

## **Ctxt quiere recuperar a los lectores huérfanos de los periódicos de referencia**

### **Miguel Mora: “Jamás haremos refritos de agencias y estará prohibido el copia y pega”**

**Manuel Tapia Zamorano**

Profesor asociado del Departamento de Periodismo I  
Facultad de Ciencias de la Información  
Universidad Complutense de Madrid

Renunciar al copia y pega y a los refritos de agencias, contrastar las noticias desde varias fuentes, escribir con independencia, libertad y criterio profesional, y aportar análisis y contexto. Son todas ellas un conjunto de reglas que figuran en el manual de estilo de [Contexto \(Ctxt\)](#), la nueva publicación digital que se ha estrenado recientemente en Internet bajo la dirección de Miguel Mora (Madrid, 1964), un histórico de El País, periódico en el que ha trabajado durante 22 años, los últimos de ellos desde las corresponsalías de Lisboa, Roma y París.

En una entrevista que ha servido de base para la elaboración de este artículo, Mora explica que Ctxt pretende convertirse en un medio de referencia, que haga del periodismo de servicio público una de sus principales señas de identidad y sea útil para los miles y miles de huérfanos de los que hasta hace no mucho tiempo han sido los periódicos de referencia en España.

“Ese es nuestro objetivo y nuestro target. Esos miles de lectores que, como nosotros, eran fieles a El País o El Mundo y, de repente, se han sentido abandonados y han comprobado que esos periódicos se les caen de las manos y no se reconocen en ellos”.

En esta aventura periodística Mora, ex corresponsal de El País en Lisboa, Roma y París, y ganador en 2011 del prestigio [premio de periodismo Francisco Cerecedo](#), estará acompañado de otros nueve periodistas experimentados que han puesto su vocación y su dinero al servicio de Ctxt. Se trata de Ángeles Caballero, Luis Felipe Torrente, Arantza Coullaut, Manuel Mateo Pérez, Mónica Andrade, Gloria Crespo, Juan Gómez, Juan Peces y Pedro de Alzaga.

El equipo fundacional de Ctxt cuenta también con un Consejo Editorial formado por un selecto grupo de artistas e intelectuales, como el periodista y escritor italiano Roberto Saviano; la exdirectora de L'Unita Concita de Gregorio; el cineasta José Luis Cuerda,

el pintor Miquel Barceló; la periodista Soledad Gallego-Díaz, el sociólogo Ignacio Sánchez-Cuenca y el escritor Juan Tallón.

Mora, que abandonó El País en julio de 2014 después de que sus relaciones con la dirección del periódico se hubieran deteriorado por su apoyo a los compañeros despedidos en el [ERE de 2012](#), insiste en la idea de que su proyecto está guiado básicamente por principios periodísticos.

## INFORMACIÓN SOBRE EL TERRENO

“Jamás haremos refritos de agencias, estará prohibido el copia y pega, y toda la información que demos estará escrita sobre el terreno. Si publicamos algo de Oriente Medio, estará escrito desde allí y no lo haremos desde Madrid. Esa es una tendencia perversa, la de publicar desde Madrid piezas de internacional. Nuestro ideario es un conjunto de buenas costumbres periodísticas que se han ido perdiendo por falta de dinero o por falta de interés. Estamos recuperando las buenas prácticas del periodismo cuando se entendía como un servicio público”, subraya Mora.

Las prisas y la inmediatez de la noticia tampoco tienen cabida en Ctxt. Su apuesta pasa por las informaciones bien trabajadas, por un periodismo sosegado, sin prisas, alejado de la rueda infernal de la inmediatez informativa, del rulo constante de información que, en opinión de Mora, “al final desorienta más que orienta”.

“Yo creo que hay sitio en el mercado”, asegura, “para un periódico que no se meta en ese círculo infernal de la prisa y la velocidad, porque eso es trabajo de las agencias. El trabajo de los periódicos es jerarquizar, priorizar, decidir qué es lo importante y lo accesorio, ordenarlo según ese criterio, y aportar criterio y servicio público”.

“Cuando publicas 35 piezas al día no estás haciendo servicio público, aunque parezca que lo estás haciendo. Estás contribuyendo a la confusión y no a la claridad. Si tú, al publicar, le das la misma importancia a las tarjetas black que al caso del HSBC no estás haciendo servicio público, estás haciendo otra cosa”, concluye Mora.

En sus dos primeras semanas de vida, Ctxt sumó más de 80.000 lectores (20.000 el día de su lanzamiento). En redes sociales, el impacto ha sido también notable: 13.000 seguidores en Twitter y otros 3.000 en Facebook. A modo de ejemplo, la [entrevista con el lingüista y filósofo Noam Chomsky](#) tuvo 20.000 visitas durante los dos primeros días de publicación.

Entre los contenidos más leídos en esas dos semanas figura también la entrevista que Miguel Mora, Soledad Gallego-Díaz y Jacobo Rivero hicieron al secretario general de Política de Podemos, [Íñigo Errejón](#).

También fue muy visto el [artículo de Roberto Saviano](#), autor de ‘Gomorra’, con motivo del atentado contra la revista satírica ‘Charlie Hebdo’. El especial de enero, [‘La rebelión](#)

[de la periferia sur](#), con las elecciones en Grecia como eje, ha sido otro de los contenidos más demandados.

## **TRAICIÓN MUY DOLOROSA**

Esta buena acogida sirve de argumento para Mora para destacar que hay un nicho muy grande de lectores potenciales de la publicación. “Hay mucha insatisfacción de los lectores de periódicos en este país. Yo creo que la traición de El País a sus lectores es muy dolorosa, porque no estaba en el pacto lector-editor que el periódico se convirtiera en lo contrario de lo que ha sido y defendiera a un Gobierno de derechas, y defendiera el sistema bancario y que los bancos acabaran convertidos en accionistas del periódico”.

Con un tono de decepción y hasta un punto de amargura, Mora añade que “todo eso no estaba previsto nunca. Y la gestión y el final del modelo del papel y el modelo publicitario ha causado que El País haya acabado traicionando sus propios principios fundacionales. Eso ha sido muy doloroso para los lectores y ha producido mucha orfandad”.

Sin embargo, Mora se muestra optimista al pensar que los buenos lectores de periódicos se pueden sentir identificados con su proyecto editorial. “El buen periodismo ya está inventado: el que tiene fuentes, el que tiene tiempo para contrastar esas fuentes, el que tiene tiempo para escribir bien las piezas, editarlas y dotarlas de contexto”.

La aparición de Ctxt coincide en el tiempo con el próximo estreno de otros proyectos, como El Español, de Pedro J. Ramírez, y Ahora, de Miguel Ángel Aguilar. Precisamente, Mora estaba llamado a ser el director de esta última cabecera, pero diferencias de criterio sobre la conveniencia de poner en marcha un medio clásico u otro más acorde con el ámbito digital hicieron que el ex periodista de El País emprendiera un camino diferente.

El nacimiento de la nueva publicación impulsada por Mora ha sido posible gracias a las aportaciones de sus socios fundadores –un total de 20.000 euros- y a una campaña de crowdfunding, a través de [Verkami](#), en la que 650 suscriptores han colaborado con 24.000 euros.

## LA COLCHONERÍA

En cuanto a las vías de financiación, los responsables de Ctxt han diseñado un modelo mixto, con contenidos abiertos y otras secciones específicas de pago, como es el caso de La Colchonería, una subsección dedicada a la información relacionada con el Atlético de Madrid.

Mora, [reconocido seguidor del equipo rojiblanco](#), cree también que hay muchos huérfanos de una información deportiva que no se centre exclusivamente en la actualidad del Real Madrid o el Barcelona. “Hay muchos lectores también que necesitan una tercera vía también en el fútbol, y por eso hemos creado La Colchonería. No es porque yo sea del Atleti, pero creo que Simeone es un símbolo de cómo se puede combatir en esta sociedad tan marcada por el dinero con otras armas”.

Otra vía de financiación a la que recurrirá CTXT serán los talleres de formación. La idea es organizar un curso cada mes impartidos por los miembros del Consejo Editorial de Cxt, como Maruja Torres, José Luis Cuerda, Soledad Gallego-Díaz y otros.

El primero de estos cursos se celebró en el Salón de Conferencias de la Facultad de ciencias de la Información de la Universidad Complutense y en él intervino [Maruja Torres](#). Otros encuentros programados tendrán como tema central el debate entre prensa digital y prensa de papel, la información deportiva, la información económica y los guiones de cine.

## TALLERES DE FLAMENCO

Otra iniciativa original y novedosa consiste en la organización de unos talleres sobre flamenco pensados para extranjeros por los que pasarán destacadas personalidades de este arte. Si la iniciativa tiene éxito, está prevista la edición de una enciclopedia de flamenco que pueda ser comercializada en países como Japón o Estados Unidos.

Ctxt estará abierta también a los patrocinios, pero estos quedarán limitados “a empresas e instituciones intachables y con buenos códigos de conducta. No queremos ensuciar el periódico con publicidad agresiva, porque entendemos que el periódico debe ser un remanso de lectura tranquila, reposada. Los banners y los robapáginas de los periódicos en internet no son buenos”, argumenta Mora.

Siempre hay que felicitarse por la aparición de un nuevo medio de comunicación, sobre todo en un contexto de grave crisis económica que dificulta aún más el nacimiento de nuevos proyectos periodísticos. En el caso de Ctxt, estamos ante una publicación que tiene claros los objetivos, la forma de trabajar y las audiencias a las que se quiere dirigir.

El periodismo reposado, analítico y de calidad representa un atractivo importante para los lectores. “Los fundadores de Ctxt”, según consta en su [carta de presentación](#),

“sabemos que sin prensa libre no hay democracia. Por eso queremos recuperar el viejo espíritu de la buena prensa independiente: ser un servicio público, escribir textos irreprochables pensados para la ciudadanía y desconfiar de las verdades oficiales y de la propaganda que pone en circulación el poder”.