

Crisis y redefinición actual de la prensa de referencia. La propuesta de especialización periodística de *Le Monde diplomatique*.

Crisis and current redefinition of press reference. The proposal of journalistic specialization of *Le Monde diplomatique*.

Pablo López Rabadán
Universitat Jaume I
[rabadan@com.uji.es]

Recibido: 5 de julio 2010
Aceptado: 4 de noviembre 2010

Resumen

Como resultado de la importante crisis que atraviesa el modelo de negocio de la prensa, en los últimos años se ha intensificado el debate sobre el futuro de este medio de comunicación. Más allá de respuestas tecnológicas y empresariales concretas, también resulta necesaria una redefinición profesional de la prensa que la posiciona correctamente en el complejo panorama comunicativo actual.

De acuerdo con la hipótesis más generalizada en el debate teórico, se plantea la especialización metodológica como oportunidad económica y necesaria vía de expansión profesional para la prensa y el periodismo en las próximas décadas. En busca de claves para esta redefinición profesional, se revisa de forma actualizada el modelo clásico de prensa de referencia y se analiza en profundidad el caso de *Le Monde diplomatique*. El estudio de esta publicación y su exitoso desarrollo profesional en las últimas décadas permite identificar una serie de tendencias muy significativas para orientar la especialización propuesta en el sector.

Palabras clave: crisis prensa, redefinición modelo profesional, especialización metodológica, prensa de referencia, *Le Monde diplomatique*

Abstract

As a result of the important crisis that the business model of the press is going through, the debate about the future of this media has been intensified during the last years. Further away technological and business answers, it is also necessary a professional redefinition of the press, that positions it properly in the communicative nowadays panorama.

In accordance with the most generalized hypothesis in the theoretical debate, the methodological specialization is arisen as an economical opportunity and necessary professional expansion channel for the press and the journalism in the next decades. Looking for the keys for this professional redefinition, the classical model of reference press is revised in an updated way and the *Le Monde diplomatique* case are deeply analyzed. The study of this publication and its successful professional development in the last decades let us identify a series of meaningful trends to position the specialization that is set out for the sector.

Keywords: press crisis, redefinition professional model, methodological specialization, reference press, *Le Monde diplomatique*.

Sumario: 1. Introducción. Cambios estructurales en el sector de la prensa. 2. La especialización periodística como respuesta profesional a la crisis. 3. Actualización del modelo clásico de prensa referencia. 4. El caso de *Le Monde diplomatique* como prensa especializada de referencia. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas

1. Introducción. Cambios estructurales en el sector de la prensa

Desde hace aproximadamente una década el sector de la prensa atraviesa momentos muy complicados, un verdadero cambio de época que amenaza su viabilidad económica y su posición central dentro del sistema mediático (Meyer, 2009). Sin duda, se trata de una etapa decisiva para el futuro de este medio de comunicación en la que se están produciendo importantes cambios estructurales y en la que debe afrontar una doble crisis en el sector, económica y profesional, directamente relacionada entre sí.

Por una parte, la irrupción de Internet ha provocado un verdadero cambio de paradigma en el modelo de negocio de toda la industria comunicativa, pero que está afectando especialmente al de la prensa tradicional. El potente desarrollo de este nuevo medio ha socavado los fundamentos económicos de la prensa, reduciendo notablemente sus vías tradicionales de ingresos, sin que los nuevos mercados de Internet tengan todavía un modelo de explotación rentable consolidado (Rojo Villada, 2008:13; Espada, 2009:8). Aunque ya se vislumbra un dominio hegemónico de Internet en el sector mediático a medio plazo, hoy por hoy, la edición exclusivamente *online* sigue siendo un suicidio empresarial. Para los grandes periódicos, prescindir de las ediciones en papel supondría renunciar al 90% de los ingresos, recortando solo el 40% de los gastos (Larrañaga, 2009:73; Starr, 2009:127).

En esta primera crisis intervienen diversos factores explicativos. El más importantes es el uso intensivo de Internet como soporte informativo que ha *canibalizado* las ediciones impresas sin un modelo de explotación alternativo (Larrañaga, 2009:62-64, 77-78). Pero también hay que tener en cuenta la coyuntura actual de crisis económica a nivel general que viene lastrando notablemente la inversión publicitaria. Pero además, en este retroceso el difusión de la prensa encontramos un factor de tipo social más complejo de valorar como son los cambios en los patrones de consumo mediático que han producido un alejamiento de los públicos y la pérdida del monopolio en la representación mediada de la actualidad.

Aunque se trata de un proceso global, esta crisis está afectando más a aquellos países donde el desarrollo tecnológico y la sociedad de la información están más implantados (Estados Unidos, Unión Europea, Japón, etc.) frente a países o zonas todavía en desarrollo (India, Brasil, China, África, etc.) donde hay margen todavía para el desarrollo de la prensa en formato tradicional. En el caso de España, la situación actual del sector es realmente muy complicada. Según los datos del último *Informe anual de la profesión periodística 2009* (Farias Batlle, 2010), en el periodo 2008-2009 se ha producido una contracción traumática en el sector, perdiendo 3.000 empleos (10%), cerrando 30 medios y reduciéndose la contratación publicitaria un 30%. En estos datos tan negativos intervienen algunos factores

específicos que agravan todavía más la situación: bajo índice de difusión, éxito prensa gratuita, y alejamiento del público joven que impide el relevo generacional de lectores (Larrañaga, 2009:62-64).

Por otra parte, es necesario encuadrar esta crisis económica dentro de otra crisis profesional de mayor calado y recorrido temporal: la ausencia de un modelo profesional claramente definido para la prensa, de un proyecto a largo plazo dentro del competitivo panorama mediático actual se ha convertido en un grave problema que tiene importantes consecuencias periodísticas y sociales (Espada y Hernández Busto, 2009) (Farias Batlle, 2010). En este sentido, la prensa debe afrontar una profunda crisis de identidad y credibilidad tras la progresiva pérdida de peso en el sector frente a los medios audiovisuales y el reiterado incumplimiento de sus funciones públicas. Cada vez más se detecta una menor independencia frente al poder económico y gubernamental, y sobre todo el abandono del tradicional pacto entre el periodismo y veracidad, por otro más laxo con la verosimilitud y la comunicación institucional (Espada: 2009:15). El ejemplo paradigmático de esta decadencia y dejación de funciones podría ser la cobertura de la Guerra de Irak (Alterman, 2009:59).

Esta crisis de credibilidad se traduce en una crisis de confianza ciudadana hacia el periodismo y los periodistas, y alimenta un círculo vicioso a nivel económico, ya que supone una pérdida continua de lectores. Además, esta crisis en el ejercicio del *cuarto poder*, el análisis crítico de la actualidad y vigilancia del resto de poderes, debilita peligrosamente el sistema democrático y lo hace más vulnerable frente a intereses económicos y políticos particulares.

Planteamiento de soluciones

Así, la gravedad de esta situación económica y profesional ha generado en los últimos años un intenso debate sobre el futuro del sector y las posibles soluciones que garanticen su viabilidad (Espada y Hernández Busto, 2009). Evidentemente, se trata de cuestión compleja —en donde intervienen numerosos factores tecnológicos, sociales y económicos, que demanda respuestas especialmente realistas, plurales, y coordinadas.

En primer lugar, es necesario asumir el cambio de paradigma y todas las transformaciones estructurales que implica. El sector de la prensa no volverá a ser el mismo a nivel tecnológico, social, económico ni profesional. En segundo lugar, profundizar en la búsqueda de nuevas formas rentabilidad vinculadas a la diversificación de la oferta, la convergencia tecnológica en la distribución (Rojo Villada, 2008:13-14), y el microconsumo (Larrañaga 2009:75) que garanticen su supervivencia a medio plazo. Otra opción complementaria, ya en marcha en Estados Unidos, es el apoyo filantrópico desde organizaciones de la sociedad civil sensibles en el mantenimiento de la prensa como servicio público (Alterman, 2009:61; Starr, 2009:134).

Más allá de la propuesta de nuevos sistemas modos de producción y explotación económica vinculados a las nuevas tecnologías para crear nuevos huecos de mercado, hoy parece ya imprescindible una redefinición urgente y en profundidad en el modelo profesional de la prensa en el nuevo panorama mediático digital

(Farias Batlle, 2010:9). Resulta necesario reformular cuestiones fundamentales (objetivos, cumplimiento real funciones sociales, público) y ofrecer nuevos planteamientos profesionales, nuevas respuestas, en definitiva proponer un nuevo curso profesional que le permita consolidar un espacio propio socialmente reconocible en un panorama mediático claramente determinado por la irrupción de Internet.

A continuación se desarrolla una de las hipótesis más extendida en el debate profesional y académico, la propuesta de especialización metodológica como base de una profunda redefinición profesional de la prensa y respuesta efectiva a la crisis actual. Y seguidamente, se selecciona a la prensa de referencia como objeto de estudio y se profundiza en el caso de *Le Monde diplomatique*, en busca de modelos profesionales para la redefinición que se plantea. El análisis en profundidad de este caso permite identificar diversas particularidades discursivas y profesionales que explican el éxito de su especialización y señalan posibles vías de reorientación general para el sector.

2. La especialización periodística como respuesta profesional a la crisis

Tras un intenso debate sobre el futuro de la prensa en el ámbito anglosajón se detecta un cierto consenso general en torno a la especialización como solución de futuro tanto a nivel económico como profesional (Espada y Hernández Busto, 2009).

En este debate destaca la perspectiva de Philip Meyer por su lectura pionera de la crisis actual (1995; 2004), y sobre todo por su claridad a la hora plantear una posible vía de solución profesional: «Los periódicos que sobrevivan lo harán probablemente con algún tipo de contenido híbrido: análisis, interpretación, y periodismo de investigación dentro de un producto impreso que aparecerá de forma no diaria, combinados con una constante puesta al día e interacción a través de la red» (Meyer, 2009:36-37).

De esta forma, Meyer apuesta por la especialización metodológica como una clara estrategia para que la prensa encuentre su espacio profesional y de negocio en el nuevo contexto digital. Este autor argumenta que este momento de doble crisis estructural, el futuro de los periódicos pasa por una decidida reorientación hacia la prensa de referencia, donde puede ofrecer una propuesta de calidad, diferenciada y difícilmente sustituible, y hacia un tipo de público de elite, cuantitativamente limitado pero influyente a nivel social (2009:38-39).

Por otra parte, esta reorientación hacia una prensa metodológicamente especializada encuentra en las últimas décadas un sólido apoyo teórico en el desarrollo los estudios de periodismo especializado en la academia española. Tanto autores más clásicos (Fernández del Moral, 2005; Quesada 1998) como otros más recientes (Berganza; 2005; Camacho, 2010) vienen insistiendo en el desarrollo de una especialización metodológica basada en prácticas profesionales de calidad como respuesta profesional a la crisis. Con diferentes matices, estos autores apuestan por un posicionamiento especializado de la prensa basado en la aplicación de la metodología del periodismo de investigación al análisis en profundidad de todo tipo cuestiones de actualidad. Y de esta forma ofrecer una salida profesional sol-

vente tanto a la crisis de largo recorrido que vive la prensa desde el triunfo de los medios audiovisuales en el tratamiento informativo más inmediato, como a la crisis actual en el modelo de explotación.

Frente a la prensa generalista, el periodismo especializado se caracteriza por el carácter experto de sus autores, por una actitud profesional basada en la precisión y el rigor, y por la búsqueda de explicación en profundidad de la actualidad. Y para lograrlo, se define metodológicamente por producción de textos interpretativos y argumentativos basados en una completa documentación, y el contraste directo de la información con expertos (Quesada, 1998:37-44).

Este método profesional permite una mejor adaptación a las nuevas demandas sociales de mayor calidad y precisión informativa que genera el desarrollo de la sociedad de la información (Quesada, 1998:11; Esteve Ramírez, 2010:7-8). En el contexto actual, la oportunidad profesional de la prensa pasa por asumir una función especializada de procesamiento y traducción precisa de una realidad social cada vez más compleja pero superficialmente explicada. En concreto, es posible plantear tras funciones a cumplir por el periodismo especializado en su análisis en profundidad de la actualidad: diagnóstico y contextualización de los problemas sociales, presentación de claves teóricas que sustenten análisis e interpretaciones y a partir de la credibilidad adquirida ofrecer opiniones y propuestas de actuación. Frente al problema de la *sobreinformación* dominante, una prensa especializada resulta más necesaria que nunca, no ya como mera aduana informativa, sino como una guía que traduce y describe las claves de la actualidad a partir de criterios profesionales de prestigio (Nordenson, 2009:80, 90; Esteve Ramírez, 2010).

3. Actualización del modelo clásico de prensa referencia

De acuerdo con la hipótesis planteada sobre la especialización profesional, se toma como objeto de estudio un tipo de publicación muy relevante en el panorama mediático, la *prensa de referencia*. Además de su importancia objetiva en el sector como modelo profesional, se ha seleccionado este tipo de publicación por sus óptimas condiciones que permiten profundizar en el estudio de un periodismo especializado especialmente analítico e interpretativo.

Pero en realidad, ¿qué se entiende por *prensa de referencia*? La aproximación a este tipo de medio parte de la revisión actualizada de conceptos clásicos como *prensa de elite* (Merrill, 1968), *prensa de calidad* frente a los diarios populares (Seymour-Ure, 1968; 1991/1997), *prensa de prestigio* (Sola Pool, 1970), o lo que más directamente se ha llamado *prensa de referencia dominante* desde la bibliografía española (Imbert y Vidal-Beneyto, 1986; Fernández Beaumont, 1987; Reig, 1998). En realidad, se trata de una convención operativa escasamente teorizada pero que desde hace décadas se ha convertido en un término plenamente integrado en la investigación comunicativa en todo el mundo y en el conocimiento ciudadano general.

De forma habitual, se viene empleando la expresión «prensa de referencia» para referirse a los grandes diarios y revistas internacionales (Merrill y Fisher, 1980) que presentan una importante implantación e influencia en todo el mundo como

pueden ser *New York Times*, *Le Monde*, *Newsweek*, *Time*, o en el caso de prensa española, el diario *El País*, *Abc* o *La Vanguardia*, o que han adquirido una gran importancia en el contexto global actual *The Economist*, o *International Herald Tribune*.

En general, estas publicaciones presentan un perfil bastante reconocible: medios sólidamente instalados en la centralidad mediática y política nacional, con una gran proyección internacional, y una propuesta basada en el equilibrio entre una notable independencia y una conexión directa con el poder, logrando así una gran credibilidad e influencia ante la opinión pública. De hecho, tienen una influencia determinante en el establecimiento de la agenda internacional y en el tratamiento periodístico que reciben los grandes temas contemporáneos (Merrill *et al.*, 1992:522). Todos estos rasgos profesionales lo mantienen con un caso de estudio muy relevante y actual en la investigación comunicativa (Murciano, 2010). Sin embargo, a día de hoy resulta adecuado actualizar y revisar con mayor precisión las principales características profesionales, discursivas y sociales de este tipo de prensa.

Características profesionales

En primer lugar, este tipo de prensa se define por su importante función social. A partir de la selección y jerarquización constante de la actualidad que realizan, los periódicos de referencia desarrollan un papel mediador determinante en el proceso de construcción de la realidad social y gestión del debate público, sirviendo de fuente de opinión cualificada a la ciudadanía (Imbert y Vidal-Beneyto 1986:9, 19-20). En concreto, es posible especificar tres funciones básicas que la prensa de referencia cumple con mayor plenitud que el resto de medios. Primeramente, este tipo de periódicos ejercen de principal modelo profesional dentro del sector mediático nacional, tanto a nivel de contenidos como de organización. Además, resulta una plataforma privilegiada para la expresión de información y opiniones a nivel nacional. Y por último, es la referencia cualificada que emplean los gobiernos y los grupos empresariales extranjeros para aproximarse a la realidad de un determinado país. Y además, a nivel de empresarial, este tipo de periódicos se sitúan por encima de la media del sector. En general, encontramos empresas con un estructura sólida, que disponen de la estabilidad y los recursos necesarios para desarrollar una gestión autónoma a medio y largo plazo, y muy conscientes de sus funciones y su centralidad dentro del panorama mediático.

Características discursivas

Respecto al tipo de mensaje, en el cumplimiento de las funciones señaladas, esto periódicos se caracterizan por su especialización temática y metodológica articulada a través de la aplicación de rutinas profesionales de calidad y el desarrollo de una línea editorial explícita.

A nivel temático, más allá de una correcta cobertura nacional, esta prensa de referencia encuentra su espacio profesional en el análisis de los grandes acontecimientos (políticos, bélicos, catástrofes, terrorismo, etc.) y de las dinámicas globales (economía, conflictos sociales, avances científicos, tendencias artísticas, etc.). Y respecto a su orientación metodológica, sin renunciar todavía a la actualidad diaria, se define por una apuesta clara hacia un periodismo especializado más interpretativo. En general, se caracterizan por una clara distinción entre géneros

informativos y de opinión, y la presencia significativa de artículos de análisis y reportajes en profundidad. Y como principal seña de identidad, estos periódicos presentan una línea editorial sólida y regular que les sitúa de forma diferenciada en el mercado mediático y el debate público.

Además, este posicionamiento profesional especializado se articula a través de una serie de rutinas profesionales de calidad que transmiten una imagen de autoridad y prestigio: ritmos de trabajo adecuados, estilo argumentativo semiacadémico, perspectiva plural, introducción de una base documental importante, lenguaje cuidado y sobriedad en todos sus elementos formales que permiten una rápida identificación del medio.

Características del público lector

Respecto a los lectores de la *prensa de referencia*, subrayar su gran impacto cualitativo y algunas características del público de elite al que se dirigen. Aunque importante, más que por su circulación masiva, estos periódicos se caracterizan por su peso específico en el mercado informativo nacional e internacional, y por su influencia sobre los sectores directivos de la sociedad. Desde hace décadas se detecta una clara conexión entre esta prensa de calidad y con un público de elite cohesionado, solidamente formado, con responsabilidades directivas importantes e interesada por los asuntos públicos (Merrill, 1968:9; Sola Pool, 1970:33).

En la siguiente Tabla I se presentan, entre otros, algunos ejemplos de *prensa de referencia* representativos dentro del panorama mediático internacional.

Tabla I. Ejemplos actuales de prensa de referencia internacional

Le Monde (Francia)	New York Times (Estados Unidos)
Le Figaro (Francia)	The Washington Post (Estados Unidos)
Frankfurter Allgemeine Z. (Alemania)	Wall Street Journal (Estados Unidos)
Süddeutsche Zeitung (Alemania)	Time (Estados Unidos)
The Guardian (Reino Unido)	Newsweek (Estados Unidos)
The Times (Reino Unido)	O Estado De S. Paulo (Brasil)
Il Corriere Della Sera (Italia)	Journal Do Brasil (Brasil)
La Repubblica (Italia)	Renmin Ribao (China)
El País (España)	Asahi Shimbun (Japón)
La Vanguardia (España)	The Economist
Clarín (Argentina)	International Herald Tribune

Fuente: Elaboración propia

4. El caso de Le Monde diplomatique como prensa especializada de referencia

Tras la aproximación realizada al modelo general, a continuación se profundiza en un caso especialmente relevante y exitoso de periodismo especializado dentro de la *prensa de referencia* internacional, el periódico mensual *Le Monde diplomatique*.

Por una parte, se trata de una publicación que presentan un perfil objetivamente relevante dentro de este tipo de prensa especializada: una larga trayectoria profesional desde 1954, un gran prestigio en el análisis geopolítico de actualidad, y una dimensión global gracias a la difusión millonaria de sus numerosas ediciones internacionales por todo el mundo. Y además, se trata de un proyecto periodístico muy singular y de éxito (Vidal, 2004), donde es posible encontrar tendencias innovadoras perfectamente extrapolables dentro de la fase de crisis y reorientación que vive el sector.

A continuación se ofrece una revisión específica de su evolución histórica y de las características profesionales y empresariales que lo configuran como una referencia mundial en el análisis crítico de temas como la globalización neoliberal, la geoestrategia internacional o los cambios en el sistema comunicativo de las dos últimas décadas

4.1. Origen y evolución. De la especialización temática a la metodológica

Para contextualizar su importancia actual, se revisa brevemente la evolución gradual de *Le Monde diplomatique* a lo largo de seis décadas hasta consolidarse como una propuesta profesional muy diferenciada dentro de la prensa de referencia. Así, esta evolución se organiza en tres etapas que coinciden con las décadas de gestión de sus primeros directores: en los cincuenta y sesenta, vinculación a *Le Monde* con François Honti de redactor jefe (1954-1972); en los setenta y ochenta, creciente autonomía con Claude Julien ya como director (1973-1990); y por último, independencia, éxito de ventas y expansión internacional bajo la dirección de Ignacio Ramonet (1991-2007).

Fundación y primeros pasos

La aparición de *Le Monde diplomatique* en mayo de 1954 hay que situarla dentro de un proceso de renovación que realiza el diario *Le Monde* tras sus primeros diez años de trayectoria (Ramonet, 2004; 2005b; Eveno, 2005). En este momento, la dirección del periódico confía a un experimentado periodista, François Honti, el proyecto de crear un suplemento que complete y profundice el análisis de la escena internacional en el contexto de la Guerra Fría, la descolonización en Asia y África, y la incipiente integración política en Europa (Julien, 1984). Durante esta primera etapa, hasta 1972, *Le Monde diplomatique* se mantiene como un servicio más del periódico, fiel a su línea editorial y exclusivamente orientado a las relaciones internacionales.

Consolidación y autonomía desde los años setenta

A mediados de los setenta, el periodista Claude Julien asume la dirección de *Le Monde diplomatique* y se inicia una etapa de profunda modernización que va a determinar a largo plazo la identidad, orientación y dimensión actual del periódico. Esta larga etapa, de 1973 a 1990, va a estar marcada por un objetivo general, lograr el máximo grado de independencia periodística y empresarial respecto a *Le Monde*. Y para lograrlo, va a impulsar una serie de reformas decisivas: renovación de la plantilla, ampliación de la perspectiva temática hacia todo tipo de cuestiones

políticas, socioeconómicas o culturales; aumento del espacio dedicado a los países subdesarrollados; apuesta por la artículos especializados que aporten análisis en profundidad y opinión fundamentada sobre los grandes conflictos mundiales; y por primera vez, introducción un tono más crítico a nivel político y social. Como consecuencia de estos cambios, al final de esta segunda etapa, *Le Monde diplomatique* presenta ya una propuesta informativa amplia y modernizada, alcanza la independencia empresarial efectiva del periódico y consigue un aumento muy importante de su prestigio y difusión en Francia.¹

Desarrollo en las dos últimas décadas

Y entre 1990 y 2007 se desarrolla una extensa tercera etapa con Ignacio Ramonet en la dirección que ha resultado decisiva en la configuración actual del periódico, sobre todo en la orientación crítica de sus contenidos y en su proyección internacional.

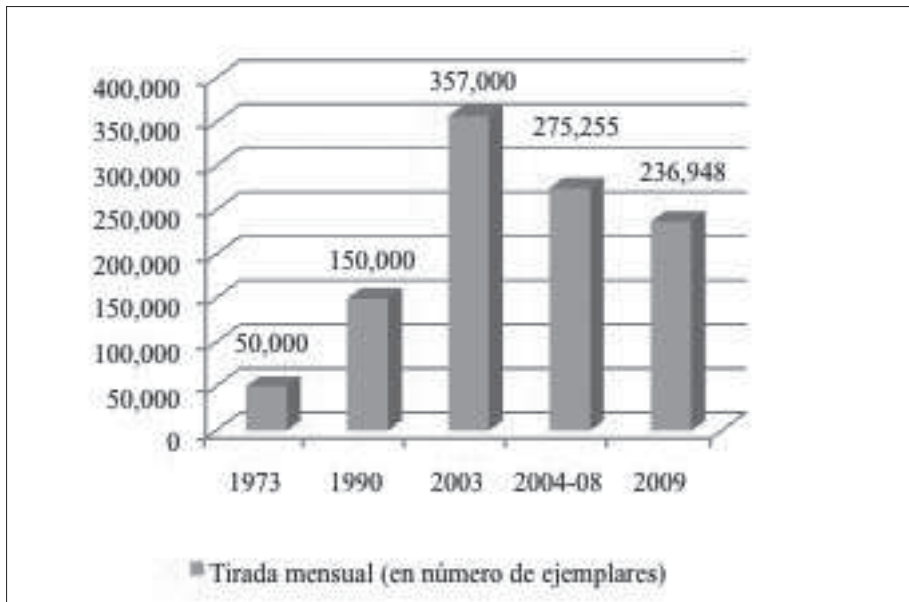
Tomando como punto de partida los objetivos y la tradición profesional precedente, en esta tercera etapa se alcanzan tres importantes resultados. Por una parte, en 1996 se completa el proceso de *filialización* por el que *Le Monde diplomatique* alcanza la independencia accionarial de *Le Monde*. Aunque la independencia ya era un hecho a nivel periodístico y organizativo, este proceso convierte al periódico en una empresa filial independiente dentro del grupo Le Monde, y de esta forma se garantiza una mejor protección frente a presiones políticas, económicas y publicitarias. Por otra parte, hay que subrayar el crecimiento de la difusión del periódico hasta alcanzar niveles muy notables en Francia. Esta expansión ha sido progresiva a lo largo de los últimos treinta años hasta llegar en 2003 a su máximo histórico de 357.000 ejemplares en el contexto de la respuesta ciudadana a la Guerra de Irak.² Y por último, también hay que destacar el éxito del proyecto de expansión internacional. Desde 1995, la dirección de *Le Monde diplomatique* ha impulsado la creación de numerosas ediciones internacionales,³ habiéndose convertido en la actualidad en un proyecto muy relevante tanto en lo económico (más de 70 ediciones, en 25 idiomas, con dos millones de ejemplares mensuales) como en lo ideológico, ya que es ejemplo viable de organización alternativa regida tanto por criterios de rentabilidad económica, como sociales y culturales.

En resumen, en estas seis décadas de trayectoria es posible detectar tres tendencias que han determinado decisivamente la identidad actual del periódico (Ramonet, 2004, Ramonet 2005b): especialización regular hacia el análisis riguroso de tendencias y conflictos internacionales; desarrollo de una perspectiva periodística crítica e independiente de análisis de la actualidad, una *manière de voir* singular e irreverente dentro del panorama mediático (Julien, 1984: 2007), y profundización en su autonomía hasta convertirse en una publicación independiente dentro del grupo Le Monde.

¹ En el mandato de Claude Julien (1973-1090), la difusión de *Le Monde diplomatique* en Francia pasa de 50.000 a 150.000 ejemplares (Eveno, 2005)

² Datos consultados en [<http://www.ojd.com/engine/bureaux/index.php>], en mayo de 2010.

³ Sobre los detalles del proyecto de esta expansión internacional, véase epígrafe 4.3.

Gráfico I. Evolución cronológica de la tirada de *Le Monde diplomatique* (1973-2009)

Fuente: elaboración propia.

Momento actual

Tras 56 años de trayectoria ininterrumpida, *Le Monde diplomatique* también atraviesa un momento complicado dentro del contexto de crisis que atraviesa la prensa escrita (Ramonet, 2005a; 2009). Este periódico no es ajeno a las profundas transformaciones tecnológicas y sociales vividas en sector de los últimos años y que inevitablemente también condicionan su futuro.

Aunque mantiene una difusión muy importante en Francia y su presencia en todo el mundo se ha visto reforzada notablemente con el éxito del proyecto de ediciones internacionales, se detecta una tendencia decreciente en el último lustro. Entre 2004-2008, la tirada media se ha reducido un 25,04% (hasta una tirada de 275.255 ejemplares). En concreto, en el último ejercicio (2009) la tendencia se mantiene de forma más suavizada (-2,37% anual) situando a la tirada en 236 948 ejemplares.⁴

Ante este complejo panorama, el reto para el nuevo director Serge Halimi y su equipo (desde enero de 2008) es adaptar la tradición profesional de *Le Monde diplomatique* a este nuevo contexto comunicativo y tecnológico, manteniendo su prestigio, su metodología y el carácter crítico de su línea editorial, y tratando de recuperar en los próximos años su anterior nivel de difusión en Francia (Halimi, 2009).

⁴ Datos consultados en [<http://www.ojd.com/decouvrir/bureaux/pp>], en junio de 2010.

4.2. Singularidad periodística. Consolidación de un discurso crítico reconocible

A partir de esta evolución histórica, se proponen cinco claves que desarrollan la especialización del periódico y han contribuido decisivamente a la consolidación de un discurso crítico reconocible en *Le Monde diplomatique*: perspectiva cualitativa, orientación temática global, línea editorial crítica, estilo exigente y riguroso, y por último, lector modelo cualificado.

Perspectiva cualitativa

Frente a la sobreinformación y superficialidad de gran parte del discurso mediático, *Le Monde diplomatique* plantea su propuesta informativa a partir de una perspectiva cualitativa diferenciada. Esta perspectiva especializada, una *manière de voir* singular definida en su momento por Claude Julien (1984), se plantea como una mirada pluridisciplinar que busca la explicación contextualizada de los conflictos, y con el tiempo se ha convertido en la seña de identidad más relevante del periódico. En concreto, esta mirada se articula mediante tres opciones profesionales muy relevantes.

En primer lugar, apuesta por un ritmo informativo mensual que permite desarrollar un periodismo realmente analítico y documentado. Frente a la aceleración informativa de otros medios, se apuesta por reducir la *velocidad periodística* y profundizar en los temas ofreciendo una perspectiva más reflexiva, distanciada y contrastada.

En segundo lugar, aplicación de un criterio de selección y jerarquización muy estricto. Cada mes, se selecciona un número muy limitado de temas (en torno a veinte), prestando atención a cuestiones ausentes de la agenda mediática convencional, y con encuadres críticos poco habituales. Su objetivo es ir más allá de la propuesta informativa dominante a través de textos bien estructurados y documentados que aporten un análisis crítico diferenciado.

Y por último, asume plenamente la función mediadora especializada comentada a nivel teórico (Quesada, 1998; Berganza, 2005). En lugar de escribir directamente los textos, la función de los periodistas de *Le Monde diplomatique* consiste en localizar a especialistas de un tema en el mundo universitario y profesional, pactar detalladamente el encuadre informativo del artículo con el autor, y posteriormente realizar una profunda labor de edición para adaptarlo al estilo específico del periódico. Con este método de trabajo se pretende servir de puente entre la perspectiva minoritaria de un especialista científico (que llega solo a 500-1000 lectores) y el público de un medio de comunicación socialmente relevante (distribuido a 300.000 lectores mensuales). Esta metodología se ha convertido en un aspecto central de su identidad profesional y uno de los motivos decisivos de su éxito: hace económicamente viable un periódico pequeño e independiente como este; fomenta el dinamismo y continuo reciclaje de contenidos y autores, y ha permitido articular un estilo propio que combina textos muy especializados y un registro periodístico de calidad.

Orientación temática realmente global

A pesar del retroceso generalizado en la cobertura internacional en todo el sector mediático (Starr, 2009:123), especialmente en la prensa diaria, *Le Monde diplomatique* mantiene firme su planteamiento temático: reportajes y análisis

interpretativos en profundidad sobre los conflictos internacionales. Y lo desarrolla desde una perspectiva realmente global, en donde actores normalmente ausentes del foco mediático (asociaciones, opositores, intelectuales, especialistas científicos, etc.) tienen un espacio informativo en igualdad de condiciones que los grandes centros de poder mundial (Estados Unidos, Unión Europea, instituciones económicas globales, grandes empresas, etc.). De hecho, la redacción del periódico y sus contenidos se dividen equilibradamente en cinco secciones que aproximadamente coinciden con cinco grandes áreas geográficas (Europa, América, África, Asia y Oceanía, y Oriente próximo).

Línea editorial crítica

Le Monde diplomatique se ha caracterizado desde su fundación por ser un periódico de opinión editorialmente sensible a la defensa de los derechos humanos, la libertad y la justicia social. Pero desde los años setenta, con la llegada de Claude Julien a la dirección, se impulsa el desarrollo de un punto de vista más crítico en el tratamiento de temas de geopolítica y economía. Así, se intensifica la denuncia de cuestiones como el papel del *tercer mundo* en las relaciones internacionales, la política de Israel en Oriente Próximo o la *revolución conservadora* impulsada por Margaret Thatcher y Ronald Reagan. Ya en los años noventa, bajo la dirección de Ignacio Ramonet, es cuando se produce una profundización y reorientación crítica de su línea editorial. En desde entonces cuando *Le Monde diplomatique* se convierte en un medio de referencia especializado a escala mundial en el análisis crítico sobre dos grandes temas, la actividad de los medios de comunicación y el desarrollo de la globalización neoliberal (VV.AA, 1999; Vidal, 2004).

Por una parte se convierte en un periódico de contrainformación. Desde la caída de los regímenes comunistas en Europa oriental y la URSS (1989-1991) y la Guerra del Golfo (1991) hay una preocupación creciente por el tema de la manipulación informativa.⁵ Y en este contexto, *Le Monde diplomatique*, apuesta por romper el consenso dominante y hacer una crítica profunda del papel de los medios de comunicación en la sociedad actual, analizando en profundidad de muchos temas que el resto de medios omite, o explica de forma parcial o descontextualizada (construcción europea, guerra antiterrorista, políticas energéticas y medio ambiente, derechos humanos, etc.).

Y por otra parte, también se consolida como una referencia mundial en la denuncia rigurosa de la globalización neoliberal. Entre los grandes consensos mediáticos a los que se opone *Le Monde diplomatique*, uno fundamental es el de la lógica neoliberal. Desde mediados de los noventa queda patente la existencia de un discurso hegemónico en todos los grandes medios sobre el carácter positivo e inevitable de la globalización neoliberal y sus consecuencias.⁶ Inicialmente,

⁵ En esos años se producen algunos escándalos mediáticos que alertan notablemente a la opinión pública. Por ejemplo, las fosas comunes en Timisoara (Rumania), o los falsos desastres ecológicos y matanzas en Kuwait.

⁶ Este consenso en los grandes temas económicos y sociales es la base de lo se ha denunciado inicialmente desde las paginas de *Le Monde diplomatique* como *pensamiento único* (Ramonet, 1995).

este consenso solo es roto por *Le Monde diplomatique*, y a partir de entonces otorga un espacio central en su agenda al análisis especializado de los motivos, consecuencias y soluciones alternativas a esta cuestión. De hecho, este posicionamiento va a generar una potente sinergia entre el auge de los movimientos sociales *altermundistas*⁷ y *Le Monde diplomatique* (Piasecki, 2007): por una parte, los primeros necesitan referentes ideológicos y no encuentran su espacio en los medios tradicionales; y por otro lado, la difusión del periódico va a experimentar un notable crecimiento Francia y en todo el mundo vinculado al crecimiento de este movimiento. Como resultado, a finales de la década, *Le Monde diplomatique* se ha convertido en una publicación de referencia a nivel mundial en la construcción del pensamiento crítico contemporáneo para todos aquellos que denuncian los efectos de la globalización neoliberal y plantean alternativas a este sistema socioeconómico.

Estilo exigente y riguroso

Frente a la mutación experimentada en la últimas décadas por conceptos como información, actualidad, o veracidad, *Le Monde diplomatique* plantea un estilo profesional exigente y riguroso. Así, este estilo parte de una clara diferenciación entre información, comunicación y publicidad y ofrece una perspectiva pluridisciplinar de los temas de actualidad desde cinco dimensiones esenciales: política, económica, social, cultural y ecológica. De esta forma, *Le Monde diplomatique* ofrece artículos extensos que encuadran de forma completa los temas, explicando los puntos fundamentales de un problema, remitiendo a sus antecedentes históricos, su trama social, su importancia económica y relevancia cultural. Para desarrollar este estilo exigente de información, se plantea la aplicación de unas rutinas periodísticas de calidad basadas en un alto grado de comprobación de los datos. El objetivo fundamental es intentar hacer un periódico extremadamente riguroso, con el que se puede estar ideológicamente de acuerdo o no, pero en el que se detecta un método de trabajo solvente basado en ritmos de trabajo adecuados; filtros cualificados en la selección de temas, colaboradores y documentación; y un cuidado uso del diseño y lenguaje periodístico.

Lector modelo cualificado

Más allá de su importante difusión en todo el mundo, los lectores de *Le Monde diplomatique* presentan un perfil claramente cualitativo que les sitúa por encima de la media en todos los indicadores socioeconómicos y culturales. De acuerdo con el modelo clásico de prensa de referencia, este periódico se dirige conscientemente a un lector modelo socialmente relevante (cuadros políticos, directivos, profesionales, investigadores, docentes, etc.), con un nivel cultural alto, con una

⁷ Estamos hablando del variado conjunto de colectivos sociales que desde mediados de los años noventa se opone a la globalización neoliberal y va a protagonizar importantes protestas sociales en las cumbres de las principales instituciones mundiales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Fondo Monetario Internacional (FMI), o el Banco Mundial (BM). Es el caso de Seattle en 1999, Praga en 2000, o Barcelona y Génova en 2001.

media de edad inferior a 45 años, e ideológicamente situados en los segmentos de centro-izquierda e izquierda del panorama político. En general, son ciudadanos previamente interesados en los grandes procesos internacionales, destacados consumidores de libros, productos culturales, tecnología y medios de comunicación, que buscan en «*le Diplo*» una perspectiva crítica de la actualidad internacional basada en análisis e interpretaciones serias y opiniones bien documentadas.

4.3. *Singularidad empresarial. Independencia y estructura global*

Sin duda, el desarrollo de este proyecto periodístico especializado e independiente guarda una estrecha relación con la solidez de la estructura empresarial que la hace posible. A continuación, se presentan las dos características principales, modelo económico y expansión internacional, que lo configuran como un caso singular dentro del panorama mediático.

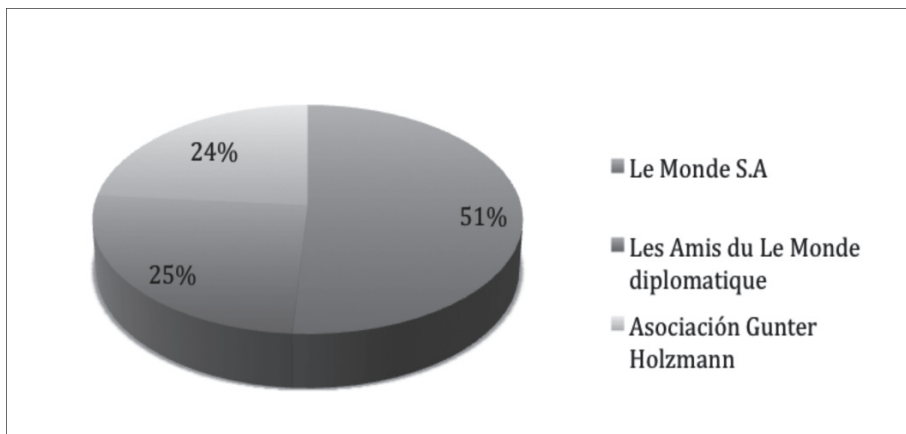
Modelo económico independiente

En primer lugar, a nivel económico el objetivo primordial de *Le Monde diplomatique* es consolidar un modelo de gestión realmente independiente que le permita desarrollar su actividad periodística al margen de todo tipo de presiones políticas, publicitarias o financieras. Para lograrlo, desde la edición francesa se ha impulsado un modelo empresarial basado en tres grandes pilares: equilibrio accionarial, apuesta por los ingresos directos, y diversificación de la oferta de productos informativos.

Equilibrio accionarial. Como resultado del proceso de filialización comentado, en enero de 1996 el periódico se convierte en una empresa independiente a todos los efectos, *Le Monde diplomatique S.A.* Esta empresa se caracteriza por un reparto accionarial equilibrado entre tres actores: un accionista mayoritario (51% del capital), la empresa propietaria del diario matriz, *Le Monde S.A.*; y dos accionistas minoritarios, la asociación de trabajadores del periódico Gunter Holzmann (23,6% del capital); y la asociación de lectores *Les Amis du Le Monde diplomatique* (25,4% del capital). Esta minoría de bloqueo (49% del capital, mucho más amplia que el 33,4% legalmente necesario en Francia) es un potente contrapoder, una garantía de independencia efectiva para el periódico, que impide aprobar cualquier decisión susceptible de limitar la autonomía del periódico (cambios en los estatutos o en la composición del capital, o nombramiento de un nuevo director) sin su consentimiento (Ramonet, 1997).

Apuesta por los ingresos directos. Desde siempre *Le Monde diplomatique* ha optado por un modelo de ingresos centrado en suscripciones y venta directa en kioscos, donde la publicidad tiene un peso muy reducido en sus ingresos (5%) comparado con otros medios (40%). Esta opción estratégica, unida a su estructura de propiedad, ha reforzado notablemente la autonomía respecto a los anunciantes y le han permitido depender sólo del interés informativo de sus lectores (Serrano, 2009:575).

Oferta informativa diversificada. Desde los años ochenta se han puesto en marcha algunas iniciativas que han aumentado notablemente la oferta de productos informativos y culturales del periódico. El éxito comercial de algunos de

Gráfico II. Estructura accionarial de *Le Monde diplomatique* (1996-2010)

Fuente: elaboración propia.

ellos ha hecho que se conviertan en una base de ingresos muy importante. Se trata de publicaciones y servicios que complementan y desarrollan el contenido del periódico, y permiten diversificar su influencia social. Es el caso de del bimestral *Manière de Voir* que amplía monográficamente temas importantes en la línea editorial del periódico, la página *web* donde se ofrecen numerosos contenidos y servicios, o el *Atlas de Le Monde diplomatique* que desde 2003 ha tenido diferentes ediciones y una enorme aceptación.

Desarrollo del proyecto de ediciones internacionales

Y en segundo lugar, es necesario subrayar la importancia y singularidad de la estructura internacional de *Le Monde diplomatique*. En este sentido, desde su propio nombre ya queda patente la clara orientación cosmopolita del periódico y a lo largo de toda su trayectoria se le puede considerar más como un periódico mensual internacional realizado en Francia que como un periódico francés que se vende en el extranjero (Vidal, 2006). De esta forma, a partir de la fortaleza de la edición francesa y de la aplicación de nuevas tecnologías, en los últimos quince años (1995-2010), se ha llevado a cabo una importante expansión por todo el mundo. Todos los meses se publican 72 ediciones diferentes de *Le Monde diplomatique* (46 en papel con una tirada aproximada de 2,4 millones de ejemplares mensuales y 26 electrónicas), en más de 45 países y en 25 lenguas diferentes.⁸ Estos datos le han permitido ganar escala planetaria, y pasar de ser un medio relevante en Francia a convertirse en una referencia de primer orden sobre pensamiento crítico en todo el mundo.⁹

⁸ Datos referidos a febrero de 2009, consultado en [<http://www.monde-diplomatique.fr/int/>], en mayo de 2010.

⁹ Según www.ojd.com/fr, en 1994 sus ventas ya se situaban en 120.000 ejemplares mensuales.

Esta expansión de *Le Monde diplomatique* representa un proyecto bastante singular en el panorama mediático mundial, ya que junto al objetivo básico de rentabilidad económica también presenta otro un objetivo profesional e intelectual: expandir internacionalmente la publicación sin renunciar a su independencia y su línea editorial crítica sobre los conflictos internacionales. Entre las grandes publicaciones de referencia de periodicidad no diaria, que distribuyen millones de ejemplares por todo el mundo, no encontramos ninguna de estructura parecida: algunas por su menor número de ediciones y diversidad de idiomas, y otras además por su planteamiento ideológico y empresarial. Por ejemplo, el semanario *Newsweek* presenta doce ediciones en ocho idiomas,¹⁰ la revista *Time* edita cinco y solo en inglés,¹¹ y del periódico *International Herald Tribune* se imprimen solo dos,¹² atlántica y asiática, en inglés y desde 35 países diferentes. Solo en *The Economist* encontramos un caso similar en grado de diversidad, ya que sus contenidos son publicados en aproximadamente 50 países y traducidos a 25 lenguas diferente.¹³ Sin embargo, esta publicación presenta una estructura de franquicias y una estrategia de expansión básicamente comercial.

Y respecto a su distribución geográfica, esta expansión se ha concentrado principalmente en tres áreas: Europa como origen y principal eje de expansión (39 ediciones, en 22 países y 20 idiomas diferentes), el mundo árabe-musulmán (8 ediciones nacionales, dos en Internet, más una filial general puesta en marcha desde París, *Le Monde diplomatique éditions arabes*) y América Latina (12 entre impresas e Internet, en ocho países diferentes). Sin duda, existe correlación entre la importancia que estas zonas tienen en los contenidos y la línea editorial del periódico, y la aparición y desarrollo de las diferentes ediciones internacionales.

En el éxito de este proyecto se asienta en una tipo de organización descentralizada y una serie de reformas planteadas desde la dirección del periódico (Vidal, 2006). Una primera reforma fue la creación del cargo de coordinador de las ediciones internacionales que se encarga de seleccionar a los nuevos socios y apoyar inicialmente la consolidación de las nuevas ediciones.¹⁴ Otra reforma fundamental ha sido la creación de una red informática interna que permitiera un acceso sencillo y coordinado a todos los contenidos comunes. Y un tercer paso importante fue la definición de tres modalidades básicas de organización profesional para estas ediciones internacionales.

Un primera modalidad es la distribución como suplemento de otra publicación previamente relevante en el país (actualmente, 24 ediciones). Su funcionamiento

¹⁰ Consultado en [<http://www.newsweek.com/id/42663/page/2>], en mayo de 2010.

¹¹ Datos consultados en:

[<http://www.time.com/time/magazine/0,9263,7601080602,00.html>], en mayo de 2010.

¹² Consultado en [http://www.ihinfo.com/pages/ab_print.html] en mayo de 2010.

¹³ Datos consultados en:

[<http://www.economist.com/rights/index.cfm/?area=theeconomist>], en mayo de 2010.

¹⁴ Cargo ocupado ininterrumpidamente por el periodista Dominique Vidal desde 1996.

se limita a seleccionar un grupo de artículos que amplíe la perspectiva internacional del medio asociado, traducirlos y distribuirlos. Este es el caso de periódicos como *Al-Akhhbaren* (Egipto), *Eleftherotypia* (Grecia), *Il manifesto* (Italia), o *Die Tazszeitung* (Alemania).

Una segunda modalidad, es su distribución como publicación independiente promovida por nuevos socios e interesados en ampliar el proyecto de *Le Monde diplomatique* (actualmente, 20 ediciones). A nivel profesional, el nuevo medio debe, además de seleccionar los contenidos que considere de la edición central, producir sus propios artículos (entre un 15-30% de los contenidos), asumiendo el desarrollo de un punto de vista propio que responda a los intereses específicos de los lectores del país respectivo. Es el caso de la edición española surgida en 1995, y que, tras 15 años de trayectoria, se la puede considerar como una publicación minoritaria pero consolidada en el panorama mediático español, con una tirada alrededor de los 25.000 ejemplares¹⁵ y una creciente producción propia cercana al 20-25%.

Y por último, la tercera modalidad es la distribución en Internet. Por un parte, muchas ediciones en papel han desarrollado ediciones electrónicas que complementan su oferta informativa (actualmente, 24 ediciones incluyendo la francesa). Pero además, hay ediciones que lo hacen exclusivamente vía Internet, es el caso de las ediciones en catalán, checo, eslovaco y esperanto. Estas ediciones exclusivamente electrónicas permiten arrancar el proyecto con una estructura profesional mínima como primer paso para poner en marcha más adelante una edición impresa.

En resumen, es posible afirmar que el desarrollo de esta expansión internacional de *Le Monde diplomatique* constituye un intento coherente de relacionar la base teórica de su línea editorial, prioridades discursivas y planteamientos ideológicos sobre la globalización neoliberal, y práctica periodística, la innovación que representa un periódico internacional organizado en una red descentralizada y razonablemente autorregulada.

En la siguiente Tabla II se sintetizan las principales características profesionales de *Le Monde diplomatique* como ejemplo actual de prensa de referencia especializada.

¹⁵ Dato aproximado que ofrece el propio periódico en [www.monde-diplomatique.es]. En 2010, el análisis de *Le Monde diplomatique* (edición española) no está incluido ni en el estudio de la Oficina de la Justificación de la Difusión (OJD), ni en el Estudio General de Medios (EGM).

Tabla II. Resumen modelo profesional especializado de *Le Monde diplomatique*

Tradición Profesional Consolidada	Discurso Reconocible	Modelo Económico Independiente	Estructura Global
Trayectoria a lo largo de seis décadas	Síntesis en cinco claves	Basado en tres pilares	Desarrollo coherente
Progresiva apertura temática y evolución metodológica especializada	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perspectiva cualitativa 2. Orientación temática global 3. Línea editorial crítica 4. Estilo exigente y riguroso 5. Lector modelo cualificado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Equilibrio y contrapeso accionarial 2. Ingresos directos (venta directa y suscripción) 3. Diversificación oferta productos informativos y culturales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rentabilidad económica, ideológica y cultural 2. Autonomía y flexibilidad organizativa 3. Aprovechamiento de sinergias mediante las nuevas tecnologías

5. Conclusiones

Tras la revisión realizada, se presenta una valoración general de la especialización periodística en el caso de *Le Monde diplomatique*, y a modo de conclusión se plantea la posible extrapolación de una serie de claves explicativas relativas a este caso a la redefinición especializada de la prensa de referencia que se propone como tesis principal del artículo.

Respecto al caso de *Le Monde diplomatique*, se confirma la especialización temática y metodológica como factor decisivo en el posicionamiento de este periódico dentro de la prensa de referencia internacional. En concreto, esta especialización ha tenido como consecuencia la consolidación de un discurso periodístico tipo reconocible y muy valorado por el público en el análisis de la actualidad. Este discurso se define a partir de una agenda especializada y un encuadre dialéctico, basado en la crítica y el planteamiento de alternativas a la globalización neoliberal, que le han convertido en una referencia mundial dentro del pensamiento crítico contemporáneo. En definitiva, en la propuesta de *Le Monde diplomatique* encontramos el negativo fotográfico de lo que se considera *prensa de referencia dominante* (Vidal-Beneyto e Imbert, 1986:20-23, 46): desde muy altos niveles de prestigio profesional e influencia, se proyecta de forma independiente y crítica hacia unos temas y unas perspectivas absolutamente distintas, por no decir contrarias, a las dominantes en el panorama mediático.

Y por otro lado, el éxito de la propuesta de *Le Monde diplomatique*, tan singular y a contracorriente de las grandes tendencias ideológicas y empresariales, se debe en gran medida a la calidad de su producto informativo y la independencia y coherencia que ha caracterizado el desarrollo de su proyecto empresarial. Así, a lo largo de los años es posible detectar un eje de coherencia bastante sólido entre las prioridades de su línea editorial y el modelo teórico de medios de comunicación que defiende, y su propia organización empresarial en Francia y las ediciones internacionales. En este sentido, resulta complicado encontrar algún ejem-

plo similar de prensa independiente, y tan crítica con el orden globalizado, que haya conseguido consolidar con solvencia su proyecto informativo (dimensión mundial, prestigio profesional, éxito empresarial, etc.) dentro del conjunto de la prensa de referencia.

Y en un nivel más general, desde el caso analizado es posible sintetizar una serie de claves extrapolables a la redefinición profesional de la prensa de referencia que se plantea dentro del proceso actual de cambios estructurales en el sector. Así, un correcto posicionamiento de la prensa en el nuevo contexto mediático pasa por tomar conciencia de su nueva función profesional interpretativa (1), desarrollar un proceso de especialización metodológica a partir de un planteamiento estratégico basado en el análisis en profundidad de la actualidad (2), apostar por rutinas productivas de calidad que ofrezcan un producto informativo diferenciado (3), tratar de mantener la máxima independencia y coherencia a nivel empresarial (4), y por último, mantener la búsqueda en paralelo de un modelo de negocio complementario en Internet a partir de los formatos y posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías (5).

Sin duda, esta redefinición profesional representa un reto complicado para la prensa, pero también una oportunidad que ofrece importantes beneficios en tres ámbitos. A nivel periodístico, permite recuperar prestigio, credibilidad e iniciativa en el sector, conectando con las necesidades informativas y las inquietudes socio-culturales de importantes sectores de la ciudadanía. A nivel económico, abre un interesante hueco de mercado potencialmente rentable en el complicado panorama actual. Y socialmente, resulta muy necesaria para aumentar la pluralidad del ecosistema mediático y político.

6. Referencias bibliográficas

- Alterman, Eric (2009): «Agotado. Vida y muerte del periódico norteamericano», en Espada, A. y Hernández Busto, E. (eds.): *El fin de los periódicos*. Barcelona, Duomo.
- Berganza, María Rosa (2005): *Periodismo especializado*. Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias.
- Camacho, Idoia (coord.) (2010): *La especialización en el periodismo. Formarse para informar*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Espada, Arcadi (2009): «La noticia posmoderna», en Espada, A. y Hernández Busto, E. (eds.): *El fin de los periódicos*. Barcelona, Duomo.
- Espada, Arcadi y Hernández Busto, Ernesto (eds.) (2010): *El fin de los periódicos*. Barcelona, Duomo.
- Esteve Ramírez, Francisco (2010): «Fundamentos de la especialización periodística», en Camacho, I. (coord.): *La especialización en el periodismo. Formarse para informar*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Eveno, Patrick (2005). «Claude Julien, journaliste de conviction et de talent», en *Le Monde*, 8 de mayo 2005: [<http://www.lemonde.fr>], última consulta en mayo de 2010.
- Fernández Beaumont, José (1987): *El lenguaje del periodismo moderno. Estilo y normas de redacción en la prensa de prestigio*. Madrid, SGEL-Educación.

- Fernández del Moral, Javier (coord.) (2004): *Periodismo especializado*. Barcelona, Ariel.
- Farias Batlle, Pedro (dir.) (2010): *Informe anual de la profesión periodística 2009*. Madrid, APM.
- Halimi, Serge (2009): «El combate de Le Monde diplomatique», en *Le Monde Diplomatique en español*, 168, octubre 2009: 28.
- Imbert, Gerard y Vidal-Beneyto, José (coords.) (1986): *El País o la referencia dominante*. Barcelona, Mitre.
- Julien, Claude (1984): «Manière de voir», en *Le Monde diplomatique*, 362, mayo 1984: 1-5.
- _(2007): *Le devoir d'irrespect. Articles du Monde Diplomatique 1973-1990*. Forcalquier, Francia, HB.
- Larrañaga, Julio (2009): «La crisis del modelo económico de la industria de los periódicos», en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 15, 2009: 61-80.
- Merril, John C. (1968): *The elite press. Great newspapers of the world*. New York, Pitman.
- Merril, John C. y Fisher, Harold A. (1980): *The world's great dailies. Profiles of fifty newspapers*. New York, Hasting House.
- Merril, John C.; Lee, John y Jay Friedlander, Edward (1992): *Medios de comunicación social. Teoría y práctica en Estados Unidos y en el Mundo*. Madrid, Fundación Germán Sánchez Rupérez.
- Meyer, Philip (1995): «Learning to love lower profits,» en *American Journalism Review*, 17, 1995: [<http://www.ajr.org/article.asp?id=1461>], última consulta en mayo de 2010.
- _(2004): *The vanishing newspaper: Saving journalism in the information age*. Columbia, University of Missouri Press.
- _(2009): «El periódico elite del futuro», en Espada, A. y Hernández Busto, E. (eds.): *El fin de los periódicos*. Barcelona, Duomo.
- Murciano, Marcial (dir.) (2010): *La prensa y la cooperación internacional. Cobertura de la cooperación para el desarrollo en nueve diarios europeos*. Sevilla / Zamora, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Nordenson, Bree (2009): «¡Sobrecarga! La batalla por la importancia del periodismo en la época del exceso de información», en Espada, A. y Hernández Busto, E. (eds.): *El fin de los periódicos*. Barcelona, Duomo.
- Piaseki, Fabien (2007): *Peregrinations médiatiques avec les altermondialistes*. Tesis doctoral presentada en la Université Denis Diderot (París VII) (Francia) el 22 de junio de 2007.
- Quesada, Montserrat (1998): *Periodismo especializado*. Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias.
- Ramonet, Ignacio (1995): «Le pensé unique», en *Le Monde Diplomatique*, 490, enero 1995: 1.
- _(1997). «Preservar la independencia», en *Le Monde Diplomatique (edición española)*, 18, abril 1997: 14.
- _(2004). «Cinquante ans», en *Manière de voir*, 73, marzo-abril 2004: 6-7.
- _(2005a). «Medios de comunicación en crisis», en *Le Monde Diplomatique (edición española)*, 111, enero 2005: 1.

- Ramonet, Ignacio (2005b). «Decés Claude Julien», en [<http://www.monde-diplomatique.fr/Julien>], última consulta en mayo de 2010.
- _(2009): «La prensa diaria se muere», en *Le Monde Diplomatique en español*, 168, octubre 2009: 1.
- Reig, Ramón (1998): *Medios de comunicación y poder en España: prensa, radio, televisión y mundo editorial*. Barcelona, Paidós.
- Rojo Villada, Pedro Antonio (2008): *Modelos de negocio y consumo de prensa en el comercio digital*. Murcia: Editum.
- Serrano, Pascual (2009): *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*. Barcelona, Península.
- Seymour-Ure, Colin (1968): *The press and the public: an essay on the role of the national press in the british political system*. London, Methuen.
- _(1991/1997): *The british press and the broadcasting since 1945*. Oxford, Blackwell.
- Sola Pool, Ithiel de (1970): *The prestige press: A comparative study of political symbols*. Camdridge, Massachusetts, MIT Press.
- Starr, Paul (2009): «Adiós a la era de los periódicos (bienvenida una nueva era de corrupción)», en Espada, A. y Hernández Busto, E. (eds.): *El fin de los periódicos*. Barcelona, Duomo.
- _(2004): «*Le Monde diplomatique*, an original press experience», [www.djh.dk/StudiePDF/Intvidaleng.pdf], última consulta en mayo 2010.
- Vidal, Dominique (2006): «L'Internationale du «Diplo»», [<http://www.monde-diplomatique.fr/2006/11/Vidal/14139>], última consulta en mayo de 2010.
- VV.AA. (1999): *Pensamiento crítico vs. Pensamiento único*. Madrid, Debate.