

Del suelto al tweet en CTXT. La opinión editorial se perpetúa

Pedro Paniagua Santamaría¹

Recibido: 10 de julio de 2020 / Aceptado: 9 de septiembre de 2020

Resumen. El suelto, ese género opinativo breve que recoge la línea editorial de un medio, puede contar con una nueva vida en las redes sociales si aceptamos que los fragmentos derivados de los editoriales y publicados como píldoras de fácil asimilación podrían optar a tal categoría genérica. En este estudio se han analizado, durante los seis primeros meses de 2020, los editoriales de la revista *Ctxt* y su traslación a mensajes de *Twitter*. Los resultados obtenidos nos permiten hablar de una segunda fase de los medios de comunicación en Internet, después de la primera que supuso la llegada de la revolución digital hace ahora un cuarto de siglo.

Palabras clave: Opinión; géneros; suelto; *Ctxt*; *Twitter*.

[en] From “suelto” to tweet on CTXT. Editorial opinion is perpetuated

Abstract. The “suelto”, that brief opinion genre that includes the editorial line of a medium, can have a new life on social networks if we accept that the fragments derived from editorials and published as pills that are easily assimilated could qualify for such a generic category. In this study, during the first six months of 2020, the editorials of the *Ctxt* magazine and its translation to *Twitter* messages were analyzed. The results obtained allow us to speak of a second phase of the media on the Internet, after the first phase that marked the arrival of the digital revolution now a quarter of a century ago.

Keywords: Opinion; genres; “suelto”; *Ctxt*; *Twitter*.

Sumario: 1. Un género en recesión 2. Suelto o glosa. 3. Interpretación y opinión. 4. ¿Devaluado o destilado? 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas

Cómo citar: Paniagua-Santamaría, P. (2020). Del suelto al tweet en CTXT. La opinión editorial se perpetúa. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26 (4), 1533-1542. <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.71295>

1. Un género en recesión

El suelto ha ido uno de los géneros históricos en la prensa española. Como expresión de la opinión editorial de un medio, ha estado presente en cabeceras centenarias, como el célebre “Zigzag” de *Abc* o “El semáforo” en *La Vanguardia*. Nacidas ya en la democracia, dejaron huella secciones como “Aguijones y laureles” de *Diario 16*, y “Vox Populi” e “Impresiones” de *El Mundo*. Incluso un periódico surgido un poco antes que estos dos últimos como *El País*, cuando quiso cambiar su fisonomía hace un par de décadas, introdujo “El acento”, un texto de opinión editorial breve que es, de momento, lo que va a definir a nuestro peculiar género periodístico. Se da el hecho anecdótico de que el diario de Prisa incluyó en su cabecera, coincidiendo con el cambio descrito, un acento en “PAÍS”, con lo que no solo completaba la gama de géneros opinativos, sino que además subsanaba una carencia ortográfica, si bien hasta entonces disculpable, pues en aquella época eran muchas las mayúsculas que no se acentuaban.

Hoy podemos decir que el suelto se halla en franca recesión en nuestra prensa, quizá no tanto en su esencia como en su forma ortodoxa reconocible. Es decir, la opinión editorial breve no ha dejado de estar en los periódicos, y es de suponer que nunca lo haga, pero hoy es difícil encontrar esa sección, variable pero perfectamente identificable, que podemos asimilar inequívocamente al suelto periodístico. Esta indefinición se ve acompañada por el hecho de que muchas cabeceras nuevas renuncian expresamente a una opinión corporativa, incluso la representada por el hermano mayor de nuestro suelto, el artículo editorial. Mucho han cambiado las cosas desde que Pulitzer defendiera aquello de que “es inmoral cobijarse detrás de la neutralidad de las noticias”. Hasta ahora nunca se había considerado que ese “no tomar postura” que supone la ausencia del artículo editorial fuera sinónimo de equidad, de transparencia, o de justicia, o de cualquier término que designara ese aspecto fundamental de la ética periodística que, por utilizar una expresión clásica de Martínez Albertos (2006: 38-39), podríamos denominar “no intencionalidad”.

¹ Universidad Complutense de Madrid (España)
E-mail: ppaniagu@ucm.es

Hasta ahora siempre se había considerado que proclamar abiertamente la ideología de un medio no menoscababa su credibilidad, siempre y cuando fuera escrupuloso con sus informaciones y reservara su línea editorial para textos de opinión. Es más, esa proclamación actuaba a favor de la credibilidad, por cuanto eximía al diario de dar explicaciones sobre supuestos temas en los que ya había dejado perfectamente clara su postura, y por tanto no podía ser acusado de parcialidad. Todo esto, naturalmente, refiriéndonos a un escenario ideal, donde los medios fueran, en efecto, escrupulosos con sus informaciones, y donde no se dejaran llevar en ellas por su ideología o sus intereses en titulares claramente opinativos encabezando textos en principio informativos. Además, como ocurre siempre que hablamos de géneros, no podemos entrar en la opinión implícita no manifestada de forma expresa, que es lo que ocurre en los procesos de selección y jerarquización de la información. Todos sabemos que se puede opinar más con lo que no se publica, o con la forma de valorar lo publicado, pero esa, nos tememos, no es una cuestión que se pueda abordar desde el campo de los géneros o de la redacción.

Actualmente, con la honrosa excepción de la ya citada sección de “El semáforo”, son pocas las cabeceras que de forma indubitada se podrían considerar que están formadas por sueltos. Claro que antes de seguir por aquí, tendríamos que delimitar lo más exactamente posible el concepto que abarca este género. Hemos dicho que se trata de una opinión editorial breve, y así es, pero hay que acotar más si queremos que el concepto nos pueda ser de alguna utilidad para nuestros propósitos. En primer lugar, esa brevedad no es un valor fijo, y la extensión de un suelto puede ir desde las cuatro líneas hasta, pongamos, las quince o veinte. Las fronteras entre los géneros nunca han sido nítidas y esa falta de nitidez se va dar también, a propósito de la extensión, entre el editorial y el suelto. Algo de eso pasaba, precisamente, con “El acento”, que podría considerarse tanto un editorial breve como un suelto largo. Ahora bien, aun contando con esa imposibilidad de precisar de forma milimétrica esa extensión, sí se puede afirmar de forma razonable que el suelto es, sin ningún género de duda, un texto breve.

Fruto de esa brevedad, al suelto se le ha considerado siempre como “una variedad menor del editorial”. Así lo han descrito Santamaría (1997:101) y Martínez Albertos (2002:371). Incluso ha sido visto como algo de “menor monta” (Mostaza, 1966:182, citado en Martínez-Albertos, 2002). Y es que, lógicamente, el hecho de ser el hermano pequeño conlleva no solo una menor extensión, sino también una menor importancia. Los temas más destacados del día son los que merecen ser tratados en el editorial (uno o dos normalmente por día y medio), en tanto que los que no lo son tanto se tienen que conformar con parecer en sueltos (que pueden oscilar entre cuatro y seis, aunque se han llegado a dar casos en la prensa

deportiva de secciones de diez y doce textos). Como consecuencia de esa menor importancia, el suelto puede ser más libre y desenfadado en su estilo que el editorial, y puede incluso, debido a su brevedad, carecer de una estructura determinada. Por carecer, puede incluso carecer de opinión explícita; o, al menos, de opinión expresada de forma lingüística. Es lo que ocurre con la calificación gráfica propia, por ejemplo, de “El semáforo”, donde la única opinión que se refleja es el círculo que representa la luz verde o roja –valoración positiva o negativa respectivamente– con que van acompañados los textos.

No vamos a profundizar más en los antecedentes teóricos del género, puesto que con lo expuesto es más que suficiente para abordar la nueva vida del suelto, o de algo que se le puede parecer, en las redes sociales, y en concreto en *Twitter*. Nos dejamos conscientemente en el tintero asuntos como el límite que separa al suelto de la noticia breve, por ser algo obvio, o el que lo separa de lo que algunos autores (Abejón, 2017:236) denominan “minicolumna”, por serlo igualmente. La ausencia de opinión en el primer caso, y la presencia de firma en el segundo, bastan para zanjar el tema. Otras características apuntadas en la literatura científica sobre el género, como la falta de argumentación, se pueden considerar derivadas de la brevedad citada. El hecho de que el suelto se pueda presentar aislado, como un texto único, o formando parte de una sección de varios, no merece mayor elucidación en este momento para el asunto que nos ocupa. En *Twitter* solo existe el texto único (aunque esto habrá que matizarlo en su momento debido a la presencia cada vez más frecuente de los “hilos” que enlazan tweets), aunque con alguna particularidad como, por ejemplo, el hecho de que un texto largo de un medio se pueda trocear en varios breves para su publicación en la red social, deviniendo estos últimos en ese algo que se puede asimilar al suelto. Alguna variante interesante del suelto clásico sí merece la pena citarse, como el que va acompañado de foto. La versión clásica de esta variante la tenemos, por ejemplo, en “Las caras de la noticia” o “Actualidad gráfica” de *Abc*. Su penetración en el mundo digital nos va servir de enlace con el periodismo tradicional, al estar los textos de la red social invariablemente acompañados de ilustraciones. Como nos va a servir también aquella consideración de “apunte”, “aviso” o “nota marginal” con que los Martín Vivaldi, Graña, Martínez de Sousa, Jimeno López... definieron el género. No olvidemos que los textos de los medios de comunicación de *Twitter* siempre van a remitir a otro más extenso del propio medio o de otro. Es en este sentido en el que los tweets pueden ser considerados como apuntes, avisos o notas marginales.

2. Suelto o glosa

Prácticamente de forma unánime, todos los autores citados coinciden en denominar a nuestro género

“suelto o glosa”. Este segundo término, lejos de resultar un mero adorno nominativo, resume muy bien el espíritu que siempre acompañó al suelto desde su nacimiento. La glosa es algo que matiza, que subraya, que comenta, que acota, que amplía... En el ámbito del periodismo, como señalamos más arriba, es un pequeño texto que se aplica a todo eso con los asuntos de segunda línea que componen la actualidad. Debido a este carácter subsidiario, vamos a tener que hacer un ejercicio de imaginación para comprender en toda su dimensión la existencia de nuestro género en *Twitter*.

Entrando ya en la parte metodológica de este artículo, lo primero que cabe subrayar es que no sería razonable tratar de hacer un estudio meramente cuantitativo. El texto objeto de nuestro estudio se desintegra pronto, como esas partículas que precisan de potentes aceleradores para poder ser vistas, a veces solo intuitas. Puede que estemos en una segunda fase de la evolución que empezó con el periodismo digital hace veinticinco años. Concretando más, podríamos aventurar que hemos entrado, sin aspavientos, casi sin darnos cuenta, en una etapa mucho más silenciosa que la primera, menos espectacular, pero de consecuencias quizá mayores. Es la fase que corresponde a los medios de comunicación difundidos mediante las redes sociales. Entre el “periodistas somos todos”, aquella entusiasta proclama de los usuarios/ciudadanos que de la noche a la mañana pasaban de ser meros lectores a colgar sus textos en la Red, y el avance sin rumbo fijo de los medios a remolque de una tecnología que a todas luces les superaba y en la que se adentraban casi por obligación intentando desesperadamente no perder su jugosa cuota de mercado o de influencia, puede que estemos en una sigilosa vía intermedia que dé al fin asiento a esos medios supervivientes de la revolución digital, o que emergieron tras ella.

Esta investigación solo pretende señalar ciertas posibilidades, marcar modestamente alguna tendencia, por mucho que la palabra esté hoy desprestigiada a base de ser usada casi exclusivamente para designar el color con el que se tiñen el pelo los *teenagers* (en inglés, obviamente). El trabajo de campo de este estudio se ha realizado en los seis primeros meses de 2020, comenzando poco antes de que nos llegara la pandemia que sacudió, y sigue sacudiendo, al mundo. Esta circunstancia ha influido en nuestro análisis, como no podía ser de otra forma dado que trabajamos con la actualidad, pero no de una manera que podríamos considerar abrumadora. En total, no han sido más de un veinte por ciento los textos referidos a este tema.

Una primera observación de las cuentas de los medios de comunicación en *Twitter* nos permitió entrever que los grandes diarios tradicionales (*El País*, *Abc*, *El Mundo*...) eran más propensos a publicar tweets de contenido informativo que de opinión, lo cual los descartaba como candidatos. (Esto en modo alguno puede considerarse una conclusión de la in-

vestigación, ni siquiera un resultado. Es tan solo un paso previo en la acotación del objeto de estudio). Consideramos, por tanto, a los nuevos medios digitales más idóneos para nuestro estudio por ser los más proclives a publicar contenidos opinativos en sus tweets. Avanzando en esta delimitación vimos que la revista *Contexto* (@ctxt_es) era una de las cuentas que mejor se amoldaba a nuestro objetivo, que no es otro que delimitar la posible vida del suelto en el nuevo escenario de una red social concreta. Por un lado, este medio suministra un número suficiente de tweets opinativos de carácter editorial; por otro, tiene una presencia continua en *Twitter*, y sus editoriales se publican de forma regular en la revista.

Que *Ctxt* pueda considerarse como ejemplo y puedan extrapolarse los resultados a otros, y a otras redes, es algo evidente desde el momento en que estamos trabajando con tendencias, pero tampoco aquí los resultados pueden considerarse cuantitativamente concluyentes, porque –insistimos– no es el aspecto cuantitativo el que nos preocupa ni el que está entre nuestros objetivos. No tendría sentido cuantificar, por ejemplo, qué porcentaje de los miles de tweets publicados en el periodo estudiado corresponde a textos que de alguna manera podrían parecerse a un suelto. Ni tampoco establecer clasificaciones sobre qué medios publican más o menos textos que puedan representar una opinión editorial. Obviamente, tampoco es relevante para nuestro análisis cuantificar seguidores, retweets, etc... Volviendo a nuestro símil cuántico, vale más un bosón de Higgs capturado en el momento oportuno, que cien mil partículas que no aporten nada al nuevo escenario.

En este escenario, inestable ciertamente, pueden darse casos como el ya descrito del medio que decide dividir un texto amplio en varios breves y ofrecerlos a los usuarios de la red social en píldoras de fácil asimilación. Esta técnica comunicativa no ofrece mayor novedad que la derivada de la división citada. Ahora bien, las mutaciones pueden llegar a más, y provocar auténticos vuelcos en el texto, tanto en lo que se refiere a la autoría, como a su realidad genérica. Por ejemplo, un texto publicado de forma extensa y con firma en un medio, puede aparecer en una ventana de ese medio en la red social como texto breve y sin firma. Es más: Un texto, en principio no opinativo, puede devenir en opinión al ser retweeteado por otro. Las posibilidades que nos ofrece el nuevo panorama son ilimitadas, y seguramente esto no haya hecho más que empezar. ¿Se puede seguir llamando suelto a alguno de los textos resultantes? Es difícil ser taxativo en este escenario. Por eso no tiene sentido la cuantificación. En su fundamentación teórica se trata de una cuestión escurridiza. Pero tampoco hay que ser derotista. Si el suelto desapareciera no sería la primera que muere un género, ni seguramente la última (¿se acuerda alguien hoy del folletón?) Quizá lo único cierto en todo esto sea que la aparición de nuevas formas de comunicación no tiene por qué eliminar las anteriores. En cualquier caso, las consecuencias

de este estudio, igual que no se tienen que circunscribir a un medio ni a una red, tampoco se tienen que circunscribir al suelto. Seguramente puedan ser aplicables a otros géneros en ese prometedor tránsito de los textos periodísticos a través de las redes sociales.

Por concluir con la metodología, diremos que la observación directa de la cuenta de *Ctxt* arrojó pocos resultados, e incluso estos poco claros. Con todo, los consideraremos porque pueden arrojar luz sobre cuestiones que, aunque no constituyan la parte central de esta investigación, abren vías colaterales de indudable utilidad para cualquier estudio sobre comunicación periodística. Por ejemplo, ¿cambia la consideración de una cita el hecho de extraerla de su texto original y ofrecerla aislada, y además acompañada por el nombre del medio que la acoge? Se supone que ese medio hace suya esa cita, pero ¿puede considerarse esa publicación una opinión editorial? Como se ve, el asunto no es solo escurridizo, sino que puede exceder el campo de la redacción periodística y adentrarse en cuestiones que atañen a la propia estructura del texto y del lenguaje. Y lo dicho para la cita de un personaje puede valer también para el tweet de otro medio, o de un usuario particular, o incluso para un “avance” informativo que un medio decide incluir asociado a su cabecera. El aislamiento del texto publicado como tweet hace que no nos valga ya la sintaxis del medio del que proviene.

Una dificultad añadida en este estudio la ha constituido el hecho de que no haya identificación genérica rotal entre el medio y el tweet. Es decir, *Ctxt* no publica sueltos en su publicación regular (como no lo hace ningún medio exclusivamente digital). Solo hemos podido acercarnos a este género en el nuevo entorno a través de la fragmentación de sus editoriales. Por eso, para llegar a la parte central de la investigación ha habido que invertir el proceso: tomar los editoriales publicados en el periodo estudiado en la publicación regular y a partir de ahí estudiar, e incluso cuantificar –ahora sí– su fragmentación en tweets. En total han sido once los editoriales publicados. El número está obtenido a partir de un repertorio ofrecido por la propia revista. Pero aquí la fecha de consulta deja de ser un mero formalismo académico para convertirse en un dato clave, pues no todos los días el repertorio consignaba los mismos editoriales. Al número inicial observado el 26 de junio le añadimos uno obtenido como fruto del rastreo efectuado antes de invertir el proceso. El día 27 ese mismo texto ya formaba parte del repertorio. Entre el 2 y el 3 de julio se volvieron a consultar todos los textos para su verificación final. Estos dos últimos días son los que figuran como fechas de consulta en nuestras referencias.

3. Interpretación y opinión

Desde un punto de vista meramente redaccional, el primer escollo con el que nos encontramos en nuestra investigación es el de la ciertamente compleja dis-

tinción entre interpretación y opinión. Ni en medios académicos ni en profesionales hay el menor atisbo de acuerdo al respecto. Sea por conformismo, por desconocimiento, por rutina, o por cualquier otra causa que queramos imaginar, lo cierto es que se trata de un asunto que llega a ser alarmante, también entre lectores e incluso entre alumnos de periodismo. En cualquiera de estos ámbitos suele ser superflua esa distinción. Además, como las fronteras entre los géneros nunca han sido nítidas – nos vemos obligados a insistir–, esa falta de profundización en la cuestión puede llegar a tener cierta justificación. Ahora bien, desde un punto de vista científico, esa falta de nitidez no puede ser excusa para no intentar delimitar, hasta donde nos sea posible, los componentes que se encuentran a uno u otro lado de esa frontera, incluso aunque muchas veces tengamos que reconocer que el esfuerzo es inútil. Habrá que haberlo intentado para alcanzar esa conclusión. No porque entre el blanco y el negro haya una gama infinita de grises podemos afirmar que el blanco es negro o viceversa.

Tomando el primer editorial de *Ctxt* del periodo estudiado, el publicado el 4.1.2020 bajo el título “La JEC, otro brazo armado del fanatismo del PP” (2020), cualquier lector, sea o no cualificado, lo consideraría de opinión por el hecho de que queda meridianamente clara la postura del medio con respecto al partido al que se refiere el enunciado. A la consideración de que se trata inequívocamente de una opinión se llega a través de lo que podríamos denominar una interpretación *fuerte*. Es decir, la revista estima que la Junta Electoral Central se limita a ejecutar las órdenes del Partido Popular. Lo dice mediante la metáfora “brazo armado” [todo lenguaje figurado implica una interpretación (Paniagua, 2015: 66)], lo que incrementa la fuerza de la crítica política. Y añade el sustantivo “fanatismo”, que actúa en la misma dirección. Imaginemos un titular que expresara la misma idea pero con una intensidad menor. Por ejemplo: “La JEC, correa de transmisión de la política interesada del PP”. Aquí el lector empezaría a tener dudas sobre si se trata de una opinión o de una interpretación. La presencia de otra metáfora y de un calificativo crítico pero de menor fuerza hace que la consideración de opinión pierda fuerza.

Conceptualmente, si prescindimos del grado de la fuerza empleada, los dos titulares expresan ideas análogas. ¿Es, pues, la opinión una cuestión de intensidad? Para contestar a esta pregunta quizá convenga remontarse a lo que decía Lester Markel (1953: 4-5, citado en Martínez-Albertos, 2002) sobre la distinción entre información, interpretación y opinión. Siento tener que recurrir a una cita tan manida, pero en casi setenta años de exploración teórica no creo que haya aparecido otra descripción mejor sobre tal distinción:

Relatar que el Kremlin lanza una ofensiva de paz es una *información* (o noticia directa). Explicar por qué el Kremlin se comporta así en este momento es una *interpretación*. Decir que toda oferta de paz del Kremlin

debe ser categóricamente rechazada, es expresión de una opinión.

Si nos atenemos a esta distinción clásica, el titular de *Ctxt* no sería opinión. Para que lo fuera, sería necesario el componente deontológico expresado en el ejemplo de Markel mediante el verbo “deber”. Es decir, una opinión enunciada de forma ortodoxa tendría que contener ese componente, expresado mediante ese verbo u otro análogo, como tener, haber, etc... que implique obligación. El titular resultante sería algo así como: “Cualquier injerencia del PP en la JEC debe (o “tiene que”, o “ha de”) ser categóricamente rechazada”. Ahora bien, hay otro criterio para distinguir la opinión de la interpretación, y es la presencia de juicios de valor en la primera, y de juicios de hecho en la segunda. Grijelmo (2008:95) pone un ejemplo meridianamente claro sobre el particular. El juicio de hecho puede ser demostrado “o al menos admitir una fundamentación científica”. Se da cuando calificamos a las Pirámides de Egipto de “inmensa mole”. Los juicios de valor, en cambio, “son aquellos que constituyen las impresiones que los hechos producen en la sensibilidad de las personas”. En el mismo ejemplo consistiría en calificar a las Pirámides de “maravillosa” mole de piedra.

Volviendo a nuestro titular, “La JEC, otro brazo armado del fanatismo del PP”, vemos que tanto “brazo armado” como “fanatismo” pueden ser considerados juicios de valor, por lo tanto el titular es opinativo. La interpretación que entonces llamamos *fuerte* no es sino la que utiliza un tipo de juicio que, aunque no sea expreso, puede considerarse de valor por su carga subjetiva. Quizá no habría hecho falta tanta disquisición teórica para llegar al mismo sitio, pero había que dejar perfectamente claro un concepto, el de opinión, que tantas confusiones crea en todos los ámbitos. Hemos empezado por un caso extremo, en el que los juicios son tan fuertes que es fácil deslindar interpretación y opinión. Sin embargo, habrá otros en los que la frontera, como tantas veces, volverá a no ser nítida, y entonces nos serán de utilidad algunos de los conceptos teóricos apuntados.

El 4 de enero, el mismo día en que se publicó el editorial en *Ctxt*, la revista publicaba en Twitter una llamada a dicho texto (2020). ¿Cabe considerar suelto a esa llamada? La verdad es que, desde un punto de vista ortodoxo, difícilmente puede ser considerado como tal, pues no hay texto, simplemente un tweet dice: “Aquí está el editorial de CTXT” y a continuación el título de ese editorial. Desde un punto de vista amplio, sin embargo, ahí tenemos una opinión breve (porque ya ha quedado claro que el titular es opinativo) y un medio que la hace suya, por lo que no tendríamos dificultades en considerar ese tweet una opinión editorial; es decir, algo *parecido* a un suelto. En el fondo da igual si al género resultante lo llamamos suelto o no. Los nombres deben servir para clarificar, no para confundir. Teniendo la idea clara, el nombre es lo de menos.

El día 12 de enero, *Ctxt* vuelve a publicar otro tweet sobre el editorial. Ahora sí va a tener texto. Se trata de una cita del propio editorial que dice: “Cada vez que pierde el poder en las urnas, la derecha española intenta deslegitimar a sus adversarios políticos con todos los recursos legales, paralegales y mediáticos”. Al igual que el anterior, este tweet va acompañado del nombre de la revista y del título del editorial. Además, ofrece una ilustración alegórica a la justicia. Aquí sí que ya no tendríamos absolutamente ninguna dificultad en considerar suelto a este breve texto. Pero ¿de dónde procede? ¿Qué parte del editorial es la que queda aquí recogida? Procede de la conclusión, del último párrafo. Obviamente se podría haber troceado en más, pero la revista, con buen criterio, ha decidido solo ofrecer estos dos jugosos fragmentos. El primero es un mero anuncio, según hemos visto; pero este segundo es general, al mismo tiempo que sirve para concluir un editorial está dando la postura del medio. El resto del editorial se refiere a hechos concretos sobre las supuestas manipulaciones del PP en el ámbito judicial. Eso, a no ser que tenga una extraordinaria repercusión, pierde actualidad pronto. Lo que no pasa son las abstracciones y ahí es donde el medio logra perdurabilidad del mensaje.

El siguiente editorial se va a publicar el 11 de enero bajo el título “Ideas para cambiar de ciclo” (2020). Este no ha sido troceado; en referencia a él solo hay un tweet de Gerardo TC (2020), uno de los periodistas estrella de *Ctxt*. En ese tweet aparece la palabra “editorial” acompañando a la llamada. La presencia de la firma del periodista hace más difícil que podamos considerar un suelto a este tweet. Pero... ¿Sería suelto si no llevara firma? ¿Podemos considerar que a lo que remite el periodista es a un suelto? ¿Pierde, por tanto, su condición genérica un texto por el hecho de ser citado? Naturalmente, la respuesta a esta última pregunta, que de alguna forma engloba a las demás, solo puede ser negativa. El suelto, obviamente, sigue siendo suelto, pero un texto en el que alguien recomienda un suelto ya no es un suelto; es, por decirlo así, el anuncio de un suelto. Lo que ocurre es que lo que el periodista anuncia no es su opinión sino una opinión editorial y eso, es, en definitiva, lo que queda. No sería lo mismo, desde luego, si un columnista publicara su opinión y esta coincidiera con la del medio. En nuestro caso no es que coincida, es que es directamente la del medio, por eso nos encontramos ante una cuestión peliaguda. Y se complica más cuando, como en este caso, el mero titular del editorial no expresa una opinión. “Ideas para cambiar de ciclo”, por sí solo, no opina, lo cual es otro elemento a tener en cuenta a la hora de inclinarnos por no considerar suelto el presente tweet.

Como se ve, en el párrafo anterior hemos ido dando vueltas sin atrevernos a parar en ninguna de ellas. El caso de la naturaleza de un texto citado excede los límites periodísticos, incluso los lingüísticos, para adentrarse en los filosóficos. Derrida, en alguna ocasión (2003:79-82), ha lidiado con la misma cuestión,

y nos puede ofrecer, si no soluciones, sí visiones profundas, o al menos la tranquilidad de saber que no somos los únicos que no sabemos dónde detenernos. En un texto suyo titulado “Sobrevivir”, que empieza diciendo “Pero ¿quién habla de vivir?/ En otras palabras, ¿sobre vivir?”, indaga en el segundo párrafo sobre las posibilidades inquietantes de la cita:

En otras palabras ¿sobre vivir? Seguramente esta vez te suena más como una cita. Es su segunda aparición en lo que tienes toda la razón en pensar que es un contexto común, aunque no tienes la seguridad absoluta de que así sea. Si es una especie de cita, una especie de “mención”, para usar un término que los teóricos de los “actos de locución” creen poder justificar, entonces debemos entender el acto total de “en otras palabras” como si estuviera entrecomillado. Pero una vez que las comillas reclaman estar presentes, nunca saben dónde parar.

Un par de páginas después, el pensador francés continúa con su análisis (sabido es que cuando coge una idea no la suelta hasta que no está completamente deglutida): “¿Pero quién habla de vivir? Esta es una cita implícita de vivir, una *mención* de la palabra o del concepto, lo cual no es lo mismo y lo cual dobla las posibilidades”. Esas posibilidades que aparecen dobladas por la cita, o la mención, pueden tener para nosotros consecuencias importantes. Igual que de la pornografía se ha dicho que trocea el cuerpo de la mujer para aniquilar una individualidad -descuartizamiento que llega a ser real en los asesinatos de Ciudad Juárez (Barba, 2009)-, la cita aniquila el texto del que procede para ofrecer otra cosa. Hay que tener presente, además, que en nuestro caso estamos ante un proceso doble: Por un lado, el troceado del editorial pequeños fragmentos; por otro, la inclusión de cada uno de ellos en una unidad distinta que en principio es un tweet, pero que llega a ser un *TimeLine* y una red social. Con todo ello no solo se ha perdido la individualidad del texto original, sino que, dependiendo de dónde haya sido colocado cada fragmento, en compañía de qué o de quién, bajo qué firma, su naturaleza varía.

4. ¿Devaluado o destilado?

La tónica general durante todo el periodo estudiado va a ser de dos editoriales al mes, y de dos tweets por editorial, aproximadamente. A finales de ese mes de enero, sin embargo, *Ctxt* va a publicar un tercer editorial con el título en catalán, “L’hora del futur” (2020). Va a tratar, obviamente del *procés*. Pero el tweet resultante nos va a dar una perspectiva inédita al subrayar el papel de los medios de comunicación: “Los medios no solo han fracasado por omisión, al dejar de cuestionar la presunta verdad revelada que llegaba desde arriba, sino que tomaron un papel activo a la hora de fabricarla, difundirla y reforzarla”

(2020). Ese referirse a los medios desde fuera, como si el propio *Ctxt* no fuera uno de ellos, puede ser, y de hecho es, una opinión corporativa. El propio editorial, sin embargo, es en este caso más contundente que el tweet. La frase que antecede al extracto señalado dice: “Porque se mintió mucho, se mintió demasiado, se mintió todo”. De momento no se va a atacar a los medios situados ideológicamente en las antípodas de nuestra revista, pero sí a los medios públicos: “El precio de intentar ganar la batalla del relato y la audiencia –una batalla en la que los medios públicos nunca deberían entrar– supone...” Pero, claro, eso va a ser solo de momento, porque en seguida aparece el antagonista: “...dejar de controlar al poder y contribuye a dejar de lado los datos, a exacerbar las venas hinchadas y al surgimiento de las soluciones mágicas y simplonas, es decir de la extrema derecha”.

Un medio, qué duda cabe, tiene todo el derecho del mundo a situarse en un contexto político, pero también en un contexto mediático. Lo que ocurre es que ese posicionamiento se da en el texto de la revista, pero no en el tweet, que, *a priori*, debería ser más combativo, o más claro en su postura. El medio, además, no deja de echarse flores en su editorial, considerándose el denunciante del emperador desnudo, lo cual hubiera quedado excesivamente autocomplaciente en un tweet, pero no en un texto largo, ya que ahí contamos con la ventaja de la argumentación donde el elogio puede quedar diluido, razonado, e incluso justificado. Quizá una de las consecuencias de la popularización de las redes sociales es que hay una mayor sintonía sobreentendida entre el periodista (o el medio) y el usuario, y por eso puede haber más opinión implícita, sin necesidad de que llegue a expresarse. Volviendo a la comparación con el columnista, si con él, en el periodismo tradicional, se podía dar una sintonía considerable por parte del lector, en *Twitter* esa sintonía puede llegar a ser absoluta. Quizá por eso lo más punzante de la opinión el medio se lo reserva para el editorial.

De los dos siguientes tweets, relativos al editorial de febrero, uno de ellos no va a seguir la línea anterior y va a ofrecer toda la carga opinativa posible. Se trata de un editorial relativo al juego, “Juego limpio” (2020) y de las medidas de la nueva ley, impulsada por el ministro Alberto Garzón, para limitar su publicidad. No va a ser un texto complaciente con el Gobierno. Va a ser más bien crítico pues, aunque considera acertada la nueva ley, la va a tildar de tibia. El primero de los tweets hace referencia a las promesas políticas: “PSOE y Unidas Podemos dejaron claro en sus últimos programas electorales que acabarían con la publicidad de las apuestas y los juegos de azar” (2020). Se trata de un tweet de contexto, de marcar antecedentes y de justificar la ley que ahora se promueve. En el segundo es donde viene la crítica, que va a ser breve, como corresponde, pero muy efectiva: “Bastaba con una ley de un solo artículo: Queda prohibido el patrocinio de las apuestas y juegos de azar, así como toda clase de publicidad y promoción de las

citadas actividades en todos los medios y soportes” (2020). Sin embargo, el editorial se reserva una coletilla a lo anterior: “Esto es exactamente lo que dice la ley del tabaco”. Esta última frase es fundamental pues nadie puede considerar excesivo ese artículo único si es el mismo que ya se aplica a otro producto nocivo como el tabaco.

Los dos procesos vistos en el paso del editorial al tweet se pueden considerar antagónicos. En el primero, el que recogía el papel de los medios de comunicación en el *procés*, se producía una devaluación, un devaluado, de la carga opinativa del editorial, que al pasar al tweet cedía parte de su fuerza. En el segundo, este último referido a la ley del juego, se produce algo así como una destilación, un destilado, de la opinión, ya que el tweet la ofrece desnuda, por lo que el efecto aumenta su intensidad, aunque el editorial, como hemos visto, se ha reservado una última carta que refuerza, a su vez, la intensidad del tweet. Ambos procesos, lógicamente, se ven multiplicados por los retweets que hacen otros periodistas de la revista, como el ya visto, u otros usuarios de la red.

El 4 de marzo *Ctxt* va a publicar el último editorial antes de la pandemia, pero íntimamente relacionado con ella debido a que en diversos círculos se consideró el tema tratado como el detonante de la propagación del virus. Nos referimos a la manifestación feminista del 8 de marzo. El título del editorial no deja lugar a dudas de la línea editorial del medio: “8M. Todas a la calle. Queda mucho por hacer” (2020). El editorial fue anunciado el mismo día en la red social en la propia cuenta de *Ctxt* (2020). Pero se da la curiosa circunstancia de que al día siguiente de la publicación del editorial en *Ctxt*, otro medio, *Público*, se hace eco de él en *Twitter* (2020). Este *fair play* entre medios no era desde luego habitual en el periodismo tradicional, ni siquiera entre diarios con una línea editorial parecida.

Hay otro factor, sobre el que quizá no hemos incidido lo suficiente, que opera en contra de la consideración de suelto de nuestros tweets. Al provenir de editoriales, estos se refieren a los asuntos más importantes del día (o de la semana o del mes, tanto da), no a temas secundarios, que son los que, por definición, surten al suelto. Este inconveniente, sin embargo, se puede considerar subsanable, por cuanto, en primer lugar, la importancia de un tema siempre es relativa, y varía de medio a medio. En segundo lugar, y aunque estemos analizando un solo medio, por lo que la subsanación anterior no valdría, hay que tener en cuenta que el objetivo que nos hemos fijado es demostrar que en *Twitter* pervive *algo* parecido al suelto, no el suelto tradicional propiamente dicho que, lógicamente, no es el caso. La subsanación, por tanto, la podemos considerar válida.

Una circunstancia parecida va a ocurrir con el siguiente editorial, publicado el mismo día en que se decretaba oficialmente el estado de alarma (13.3.2020), con un título que tampoco deja lugar a dudas sobre la línea de la revista: “El estado de alarma, para los

más necesitados” (2020). El tema, obviamente, merece estar por derecho propio en cualquier editorial, y no en un mero suelto. Tres días más tarde, la revista anuncia su editorial en *Twitter*, con un texto que va formar parte del argumentario de todas las formaciones de izquierda: “La pandemia va a dejar graves desperfectos en el sistema económico, y los grandes perjudicados no pueden ser de nuevo, como ya pasó en la Gran Recesión, los más pobres” (2020). Con ser eso importante, hay un argumento en el editorial que quizá lo sea más, habida cuenta de que al presidente del Gobierno le ha costado casi cuatro meses reconocerlo [no lo ha hecho hasta el 2 de julio en una entrevista en *Al Rojo Vivo* de *La Sexta* (2020)]: “En estas semanas tan largas, ha sido inevitable tener la impresión de que el Ejecutivo iba un paso por detrás”. Esto sin duda prestigia a un medio que es capaz de criticar a un Ejecutivo por mucho que tenga afinidad ideológica con él, y lo hace además a tiempo, no *a posteriori*.

Si de algo no se puede acusar a *Ctxt* es de falta de variedad en los temas. Antes del anterior, el 9 de marzo, va a publicar “El caso Corinna, un escándalo de Estado” (2020), en lo que supone el tercer editorial en ocho días, todo un record para la periodicidad habitual de este tipo de textos en la revista. El titular, una vez más, no deja lugar a dudas sobre la opinión del medio. El mismo día, como es habitual, se anuncia en la red, esta vez con un exclamativo “¡Nuevo editorial”, previniendo a los lectores de la proliferación de opinión corporativa en tan poco tiempo (2020). *Público* se vuelve a hacer eco, pero la novedad en este caso viene porque *Ctxt*, va a hacer uso del “hilo”, ese recurso tan popular hoy en la red social. Con él, los fragmentos van a aparecer unidos en un ristra, en este caso de cuatro, con lo que el contenido del editorial que pasa a *Twitter* va a ser mayor. Todos los componentes de este hilo van a tener un marcado acento antimonárquico, como es natural a la vista del título. Cuentas suizas del monarca, comisiones, una justicia española que mira para otro lado, revelaciones de Corinna... van a ser los contenidos de estos tweets. Con todo, lo más contundente va a volver a no estar en los tweets sino en el editorial, concretamente en su subtítulo: “La denuncia por amenazas presentada contra Juan Carlos por Corinna Larsen en el Reino Unido será la única forma de echar algo de luz sobre las sombras de este periodo histórico”.

Después del aluvión de marzo, pasa casi mes y medio hasta el siguiente editorial, que se publica el 23 de abril, pero no va a tener que ver nada con el día del libro, sino, una vez más, con el virus: “Preguntas para después de una pandemia” (2020). Esta vez el título no avanza expresamente opinión alguna, aunque sí lo va a hacer una gran viñeta que sigue al titular con una mascarilla dibujada y la leyenda: “Un trozo de tela puso en evidencia al todopoderoso capitalismo”. (Un estudio aparte merecerían los elementos gráficos que acompañan a los editoriales y que invariablemente acompañan a los fragmentos de opinión en su tránsito

to hacia el tweet). Como resultado del troceo se van a publicar dos mensajes en *Twitter*, uno el día 24 y otro el 26. Pese a la fuerte carga opinativa de la viñeta, el tweet del día 24 va ser eminentemente *light*, sobre la búsqueda de respuestas cuando pase la epidemia (2020). El del 26, sin embargo, vuelve a cargar contra el Gobierno, pero más contra las comunidades autónomas de Madrid y Cataluña, responsables del mayor número de fallecidos por la Covid (2020).

La estructura de este editorial es curiosa. Está redactado casi en forma de entrevista, con numerosas preguntas a las que el texto opinativo pretende responder. Todas las cuestiones son punzantes: “¿Por qué se mandó al personal sanitario a enfermar? ¿Por qué la Sanidad Pública no tenía suficiente material para atender la crisis sanitaria? ¿Por qué no hubo profesionales ni medios suficientes?...”. Queda clara una vez más, por tanto, la postura del medio de reservar lo más contundente para el editorial, dejando a la red opiniones normalmente más suavizadas. Esto contradice cierta visión que se tiene de *Twitter*, y que desde luego practican un buen número de usuarios, de un canal donde todo vale, donde los mayores improperios pueden ser dichos con total impunidad. Esta postura de *Ctxt* está en consonancia también con la tendencia, ya apuntada, de los medios tradicionales a publicar tweets eminentemente informativos, desprovistos, por consiguiente, de toda carga opinativa.

“Contra los insultos y los bulos, más políticas progresistas” es el título del editorial de mayo, publicado el día 29 (2020). En él se vuelve a ver claramente la línea editorial del periódico. Los ataques al tono beligerante de la derecha –a la que acusa de no diferenciarse de la ultraderecha– se hacen patentes desde los primeros párrafos. Los hay también para las cuentas de las redes sociales, a las que denomina “cutres” y golpistas. De ellos tampoco se salvan ciertos sectores reaccionarios de las fuerzas de seguridad y del Poder Judicial. Y tampoco, obviamente, los medios que se dedican a “blanquear” todo lo anterior. De todo ello, sin embargo, el único tweet que se hace eco del editorial, publicado el mismo día 1, solo se refiere a que “el programa de Gobierno debe ser aprobado sin concesiones: eso es lo que apoyaron y votaron los españoles” (2020). Se confirma una vez más, por tanto, la tendencia de reservar la munición gruesa para el editorial. Como es habitual, *Público* y otras cuantas individuales retweetean el anuncio, y la propia revista lo vuelve a rebotar el día 3.

El 11 de junio *Ctxt* publica su editorial “Todas las mujeres” (2020) que va a tener respuesta en la red social a través de tres mensajes, los días 12, 15 y 16 de ese mismo mes. La noticia que provoca tal texto es la publicación, el día 10, del argumentario del PSOE sobre feminismo y teorías de género, que está en contra de las mujeres transexuales. La postura del medio, que no se adivina en el titular, se opone, una vez más, al partido socialista. Algo que llega a escandalizar a *Ctxt* es que el PSOE coincida en este caso con Vox y Hazte Oír.

El tweet del día 12 es bastante ligero de carga y usa un argumento puramente racional: “Afirmar que la autodeterminación de género es un ataque al feminismo y que puede suponer su disolución resulta contrario a los hechos” (2020). El del día 15 va en la misma línea: “El problema que manifiesta el documento y las constantes inyectivas transexcluyentes no es jurídico. Es un debate social y mayormente un debate de entrañas” (2020). El del 16, por último, reproduce exactamente el del día 12 (2020). La tónica, como se ve, se mantiene.

El último editorial del periodo estudiado se publica el 26 de junio bajo el título “El miedo del Gobierno a los ricos” (2020). En él se van a dar buena parte de los rasgos ya vistos. Ataca al Gobierno (por la izquierda), y deja clara su postura en el titular, y por tanto en los posibles mensajes en *Twitter*. El texto está bien documentado con cifras pertinentes del tipo de “empresas y millonarios españoles tienen 190.000 millones de euros en paraísos fiscales”, “7 grandes multinacionales españolas tributaron en todo el mundo tan sólo el 0,3 por ciento de sus beneficios” y “sin salir de España, el 20 por ciento más rico de los ciudadanos paga por todos los impuestos el mismo porcentaje que el 20 por ciento más pobre”. La conclusión es que el Gobierno, de mantener esta medida, será penalizado en las urnas. No hay, extrañamente, en esta ocasión ningún tweet corporativo que difunda el editorial y tan solo alguna cuenta particular, como la del ya mencionado Gerardo TC, se hace eco de él. No podemos cotejar en este caso, por tanto, la diferencia de carga opinativa del editorial y de sus réplicas en la red.

5. Conclusiones

Que nos podamos encontrar en una segunda fase de la revolución digital, en la que los medios de comunicación hayan encontrado su lugar en el ciberespacio a través de las redes sociales, no se puede considerar una conclusión de esta investigación puesto que no se ha demostrado. Ahora bien, esto no quiere decir que tal demostración hubiera tenido que consistir en una cuantificación del proceso. Es decir, no nos interesa tanto medir el porcentaje de lectores que se conecta a un medio a través de las redes sociales, como el hecho de que estas ofrecen nuevas posibilidades redaccionales –y, por tanto, genéricas– de comunicación.

El hecho de que los datos aquí aportados puedan valer para otros medios y otros géneros tampoco ha sido, lógicamente, demostrado, puesto que la investigación solo ha versado sobre un género y un medio concretos. Sin embargo a tal afirmación podemos llegar haciendo uso de la lógica y de la experiencia lectora, cuestiones en modo alguno ajenas al método científico. Lo mismo cabe decir para el hecho de que los medios tradicionales publiquen mayoritariamente tweets informativos y no opinativos, extremo que en

la metodología considerábamos una cuestión previa de acotación del objeto de estudio.

Centrándonos en los resultados de la investigación propiamente dichos, cabe resaltar que no se ha encontrado en ninguno de los tweets estudiados los rasgos de ironía o sarcasmo que la literatura científica teórica consideraba como una de las posibles (no obligatorias) características del género. Igualmente, se ha comprobado que muchos de estos tweets pueden no contener opinión en el texto (pueden incluso carecer de texto), pero sí en el titular, que invariablemente es el mismo que el del editorial del que provienen. La opinión editorial, por tanto, no parece que corra peligro en las redes sociales; tan solo sufre transformaciones en el nuevo entorno. Esto es constatable con los datos, ya que la mayoría de los titulares de la revista estudiada exponen de forma clara la línea editorial del medio.

Como fruto de nuestro objetivo de analizar el proceso del editorial en su paso al mensaje de *Twitter*, quizá el resultado más destacable sea que *Ctxt*

suele ofrecer en sus tweets textos breves de fácil asimilación, reservándose para el artículo editorial los argumentos de mayor carga opinativa. Estos tweets, basados en generalizaciones y abstracciones en bastante mayor medida que el texto de donde provienen, buscan la perdurabilidad del mensaje y de la línea editorial del medio más que la respuesta inmediata del lector ante un tema concreto.

Dentro de los tweets estudiados los que más directamente se pueden asemejar al suelto clásico son los fragmentos de editorial reproducidos sin ningún tipo de operación redaccional añadida. Sobre la naturaleza de otro tipo de mensajes de la red derivados del texto corporativo madre, como “anuncios” (obviamente periodísticos, no publicitarios) de editoriales, publicados por el propio medio, por otros medios, por periodistas de la revista o por cuentas particulares, no nos atrevemos a arrojar un resultado concluyente, puesto que la cuestión excede los límites periodísticos y lingüísticos para adentrarse en campos relativos a la filosofía del lenguaje y del texto.

6. Referencias bibliográficas

- 8M. Todas a la calle. Queda mucho por hacer (2020, marzo 4). *Ctxt*. <https://bit.ly/3hsSCJo>
- Abejón, P. (2017). Géneros de opinión. In S. Parrat (Coord.), P. Paniagua & P. Abejón. *Manual práctico de redacción periodística*. Síntesis.
- Barba, D. (2009). *100 españoles y el sexo*. Plaza & Janés.
- Contra los insultos y los bulos, más políticas progresistas (2020, mayo 25). *Ctxt*. <https://bit.ly/35zRTDC>
- CTXT [@ctxt_es] (2020, abril 24). Editorial | Preguntas para después de una pandemia. “Cuando todo esto pase, será el momento de buscar respuestas. Nos va mucho en ello. Sin respuestas no volveremos a la normalidad, ni a la antigua ni a la que está por venir”. Twitter. <https://bit.ly/3kiknG2>
- CTXT [@ctxt_es] (2020, abril 26). Editorial | Preguntas para después de una pandemia. “Que no se escondan tras los errores del Gobierno central. No es casual que Madrid y Catalunya, feudos de privatizaciones y corrupción, encabecen las listas de fallecidos”. Twitter. <https://bit.ly/3iuLkWy>
- CTXT [@ctxt_es] (2020, enero 4). Aquí está el editorial de CTXT. La JEC, otro brazo armado del fanatismo del PP. Twitter. <https://bit.ly/35ynllH>
- CTXT [@ctxt_es] (2020, febrero 2). EDITORIAL | L’hora del futur. “Los medios no solo han fracasado por omisión, al dejar de cuestionar la presunta verdad revelada que llegaba desde arriba, sino que tomaron un papel activo a la hora de fabricarla, difundirla y reforzarla”. Twitter. <https://bit.ly/3bV23jv>
- CTXT [@ctxt_es] (2020, febrero 26). Editorial CTXT | Jugar limpio. “PSOE y Unidas Podemos dejaron claro en sus últimos programas electorales que acabarían con la publicidad de las apuestas y juegos de azar”. Twitter. <https://bit.ly/2ZCjiB4>
- CTXT [@ctxt_es] (2020, febrero 26). Editorial CTXT | Jugar limpio. “Bastaba con una ley de un solo artículo: `Queda prohibido el patrocinio de las apuestas y juegos de azar, así como toda clase de publicidad y promoción de las citadas actividades en todos los medios y soportes””. Twitter. <https://bit.ly/3iGTsnj>
- CTXT [@ctxt_es] (2020, junio 1). Editorial | Contra los insultos y los bulos, más políticas progresistas. “El programa de Gobierno debe ser aprobado sin concesiones: eso es lo que apoyaron y votaron los españoles”. Twitter. <https://bit.ly/2RIFLhm>
- CTXT [@ctxt_es] (2020, junio 12). Editorial | Todas las mujeres. “Afirmar que la autodeterminación de género es un ataque al feminismo y que puede suponer su disolución resulta contrario a los hechos”. Twitter. <https://bit.ly/3hu5caY>
- CTXT [@ctxt_es] (2020, junio 15). Editorial | Todas las mujeres. “El problema que manifiesta el documento y las constantes invectivas trans-excluyentes no es jurídico. Es un debate social y mayormente un debate de entrañas”. Twitter. <https://bit.ly/2ZDmtZw>
- CTXT [@ctxt_es] (2020, junio 16). EDITORIAL CTXT | “Afirmar que la autodeterminación de género es un ataque al feminismo y que puede suponer su disolución resulta contrario a los hechos.”. Twitter. <https://bit.ly/3bVdBmQ>
- CTXT [@ctxt_es] (2020, marzo 16). Editorial | El estado de alarma, para los más necesitados “La pandemia va a dejar graves desperfectos en el sistema económico, y los grandes perjudicados no pueden ser de nuevo, como ya pasó en la Gran Recesión, los más pobres”. Twitter. <https://bit.ly/32ttFZU>

- CTXT [@ctxt_es] (2020, marzo 4). Editorial CTXT | Jugar limpio. “RT @ctxt_cat: 8M. Todas a la calle. Queda mucho por hacer | ctxt.es”. Twitter. <https://bit.ly/2Rosqov>
- CTXT [@ctxt_es] (2020, marzo 9). !! Nuevo editorial El ‘caso Corinna’, un escándalo de Estado ¡Lean y compartan!”. Twitter. <https://bit.ly/2GQeiSS>
- Derrida, J. (2003). Sobrevivir. In H. Bloom, P. de-Man, J. Derrida, G. Hartman & J. Hillis-Miller. *Deconstrucción y crítica*. (pp.79-168). Siglo XXI.
- El caso Corinna, un escándalo de Estado (2020, marzo 3). *Ctxt*. <https://bit.ly/33t7fXY>
- El estado de alarma, para los más necesitados (2020, marzo 13). *Ctxt*. <https://bit.ly/2FuH7nJ>
- El miedo del Gobierno a los ricos (2020, junio 26). *Ctxt*. <https://bit.ly/2E1rQKo>
- Entrevista a Pedro Sánchez. (2020, julio 2). *La Sexta*. <https://bit.ly/3mmBUyG>
- Grijelmo, Á. (2008). *El estilo del periodista*. Taurus.
- Ideas para cambiar de ciclo (2020, enero 11). *Ctxt*. <https://bit.ly/3ivTCO1>
- Jugar limpio (2020, febrero 25). *Ctxt*. <https://bit.ly/2GQ9n4m>
- L’hora del futur (2020, enero 30). *Ctxt*. <https://bit.ly/3kjC6wP>
- La JEC, otro brazo armado del fanatismo del PP (2020, abril 1). *Ctxt*. <https://bit.ly/2Zy1Pd4>
- Martínez-Albertos, J.L. (2002). *Curso general de redacción periodística*. Comunicación Social, Thomson.
- Martínez-Albertos, J.L. (2006). *El zumbido del moscardón*: Comunicación Social.
- Paniagua, P. (2015). *Los géneros en la red: reportaje, entrevista y crónica*. Fragua.
- Preguntas para después de una pandemia (2020, abril 23). *Ctxt*. <https://bit.ly/2E1nRgU>
- Público [publico_es] (2020, marzo 5). EDITORIAL DE @ctxt_es | 8M. Todas a la calle. Queda mucho por hacer. Twitter. <https://bit.ly/3mdJ8Fr>
- Santamaría, L. (1997). *Géneros para la persuasión en periodismo*. Fragua.
- Tecé, G. [@gerardote] (2020, enero 11). Ideas para cambiar de ciclo. Editorial de CTXT. Twitter. <https://bit.ly/3bXsO6W>
- Todas las mujeres (2020, junio 11). *Ctxt*. <https://bit.ly/3bXzFgQ>

Profesor titular de la Universidad Complutense de Madrid, con dos sexenios de investigación reconocidos por la ANECA, cuatro quinquenios de docencia. En la actualidad es secretario en la Comisión de Doctorado de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Información (UCM). Imparte las signaturas “Periodismo Deportivo” y “Retórica y argumentación” en el máster oficial de Postgrado *Máster Universitario de Investigación en Periodismo (MUIP)*, y “Redacción Periodística: Géneros de análisis y opinión” en el grado de Periodismo. Sus principales líneas de investigación son: Periodismo Deportivo, Periodismo Cultural, Adolescencia y medios de comunicación y Memoria histórica. Entre sus últimas contribuciones destacan los libros *Líneas al margen* (2019) y *Los géneros en la Red: reportaje, entrevista y crónica* (2015). Y los capítulos “Memoria en Twitter. La multiplicación del discurso histórico de la violencia” (2018) y “Géneros interpretativos” (2017).