los actores implicados e integrar diacrónicamente las distintas aportaciones en torno al mismo. Así pues, la entrevista participativa se consolida como objeto de estudio en el marco de las transformaciones comunicativas del ecosistema digital contemporáneo español. Con ello, se inserta al mismo tiempo en los debates abiertos a escala global sobre la reconfiguración de la mediación periodística. En este contexto, y en relación directa con el fenómeno aquí analizado, se plantea incluso la necesidad de establecer posibles marcos regulatorios sobre formatos nativos digitales como el podcast

(Hartley, 2025), ante la creciente capacidad de influencia y alcance que han adquirido a cargo, cada vez más, de usuarios independientes.

6. Declaración sobre uso de inteligencia artificial

En este artículo no se han utilizado herramientas de inteligencia artificial.

7. Referencias bibliográficas

- ABC. (17 de noviembre de 1992). Mercedes Milá estrena «Queremos saber», en A3 TV.
- Alcalá-Santaella, M. (2004). Nuevos modelos narrativos: los géneros periodísticos en los soportes digitales. En J. Cantavella y J. F. Serrano (Eds.), *Redacción para periodistas: informar e interpretar* (pp. 95-115). Ariel.
- Badaloni. (9 de febrero de 2015). *Esto creo que ya lo contestó hace tiempo, parece ser que Ciudadanos estaba dispuesto a favor de votar una ley*. Meneame. <https://www.meneame.net/m/Preguntame/hola-soy-albert-rivera-presidente-ciudadanos-preguntame-quieras/c0332#c-332>
- Barredo-Ibáñez, D. y Oller-Alonso, M. (2013a). La secuencia ideante: un nuevo tipo de texto periodístico según las entrevistas corales de MARCA.com. *Fonseca, Journal of Communication*, 6, 2-25. <https://revistas-fonseca.com/index.php/2172-9077/article/view/121>
- Barredo-Ibáñez, D. y Oller-Alonso, M. (2013b). Hacia la democratización del periodismo participante: tres modelos de transparencia en la gestión de las entrevistas corales de MARCA.com. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 4(2), 35-54. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2013.4.2.04>
- Beach, D. y Pedersen, R. (2013). *Process-Tracing Methods: Foundations and Guidelines*. University of Michigan Press.
- Cantavella, J. (2002). *Historia de la entrevista en la prensa*. Universitat.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza.
- Charlando Tranquilamente. (5 de febrero de 2021). *Charlando Tranquilamente #1 con GERARD PIQUÉ* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/-XXBH4NA4JU?si=dNWORR8FVtILuV5u>
- Cristomc. (10 de febrero de 2015). *Una pregunta muy importante... vamos a leer lo que dice...* [Comentario]. Meneame. <https://www.meneame.net/m/Preguntame/hola-soy-albert-rivera-presidente-ciudadanos-preguntame-quieras/c0508#c-508>
- Díaz Noci, J. (2001). *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Universidad del País Vasco.
- Edo, C. (2003). *Periodismo informativo e interpretativo: el impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Comunicación Social.
- Eldiario.es. (7 de enero de 2015). Lanzamos 'Preguntame', los encuentros digitales de eldiario.es. https://www.eldiario.es/redaccion/lanzamos-preguntame-encuentros-digitales-eldiarioes_132_4432616.html
- Elías, C. (2021). El periodismo como herramienta contra las fake news. En D. Teira y C. Elías (Eds.), *Manual de periodismo y verificación de noticias en la era de las fake news* (pp. 19-58). UNED.
- El Mundo. (2010). 4.000 encuentros. <https://www.el-mundo.es/especiales/2010/01/4000encuentros>
- El Mundo. (17 de mayo de 2011). 'Es indignante la defensa que hacen de Strauss-Kahn por ser socialista'. <https://www.elmundo.es/elmundo/2011/05/16/madrid/1305560260.html>
- El País. (5 de marzo de 2016). Piqué carga contra la prensa en la red social Periscope. https://elpais.com/deportes/2016/03/04/actualidad/1457083708_241798.html
- García-Marín, D. (2020). Transpodcast universe. Narrative models and independent community. *Historia y Comunicación Social*, 25(1), 139-149. <http://dx.doi.org/10.5209/hics.69232>
- García-Marín, D. y Aparici, R. (2020). Voces domesticadas y falsa participación: Anatomía de la interacción en el podcasting transmedia. *Comunicar*, 28(63), 97-107. <https://doi.org/10.3916/C63-2020-09>
- Gecko9. (10 de febrero de 2015). *Totalmente de acuerdo, ha sido penoso ver como ha pasado por aquí eligiendo las preguntas para las que tiene el* [Comentario]. Meneame. <https://www.meneame.net/m/Preguntame/hola-soy-albert-rivera-presidente-ciudadanos-preguntame-quieras/c0646#c-646>
- Hartley, C. (2025). Is it time to regulate podcast? En M. Perrotta (Ed.), *Podcast in the future of journalism* (pp. 77-94). Roma TrE-Press.
- Herrera Damas, S. (2007). La radio española y su apuesta por las nuevas modalidades para la participación de los oyentes. En I. Egúzquiza y V. Vidal (Eds.), *La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo* (pp. 283-306). Fundación COSO.
- Íñigo, J. M. (2006). *La tele que yo he vivido: 50 años de televisión en España*. Dolmen.
- La Vanguardia. (28 de octubre de 2011). Arrancan los "Chat TV" de LaVanguardia.com. <https://www.lavanguardia.com/participacion/20111028/54236568679/arrancan-los-chat-tv-de-lavanguardia-com.html>
- López Hidalgo, A. y Fernández Barrero, A. (2014). La entrevista de los lectores: en la convergencia de medios y audiencias activas. Posibilidades y retos para la participación del lector. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(1), 353-367. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n1.49099
- Martínez, V. [Victor_Martinez]. (11 de febrero de 2015). *la 1a parte de esa respuesta es una mera tautología si A es A y B es B por tanto* [Comentario]. Meneame. <https://www.meneame.net/m/Preguntame/hola-soy-albert-rivera-presidente-ciudadanos-preguntame-quieras/c0671#c-671>
- Meneame. (9 de febrero de 2015). *Hola, soy Albert Rivera, presidente de Ciudadanos. Preguntame lo que quieras*. <https://www.meneame.net/m/Preguntame/hola-soy-albert-rivera-presidente-ciudadanos-preguntame-quieras>
- Oller-Alonso, M. y Barredo-Ibáñez, D. (2012). *La sociedad de los ideantes. Repensando los conceptos de opinión y esfera pública y las teorías democráticas relacionadas con el fenómeno comunicativo ciudadano*. Sociedad Latina de Comunicación Social.

- Panenka. (4 de noviembre de 2022). Gerard Piqué, más que un futbolista. <https://www.panenka.org/miradas/gerard-pique-mas-que-un-futbolista>
- Paredes, G. (2023). *El periodismo de videojuegos en España. Ecosistema mediático y tendencias de una especialización cultural*. Aula Magna.
- Pastor, C. (29 de enero de 2010). Encuentro digital. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/encuentros/invitados/2010/01/4001/index.html>
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. Sage.
- Peinado, F., Carrero-Márquez, O. y García-Chamizo, F. (2024). El «modelo Ibai»: ejemplo de ludificación del contenido periodístico deportivo creador de tendencia juvenil. *Comunicación y Medios*, 33(49), 144-158. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.72197>
- Pulido-Esteban, F. y Sánchez-Calero, M. L. (2016). El nuevo concepto de entrevista periodística: la entrevista participativa. En R. Mancinas-Chávez (Ed.), *Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Comunicación y desarrollo social* (pp. 35-56). Egregius. <http://hdl.handle.net/11441/51566>
- Pulido-Esteban, F. y Sánchez-Calero, M. L. (2017). Facebook Live: un nuevo canal para la entrevista. En A. González Alba (Coord.), *Tendencias e innovación en la empresa periodística* (pp. 85-102). Egregius.
- RTVE. (1 de enero de 1972). *La gente quiere saber. Massiel* [Video]. RTVE Play. <https://www.rtve.es/play/videos/la-gente-quiere-saber/gente-quiere-saber-massiel-programa-piloto/4652597/>
- RTVE. (2 de julio de 1973). *La gente quiere saber. Antonio Bienvenida* [Video]. RTVE Play. <https://www.rtve.es/play/videos/la-gente-quiere-saber/gente-quiere-saber-antonio-bienvenida/5453930/>
- RTVE. (13 de agosto de 1977). *La clave. Cómo se fabrica una estrella* [Video]. RTVE Play. <https://www.rtve.es/play/videos/la-clave/como-se-fabrica-estrella/16588135/>
- RTVE. (5 de mayo de 1981). *Vostè pregunta - Jordi Pujol* [Video]. RTVE Play. <https://www.rtve.es/play/videos/voste-pregunta/jordi-pujol-voste-pregunta-pujol-1981/2199080/>
- RTVE (8 de marzo de 2023). *La entrevista a Massiel censurada en 1973 por antifascista y feminista*. <https://www.rtve.es/television/20230308/tve-saca-a-luz-entrevista-a-massiel-censurada-1973/63710.shtml>
- Salaverría, R. (2005). *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Comunicación Social.
- Sampedro, V. (2015). *El Cuarto Poder en red. Por un periodismo (de código) libre*. Icaria.
- Sánchez-Calero, M. L. (2020). Entrevistas participativas en diarios digitales: modelos y oportunidades de interactividad. *Profesional de la información*, 29(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.26>
- Sánchez de Puerta, F. (2006). Los tipos ideales en la práctica: significados, construcciones, aplicaciones. *Empiria*, 11, 11-32. <https://doi.org/10.5944/empiria.11.2006.1107>
- Terra España (s.f.). *Conversaciones con famosos en los Hangouts de Terra* [Lista de reproducción]. YouTube. <https://www.youtube.com/playlist?list=PLB-Pw7FuWjIUNW3Mgf2IEzkFq-ODaUOhYX>
- Twitter. (29 de abril de 2015). *Twitter Q&A: @ccifuentes responde a los ciudadanos a través de Periscope*. https://blog.x.com/es_es/a/es/2015/twitter-qa-ccifuentes-responde-a-los-ciudadanos-a-trav-s-de-periscope
- Varela, J. (2005). El asalto de los medios sociales. *Cuadernos de periodistas*, 2, 20-34.
- Veglis, A. y Pomportsis, A. (2012). *The E-Citizen in the Cyberspace - A Journalism Aspect*. 25th International Conference on Information Law and Ethics https://www.academia.edu/2122439/The_e_citizen_in_the_cyberspace_a_journalism_aspect
- Vermel. (10 de febrero de 2015). *Yo no creo que falle, sino todo lo contrario. Lo que los políticos hacen es retratarse tal y como son* [Comentario]. Meneame. <https://www.meneame.net/m/Preguntame/hola-soy-albert-rivera-presidente-ciudadanos-preguntame-quieras/c0664#c-664>
- Vibe (22 de diciembre de 2016). *When Michael Jackson was the first to cyber chat*. <https://www.mjvibe.com/when-michael-jackson-was-the-first-to-cyber-chat>

Rubén Villalba Jiménez. Investigador Predoctoral adscrito al Área de Periodismo del Departamento de Ciencias de la Comunicación y Sociología de la Universidad Rey Juan Carlos (al amparo de la convocatoria C1PREDOC2023 de contratos predoctorales de personal en formación en Departamentos de la citada universidad). Graduado en Periodismo y en Traducción e Interpretación, Máster Universitario en Periodismo Cultural y actualmente doctorando en Ciencias de la Comunicación con una tesis sobre la entrevista periodística, línea que conforma su presente área de investigación. Forma parte del Grupo de Investigación y Producción en Comunicación (IPC) de la Universidad Rey Juan Carlos y también imparte docencia en grados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la misma universidad. En el ámbito profesional, ha ejercido como periodista en prensa escrita y especializada. Actualmente compagina su labor docente e investigadora con la divulgación en redes sociales. ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-6234-4907>