

CTXT.

# Revista Contexto y Acción





Constelación  
de los Comunes

Fecha  
**7 de noviembre, 2023**

Localización  
**Madrid**

Persona Entrevistada  
**Miguel Mora**

Entrevistadora  
**Palmar Álvarez-Blanco**

Website  
**ctxt.es/**



### **¿Quién eres y cuál es tu relación con la revista CTXT?**

Soy Miguel Mora y soy periodista. Empecé en el país en el año 90 a trabajar en la edición internacional. Después de eso, pasé al periódico El País, a la sección de Cultura. Estuve diez años en Cultura y en 2006 me mandaron de corresponsal a Lisboa, luego a Roma y luego a París. Estuve de corresponsal en el País hasta 2014, en el que tuve un desencuentro con la empresa porque había hecho un despido colectivo de 130 periodistas y yo se suponía que era miembro del equipo de dirección, puesto que era corresponsal, pero me puse en contra de eso y entonces me cancelaron el contrato que tenía de corresponsal y me quisieron traer a Madrid de vuelta. Y yo me negué. Entonces me marché del periódico.

Entonces, en julio de 2014, a finales de ese año empezamos a montar Contexto, que es una revista digital. No se pudo llamar Contexto porque es un nombre común y estaban cogidos los derechos, y entonces, se llamó Ctxt, que son las cuatro de las cinco consonantes de la palabra contexto. Y desde ese momento, hemos logrado sobrevivir. A pesar de que ha sido difícil, la revista va a cumplir nueve años en enero del año que viene, en enero del 24. Ha sido una experiencia fabulosa, tener que convertirte en emprendedor y en empresario, cosa que no estaba en mis planes en absoluto. Pero hemos conseguido que CTXT sea sostenible, solvente y que haya durado todo este tiempo.

### **CTXT aparece como medio informativo digital en enero del 2015, ¿dónde se gesta la idea? ¿quiénes y cómo la fundan?**

Fue en Madrid. Estábamos varios periodistas que habíamos salido de grandes medios. En 2014 prácticamente el 50% de la profesión periodística estaba en paro. Como consecuencia de la crisis de 2008-2009, los periódicos habían despedido masivamente a periodistas. Había una precariedad enorme y no fue especialmente difícil encontrar gente dispuesta a incorporarse a un proyecto que era totalmente incierto, que no tenía inversión, porque claro, la gente quería practicar el oficio y no se podía. Entonces, la única solución fue montar un medio de comunicación. Nos juntamos 14 personas, fuimos al notario, pusimos 3.000 € entre todos y con eso empezamos. La ventaja de Internet es que te permite poner un medio en marcha sin nada, porque teniendo un diseñador y un informático puedes montar una primera web.

### **¿Quiénes participan del grupo fundador y por qué deciden iniciar este camino?**

No me voy a acordar de todos porque hace ya mucho tiempo y estamos



un poco mayores. Pero entre otros estaba Vanesa Jiménez; Sol Gallego Díaz, que en ese momento salía de El País; Joaquín Estefanía; Mónica Andrade, que es mi pareja; Ángeles Caballero, que es una periodista que luego ha acabado en El País. También estaba Miguel Loba, que era un compañero nuestro del máster de El País, que se incorporó estando medio en América, medio en España. Luego se fueron incorporando enseguida periodistas que, digamos, no formaron parte de la empresa, pero, como Guillem Martínez, nos prestaron una redacción en un barrio de las afueras de Madrid, dónde hacía un frío imposible. Sacamos el primer número, que era el 15 de enero del 15. A partir de ahí, fuimos creciendo muy poco a poco.

El primer año el compromiso de todos los socios era trabajar gratis dos años hasta que la empresa tuviera ingresos, porque no tenía ingresos y poco a poco pudimos conseguirlo. En el 2017 sacamos la primera campaña de suscripciones. Hicimos un crowdfunding en 2016 que nos permitió ir pagando los primeros gastos, porque a los colaboradores externos sí se les pagaba desde el principio. Y bueno, fue apasionante. Fue una especie de milagro, porque te dabas cuenta de que el periódico El País, por ejemplo, había entrado en una fase de involución total respecto a lo que había sido. Estaba cada día más de derechas, más controlado por el Partido Popular. Y claro, nosotros hacíamos un periodismo que habíamos aprendido a hacer en El País muchos de nosotros y, de repente, tuvimos un alcance que no esperábamos. No había prensa en ese momento que se atreviera a escribir contra Europa, a escribir contra la troika, a escribir críticamente de la situación que había provocado la crisis de las hipotecas. Tenías un nicho enorme de gente que había abandonado los periódicos tradicionales y que estaba deseando leer algo que se pudiera leer.

Fue un momento histórico en el que la prensa tradicional ahí tomó una deriva cada vez más ultraliberal, como corresponde a sus accionistas. Es decir, después de la fase de endeudamiento brutal que tuvieron y que se manifestó en el 2008-2009, sobre todo ahí los bancos, como los periódicos, no podían pagar, los bancos tuvieron que entrar en el accionariado y entonces se produjo el proceso natural por el que los accionistas dijeron bueno, de esto no se habla y de esto sí. Ese momento fue muy favorable para los pequeños medios porque de repente los periódicos que habían escrito para un público ilustrado, más o menos progresista, dejaron de hacerlo y abandonaron a sus lectores. Entonces los periodistas más incómodos que en general fueron los que se fueron de los medios en ese momento, pues tuvimos la oportunidad de escribir en libertad, de seguir escribiendo en libertad y de encontrar el público que los otros medios habían rechazado.

### **En la página de CTXT se escribe que el presidente de honor del Consejo Editorial es el filósofo y lingüista Noam Chomsky, ¿por qué él?**

Yo le había entrevistado después del atentado de las Torres Gemelas, cuando estaba en El País y El País había censurado esa entrevista, no la había publicado. Él había publicado la entrevista en un libro. Entonces teníamos una relación un poco de complicidad, pero claro, yo había seguido en El País y ya cuando me fui de El País, le escribí un mail y le dije Noam me he ido de aquí, me encantaría formar este periódico y me encantaría entrevistarte. Entonces fui a verlo al MIT y fue maravilloso. Le dije tenemos este nuevo medio, nos encantaría que fueras el presidente de honor. Él dijo: "Yo no puedo recibir dinero por esas cosas". No, le digo "es un cargo honorífico solamente no te vamos a pagar nada." Dice, bueno, entonces sí. Y así conseguimos que fuera el presidente de honor, cosa que yo dudo que él recuerde. Pero es así, en la entrevista está contado como se produjo.

### **¿Qué fórmula legal se utilizó para dar de alta a este medio y por qué?**

Hay varias. Puedes hacer una cooperativa, que es jurídicamente un poco más complicado. Puedes incluso hacer una fundación, que también es muy complicado. Yo creo que lo más sencillo es lo que hicimos nosotros, que es una sociedad limitada, normal, una sociedad mercantil. Tienes que tener un consejo de administración, un consejero delegado, poca cosa, puedes hacerlo con lo que estás.

### **Imaginemos que esta entrevista la escucha gente que está pensando en montar un medio de comunicación digital siguiendo el modelo autogestionado de CTXT, ¿cuál es la mejor forma de iniciar ese camino?**

No hay un método único de hacerlo. El problema es no tener el dinero, no tener nada de dinero. Hacerlo en esas condiciones es más complicado, pero bueno, hay que tirar para adelante. El crowdfunding desde luego es una vía inicial, que es posible y positiva. Pero claro, te tienen que conocer. Si eres un grupo de chavales jóvenes y quieres sacar un medio, es más complicado que si tienes nombres que los lectores conocen, como era nuestro caso, por Soledad Gallego sobre todo. En ese caso, es más fácil tener claro que quieres sacarlo y que vas a sacrificarlo por sacarlo y tener un poco de colchón para poder vivir, porque los ingresos no empiezan a llegar al minuto cero. Es muy complicado realmente.

Todos los medios que han nacido en España, que ha habido muchísimos, todos tenían una empresa detrás o un grupo inversor detrás, más o menos grande o pequeño, salvo nosotros. Yo creo que El Salto es otro modelo y que es una cooperativa, que ha ido creciendo poco a poco con los años. Nosotros fuimos los más suicidas de todos. El problema es que no había alternativa. Yo tenía 50 años y vi que si tenía que ponerme a colaborar iba a cobrar a lo mejor 400 € al mes como mucho. Podía colaborar en Infolibre, en El Diario, pero claro, o escribes todos los días, o si escribes una entrevista larga a la semana pues te pagan 100 €. Es lo que es el mercado. El mercado ha quedado así, y sigue así. Entonces no había alternativa más que ponerse a hacerlo. Tenía el colchón de la indemnización del despido de El País, y eso es lo que utilicé para vivir esos dos años que no tenía ingresos. Pero claro, cuando alguien viene de la universidad o sale de un máster, no tiene ese colchón, entonces es más complicado. Lo que lo que sí está claro es que es barato hacerlo porque la web cuesta muy poco. Lo más complicado es llenarla de contenido bueno, de calidad y que o no lo pagues, o lo pagues barato. Pero claro, no se trata de que trabajemos gratis, se trata de que en los negocios o pequeños negocios de prensa tengan sus ingresos y puedan pagar las facturas de la gente que lo hace. Y eso es más complicado. Nosotros en dos años nadie cobró, y tenías que tener un carro. Es verdad que muchos habíamos sido despedidos, con lo cual teníamos un colchón. Pero si no lo tienes es más difícil.

### **¿Dirías que la sostenibilidad de CTXT depende enteramente de las suscripciones?**

Los suscriptores son la base, porque la publicidad no entra prácticamente nada. Nosotros nos hemos tenido que ir inventando sobre la marcha diferentes cosas para complementar los ingresos de las suscripciones, que son el 70% y siguen siendo el 70% del total. Por ejemplo, al principio en 2017 montamos un gran congreso feminista en Zaragoza. Y ahí digamos que las empresas que no te apoyan en el periódico sí dan su apoyo porque a su agenda le conviene darse una imagen feminista o progresista. Las leyes de igualdad obligan a las empresas a que en la

memoria tengan algún tipo de actividad pro igualdad de género. Entonces ahí las empresas sí colaboran. Te tienes que convertir también en organizador de eventos, no solo ya en periodista o empresario, lo cual complica bastante el asunto.

Pero bueno, lo puedes hacer si tienes un equipo dinámico y que es abierto a otras cosas, lo haces y se pudo hacer y se hizo fantástico. Eso aportó ese año una parte importante del presupuesto que vino de todo lo que no teníamos de publicidad y de patrocinios. Por ahí entró, y luego lo que hicimos fue probar con una pequeña editorial de libros también. A medida que tú vas haciendo tu archivo en el periódico y ves las cosas que han cogido un cuerpo más profundo, que tienen posibilidad de aparecer en otro formato, autores o firmas que tienes y que sepas que pueden tener éxito en ese formato. Pasamos de lo digital a una editorial de libros en papel, no pasamos, sino que añadimos eso al modelo de negocio. Con la suerte de que, por ejemplo, el primer año publicamos un libro de Ignacio Sánchez Cuenca que vendió 8000 o 9000 ejemplares y eso, pues de repente te produce unos ingresos que no tenías previstos y que te permiten sostener la revista. Esa es un poco la fórmula cuando no tienes un departamento de publicidad y marketing, que es nuestro caso, te tienes que inventar otras cosas. Buscar ingresos por otros lados para poder pagar lo que cuesta la revista. Primero, lo hicimos con Lengua de Trapo. Eso duró un par de años. Y después nos separamos y lo hemos hecho nosotros por nuestra cuenta.

**CTXT nace con vocación pública en un país donde, desde finales del franquismo, existe un entramado informativo sostenido desde el poder y con fondos públicos. Tú eres periodista, ¿qué análisis haces de la evolución del panorama mediático informativo español desde la Transición en adelante?**

Bueno, yo creo que la transición en el periodismo todavía dura, no ha terminado, en el sentido de que hay una connivencia de los periodistas que estaban allí ya cuando empezó la transición y que siguen. Hay muchos que no se han retirado, Pedro J. Ramírez; Cebrián, que se ha retirado más o menos; Miguel Ángel Aguilar. Los grandes dinosaurios nunca se han retirado y muchos de ellos siguen dirigiendo medios. Y entonces hubo una confabulación, digamos una comunidad de intereses entre esos periodistas que eran los poderosos de ese momento y los del sistema político, económico y monárquico. Hemos visto durante años que la prensa calló y miró para otro lado en todos los escándalos del rey Juan Carlos. Y eso digamos que es la cúspide de la conspiración entre el sistema político y el sistema mediático. Y eso arrastra todo lo demás, porque eso ya corrompe todo lo demás. Es decir, que tú tienes un cabeza del Estado que es completamente corrupto y no es susceptible de rendir cuentas, o sea, es inviolable, es decir, no se le puede juzgar. A partir de ahí, todo lo demás es mentira, porque tú basas el discurso en que es una democracia basada en la igualdad de que todo el mundo es igual ante la ley y es mentira. Con lo cual, claro, eso es lo que pasa, que permanece la estructura de impunidad franquista durante todo el tiempo posterior. No hay manera de quitarla. Y entonces los poderosos saben que ellos son impunes y pueden hacer lo que quieran. Pues Botín, Florentino Pérez, todo el círculo, digamos del rey, era tan impune como como el rey, y ha sido tan impune como el rey. Muchos de esos han estado en el negocio de la prensa también. Por ejemplo, el banco Santander es accionista de El País y de El Mundo, y BBVA también. Y todos los grandes bancos lo han sido en algún momento. O son los principales anunciantes o son necesarios para que esos periódicos sobrevivan.

Entonces, toda esa estructura de poder, pues es lo que marca la estructura mediática. Tenemos El País que podemos considerarlo un poco más de izquierdas,

El Mundo, un poco más de derechas, y luego todos los demás. Una vez llega Internet, empiezan a surgir otros nuevos, pero igualmente los más importantes, igualmente sometidos a la estructura de poder económico de la Transición. Luego con la llegada de Internet es verdad que se atomiza todo, se democratiza un poco, se horizontaliza un poco, en el sentido de que a esos grandes monstruos o grandes periódicos, grandes medios, les cuesta más adaptarse a las redes sociales. Sobre todo, sufren mucho con las redes sociales, porque ahí es donde de verdad se democratiza la opinión y donde la opinión pública se cambia y se les quita a ellos y se va al otro lado y, entonces, sufren. Creo que ahí es donde realmente su influencia empieza a resentirse gravemente. Sobre todo la manera en que en 2008 y 2009 toman partido por el poder económico contra los ciudadanos, no porque haya un movimiento de austeridad. El austericidio que evidentemente deja a los ciudadanos en una situación económica trágica y los periódicos van por otro lado. No quieren hablar de eso. Y ahí se produce una fractura muy grande.

La pérdida de influencia que yo creo que dura hasta ahora, es decir, desde 2010 hasta ahora. Yo creo que la influencia de El País es nula, la influencia de El Mundo es nula. Todos son periódicos que han perdido totalmente su conexión con la realidad de los lectores y que los lectores no los necesitan ya, y no los quieren. Es verdad que ha habido altibajos. La época de Antonio Caño en El País, fue muy de derechas. Luego fue sustituida por Sol Gallego, que salió de Contexto para volver a El País y mejoró un poco la relación con los lectores. La cuidó más, pero en general, pues ha sido una relación muy mala. Cuando abandonan a los suscriptores, es muy difícil que vuelvan. Es verdad que han hecho una especie de limpieza. En eso de dedicarse más a escribir sobre lo que les interesa a los lectores. Pero todavía están en ese proceso.

Es un poco la imagen que yo tengo de la prensa desde la Transición hasta ahora. Es que no ha cambiado prácticamente nada. La estructura de poder mediático no ha cambiado. El partido político de Podemos, digamos que puso en jaque y sacó a la superficie lo que mucha gente pensaba de esos medios. Yo creo que ese es uno de los grandes valores que ha tenido ese partido de poner a la gente en la pista. De mostrar que el periodismo corrupto es igual de corrupto, de primera y perjudicial para la democracia que los economistas, empresarios o políticos corruptos. Una cosa retroalimenta a la otra. Creo que ahí sí se ha producido una cosa que no se ha producido tanto en Europa y se ha producido más en España. Me refiero a la conciencia de la gente de que hay cosas que salen en la televisión de las que no te puedes fiar, de tipos que parece que están defendiendo una cosa, pero en realidad son una herramienta del sistema. Y en ese sentido, claro, la información de la televisión es siempre más influyente de cara a las elecciones que la de los periódicos. Pero si te fijas en cómo evoluciona la situación política es verdad que a Podemos lo han perseguido por tierra, mar y aire. Y finalmente, entre eso y sus propios errores, ha acabado siendo una fuerza política muy pequeña. Pero es verdad que también hay una conciencia ahora en la opinión pública, de que no te puedes creer lo que dice la prensa tradicional. No te lo puedes creer a la primera tienes que ponerlo todo en solfa. Hay que mirar con más escepticismo lo que dice el telediario, por ejemplo, lo que te cuenta el Grupo Planeta, los grupos poderosos, los grupos poderosos como el Grupo Planeta, La Sexta o Antena Tres. Es verdad que todo eso es contradictorio porque el telediario de Antena Tres es el más visto, pero sí que hay una conciencia de muchos lectores de que la verdad tiene que estar más escondida de lo que parece. Es decir, que hay que buscarla.

## **CTXT se suele distinguir por hacer un “periodismo independiente y crítico”, ¿qué otros medios de comunicación siguen esta línea informativa en el estado español?**

Hay muchos periódicos digitales de izquierda, progresistas, digamos de centro izquierda. Nosotros no somos el único medio crítico. El Salto, por ejemplo, también es crítico. Infolibre es crítico, por ejemplo. Bueno, es crítico dentro de un esquema, digamos, muy socialdemócrata. Pero por ejemplo, Infolibre no ha sido ajeno a la persecución contra Podemos en un momento dado. El Diario, pues no, El Diario trabaja para el PSOE. Básicamente puede tener periodistas críticos, los tiene, por ejemplo Teresa Rodríguez, algunos son estupendos. Pero la estructura, digamos mental o periodística, está destinada a mantener el status quo. El Diario tiene muchos millones de publicidad, más publicidad que suscriptores. La publicidad no te viene si eres un medio crítico de verdad. No te viene porque no te quieren. Las empresas no se anuncian en medios críticos, no colaboran en sostener a medios críticos, aunque nosotros tengamos una minúscula ayuda del Banco de Santander, que se la da a todo el mundo. Creo que eso se ve muy bien en las páginas.

Tú cuando veas una página que está llena de publicidades del Ibex, pues ya tienes la respuesta de si es un medio crítico. Nosotros, somos críticos y también hemos sido críticos con la izquierda radical, muy críticos. Somos más independientes que críticos. Esa libertad de hablar de cualquier cosa con total transparencia y con total apertura. No tenemos ningún tema del que no podamos hablar ni del que no podamos hacer editoriales contra cualquier cosa. Sea contra el PSOE, contra Podemos, con la ley de inmigración, por ejemplo reciente en Europa, lo que está pasando en Israel en este momento. Creo que en redes sociales hemos sido los más combativos contra Pedro Sánchez, que nos parece completamente indigno lo que está haciendo, no la tibieza que está mostrando en este caso. Y luego en una editorial, podemos pedir el voto para la izquierda, para el PP, para el Partido Socialista y para Sumar incluso. Aunque también hemos sido muy críticos con Sumar. Ser críticos sobre todo yo creo que tiene una ventaja maravillosa y es que tu único compromiso es con el lector. Eso es lo que no puedes perder.

## **¿Qué filosofía se ha seguido para decidir el menú de secciones de CTXT?**

En la primera edición de la revista, en la portada primera había cuatro ventanas: política, cultura, firmas y deportes. El espíritu fundacional de la revista era menos es más. Era dejar de publicar y quitarse esa tendencia de Internet de publicar a toda velocidad y todo lo que te llegara e intentar ser el primero, y llegar los últimos. Eso te obliga a depurar la cosa, a intentar que todo lo que publiques esté bien leído, bien editado y que no tenga erratas. En fin, no correr, sino al revés. Ese espíritu fundacional, permanece. Como te decía, solo publicamos cuatro historias al día. Pero es verdad que se ha ido expandiendo un poco el menú inicial, que era muy básico. Es verdad que dentro había un árbol que no se veía, que dentro de política, había internacional, comunicación, Estados Unidos, América Latina, etcétera. Dentro de eso, yo creo que es un árbol razonable, que no es demasiado frondoso y que es más o menos asumible. A mí me gustaría que hubiera menos cosas en la portada, pero también es verdad que hay que dejar para no perder la esencia. Joaquín Estefanía cuando veía la portada y decía, oye, que van a pensar que vamos a cerrar. Estamos con el horror vacui, decía hay que poner más cosas que van a pensar que vamos a cerrarlo. Es un poco la tentación que tienes en internet, que cuando no hay nada dices estos están arruinados.



**El entramado informativo comunicativo es hoy un ecosistema habitado por diferentes intereses que se manifiestan en influencers, bulos, fake news y cancelaciones desde el poder económico y político. ¿Cómo hemos llegado a esta situación de basura informativa?**

Es muy complicado y muy confuso. No hemos hablado de toda la parte de la pista del problema, que es que han surgido muchos medios financiados por la derecha para sustituir la falta de influencia de los medios que antes controlaban, que se han basado básicamente en bulos, falsedades y mentiras. Y eso sí que supone un problema enormísimo para la opinión pública. Tienen influencia, porque han sabido meterse en las redes, meterse en WhatsApp, meterse en tus casas por vías alternativas y están haciendo una labor impresionante de cambiar la mentalidad de la gente y de convertir a la derecha en los revolucionarios y en la revolución contra un sistema económico que son ellos mismos.

Es decir, que seas así de inteligente, que movida. Además eso está financiado por la publicidad, las empresas, los gobiernos. Aquí en Madrid, por ejemplo, el Gobierno autonómico financia. A nosotros nos ha dejado de dar nada. Nos daban una mierda, pero nos ha dejado de dar nada para dárselo a cosas que no sabes ni como se llaman, que no tienen ni plantilla, pero que a lo mejor publica bulos en redes sociales y son una granja de bots. Eso está financiado desde el poder político y económico sin ningún problema. Eso es lo que ha terminado de matar la influencia de los Legacy media, porque tienen una competencia que es completamente ilegítima, que es completamente mentirosa, que no le importa la verdad ni la deontología del oficio. Y claro, ese es el gran problema de ahora, porque es verdad que siempre se han publicado bulos, pero no a una escala industrial como ahora.

**¿Qué relación existe entre los bulos y las teorías conspiratorias?**

La teoría conspiratoria es una concatenación de bulos, es toda una historia contada a través de bulos. En la que no hay nada que sea verdad, pero todo parece que es verdad. No he estudiado en detalle cuál es la metodología, pero por ejemplo, podemos decir que la denuncia de Trump de que las elecciones estaban robadas es una teoría conspiratoria y todo lo que iban soltando eran pequeños bulos que formaban parte de la teoría conspiratoria. Supongo que es más o menos eso. La madre es la teoría conspiratoria y los hijos son los pequeños bulos que van soltando.

**¿Cuenta el periodismo crítico con herramientas válidas para desmontar las teorías conspiratorias o los bulos informativos?**

Es imposible. Aunque lo digan los jueces. La gente que fue al congreso en Washington, ¿tú crees que alguno ahora piensa que en realidad no les robaron las elecciones? Pues seguramente muy pocos. Da igual la verdad, es ideología y sentir. Y sobre todo, apelar a los sentimientos más básicos y primarios. Es la vida, pensar que nos han robado o nos están robando. Lo interesante de eso es como esa estructura mental, el miedo de los americanos blancos a perder su influencia en un país cada vez más latino, cada vez más negro, va desembocando en la paranoia. Eso lo contó Chomsky. Están paranoicos. Están paranoicos porque piensan que les van a quitar el trabajo, que les van a quitar la casa, que van a perderlo todo. ¿Y cuál es el mecanismo de defensa? La paranoia. También a nosotros nos persiguen. Y los paranoicos también les persiguen.



## **Entre tanto ruido mediático, ¿es posible que la información crítica llegue más allá del nicho de las suscripciones?**

No es mucho más difícil llegar. Mucho más difícil. Tú llegas a tu nicho de suscriptores y de amigos de tus suscriptores y lo puedes multiplicar a través de las redes sociales. Pues mira, nosotros a lo mejor tenemos en total 400.000 seguidores en redes sociales entre Twitter, Facebook, Instagram, etcétera. A lo mejor ni llega a 400.000, doscientos mil y pico en Twitter y el resto en otras redes. Bueno, ahí tienes una primera red. A veces tú notas mucho cuando algo pasa en la burbuja, pero cuando no pasa en la burbuja, te quedas en la burbuja y lo notas también. Y para llegar a esa gente, al denominador común, para eso hace falta salir de la burbuja. Y solo pocas veces lo consigues. Pero hay otra manera de llegar, que es la gota. Digamos que la emulación es muy difícil. Pero la gota, es decir, estar nueve años dando la murga, siendo Pepito Grillo, no casándote con nadie, sin un compromiso con nadie. Eso, al final queda si no en un denominador común enorme, en un denominador común medio, por lo menos tan grande como el de cualquier otro medio. La marca al final se hace a largo plazo, y el prestigio también. Creo que hay una credibilidad que se ha construido a lo largo del tiempo, que el común denominador de la gente que lee periódicos, y este no es un país que sea especialmente lector, pero el común denominador de la gente que lee, de los académicos, de los profesores, de los estudiantes, de los profesionales. Ahí sí yo creo que estamos, tenemos nuestros nuestro hueco. Nuestro pequeño hueco. Y la gente sabe lo que hay y sabe lo que somos.

## **15. ¿Qué posición adopta CTXT ante el impacto que tienen las redes sociales en la multiplicación de los contenidos informativos?**

Yo creo que nosotros, fíjate, hemos optado por la derivada clásica. Nosotros nunca hemos hecho un titular que intente ser "catchy". Simplemente nos queríamos distinguir de los demás por no hacerlo. Entonces no hemos jugado a ese juego. Y claro, es verdad que si tú no tienes redes sociales, estás muerto. Eso es evidente. Y nosotros siempre damos importancia a nuestra cuenta de Twitter. A Facebook, por ejemplo, no le hemos dado ninguna importancia. Con lo cual estoy contento y creo que es un acierto, porque ha habido muchos medios que han invertido mucho dinero en Facebook. Y a mí me parece que eso es la perversión máxima. Nosotros no hemos pagado nunca un euro a Facebook. Y luego, a la hora de comunicar, es verdad que yo nada más empezar pensé aquí necesitamos un tío que sea muy bueno en Twitter. Y me fui a buscar a Gerardo TC, que me parecía el tuitero más brillante del momento, de esta generación. Gerardo ha estado con nosotros todo el tiempo, desde el principio. Y de hecho se ha encargado de redes. O sea, ha sido el coordinador de redes, del equipo que mueve las informaciones en redes.

Es decir, claro que le damos importancia a eso, pero eso no quiere decir que la información que hacemos esté pensada para redes. Está pensada como una información clásica con el método profesional más básico y más clásico posible. Es decir, ni titulares llamativos, ni amarilleo, ni salseo, ni nada de eso. Y yo creo que al final de la carrera, cuando logras estar en marcha una temporada larga, eso también es un sello. Pero es verdad que nosotros hemos hecho dos cosas: un periodismo muy serio y una cuenta de Twitter muy gamberra, muy punki, en la que interactuamos mucho. En la que mandamos un mensaje a La Moncloa y otro a la Unión Europea, interactuamos y damos mucha caña porque es nuestro. Digamos que es nuestra ventana diaria, porque el Medio nació como semanario, como mensual. Entonces publicando cuatro cosas al día, pues tienes que tener un rato para hacer otras cosas,

porque si no es que no llegas. Entonces es verdad que nuestra cuenta de Twitter yo creo que sería digna de estudio, porque ha sido muy distinta a todas las que han hecho los medios, mucho más cañera, mucho más punki, mucho más incisiva de la que usan los medios, que la usan para para mover sus propias piezas. Bueno, nosotros movemos las piezas y además movemos la opinión. Es decir, es como nuestra intervención de agitación que hacemos en redes. Y eso sí creo que es otro sello.

### **¿Se paga algún precio cuando se hace un periodismo crítico e independiente?**

Creo que el precio que se paga es el mismo que se cobra. Saber que estás fuera del sistema publicitario es casi un honor, porque si te metes en ese sistema publicitario, llega la censura y las presiones. Hay que estar fuera. Lo único sano que se puede hacer es estar fuera. Te puede costar la vida, sí te puede costar la vida, pero también te cuesta la vida sucumbir a las presiones y hacer periodismo de cámara. O hacer periodismo para los políticos o para las empresas. Pues eso, qué periodismo es, eso no es periodismo.

### **Desde tu perspectiva, ¿qué significa hacer periodismo crítico y de buena calidad?**

Deshacer un periodismo que no moleste al poder. Si no molesta al poder, no es periodismo. Es otra cosa. Hay que tener muy claro que si tú te estás autocensurando o lo que escribes está pensado para favorecer a un grupo poderoso económico, o a un partido político, eso te convierte en otra cosa que en periodista. No es periodismo, eso puede ser un gabinete de prensa, un órgano de partido o un gabinete de comunicación. Pero no es periodismo. Yo no digo que todas las cuentas, publicamos 120 piezas al mes de Contexto, sean un gran periodismo o periodismo de altísima calidad, pero sí, todas ellas son periodismo libre.

### **En ocasiones vemos en CTXT más piezas de opinión que de información, ¿por qué ocurre esto?**

Bueno, nosotros tenemos el defecto de que tenemos demasiada opinión. Más opinión que información. Porque la información es muy cara, la buena información es carísima. Porque la buena información requiere tener un sueldo muy alto, tener tiempo para investigar, tener una posición en la vida que no sea precaria, exclusividad única. Es decir, en ese momento hacer buena información es muy difícil. La pueden hacer los grandes medios. Pero los grandes medios tienen las servidumbres, digamos, políticas, que nosotros no tenemos. Entonces, por ejemplo, pongamos un ejemplo práctico para que la gente lo entienda. ¿Cómo se puede hacer buen periodismo en la guerra en el conflicto de Israel y Palestina? En este momento tenemos los medios, hay 2200 periodistas acreditados en Tel Aviv. En este momento todos ellos están informando desde Tel Aviv o Jerusalén. No están en Gaza. ¿Eso es buen periodismo? No, es el periodismo de parte, porque no están viendo una parte de la realidad que es la más importante, que es donde se está produciendo un genocidio. ¿Cómo puedes hacer buen periodismo? Teniendo a alguien en Gaza. En este momento la única manera de hacer buen periodismo es tener a alguien en Gaza que te esté contando y enseñando lo que está pasando. ¿Lo están haciendo los medios? No. Al Jazeera lo está haciendo. Lo está haciendo Middle East. Hay alguna web, Haaretz, en menor medida, porque no tienen gente en Gaza y no publican, también una revista con la que nosotros tenemos un acuerdo que se llama 972. Ahí se entiende muy fácilmente, si tú estás informando desde Jerusalem o desde Tel Aviv, estás dando la versión del gobierno israelí. No estás contando la verdad, no estás contando la realidad. Esa

es la manera de hacer buen periodismo, estar en el sitio, sobre el terreno. Y tener una persona que sea profesional y que te cuente las cosas como están sucediendo. ¿Habría que dar también la versión de Israel? Sí o no, da lo mismo, porque ya la da todo el mundo. Es decir, tú turno, ni siquiera necesitas darla porque ya la está dando todos los periódicos, todos los medios del mundo. Entonces, ¿qué estamos haciendo nosotros? Nosotros hemos encontrado un periodista en Gaza, un chico de Gaza que tiene 23 años, que vive y ha nacido allí, que ha vivido allí y que nos manda cuatro párrafos cada día por WhatsApp. Claro, hemos tenido que hacer un crowdfunding para pagarle porque por lo menos le tienes que pagar bien para que tenga su casco, su chaleco, para poder protegerlo. Pero bueno, yo creo que eso es hacer periodismo en este momento. Yo creo que con ese ejemplo se puede entender.

### **¿Busca la verdad el periodismo crítico y de calidad?**

Creo que hay que intentar acercarse a la honestidad intelectual. Es decir, que un texto sea honesto y diga hasta dónde llega y dónde no llega, y qué enseñe al lector, quién dice qué y por qué lo dice. Es decir, cumpliendo las reglas básicas del oficio, intentado explicar por qué, dónde, cuándo y cómo llegas a una cosa bastante aproximada no a la verdad, sino a los hechos, digamos. Y ese respeto a los hechos. Pues al final. Siempre la carrera larga te acerca a ser un periodista más o menos respetable. Si incumples eso a menudo, pues es más difícil. Pero de verdad, de verdad, es muy difícil hablar de verdad. Es súper complicada, la verdad.

### **¿Es el acceso a la información de calidad un derecho social?**

Claro que lo es. Lo debería ser. Claro que lo es. Y está en la santa Constitución incluso. Pero se violan sistemáticamente.

### **¿Es el derecho a la información de calidad una asignatura pendiente de las agendas públicas?**

Sería deseable que hubiera medios públicos. Pero si vemos lo que ha pasado en la BBC, la guerra en el conflicto de Israel y Palestina, casi mejor que la cierren. Es decir, todo tiene un límite y la BBC se ha cargado en un mes de conflicto su credibilidad para siempre. Ha sido impresionante y los medios públicos por se no garantizan nada. Hay veces que sí, pero por ejemplo, yo veo el telediario de la Televisión Pública Española y no se diferencia prácticamente nada del de Telecinco de Antena Tres. "Bullshit". Basura.

### **Si tenemos en cuenta que en el estado español hay muy pocos medios críticos e independientes y que todos se enfrentan a ciertas dificultades económicas, ¿por qué no sumar esfuerzos y trabajar conjuntamente?**

Es complicadísimo. La base de todos nosotros son las suscripciones y seguro que compartimos ya muchas. Pero si tú tienes que salir, juntarte con El Salto, con La Marea y entonces toda la base de suscriptores la compartes y tienes que repartirlo. Sería técnicamente muy difícil y económicamente muy complicado también balancearlo o saber quién se lleva qué y cómo, es técnicamente imposible. Y luego cada uno tiene ya su pequeña redacción y su red de colaboradores. Si tú juntas eso en una sola plataforma, un poco como pasa a veces en la política, uno más uno no son dos. O sea, tú vas a perder. Porque claro, también aquí hay un problema y es la sobresaturación, la saturación. O sea, tú imagínate que yo me junto con El Salto y con La Marea y empezamos a publicar 50 piezas al día. ¿Quién se las lee? ¿Quién

tiene tiempo para leerse eso? Sería imposible. Nosotros publicamos cuatro al día y ya se nos hace mucho, porque hay veces que se comen unas a las otras. Entonces El Diario a lo mejor publica 200 noticias al día. Y el periódico Público 150.

### **¿Cuál es el perfil de las suscriptoras de CTXT?**

Muchos jubilados. Y eso lo sabemos porque tenemos una suscripción de mitad de precio para jubilados que tiene mucho éxito. Muchos de ellos son jubilados. Y es que los jubilados en España son la bomba. Son la bomba, la verdad. Los “Yayo flautas” (jubilados) es de las mejores cosas que tiene este país. Y tenemos muchos de esos. Luego tenemos ya gente más mayor. Creo que mucha gente que se fue de España en su momento, gente de 40 o 50 años. Gente más joven también tenemos estudiantes, pero esos se ve que son más volubles, se ve que vienen y van y no se suscriben mucho. Puede ser que tengas éxito en algunas universidades, tampoco mucho, porque las universidades están echadas a perder. Pero si notamos sobre todo el apoyo del público lector mayor, que es impresionante, que esa gente mayor de 65 de 70 años te pida los mails, te diga que como se puede pagar, que te llame porque están desesperados por leer una cosa. Eso es precioso. Es verdad que no somos el ABC, o sea que no deberíamos tener un público muy mayor, pero hay un público mayor, rojo, que nos sigue con devoción y que es precioso.

### **¿Dónde crees que queda el sector de gente joven dentro del mundo de las suscripciones?**

Creo que eso tiene dos o tres ángulos. Hay uno que es el feminismo. Las jóvenes son muy feministas y eso es lo que hace toda la diferencia. No las vas a engañar con “bullshit” machista y patriarcal, ni derechista, no las engañas. Y ahí hay un enorme sector de población, enorme sector mucho más grande que el de los “Cayetanos”, los que estaban ayer manifestándose. Por cierto, no había ninguna chica. Y ese es un gran colchón de seguridad. Entonces tenemos que ser menos cobardes en ese sentido. Eso está en la sociedad ya y eso no se cambia ni se va a ir. Y entonces ese es nuestro gran activo, ese es nuestro gran activo, el feminismo.

### **Hablando de feminismos, ¿continúa siendo el periodismo una profesión predominantemente masculina?**

Yo creo que ahora no, que ahora hay más mujeres que hombres. Como todos los oficios había que salir de casa y estar hasta tarde trabajando, pues era mucho más fácil que acceder a los hombres. Pero ahora yo creo que está totalmente igualado. Si no hay más mujeres que hombres. En Contexto, hay más mujeres que hombres, por ejemplo.

### **¿Crees que con el despertar del 15M se afianzó un panorama informativo crítico y de calidad?**

¿Cómo se afianzó? No sé qué decirte. Se destruyó el bipartidismo. ¿Se construyó un sistema mediático mejor, más sano? No estoy seguro. Hay medios que sí, que te gusta leer, que están hechos con cuidado y con cariño. Pero son los mínimos. Son los menos. Se destruyó el bipartidismo entonces y ahora estamos, aunque hay una fragmentación enorme, casi volviendo a cifras de bipartidismo. Estamos viendo que la izquierda se ha quedado muy reducida y la extrema derecha se va reduciendo y parece que volvemos hacia el bipartidismo. Bueno, con los medios yo creo que ha pasado una cosa buena y es que se han atomizado. Había un núcleo de cuatro o cinco

cabeceras. Y ahora hay 40 o 50. Y bueno, es suficiente para que sea un ecosistema mediático limpio. Bueno, es mejor que el que había. Mejor, menos corrupto.

### **¿Qué opinas de cómo se enseña periodismo en la universidad española?**

Observo que los chicos que salen de las facultades de periodismo no saben nada. Qué aprenderían en dos años o en un año y medio en un periódico todo lo que les enseñan en la redacción. Ha habido un problema y es que los profesores de periodismo no han trabajado en redacciones. Entonces, cuando tú no trabajas en redacciones es muy difícil enseñar periodismo. Muy difícil. Yo estudié políticas y luego hice el máster de El País, pero el periodismo de verdad lo empecé a estudiar, a aprender, cuando entré en la redacción de El País y tuve dos tíos allí que eran geniales y que me decían esto sí, esto no, es un oficio, es como la carpintería. Si tienes un maestro carpintero bueno, serás un buen carpintero. Si no lo tienes, pues es difícil. Más difícil. Todo se aprende. Sí, todo tiene una parte teórica. Sí, pero esto es jugarse las cartas con el poder. O sea, es poder ir a donde el poder no quiere que vayas. Si no haces eso, si no eres capaz de hacer eso, es muy difícil que estés haciendo buen periodismo. Puedes hacerlo técnicamente bien, pero hay que tener sobre todo una mochila ética. Eso tampoco se enseña. Un periodista sin ética no es tampoco un periodista. Entonces, hay factores más importantes que la enseñanza reglada para poder ejercer el periodismo con decencia.

### **Miguel, ¿a ti se te invita a la Universidad para hablar con los estudiantes de periodismo?**

No (risas)

### **Has mencionado la cuestión ética a la hora de hacer un periodismo crítico y de calidad, ¿de qué depende adoptar o no esa posición?**

Hay maneras de ser periodista desde 4.º de periodismo. No depende de lo que hayas aprendido o de la posición que tengas. Todo depende de tu intención. El periodismo siempre es intención. Si tú tienes intención de cambiar. Hay que tener la intención de cambiar el mundo en cualquier pequeña cosa que hagas, porque si no, para eso no te metes.

### **Teniendo en cuenta el momento de crisis multidimensional y civilizatoria que estamos atravesando, ¿qué hace que tú personalmente continúes defendiendo y practicando un periodismo crítico y de calidad?**

Creo que no sé hacer nada mejor que eso. Nuevamente, podía haber intentado escribir novelas y eso, pero es demasiado solitario. Esto del periodismo tiene la parte preciosa de que solo se hace bien si se hace en equipo y tener un equipo de gente que está muy identificada con el proyecto, que piensa el mismo periodismo que tú haces, que le gusta el mismo periodismo. Eso es precioso. Mejor que una secta, porque además no te tienes que suicidar más que lentamente. Es muy bonito, la verdad es que eso es precioso. La redacción de un periódico es de las cosas más bonitas que existen y ya no queda casi. O sea, nosotros, por ejemplo, estamos teletrabajando, pero el espíritu que hay desde las redacciones está también en el WhatsApp. Nosotros solo hablamos por WhatsApp, para vernos, por Zoom. Bueno, pues ese espíritu, que es de lo más bonito del periodismo, está también en la cosa cibernética. Eso quiere decir que es muy potente, que no tiene que ser presencial, que también puede ser

virtual y que es igualmente potente y te mantiene igualmente vivo y te hace crecer. Esa es la magia del periodismo. Son palabras muy gruesas, pero sí es verdad que es una de las grandes herramientas para cambiar el mundo, para cambiar las cosas.

