

Universidad de Palermo
Facultad de Ciencias Sociales

Licenciatura en Periodismo
Trabajo de Integración Final
Fernanda Kobelinsky

**El proceso de reproducción de *Le Monde*
diplomatique en el mundo: mucho más que
una franquicia internacional**

Mi experiencia profesional en *el Dipló*, edición Cono
Sur

Buenos Aires, septiembre de 2007.

Índice

Introducción -----	5
Notas metodológicas -----	7
Capítulo 1– Francia, un país de medios -----	10
Capítulo 2– La soberanía de <i>le Dipló</i> -----	14
Capítulo 3– Edición Cono Sur -----	18
Experiencia personal -----	22
Capítulo 4– El mundo <i>Dipló</i> -----	25
Pool -----	26
Escenarios adversos -----	27
Mapa de las ediciones internacionales -----	28
Capítulo 5– El paso a paso de la reproducción -----	29
Las formalidades -----	30
Primera quincena -----	32
Artículos franceses: fase A -----	32
Artículos locales: fase A -----	33
Segunda quincena -----	34
Artículos franceses: fase B -----	35
Artículos locales: fase B -----	35
Capítulo 6– La línea editorial-----	37
Periodismo de exigencia-----	37
¿Un medio alternativo? -----	40
Los intelectuales y <i>el Dipló</i> -----	41
Decisiones propias -----	43

Conclusiones -----	46
Bibliografía -----	48
Libros -----	48
Diarios y revistas -----	49
Ediciones internacionales -----	50
Ediciones digitales -----	51

Si je bafouille, vous vous direz que je ne suis sûr de rien (...) Si mes phrases sont correctes (...) vous vous direz que tout cela, c'est du chiqué (...) Communiquer, vous croyez que c'est si simple?

(Si balbuceo, se dirán que no estoy seguro de nada (...) Si mis frases son correctas (...) ustedes dirán que todo es floreo (...) Comunicar, ¿creen que es así de simple?)

Alain Bosquet,
Les bonnes intentions
p. 175.

Introducción

Instalar una franquicia de Mc Donalds en el centro comercial de Tel-Aviv, y que funcione, supone –reduciendo la fórmula a su mínima expresión– ofrecer hamburguesas que sigan los procedimientos *kosher* y quitar del menú el Combo ‘hamburguesa con queso’ ya que la tradición judía no mezcla carnes con lácteos. Cuando la franquicia a instalar en el mundo es un formato como el de *Le Monde diplomatique* entran en juego otras variables... el contexto social, económico y cultural supone un desafío más complejo. *El Dipló* es un mensuario comercial, pero no masivo, que responde a una línea editorial muy marcada. Lograr que en la expansión mundial del formato no se pierdan sus bases, y que además se trate de un producto exitoso, parecería una tarea más ardua que la de exportar una marca de probada inserción mundial como Mc Donalds.

Las inquietudes del público de *Le Monde diplomatique* (LMD) mutan dependiendo su origen, los intereses de un latinoamericano no son los mismos que los de un parisino; si bien es cierto que los lectores de *el Dipló* en el mundo comparten una tendencia ideológica que los aúna, cada región debe atender a las demandas informativas que le son propias; y es en este punto donde la inserción mundial de *Le Monde diplomatique* podría dificultarse. Sin embargo, este formato tiene más de 40 ediciones internacionales, con una tirada global que supera el millón y medio de ejemplares como prueba más que suficiente de su éxito mundial.

¿Qué factores hacen que las distintas versiones de LMD en el mundo no sean una mera franquicia internacional? La respuesta a este interrogante está fuertemente ligada a las condiciones de reproducción del periódico, por eso la edición Cono Sur funcionará cómo hilo conductor para dar cuenta de cada paso, los mecánicos y los no tan automáticos, hasta su publicación.

En julio de 2006 comencé una pasantía rentada en el mensuario *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, que aún continúa. A través de mis tareas en el periódico fui tomando contacto con el “mundo *Dipló*”, esto incluye sus ediciones internacionales, en especial las latinoamericanas y su relación directa con la casa madre en Francia. En este explorar surgió como rasgo distintivo el estrecho vínculo con las demás ediciones y el intercambio de información constante, así como la reproducción de la línea editorial del periódico francés.

Las más de 40 ediciones internacionales se parecen estéticamente y comparten notas, pero cada una de ellas tiene su espacio para artículos locales, al mismo tiempo que cada versión de LMD es única, con rasgos distintivos, también forma parte de un todo. Este proceso de reproducción, haciendo foco en la edición Cono Sur, será objeto de este Trabajo de Integración Final.

La edición argentina de *Le Monde diplomatique* tiene un acuerdo contractual con el mensuario francés, de hecho tiene la obligación de completar el 75 por ciento de sus páginas con artículos provenientes de la casa madre. A su vez, *el Dipló* Buenos Aires, tiene un segundo contrato firmado con las ediciones latinoamericanas (Chile, Perú y Colombia) en el que se estipula que las traducciones al español de los artículos en francés se efectúan en la Argentina. Asimismo explicita que las versiones de América Latina están habilitadas a reproducir notas periodísticas sobre la región, realizadas por el equipo de redacción de la edición Cono Sur y sus colaboradores externos.

La tercera relación formal con una edición internacional es con la española, puesto que desde Argentina se traducen y se editan las notas que vienen desde Francia, y que luego se publicarán en ese país europeo.

De este engranaje productivo nos vamos ocupar, describiremos una cadena de reproducción que podría parecer automática si no fuera por la producción propia y el papel primordial de la línea editorial en cada una de las ediciones internacionales.

La disposición de los capítulos no es aleatoria, comenzamos con un breve panorama de la importancia de la prensa en Francia para intentar comprender el contexto en que se fundó *le Dipló*, luego profundizamos en la historia del periódico y su expansión en el mundo. De la misma manera desandamos los orígenes de la edición Cono Sur hasta llegar a su pleno funcionamiento donde, con una explicación detallada de cada paso, exponemos la manera cotidiana de trabajo (desde el inicio de una idea hasta la publicación del mensuario).

Finalmente analizamos la línea editorial de LMD, los puntos en los que comulgan todas las ediciones, y también sus diferencias, siempre analizando el género periodístico representativo de la publicación.

Notas metodológicas

El proceso de investigación no ha sido en lo absoluto sistemático. Por el contrario, las sucesivas lecturas teóricas y la experiencia en el quehacer cotidiano de *Le Monde diplomatique* fueron generando nuevos interrogantes que planteaban un ida y vuelta constante entre los conceptos teóricos y la información empírica.

El material de esta investigación proviene de tres vías. El trabajo de archivo, casi a la manera del historiador, permitió recolectar información de las diferentes ediciones, haciendo foco en el período 1999-2007 (colección completa de la edición Cono Sur), y prestando especial atención a las orientaciones editoriales. Por supuesto, las

lecturas teóricas realizadas en paralelo, posibilitaron echar luz sobre la información de archivo.

Las entrevistas constituyen otra fuente de datos. Se han realizado para esta investigación varias entrevistas, algunas de ellas se citan textualmente y otras se transformaron en una fuente de información directa que enriquece el cuerpo de este trabajo.

Los interlocutores principales fueron Carlos Gabetta (director de LMD Buenos Aires), Dominique Vidal (coordinador de las ediciones internacionales), y Pablo Stancanelli y Marta Vassallo (redactores del periódico local). Las cuestiones abordadas giraron en torno a las distintas fases en la reproducción de LMD, su línea editorial y la relación constante entre todas las ediciones internacionales.

La investigación social, cualquiera sean la temática y la disciplina, nunca comienza desde cero, como plantea el positivismo. El periodista lleva consigo toda una tradición a cuestas –lo que Pierre Bourdieu denominaría su capital social y cultural–, que otorga sentido a los sucesos que observa. Es, pues, necesario aceptar que el investigador, sea cientista político, antropólogo o periodista, es parte del mundo que estudia. La reflexividad, entendida como la competencia del actor para pensar su propio pensamiento, para objetivar el sentido de su actuar en el mundo (particularmente, en el mundo de la investigación que realiza), constituye un elemento esencial de este trabajo. Mi experiencia durante 15 meses trabajando como pasante en *el Dipló*, constituye la tercera fuente de recolección de datos. La confrontación cotidiana a la labor periodística me permitió no sólo conocer sino también comprender el funcionamiento de la redacción, desde las primeras ideas (como las discusiones de sumario y su definición) hasta la impresión y distribución del periódico. Compartir el universo de trabajo con los redactores, el director, los colaboradores, el corrector de estilo y el diseñador de la publicación me dio la posibilidad de adquirir un conocimiento local de

la tarea de cada uno de los miembros de la redacción así como de la forma en que éstas se articulan y confluyen en la publicación.

Capítulo 1

Francia, un país de medios

Viejo país de medios prácticamente desde siempre, Francia fue la cuna de uno de los primeros periódicos, *La Gazette*, creado en 1631 por Théophraste Renaudot. También en Francia, en 1835, Charles Louis Havas creó la primera agencia de información –*Agence France-Presse* (AFP)–, y en 1863 *Le Petit Journal* de Moïse Millaud supuso la aparición de la prensa de masas. Millaud fue el primero que, gracias a una rotativa creada por el ingeniero Marinoni (que dio su nombre a toda una generación de máquinas), consiguió lanzar un periódico de gran tirada.

Según explica Ferenczi en su obra *L’Invention du journalisme en France*¹, Francia es también un país donde los medios de comunicación aparecen, más que en otros sitios, estrechamente ligados a la historia política, ya sea que hablemos del florecimiento de cientos de periódicos en París, durante la Revolución Francesa, del llamamiento a la insurrección de la prensa parisina en la víspera del desencadenamiento de las jornadas de julio en 1830, o de los innumerables entrelazamientos de destinos y carreras de políticos y periodistas de primer orden, desde Clemenceau a Jean Jaurès, pasando por Aristide Briand.

Sólo para citar un ejemplo, Karl Marx explica en *El dieciocho brumario de Luis Bonaparte*, la historia de la Asamblea Nacional Constituyente, en su obra remarca la importancia de periódicos como el *Le National*², y el *Journal des Débats*³ en la historia política. Ambos medios de comunicación funcionaron como

1 FERENCZI, T., *L’invention du journalisme en France*, Payot, París, 1996.

2 *Le National* (El Nacional): diario francés, se publicó en París de 1830 a 1851, órgano de los republicanos burgueses moderados. Los representantes más destacados de esta corriente en el Gobierno Provisional eran Marrast, Bastide y Garnier.

3 *Journal des débats politiques et littéraires* (Periódico de los debates políticos y literarios): diario burgués francés fundado en París en 1789. Durante la monarquía de Julio fue el periódico gubernamental, órgano de la burguesía orleanista. Durante la revolución de 1848, el periódico expresaba las opiniones de la burguesía contrarrevolucionaria agrupada en el denominado Partido del Orden.

órganos de difusión de las distintas facciones de la burguesía y muchos de sus integrantes terminaron ocupando puestos influyentes en la época.

“(…) el partido de ‘Le National’ se aprovechó del estallido de la insurrección de junio para dar el pasaporte a la Comisión Ejecutiva, y desembarazarse así de sus rivales más afines, los republicanos pequeño burgueses o republicanos demócratas (Ledru-Rollin, etc.). (...) Marrast, antiguo redactor jefe del ‘Le National’, se convirtió en el presidente perpetuo de la Asamblea Nacional Constituyente, y los ministerios y todos los demás puestos importantes cayeron en manos de los republicanos puros.⁴

La prensa francesa vivió un momento de esplendor en 1880, comenzó a tratar de igual a igual a otros poderes como el político y el financiero, se convirtió en centro de debate, órgano de información y de opinión, y consolidó su intención de conquistar a las masas y convertirse en un elemento habitual de la vida de los franceses, cada vez más ávidos de saber lo que ocurría en el mundo⁵. El número de lectores en Francia aumentó gracias a la proclamación de la educación primaria obligatoria, laica y gratuita, y la Ley de Camille Séa del 21 de diciembre de 1880, por la cual se crearon colegios femeninos.

A fines del siglo XIX un gran número de publicaciones renunciaron a la profundización y al análisis, y se convirtieron en un medio para transmitir y amplificar las conversaciones de la gente⁶. Sin embargo no todas siguieron esta tendencia, periódicos como *Le Journal des Débats*, *Le Matin* o *Le Temps* cumplieron una importante labor para aquellos lectores que querían estar bien informados y buscaban en los diarios estudios completos y profundos. Estos diarios fueron representantes en Francia del periodismo ‘*new look*’ o ‘*à l’américaine*’, estaban influidos por publicaciones como el *New York Herald* y dieron prioridad a la información, el reportaje y la entrevista, en detrimento de la opinión y las ideas. Prefirieron el lenguaje claro y

4 MARX, K., *El 18 Brumario de Luis Bonaparte*, Prometeo Libros, Buenos Aires, 2003. pp. 27-28.

5 FERENCZI, T., *op. cit.*, p. 16.

6 KOVACH, B., ROSENSTIEL, T., *Los elementos del periodismo*, Ediciones El País, Madrid, 2003, p. 25.

preciso frente al estilo discursivo de los políticos y rebuscado de los literatos al que estaba acostumbrado el público francés. Se propusieron instruir más que distraer.⁷

El diario *Le Temps* mantuvo intacto su poder de influencia entre la opinión pública gracias al rigor de sus crónicas, elaboradas por especialistas, su amplia red de corresponsales y su práctica de verificar todas las noticias que publicaba. *Temps* es el germen del diario *Le Monde*, de hecho nace en el mismo edificio y su equipo de redacción estaba compuesto por varios ex periodistas de *Temps* cuando el 19 de diciembre de 1944 aparece el primer número del matutino francés con mayor tirada en la actualidad.

Los medios de comunicación franceses están en el centro de muchos debates políticos, sociales o culturales, como la cuestión de la libertad de expresión ya tratada en el siglo XVIII por los filósofos de la Ilustración y que desembocará a la larga en el voto de la ley de prensa del 29 de julio de 1881, guardiana de la libertad de prensa en Francia hasta la actualidad.

Asimismo otra de las conquistas francesas, pionera en el continente europeo, llegó luego de, o quizás con, la crítica a la manipulación y la censura tras la Primera Guerra Mundial, a través de la adopción del primer código deontológico de los periodistas. La profesión periodística se autorregula desde que en 1918 el Sindicato Nacional de Periodistas (SNJ) elaboró una Carta de Deberes Profesionales de los Periodistas, documento que fue revisado y completado en 1938. La versión actual abarca al bloque europeo, se elaboró en Munich en 1971 por representantes de federaciones de periodistas de la Comunidad Europea⁸.

En fechas más recientes se ha entablado un debate sobre el papel de los medios y el manejo de la información, como

⁷ FERENCZI, T., *op.cit.*, p.20.

⁸ "El mosaico de la regulación en Europa" en *El País*, Madrid, 17 de octubre de 2005.

consecuencia, por ejemplo, de los acontecimientos en Medio Oriente, así como también sobre la responsabilidad de los medios de comunicación, especialmente en ocasión de las elecciones presidenciales de 2007 en Francia.

No existen reglas generales a respetar en la prensa francesa, cada medio acostumbra a seguir su propio código deontológico. No hay establecidas sanciones y las faltas o delitos que se puedan cometer se atienen a lo establecido en el Código Penal y en las leyes civiles. El acceso a la profesión es libre, pero para disponer de una credencial profesional es necesario demostrar que la mayor parte de los ingresos que se perciben provienen del ejercicio del periodismo.

Capítulo 2

La soberanía de *le Dipló*

Le génesis de *Le Monde diplomatique* data de 1954, por ese entonces pertenecía al matutino francés *Le Monde*, se trataba de un mensuario orientado al mundo de las embajadas enmarcado en un panorama internacional signado por la intensificación de la Guerra Fría. Tenía por entonces el siguiente subtítulo: “Periódico de los círculos diplomáticos y de las grandes organizaciones internacionales”; y tiraba 5 mil ejemplares⁹. Tanto *Le Monde*, como *Le Monde diplomatique* fueron fundados por la misma persona: Hubert Beuve-Méry¹⁰. Desde su creación, el mensuario estuvo fundamentalmente redactado por los periodistas de la sección internacionales del diario *Le Monde*, cuya línea editorial respetaban a rajatabla.

El año 1973 se transformó en una bisagra, uno de los periodistas con más experiencia de la redacción fue designado al frente de *Le Monde diplomatique*, cuando Claude Julien¹¹ se hizo cargo inició el camino hacia la independencia del matutino. El actual director de la publicación francesa, Ignacio Ramonet, ya formaba parte del equipo de redacción, para el periodista, Julien instauró de hecho la autonomía de redacción. Sobre él escribió en junio de 2005 con motivo de su fallecimiento:

“(…) llevó a cabo una suerte de refundación del periódico. Cambió el logo y la diagramación, reorganizó las secciones, amplió los temas abordados a la economía, la sociedad, la cultura, las ideas, el cine, etcétera. Demostró una creatividad constante en la elección de las

9 Hoy el periódico francés, sólo su edición, tira cerca de 210 mil ejemplares mensuales.

10 Periodista francés. Corresponsal de *Le Temps* en Praga desde 1934 a 1938. En 1944 el general de Gaulle lo convoca para crear, con ayuda del gobierno francés, un periódico para reemplazar al ya extinto *Le Temps*, así nació *Le Monde*, donde se desempeñó como su director hasta el retiro. Solía firmar bajo el seudónimo Siruis.

11 Periodista francés. Se desempeñó como redactor de política internacional de *Le Monde* durante 20 años, fue el creador de *Le Monde de Livres*, el suplemento semanal de *Le Monde* dedicado al mundo de las editoriales. En 1990 dejó *Le Monde diplomatique* y fue elegido como presidente de la Liga Francesa de la Enseñanza Permanente, función que ocupó hasta 1998. Falleció el 5 de mayo de 2005.

temáticas, del tono, del estilo, de la ilustración. Aumentó la cantidad de páginas dedicadas a los nuevos países independientes del Sur. Innovó en materia de *dossiers* y de reportajes. (...) Influyó particularmente en la línea editorial, alejándola de la de *Le Monde*. Trajo un aire nuevo, original y vivificador, recurriendo a jóvenes colaboradores talentosos que no procedían del diario.”¹²

Comandado por Julien las ventas de LMD aumentaron. Sin embargo, el mensuario seguía estando bajo control de *Le Monde*. Su responsable tenía el título de “jefe de redacción”, pero el director oficial era el mismo del diario... Los periodistas de *le Diplô* –por entonces sólo dos– formaban parte de la Sociedad de Redactores de *Le Monde*. La sociedad tiene la prerrogativa de elegir a los directores del periódico, y en 1980 Julien tenía todas las de ganar para suceder a Jacques Fauvet¹³ en la dirección de *Le Monde*. Pero aún con el escrutinio a favor –y debido a la tensión exacerbada en las relaciones entre *Le Monde* y *le Diplô*–, Julien se vio impedido de acceder a su nuevo cargo.

Para preservar la autonomía de redacción, el director saliente, Fauvet, antes de dejar su cargo, elevó a Claude Julien a la categoría de “director” de *Le Monde Diplomatique*. La maniobra garantizaba que, en el seno de la misma empresa, existían a partir de entonces dos títulos: *Le Monde* y *Le Monde diplomatique*, con redacciones totalmente separadas. Otras publicaciones –*Le Monde de los Filatelistas* o *Le Monde de la Educación*, por ejemplo– que antes de la modificación estaban en igualdad de condiciones, no corrieron la misma suerte y continuaron dependiendo jerárquicamente del director del diario.

Desde entonces, los sucesivos directores de *Le Monde*

12 RAMONET, I., “Claude Julien” en *Le Monde diplomatique* N° 615, París, junio de 2005.

13 Periodista francés. Su carrera en *Le Monde* comenzó en 1948, fue responsable de la sección política, redactor en jefe adjunto y director de la publicación. En 1982 dejó el periódico y dirigió la Biblioteca Nacional de Francia hasta noviembre de 1984. Se desarrolló como vicepresidente de la Comisión francesa para la UNESCO hasta 1991. Falleció el 1/06/2002.

respetaron la línea editorial. Pero el equipo de *le Dipló* no se conformó con la pseudo autonomía. A lo largo de la década del '90 los miembros del equipo se esforzaron por controlar la gestión, poco a poco lograron que las cuentas de *Le Monde diplomatique* fueran administradas por separado. Asimismo instituyeron un Consejo de Orientación, que hacía las veces de Consejo de Administración.

Las ventas acompañaron el crecimiento gradual de la autonomía, pero las conquistas obtenidas ubicaron a *le Dipló* en un escenario paradójico: su redacción era independiente y también su gestión, pero seguía formando parte de una empresa, era una especie de isla, de enclave autónomo. Ramonet escribe en uno de sus editoriales que en los años '90 comenzaron “*la batalla por la filiación*”, y relata:

“Nuestra tesis sostenía que para preservar nuestra independencia y clarificar las relaciones con *Le Monde* era necesario crear una empresa filial diferente. Por entonces, ningún director del diario accedió a esa reivindicación, excepto el actual, Jean-Marie Colombani.”¹⁴

Efectivamente, Colombani, prometió la filiación durante su campaña en las elecciones internas de 1994 por la dirección de *Le Monde*. Una vez electo, la promesa se materializó a pesar de la hostilidad de la mayoría de las sociedades accionarias de *Le Monde*. Jean-Marie Colombani aceptó ceder hasta el 49 por ciento del capital de la nueva sociedad, *Le Monde diplomatique* S.A. a dos accionistas: la asociación Gunter Holzman (que reúne al personal de *le Dipló*) y la Asociación de Amigos de *Le Monde Diplomatique*¹⁵. En conjunto, ambas asociaciones poseen el 49 por ciento de las partes, es decir, mucho más que una minoría con capacidad de bloqueo (33,34 por ciento), lo que impide toda decisión que no cuente con su aprobación

14 RAMONET, I., “Claude Julien” en *Le Monde diplomatique* N° 615, París, junio de 2005.

15 La asociación juega el papel de garante de la independencia del periódico. Asimismo participa activamente en la difusión de las ideas de *Le Monde diplomatique* y organiza encuentros internacionales para debatir las temáticas abordadas desde las páginas del mensuario. En 2005 contaba con cerca de 5 mil adherentes. Su sitio web: www.amis.monde-diplomatique.fr

sobre dos temas susceptibles de afectar la independencia del medio: la reforma de sus estatutos y el aumento del capital. En efecto, los estatutos internos precisan que sólo se puede elegir el director de *le Dipó* entre los candidatos propuestos por la asociación Gunter Holzman. Por lo tanto, son sus miembros –es decir, el personal del periódico– quienes eligen a su director.

Para Ramonet la filiación concretó la autonomía editorial, autonomía que no solamente implica opinar editorialmente distinto, sino que en la práctica esto puede traducirse como diametralmente opuesto:

“Desde 1996 nuestros análisis fueron muy diferentes a los de *Le Monde* en numerosos temas. A veces –como durante la guerra de Kosovo– los puntos de vista eran francamente opuestos. No nos hemos privado de expresar en nuestras columnas los riesgos que implicaba la incesante ampliación de tamaño del grupo *Le Monde*. (...) la dirección del grupo siempre respetó nuestro derecho a la crítica.”¹⁶

Más allá de la similitud en los títulos, *Le Monde diplomatique* mantuvo el espíritu independiente del periódico al tiempo que logró diferenciarse de *Le Monde* a fuerza de editoriales y crónicas.

16 RAMONET, I., “Le Monde y le Dipló” en *Le Monde diplomatique*, N° 589, París, abril de 2003.

Capítulo 3

Edición Cono Sur

La actual edición confeccionada en Buenos Aires de *Le Monde diplomatique* llegó a los kioscos por primera vez en el mes de julio de 1999. En el año '89 hubo una primera edición de *el Dipló* que duró menos de un año y no funcionó, quizás porque se trataba de una traducción al 100 por ciento de LMD Francia. Mantenía el mismo formato y logotipo; para Carlos Gabetta, director de la versión en curso, “*si no te inclinabas para ver que estaba confeccionado en Buenos Aires, podías pensar que era un ejemplar del francés*”.

El Dipló, edición Con Sur es propiedad de la empresa Capital Intelectual¹⁷ que forma parte de un grupo empresario liderado por Hugo Sigman¹⁸. La tirada actual es de 30 mil ejemplares en todo el país, además de Gabetta trabajan tres redactores: Marta Vassallo, Pablo Stancanelli y Creusa Muñoz. Asimismo se desempeñan una diseñadora, Diana de La Fuente; una correctora de estilo, Julia Ariza; una secretaria, Patricia Orfila; un gerente de relaciones institucionales, Alejandro Mac Gaul; y yo como pasante en el área de redacción.

El 75 por ciento de las páginas de la publicación se completan con notas producidas por la redacción francesa y el 25 restante es de elaboración propia. La versión completa de la edición Cono Sur se retoma en Chile, Perú, Colombia, y a partir de noviembre de este año en Venezuela.

17 Empresa que edita –además de *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur– colecciones de libros sobre Ciencias Naturales, Política y Sociedad, Economía y Deportes.

18 Empresario de la industria química y biogenética global, Sigman controla los laboratorios Chemo Group, Ellea y Biogénesis, entre otros. En lo local, tiene inversiones inmobiliarias en Puerto Madero, una productora cinematográfica (OK Films, junto a al productor Oscar Kramer) y una cabaña productora de ganado, en la provincia de Chubut, entre otros negocios. En su momento financió las revistas *3 Puntos* y *TXT*.

Para desandar el camino hasta el primer ejemplar se realizó una entrevista con el director y principal impulsor de la publicación, Carlos Gabetta¹⁹, cuyos extractos se ubican a continuación.

– **¿Cuál fue su primer vínculo con LMD?**

– Primero como lector y luego como periodista, yo viví 8 años en Francia, hace 30 que estoy vinculado con ellos y colaboro desde el año '76. Fui amigo de Claude Julien, mucho más aun de Ramonet, entonces siempre tuve la ilusión de poder traer el periódico a la Argentina, pero no era fácil.

– **¿Cuáles fueron las principales dificultades?**

– Había que arreglar dos cuestiones, por un lado convencer a los franceses de que era necesaria una versión que tuviera material regional, local, oriundo. Y luego, la segunda tarea complicada era encontrar un financista que pudiera permitirse “banca” el plan de negocios. Mi idea siempre fue hacer una publicación profesional y comercial. *Le Monde diplomatique* es una publicación de mucho prestigio, es muy especial y está ubicada a la izquierda, entonces proliferan los militantes que se ofrecen a producir versiones locales. Por ejemplo en México se hicieron 4 ediciones y todas ellas funcionaron mal por distintas razones, pero básicamente porque nunca fue un proyecto profesional, empresario.

– **¿Qué pasos debió transitar para lograr radicar una versión en Argentina?**

– Desde el '95 hasta el '97 intenté concretar una edición local, hubo tratativas con *Página/12* y con *Clarín* para que saliera como un suplemento del diario, tal como sucede en *Il Manifesto* en Italia. Muy cansado de no lograr nada, en junio del '97 me harté y me volví a España. Por ese entonces yo era corresponsal de la revista *3 Puntos* y

¹⁹ De larga trayectoria profesional en Argentina, Francia, España y México, ha sido director del semanario *El Periodista* de Buenos Aires y de *Cuatrosemanas-Le Monde diplomatique* en Barcelona. Trabajó en la *Agencia France Presse*, París.

por ese carril conocía a Hugo Sigman, un día cualquiera en España se me apareció, cenamos y salió el tema LMD. Él me propuso hacerlo, yo le expliqué que hacía falta mucha plata... En ese momento, plena convertibilidad, hubo que invertir más de 1 millón de dólares. Yo sabía que el presupuesto iba a tardar 2 o 3 años en equilibrarse. Es un mensual, va muy lento, hace falta tiempo para que la gente lo conozca... y, en efecto, le presenté un plan de negocios a Sigman que auguraba el equilibrio en 3 años y llegó exactamente en el mes 30, es decir a los 2 años y medio. De modo que así empezó.

– **Muchos ven una incompatibilidad entre perseguir un objetivo comercial y la práctica de un periodismo orientado hacia la izquierda.**

– Por más que nos dediquemos a un público de izquierda, que critiquemos sistemáticamente a las multinacionales, el proyecto sí debe ser comercial y profesional porque cuando el dinero se termina el periódico se desmorona, tal como pasa con los periódicos militantes.

– **Usted se ha transformado en una especie de delegado en la región para la versión francesa pues se ocupa de evaluar a los candidatos latinoamericanos con voluntad de fundar una nueva versión del periódico en sus países, ¿cuáles son los requisitos?**

– Hay un principio básico que dice que en cada país hay que encontrar al Gabetta y al Sigman que se ocupen de esta cuestión. En Chile, por ejemplo, se trata de una sola persona, Víctor De la Fuente que viene de una familia de empresarios *progres*. En Colombia es una cooperativa. Ahora en Venezuela estamos contactando también a un empresario, aficionado al periodismo que ha sabido rodearse de buenos profesionales.

– **¿Cuáles son las diferencias editoriales entre las ediciones?**

– Los diferendos son temáticos, porque en las grandes líneas político-ideológicas hay una coincidencia clara, creo que no podría no haberla.

Sí hay matices muy sutiles, por ejemplo yo soy un poco más pro-israelí y menos pro-árabe que los franceses. Quienes se ocupan de Medio Oriente en la versión francesa son Alan Gresh y Dominique Vidal, judíos conversos, bien de izquierda y como el Estado de Israel ha virado hacia la derecha ellos se oponen tajantemente. Pero son matices, nos respetamos de un lado y del otro. Por ejemplo, yo he publicado artículos críticos hacia Cuba y ellos no lo hacen, pero no hay problemas porque partimos del mismo lugar. La matriz ideológica es la misma.

– **¿Cómo definiría esa matriz ideológica?**

–*Le Monde diplomatique* es un periódico republicano y casi ni hace falta agregar progresista, el concepto está implícito, porque con republicano queremos decir que perseguimos los ideales *Liberté, égalité, fraternité*, pero en especial *égalité*.

– **¿Por qué cree que LMD logra instalarse en territorios tan distintos como pueden ser Londres e Irán?**

–Porque hay un interés político, profesional e ideológico. Porque LMD ha descubierto, más allá de cualquier consideración política, que es un material que interesa en todo el mundo. No todas las publicaciones pueden hacer eso. Por ejemplo, si el matutino *Clarín* quisiera tener 30 ediciones internacionales no podría, no porque sea malo sino porque su contenido no interesa a nivel global. En cambio LMD da cuenta, todos los meses, del estado de situación en un montón de países del mundo y en un montón de situaciones en el mundo: la comunidad económica, la Unión Africana, el Mercosur, las guerras, el armamentismo, la ecología, los medicamentos... trata problemas humanos desde un punto de vista internacional, entonces en cualquier país del mundo – con el aditivo de la mirada regional, tal como lo que hacemos nosotros– funciona bien.

– **¿Cuál es el estilo periodístico de LMD?**

– Tenemos una fórmula que no cambia en ninguna de las versiones, se trata de un periódico hecho por especialistas, cuando los periodistas de la redacción escriben un artículo es porque lo conocen o han estudiado mucho el tema. La formula se basa en contactar a quien más ha estudiado un tema para que lo narre. Vamos en contra de la práctica actual, esa que pregona el “si vamos a hablar de Japón mandamos a un periodista en un avión con la historia japonesa en versión libro de bolsillo y ni bien pisa suelo oriental empieza a transmitir”. No practicamos el periodismo de salir a ver qué pasa en la calle, lo que está pasando ya lo sabemos, lo que buscamos es entender por qué está pasando.

– **Después de 8 años en los kioscos, ¿cree que la edición Cono Sur está instalada?**

– *El Dipló* está instalado, no sé si está en el lugar que se merece... en realidad tampoco sé muy bien qué significaría eso. Es difícil evaluarlo, a mi entender hay un “ninguneo” evidente. Nuestra información no se levanta en los medios, cuando la levantan no citan la fuente, jamás van a reconocernos nada.

– **Aún así tiene un gran prestigio...**

– Sí, muy grande, yo sé que los periodistas lo leen, también lo compran los políticos y los sindicalistas. Es una publicación de la que se habla poco pero se lee mucho.

Experiencia personal

Mi primer acercamiento formal en la labor periodística fue en marzo de 2004, por ese entonces cursaba el último año de la tecnicatura en periodismo de TEA y uno de los profesores me recomendó para la producción periodística de un programa radial. En la producción de *El Tren* (lunes a viernes a las 20 por AM 740, Radio Cooperativa) trabajé por dos años hasta que otras oportunidades laborales se me fueron presentando: hice móviles en un programa radial en el Partido de la

Costa durante la temporada de verano en 2005 y junto a un grupo de compañeros conduje nuestro propio producto radial, *Un hueco en el muro*, durante dos años.

A fines de 2005 comencé a trabajar en una revista dedicada a un público adolescente, *TKM*, donde continúo colaborando; sin embargo sentía la necesidad de desarrollarme profesionalmente en otro ámbito, uno donde sintiera que podía aprender, crecer... siguiendo el segundo consejo de mis padres con respecto a mi futuro laboral –el primero fue: “No te desesperes, la oportunidad va a llegar”–, me dediqué, durante meses, a enviar sumarios y mis referencias a aquellos medios donde claramente me visualizaba trabajando. Uno de esos correos electrónicos con mis datos llegó a la redacción de *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, en octubre de 2005. Pasaron algunos meses, y en junio de 2006 me llamaron de parte de Carlos Gabetta y después de varias entrevistas comencé mi pasantía.

Mis tareas fueron mutando a lo largo de estos 15 meses, en un principio mi única actividad consistía en ordenar el archivo, pasó el tiempo y empecé a participar más de la edición del periódico. Leía algunos artículos que venían de Francia y asistía al director en la búsqueda de material para sus editoriales. El crecimiento fue gradual, pero al mismo tiempo frenéticamente acelerado: no habían pasado tres meses y yo ya tenía asignada la tarea de confeccionar dos secciones fijas del mensual (los encuentros y la reseña de las revistas académicas), evaluaba los artículos franceses y me encargaba de su seguimiento (cotejar el texto original con la traducción, reescribir los artículos para *aggiornarlos* a la región). Asimismo empecé a encargarme de pasar las correcciones (un trato directo con el corrector y el diseñador que implica, no sólo su aspecto mecánico –pasar en el programa de paginación las tres correcciones marcadas por el corrector de estilo– si no también responsabilizarme por completar cualquier dato que pudiera faltar y realizar el seguimiento en detalle de cada cambio).

Estas transformaciones en mi trabajo se vieron acrecentadas por la confianza que Gabetta depositó en mí, me fue involucrando cada vez más en la publicación. Un porcentaje muy alto de las horas que paso en la redacción las dedico a buscar información para sus artículos, él me comenta cuál es la idea de sus notas y juntos vemos dónde podemos conseguir el material que necesita, de esta manera colaboro en la etapa primaria de la elaboración de los editoriales de *el Dipló*.

En el periódico solamente el 25 por ciento de los artículos son propios, por lo que publicar una nota parecía ser una meta bastante lejana, sin embargo en julio de 2007 publiqué mi primer artículo a doble página²⁰, se trató de una investigación sobre las posibilidades de cambio de estatus de Puerto Rico, teniendo en cuenta su actual condición de Estado libre asociado a Estados Unidos (colonia, en criollo).

En la actualidad continúo con mis tareas y encaro el nuevo proyecto de la publicación: el sitio web. Desde agosto de este año me ocupo del desarrollo de contenidos periodísticos para el nuevo sitio que se encuentra en plena construcción.

20 KOBELINSKY, F., "La Independencia de Puerto Rico" en *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, N° 97, Buenos Aires, julio de 2007.

Capítulo 4

El mundo *Dipló*

*“¡No hay que imaginar que se está formando un imperio mediático mundial! La mayoría de las ediciones dependen de la fuerte motivación de un pequeño grupo de hombres y –con mayor frecuencia– de mujeres, que le dedican su tiempo y disponen de recursos limitados. Tan es así que el equilibrio de muchas de ellas es frágil...”*²¹, con estas palabras Dominique Vidal, encargado de coordinar las ediciones internacionales, describe el panorama mundial de *Le Monde diplomatique*.

En la actualidad se encuentran en circulación 41 ediciones internacionales del periódico, 24 de ellas tienen versión en papel y sitio web. De las restantes, 10 se venden en los kioscos en el formato tradicional y 7 están solamente en versión digital.

La expansión del periódico por el mundo comenzó a concretarse a mediados de los '90. Las ediciones internacionales de *el Dipló* eran 5 a fines de 1996 (con un tiraje total de 500.000 ejemplares), 6 a fines de 1997, 7 a fines de 1998 (el tiraje llegó a 700.000), 10 a fines de 1999, 13 a fines de 2000 (se cruzó la barrera del millón de ejemplares), 16 a fines de 2001, 22 a fines de 2003, 25 a fines de 2004 (con 1,5 millones de ejemplares), 27 a fines de 2005 y más de 40 en noviembre de 2006²².

Desde París siempre se incentivó la difusión en el extranjero del formato, sin embargo la selección de quién o quiénes encabezan las distintas publicaciones se materializa a fuerza de confianza. *“Casi todos nuestros socios tomaron la iniciativa por sus propios medios. Ya sean herederos del Mayo Francés diseminados por el mundo, miembros del movimiento altermundialista o simplemente representantes de órganos de prensa preocupados por una mejor*

21 VIDAL, D., “L'international du Dipló” en *Le Monde diplomatique* N° 632, París, noviembre de 2006.

22 Véase el mapa de ediciones internacionales en la próxima página.

cobertura de las realidades internacionales, todos quieren aprovechar los enfoques de el Dipló, que juzgan serio, documentado y crítico”, explica Vidal, y agrega que en distintos puntos del planisferio tienen amigos de confianza que se encargan –por región– de evaluar la viabilidad de los nuevos proyectos. Por ejemplo Carlos Gabetta, director de la edición en Buenos Aires se ocupa de evaluar las propuestas de la región latinoamericana.

Pool

Con la multiplicación de las ediciones en un mismo idioma, las regiones se fueron organizando. Berlín produce una edición alemana que retoma –con algunas variantes– la Suiza germana y Luxemburgo. Asimismo, Buenos Aires se organizó con Madrid para traducir los artículos franceses al español y redacta otros dedicados a América Latina que luego retoman Chile, Colombia, Perú y pronto Venezuela, donde se volverá a publicar el periódico.

Otro de los grandes desafíos fue organizar la producción en árabe, luego de varios intentos frustrados se desarrolló una filial: *Le Monde diplomatique*, ediciones árabes. Los artículos se traducen en París y están disponibles por suscripción. Imitando el mecanismo adoptado en Europa del Este y en Latinoamérica; Egipto, Arabia Saudita y Qatar retoman la edición producida en París.

Cuando se le pregunta a Vidal qué fue lo que produjo un crecimiento de las ediciones internacionales así de sostenido en los últimos 10 años, responde que “*una doble ruptura hizo posible este ritmo: por un lado en el mundo árabe, pero también y sobre todo en los ex países del ‘campo socialista’ europeo: Serbia, luego Bulgaria, Croacia, Eslovenia y, en 2006, Rumania, Polonia, Rusia y Hungría. Una ruptura del mismo tipo parece ser posible en Asia: tras el sitio de internet en Japón y la cooperación comprometida en India con la*

revista Hard News, acaba de ver la luz una edición en Corea del Sur. La próxima etapa debería ser china... ”²³.

Para Gabetta esta expansión tiene que ver con la mirada abarcadora que pregona *el Dipló*: “*Mantiene la vigencia de sus artículos en cualquier parte del planeta porque toma al mundo como uno todo y no deja de informar sobre ninguna región*”²⁴.

Escenarios adversos

En otoño de 2002, tres intelectuales franceses de origen iraní expresaron su deseo de traducir el diario al farsi y *subirlo* a la red, con la ayuda de benévolos traductores. Seis meses después el proyecto ya estaba en marcha, y en Teherán no pasaba inadvertido. En la primavera de 2003, el diario municipal, *Hamchari*, reprodujo una serie de artículos antes de que los partidarios del entonces futuro presidente Mahmud Ahmadineyad volvieran a manejar el periódico. Cercano al ex presidente Rafsanjani, el diario *Sharg* tomó la posta durante el otoño, pero abandonó la iniciativa rápidamente al estimar que *el Dipló* era demasiado crítico del neoliberalismo.

Finalmente en 2005 comenzó una nueva sociedad con el diario *Sedaye Edalat*, que lo edita en farsi. “*Más allá de los vaivenes políticos, lo esencial queda asegurado: los intelectuales iraníes tienen acceso en su idioma, en internet o en papel, a Le Monde diplomatique*”, concluyó Vidal.

²³ Entrevista, junio de 2007.

²⁴ Entrevista, julio de 2007.

Capítulo 5

El paso a paso de la reproducción

La posibilidad de que un mismo título llegue a los kioscos de más de 40 países en idiomas muchas veces difíciles de modular en voz alta (los aliento a hacer el intento y gritar *Le Monde diplomatique* en farsi o en japonés) requiere de un proceso de reproducción sumamente aceitado. Cuando hablamos de ‘reproducción’ y a dicha palabra la combinamos con la de ‘proceso’, como resultado muy difícilmente supongamos que se trata de un trabajo intelectual, menos aún llegaríamos a esa conclusión si a la ecuación no le sumamos el nombre de reconocidos intelectuales como Samir Amin, Juan Goytisolo, José Saramago, Eduardo Galeano, Noam Chomsky, o Gabriel García Márquez (todos asiduos colaboradores del periódico). Sin embargo para que las distintas versiones de *el Dipló* se materialicen se torna necesario un proceder ordenado que garantice su reproducción. En este capítulo intentaremos dar cuenta del cuidadoso paso a paso que transforma a los miembros, de las distintas redacciones del título en el mundo, en obreros de la tinta y el papel como reza la canción²⁵. Utilizaremos como hilo conductor del engranaje reproductivo del periódico la edición de *el Dipló* Buenos Aires.

La edición argentina de *Le Monde diplomatique*, depende contractualmente del mensual francés, de hecho tiene la obligación de completar el 75 por ciento de sus páginas con artículos provenientes de la casa madre. A su vez, *el Dipló* Buenos Aires, tiene un segundo contrato firmado con las ediciones latinoamericanas (Chile, Perú y Colombia) en el que se estipula que las traducciones al español de los artículos en francés se efectúan en la Argentina. Asimismo explicita que las versiones de América Latina están habilitadas a reproducir notas periodísticas sobre la región realizadas

²⁵ El tema musical “Maquillando las noticias”, del grupo Facón fue la cortina de la serie televisiva *Primicias*, historia que transcurría en una redacción. El programa se emitió en la pantalla de Canal 13 durante el año 2000.

por el equipo de redacción de la edición Cono Sur. La tercera relación formal con una edición internacional es con la española, puesto que desde argentina se editan y traducen al español las notas realizadas en Francia y que luego se publicarán en castellano.

Las Formalidades

La estructura de LMD tiene rasgos característicos que todas las versiones internacionales respetan, aunque no exista ningún manual de estilo tangible, las reglas son claras y hacen a la idiosincrasia de la publicación.

Se imprime a cuatro colores, la cantidad de caracteres promedio de una página es de 10 mil y todos los artículos –a excepción de los recuadros– deben llevar notas al pie que agreguen información que pueda serle útil al lector para comprender la temática del artículo.

La práctica periodística de LMD no sigue las estructuras del periodismo informativo, los artículos se asemejan mucho más a un trabajo académico algo edulcorado. Los autores suelen ser especialistas en la temática a abordar, por lo tanto su lenguaje es bastante específico. La redacción de los artículos, entonces, difiere de una clásica nota periodística de cualquier otra publicación, si bien suelen ser editados –y muchas veces reescritos– por los periodistas del staff, conservan la jerga propia del campo académico del que proviene el autor.

No es difícil que en las aulas de los talleres prácticos de cualquier carrera de Periodismo se dé una búsqueda casi obsesiva por lograr en los trabajos frases cortas, ‘que digan mucho con poco’ y que respeten la estructura sujeto y verbo-predicado. Las frases que completan las distintas versiones de LMD en el mundo suelen nutrirse de estructuras más extensas, donde el lector no pueda distraerse ni leer

a la ligera porque no las comprendería. Leer un párrafo de *el Dipló* pensando en otra cosa –y pretender asimilarlo– es una tarea casi imposible. Por ejemplo:

“El diferendo en torno al velo en la escuela no enfrenta, como algunos pretenden, a feministas necesariamente prohibicionistas con antirracistas carcomidos por una “culpabilidad pos-colonial” que los haría complacientes respecto del islamismo e indiferentes a la suerte de las “chicas de los barrios periféricos.”²⁶

La complejidad de cada párrafo de la publicación no significa que su redacción sea premeditadamente difícil, sino que justamente es un periódico elaborado para ser consumido con tiempo, en el que el lector pueda prestar atención y realice un trabajo intelectual. *Le Monde diplomatique* informa, pero no está pensado para hacerlo al paso. Un titular o un copete no concentran lo más importante del artículo sino que invitan al lector a informarse con el cuerpo de la nota. Decididamente en el primer párrafo de cualquier nota –elegida de forma aleatoria– no encontrarán la información más importante del artículo.

Otra de las características que distinguen a LMD son las ilustraciones. El periódico concibe a cada una de las páginas como un todo, cada artículo está ilustrado con obras artísticas que lo identifican. Así, el *dossier* sobre el aniversario de los 30 años del último golpe militar argentino está ilustrado por *Los monumentos*, dibujos de Carlos Alonso²⁷. El artículo “La derecha estadounidense contraria a la guerra”, sobre el fracaso militar en Irak, está acompañada por la reproducción de un cuadro de Andy Warhol²⁸; el *dossier* sobre energía en Chile, con *First person plural*, un óleo sobre

26 TEVANIAN, P., “Antilaica, antifemisnita y antisocial”, en *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, N° 56, Buenos Aires, febrero de 2004.

27 GABETTA, C., MARÍA LOZADA, S., SZMUKLER, B., CALCAGNO, A., “30 años después” en *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, N° 81, Buenos Aires, marzo de 2006.

28 BRECHER, J., SMITH, B., “Atasco militar en Irak” en *Le Monde diplomatique*, edición española, N° 132, Valencia, octubre de 2006.

tapiz floreado y frazada, de Jarpa Voluspa²⁹; y el informe especial sobre el aniversario de los 40 años de la Guerra de los Seis Días, cuenta con el impacto visual del material fotográfico de la época producido por agencia Magnun³⁰.

Quizás una de las cualidades más admirada en el medio sea su prolijidad gramatical, semántica y estilística, imposibles de lograr sin una corrección exhaustiva. Las páginas de LMD son sometidas a varias correcciones (según la complejidad del artículo llegan a pasar hasta cuatro veces por la pluma de los correctores³¹).

Primera quincena

Siempre tomando como eje a la edición Cono Sur podemos realizar una clara división en los tiempos de trabajo. Durante los primeros 15 días del mes, que nosotros llamaremos Fase A, la tarea en la redacción focaliza en pergeñar cómo completar las páginas del próximo ejemplar. Recordemos que el 75 por ciento del periódico se elabora con notas que vienen de Francia y el restante 25 por ciento es de producción local. Para comprender este proceso resulta más claro explicarlo paso a paso: durante los primeros 15 días del mes en las redacciones de las versiones internacionales se trabaja con dos pre sumarios, por un lado el del mensuario francés y, por el otro el propio.

Artículos franceses: fase A

En el pre sumario francés se detalla la cantidad de artículos, quiénes lo van a confeccionar, cuánto espacio ocupará y cuándo se estima estarán completos.

Esta información llega a las redacciones de las distintas ediciones a través de la red interna del periódico (Intranet). La

29 SOHR, R., "Chile y su inseguridad energética" en *Le Monde diplomatique*, edición chilena, N° 73, Santiago de Chile, abril de 2007.

30 LAURENS, H., RAPOPORT, M., KODAMI, B., "La Guerra de los Seis Días" en *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, N° 96, Buenos Aires, junio de 2007.

31 Ver pruebas de página en el anexo de este trabajo.

comunicación entre los responsables de cada versión y el coordinador en la redacción francesa, Dominique Vidal, depende de Intranet. Una especie de página web donde Vidal y su equipo *cuelgan* toda la información necesaria para llevar a cabo la publicación.

En simultáneo a la recepción del pre sumario comienzan a llegar los textos de los artículos, generalmente primeras versiones que luego sufrirán cambios. La tarea del equipo de redacción es la de evaluar las notas francesas mientras un equipo de traductores *free lance* las trabajan. Hasta contar con el material en español, decidimos –en reunión de redacción– cuáles son los artículos que más nos interesa publicar, la decisión depende de varios factores: que sea de interés para nuestro público latinoamericano, que no se contradiga con el material local y que estemos de acuerdo con la posición del autor, o en caso contrario, creamos necesaria la publicación de esa opinión con la que no comulgamos.

Una vez que recibimos las traducciones de todos los artículos –aunque no los vayamos a publicar– comenzamos su proceso de revisión y edición. Esto quiere decir que, con el texto en francés en mano, chequeamos los términos, editamos los artículos y sumamos la información que sea necesaria para que los lectores latinoamericanos comprendan la nota. Esto supone, en repetidas ocasiones, agregar recuadros con cronologías, contextualizar ciertos acontecimientos que se dan por sabidos por el autor e incluir notas al pie que amplíen la información. La edición Cono Sur, se encarga de distribuir los artículos ya editados en español al resto de las ediciones latinoamericanas y a la española.

Artículos locales: fase A

Durante los primeros días del mes, y en paralelo con el trabajo que se realiza sobre las notas que provee la redacción francesa, confeccionamos el pre sumario local de notas producidas en Argentina, o en el exterior a pedido del director. Por lo general

publicamos un *dossier* elaborado por especialistas nacionales, la realización de este trabajo lleva varios meses pero en esta fase se concreta, el director y un redactor llevan la tarea de coordinar el grupo de trabajo. El redactor asignado también edita esas notas y le presenta la última versión al director para que sea él quien dé el visto bueno. Al *dossier* de cada mes se le suman otros artículos, algunos realizados por especialistas y algunos elaborados en el seno de la redacción. El promedio de notas realizadas por el equipo de redacción del periódico que se publican es una cada cinco meses (con excepción del editorial mensual del director). Este dato numérico deja en evidencia la primacía de notas elaboradas por especialistas que no necesariamente son periodistas, y asimismo muestra que la tarea principal de un redactor de LMD, edición Cono Sur, es la de editar, reescribir y adecuar los artículos al estilo propio de la publicación.

Una vez que el pre sumario está discutido, se envía esta información a las ediciones latinoamericanas para que realicen la misma tarea que nosotros: ellos evalúan tanto las notas francesas como las argentinas y luego deciden cuáles publicarán. La única diferencia entre las notas francesas y las confeccionadas en el país reside en que las ediciones latinoamericanas recibirán, como primera versión de éstas últimas, la versión final; mientras que la versión acabada de las notas francesas llegará con el cierre de la publicación.

Segunda quincena

A este período lo denominaremos Fase B, durante los últimos 15 días del mes la tarea primordial es la del ‘cierre’, en esta fase se suman dos nuevos integrantes a la redacción: el diseñador y el corrector. Durante estos 15 días se comienza con la puesta en página del mensuario. Y como sucede en la ya mencionada Fase A, las notas que vienen de la casa madre recorren un camino diferenciado de las notas locales.

Artículos franceses: fase B

Por lo general las notas que vienen de Francia llegan, en un principio, sin el título, la volanta, el copete ni los subtítulos. Por lo tanto el artículo se planta en página sin esos elementos. El redactor que estuvo a cargo de la edición de cada artículo es también el encargado de hacerle un seguimiento con el objetivo de estar atento a cualquier modificación que pueda surgir, así como garantizar la actualización de los datos si se tratase de un tema de coyuntura. El artículo pasa por dos correcciones de estilo, una vez que esta etapa es superada se coteja la nota ya puesta en página con el BAT³² (*Bon à tirer* –listo para imprimir en francés–) Este chequeo de datos también es tarea del periodista local a cargo del seguimiento de la nota. En el BAT están todos los datos que faltaban en la Fase A (título, volanta, copete, subtítulos y correcciones de último momento). Cuando ya no quedan más modificaciones periodísticas por realizar, el corrector de estilo del periódico lo vuelve a ver y da su visto bueno. Ese material, ya prácticamente listo, sólo necesita la aprobación del director.

En resumen: cada artículo producido en el exterior necesita tres correcciones de estilo, la mirada atenta del redactor local con respecto a las modificaciones periodísticas de último momento y una última verificación del director del mensuario.

Artículos locales: fase B

Las notas que se realizan en Argentina también pasan por tres correcciones de estilo y el redactor a cargo de la edición es quien mantiene un diálogo directo con el autor con el fin de adaptarlo al estilo de LMD, la versión final del texto –ya trabajado por el periodista de la redacción a cargo– siempre es chequeado por el autor quien debe aprobar todas las modificaciones producto de la edición.

32 El BAT es la página de LMD francés tal cual como se va a imprimir para su difusión, en formato PDF, el acceso a ese material es a través de Intranet.

Cuando todas estas etapas se cumplen, la última palabra la tiene, al igual que con el resto de los artículos, el director.

Cuando las páginas están completamente cerradas, es decir listas para mandar a imprenta, ese material se pone a disposición de las ediciones latinoamericanas cuyo acceso se posibilita también a través de Intranet. Es en este punto donde se cristaliza la doble circulación: las ediciones regionales reciben las versiones acabadas de los artículos en francés y también los reciben en español. En definitiva el trabajo de traducción, edición y corrección estilística de los artículos a distribuir en Chile, Perú y Colombia –con excepción de su propia producción– se realiza en Buenos Aires.

En este punto termina la relación con el resto de las ediciones internacionales. La versión final de LMD, edición Cono Sur va a imprenta, donde un miembro de la redacción junto al director de la publicación revisan por última vez el prototipo del mensuario y se imprime.

Capítulo 6

La línea editorial de *el Dipló*

“El rechazo a todo hegemonismo geopolítico, a todo dogma económico que refuerce el poder del dinero, o a la pretensión de una cultura, cualquiera sea ésta, de imponerse en el mundo”³³, así sintetiza Ignacio Ramonet el espíritu de la línea editorial de *Le Monde diplomatique*.

Es nuestra voluntad lograr entender estas palabras, contextualizarlas y analizarlas desde el periodismo. En un primer paso resulta imperioso analizar la estructura del periódico, su estilo gráfico, que a primera vista nos brinda pautas. Las páginas publicadas en cualquier edición de LMD incluyen mucho más texto que imágenes, rara vez se utilizan gráficos y siempre –y esto es excluyente para cualquier artículo– llevan notas al pie. Sólo contando con este puñado de datos resultaría fácil confundir la publicación con una revista académica, cuyo público mayoritario fueran los técnicos y su venta restringida a librerías... *Le Monde diplomatique*, sin embargo es una publicación con más de un millón y medio de ejemplares mensuales tirados en todo el mundo, sí está escrito por especialistas –algunos podrían ser académicos, otros no– pero su público no es restringido, su distribución es netamente comercial, LMD se vende en los kioscos argentinos, en los chilenos, en los polacos, en los alemanes, en los franceses, y siguen las firmas...

Periodismo de exigencia

En las facultades de periodismo nos enseñan que para informar no alcanza con brindar la descripción precisa –y verificada por lo menos tres veces– de un hecho, sino también es necesario agregar un conjunto de parámetros contextuales (el famoso *background*) que permitan al lector la comprensión de su sentido más profundo.

33 RAMONET, I., “Claude Julien” en *Le Monde diplomatique* N° 615, París, junio de 2005.

Informar sería, en un principio, responder a preguntas básicas: ¿Quién hizo qué? ¿Con qué medios? ¿Dónde? ¿Cómo? ¿Por qué? ¿Cuáles son las consecuencias? Sin embargo lo que se aprende en las aulas no siempre se lleva a cabo con excelencia en las redacciones, bajo la influencia de la televisión el informar también cambia. Dice Beatriz Sarlo,

“Doña Rosa sólo puede vivir en un mundo de política *massmediatizada*... La política que le interesa está construida por los comunicadores, el orden del día propuesto por los noticieros de televisión, la confiabilidad sustraída de los representantes para ser administrada por los líderes de los *mass media*. A la cultura de la discusión parlamentaria... le sucede la de la mesa redonda televisiva donde los periodistas dictan cátedra (liberal, progresista, democrática o reaccionaria) a los políticos.”³⁴

El periodismo actual parece más pendiente por entretener, lograr el fallido, mediatizar la política y la justicia, simplificar los hechos. En la actualidad todo es más rápido, “*el tiempo es tirano*”, se repite hasta el cansancio y la información pierde vigencia en un instante, pero no por la presión de una novedad, si no más bien porque carece de profundidad.

Siguiendo los razonamientos críticos de la Escuela de Frankfurt, entendemos a la Industria Cultural como el proceso por el cual se reviste a la producción simbólica con un aire de semejanza, la producción cultural se homogeneiza. Para Adorno y Horkheimer³⁵, el peso de la industria cultural es muy imponente, y la superestructura ideológica también deviene una forma de producción en sí misma y por lo tanto también determina la base. Los medios de comunicación forman parte de la superestructura ideológica y los mecanismos de mercantilización descritos por Adorno en *Televisión y cultura de masas*³⁶ son los procesos que LMD pretende combatir.

34 SARLO, B., *Escenas de la vida postmoderna*, Ariel, Buenos Aires, 1994, pp. 91-92.

35 ADORNO, T., HORKHAIMER, M., *Dialéctica del iluminismo*, Editorial Sudamericana, México D.F., 1997.

36 ADORNO, T., *Televisión y Cultura de Masas*, Ediciones Lunaria, Buenos Aires, 2002.

La tendencia marca que al consumidor de los medios de comunicación se le ofrece la información ya desmenuzada, masticada, procesada y pensada. Es decir: fácil, predecible, sin profundidad. En términos de la Escuela de Frankfurt, estereotipada... el clisé.

Le Monde diplomatique predica un alternativa, la de exigirse y exigir. Los redactores de los artículos suelen ser especialistas en el tema, los periodistas de las distintas redacciones de las ediciones internacionales se especializan en un área y cubren para el periódico otro tipo de información dentro del campo.

La tradición del periódico marca la búsqueda constante de un periodismo profundo, que exija al lector, Paul Felix Lazarsfeld y Robert King Merton contruyeron la categoría de Disfunción Narcotizante para describir los efectos confusos que producen los medios de comunicación en sus consumidores. Decimos consumidores, porque lo entendemos como una actividad mecánica y justamente esto es lo que buscan Lazarsfeld y Merton con su categoría, las audiencias confunden el leer noticias sobre política o ver un noticiero, con participar de la política:

“El ciudadano interesado e informado puede felicitarse a sí mismo por su alto nivel de interés e información, y dejar de ver que se ha abstenido en lo referente a decisión y acción. En resumidas cuentas, toma su contacto secundario con el mundo de la realidad política, su lectura, escucha y pensamiento, como una prestación ajena. Llega a confundir el saber acerca de los problemas del día con el hacer algo al respecto. Su conciencia social se mantiene impoluta. Se preocupa. Está informado, y tiene toda clase de ideas acerca de lo que debiera hacerse, pero después de haber cenado, después de haber escuchado sus programas favoritos de radio y tras haber leído el segundo periódico del día, es hora ya de acostarse.”³⁷

De lo contrario, los medios de comunicación se transformarían así en la militancia más popular del mundo contemporáneo. *Le Monde diplomatique* es un periódico, un medio de comunicación, sin embargo busca la movilización. Cuando un artículo

37 MORAGAS, M., *Sociología de la comunicación de masas*, Gili, México D.F, 1985, pp. 35 y 36.

no es una mera repetición de otras notas, cuando va a lo profundo, al análisis; la búsqueda ya no se trata de lograr un mejor artículo, sino que persigue la participación. Las posiciones político-ideológicas de los autores de cada artículo son claras, no se esconden, uno de los ejemplos más evidente es el del director del mensuario francés que predica la movilización en cada uno de sus editoriales. Una de las evidencias más claras fue cuando, en medio del escenario nacional francés de *ballottage*, Ramonet llamó públicamente a votar en contra de Nicolas Sarkozy. O mismo en Bolivia, donde el director de la versión andina era Walter Chávez director de la campaña política de Evo Morales que lo llevó a la presidencia.

¿Un medio alternativo?

La transición hacia la movilización supone una visión inclusiva de la información y eso se consigue a través de los medios alternativos de comunicación. Pero, qué se entiende por ‘alternativo’: lo diferente, lo otro, la opción distinta, el otro camino... hasta aquí una definición aséptica o esterilizada, sin carga ideológica. Sin embargo, cuando se habla de los medios de comunicación automáticamente se los identifica con los *mass media* y sus efectos en las audiencias. Como contraposición de estos grandes grupos se ubican los pequeños medios, el barrial, el programa de radio comunitario, los sitios web o los blogs. ¿Pero todo medio alternativo tiene como condición el poco alcance o el bajo presupuesto económico? Quizás un medio con más de 40 ediciones internacionales, es decir masivo a escala mundial, sea alternativo a la hora de informar.

Fernando Reyes Mata, especialista chileno en comunicación incluye el concepto de la multidireccionalidad como base para la construcción de un medio alternativo:

“El concepto de multidireccionalidad encierra el propósito de reconocer que en el mundo de hoy existe una diversidad de culturas y modelos de desarrollo y que, en consecuencia, sólo es posible una comprensión del mundo propio y de los otros sobre la base de conocer

esas otras realidades sin prejuicios. Como consecuencia, esta perspectiva multidireccional reclama que los flujos de noticias den una presencia a los países del Tercer Mundo en la fuerza que corresponde a sus realidades, búsquedas y aspiraciones. Para ello se demanda una aproximación ansiosa de comprensión de las razones que están presentes en las otras realidades culturales, y no la conducta predominante actual en que los grandes medios de influencia internacional miran la realidad de los países periféricos con una óptica etnocéntrica y parcial.”³⁸

En efecto, *Le Monde diplomatique* acude a los otros para la confección de sus artículos, busca firmas por fuera de su propia redacción para multiplicar las voces; pero esos otros, los intelectuales (menester del que nos ocuparemos algunas líneas más abajo) fomentan la participación directa de los involucrados, instan a la participación de las distintas voces; el relato de los conflictos mundiales supone para *el Dipló* explorar las diferentes posturas³⁹.

Comenzamos el capítulo hablando del rechazo al hegemonismo geopolítico, pero el rechazo no puede traducirse en un mero discurso, desde LMD la manera de ejercer ese rechazo es haciendo suyo lo contra hegemónico. A través del lenguaje, en el uso y elección de las fuentes, en las herramientas empleadas, en los escenarios, en los fines, en las preguntas y respuestas. Intentando contraponer a las versiones oficiales la voz no oficial, ejerciendo el contrapoder. Este proceder a la hora de encarar la publicación nos hace pensar que, bajo el marco de globalización y capitalismo actual, LMD es un se sitúa dentro del periodismo alternativo.

Los intelectuales y el Dipló

Para Antonio Gramsci todo cambio revolucionario necesita un cambio de conciencia que el pueblo debe lograr desde su propio seno y no serle impuesto desde afuera, es decir, el pueblo debe alcanzar una

38 REYES MATA, F., “Búsqueda de una comunicación democrática, nuevo orden informativo: 1973-1983”, en *Nueva Sociedad* N° 71, marzo-abril de 1984, pp 62-68.

39 El dossier “La Guerra de los Seis Días”, (*Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur de junio de 2007) contó con una voz, árabe, una israelí y un historiador como herramienta contextualizadora.

transformación interna en su forma de pensar y actuar, para lograr la transformación de su sociedad.

Según Gramsci, ideología, en su sentido positivo, es la interpretación de la realidad a través de la cual el pueblo adquiere conciencia de las contradicciones económicas de la sociedad capitalista y de la necesidad de su superación. Por lo tanto, el interés de Gramsci por la cultura es precisamente el interés por el componente ideológico indispensable en todo proyecto emancipador.

Lo que Gramsci busca es evitar la contraposición entre las condiciones materiales y la conciencia, la estructura económica y la superestructura ideológica, porque considera que el movimiento histórico es el resultado de la interrelación entre las bases materiales y la actividad del hombre consciente. Por esta razón, una revolución no puede ser sólo transformación de las condiciones económicas, sino que también necesariamente debe producir cambios culturales y morales.

Gramsci elabora como concepto central de su teoría las nociones de hegemonía y de la influencia hegemónica de los intelectuales en los procesos sociales. Entendemos por hegemonía el poder ejercido desde la clase dominante, no sólo a través de la coacción sino difundiendo, gracias a sus intelectuales, su visión del mundo, su filosofía, su moral y sus costumbres entre los grupos dominados que terminan, de manera conformista, aceptando el sentido común de sus dominadores. Para este autor el aparato ideológico logra su difusión a través de los medios de comunicación que también están bajo su dominio. Esta conjunción es la que permite construir el 'sentido común' que garantiza la reproducción de la hegemonía.

Gramsci analiza en profundidad la función organizacional que cumplen los intelectuales entre la base económica material y en el plano ideológico, que son los elementos fundamentales de un determinado bloque histórico, en cuyo seno se desarrolla y establece

la hegemonía del grupo dominante. Para este autor no existe una clase independiente de intelectuales:

“Cada grupo social tiene su propia clase de intelectuales o tiende a formársela... cada grupo social, naciendo en el terreno originario de una función esencial del mundo de la producción económica, se crea conjunta y orgánicamente uno o más rangos de intelectuales que le dan homogeneidad y conciencia de la propia función, no sólo en el campo económico sino también en el social y en el político (...). Los intelectuales son los “empleados” del grupo dominante para el ejercicio de las funciones subalternas de la hegemonía social y del gobierno político.”⁴⁰

Cada grupo social tiene sus propios intelectuales orgánicos que son los que le dan unidad y conciencia de su función en el campo económico, social y político. En la batalla ideológica que las bases deben librar para la instalación de un nuevo sentido común.

Le Monde diplomatique cuenta con un sustento de intelectuales que le son propios, que conforman la base ideológica de este medio de comunicación; justamente son la herramienta para, en términos de Gramsci, copar los medios de comunicación constituidos en la herramienta más importante que posee la clase dominante para garantizar la continuidad de su hegemonía. Estos intelectuales son los hombres y mujeres, que circunstancialmente, ejercen el papel de autor, de ser las firmas que construyen la postura política contra hegemónica de LMD en el mundo.

Decisiones propias

Las ediciones internacionales de *el Dipló* en el mundo están dotadas de una producción local, se trata de artículos elaborados bajo los parámetros propios de cada redacción. La posibilidad de encarar artículos que traten las problemáticas distintivas de cada país completa el círculo que permite inferir que la información brindada en cada número ubicará al lector en un panorama global, pero también específico para cada región. En resumen, la suma de los artículos

40 GRAMSCI, A., *Los intelectuales y la organización de la cultura*, Juan Pablos Editor, México D. F., 1975, pp.12 y 18.

internacionales y los locales da como resultado un LMD distintivo y único dependiendo del país donde se publique.

Durante la producción propia pueden presentarse visiones editoriales que difieran con el enfoque del mensuario francés, si bien la visión global del mundo suele ser la misma, cuando se hila más fino las diferencias existen. Lejos de coartar la expresión de una opinión distinta, es política de LMD Francia no intervenir. De la misma manera puede suceder que una versión internacional no comulgue con el enfoque planteado desde París, y sencillamente no publique ese artículo. En términos de Jacques Hassoun, podríamos decir que entre la redacción francesa y las distintas ediciones internacionales se da una Ética de la Transmisión⁴¹.

Para este autor quien transmite debe ser lo suficientemente amplio y objetivo como para que el receptor decida qué aceptar y qué rechazar de esas transmisiones. De lo contrario la rigidez sienta las bases para que el receptor rompa con el transmisor, o muy por el contrario, se erija en un fundamentalista de conceptos que no le son propios.

Le Monde diplomatique practica y pregona esta ética de la transmisión. Durante la preparación del número de abril de 2007 de la edición Cono Sur, en la redacción se planteó una disyuntiva sobre la línea editorial con respecto a un tema específico: la situación política del régimen cubano luego de los problemas de salud de Fidel Castro. Creíamos que era importante fijar una postura desde el periódico, una visión que sólo le pertenecía a la edición de Buenos Aires.

La decisión de encarar una cobertura sobre la situación cubana fue absolutamente unilateral, es política de la redacción francesa no opinar sobre Cuba, menos cuestionar sus políticas. Más allá de conocer la postura editorial de París, la edición Cono Sur puso en tapa un informe especial sobre la isla caribeña cuyas líneas se

41 HASSOUN, J., *Los contrabandistas de la memoria*, Ed. De la Flor, Buenos Aires, 1996, pp. 168-179.

caracterizaron por la crítica desde el progresismo⁴². El trabajo completo circuló tanto en Argentina, como en las versiones de los diferentes países de la región que decidieron publicarlo. Claramente desde París no estaban de acuerdo con la postura tomada en Buenos Aires, pero los espacios de movilidad para expresar las diferentes visiones dentro de un parámetro general primaron.

⁴² Ver la cobertura completa en el anexo de este trabajo.

Conclusiones

En la actualidad se editan más de un millón y medio de ‘Diplós’ en el mundo, pero cada una de las versiones es singular, el aditivo local se transforma en el sustento del resto de la publicación. Si quitáramos las primeras páginas sobre América Latina –producidas en Argentina–, la edición Cono Sur no sería tal, estaríamos hablando de “*le Dipló, en castellano*”, y muy probablemente se dificultaría su inserción en el mercado latinoamericano. En cambio, el marco que proporcionan las regiones del mundo donde se producen los periódicos se transforma en una especie de ‘colchón’, de base, donde descansa y recobra sentido el resto del contenido de la publicación. Cada edición de LMD en el mundo logra mantenerse en el mercado por el equilibrio entre los contenidos ‘importados’ de Francia y los contenidos locales.

La confección de cada versión, no importa en qué país se realice, supone también el desarrollo de una estructura particular de praxis periodística, aquella que pregonaba el estudio pormenorizado de cada temática antes de siquiera plantear la idea en una reunión de redacción, LMD divulga temas y posturas antes reservadas para una minoría.

El germen del actual abanico de ediciones internacionales de *Le Monde diplomatique* nació en Francia, un país donde los medios tradicionalmente forman parte del quehacer político cotidiano. La búsqueda de *le Dipló* por una emancipación del periódico *Le Monde* marcó, desde el principio, la identidad de la publicación, una identidad que fue enriqueciéndose con el tiempo, pero que desde un inicio se apoyó en aquella “*matriz ideológica republicana*” que caracterizaba Gabetta.

En este contexto, imaginarse a las versiones internacionales tan sólo como una copia del original es subestimar los cimientos del formato. *Le Monde diplomatique* nació como un boletín informativo destinado a la comunidad diplomática cuyo fin era el de acercar

información sobre el mundo a aquellos que lo conducían. Esta información abarcaba territorios raramente explorados por el periodismo contemporáneo. Con el correr de los años esa misma riqueza informativa llegó al público en general (otra conquista de la plantilla de empleados franceses). Hoy, no solamente la información producida en Francia para los –otrora– diplomáticos llegó al francés medio, sino que esas mismas posturas, más las pensadas y diseñadas en cada país donde se produce una versión del periódico, se insertaron en el mundo. Este proceso hizo que cada edición se transformara en una ‘versión mejorada’ de *el Dipló* para su región.

Definitivamente la propagación global de LMD es mucho más que la producción en cadena de una franquicia, es la exportación e instalación de una práctica periodística particular. Esta práctica logra su cometido cuando las redacciones locales respetan las bases del periódico, pero al mismo tiempo se ocupan de *aggiornar* el contenido de la publicación para unificarlo con el interés propio de cada país.

Se podrá estar de acuerdo, o no, con las opiniones vertidas en los artículos del periódico, pero muy difícilmente se lo podrá juzgar falta de contenido, fundamentos o investigación. Todas las ediciones de *el Dipló* proponen el esfuerzo intelectual, buscan despertar la participación del lector y cuentan con un sustento ideológico intelectual consecuente con la tarea. Siguiendo un idioma más coloquial, se podría decir, por ejemplo, que *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur tiene ‘lo mejor de los dos mundos’: descansa en la tranquilidad de ser una sucursal, pero es tan confiable que tiene la libertad de tomar sus propias decisiones sin consultarle al jefe.

Bibliografía

Libros

ADORNO, T., *Televisión y Cultura de Masas*, Ediciones Lunaria, Buenos Aires, 2002.

ADORNO, T., HORKHAIMER, M., *Dialéctica del iluminismo*, Editorial Sudamericana, México D.F., 1997.

FERENCZI, T., *L'Invention du journalisme en France*, Payot, París, 1996.

GRAMSCI, A., *Los intelectuales y la organización de la cultura*, Juan Pablos Editor, México D. F., 1975.

HASSOUN, J., *Los contrabandistas de la memoria*, Ediciones De la Flor, Buenos Aires, 1996.

KOVACH, B., ROSENSTIEL, T., *Los elementos del periodismo*, Ediciones El País, Madrid, 2003.

MARX, K., *El 18 Brumario de Luis Bonaparte*, Prometeo Libros, Buenos Aires, 2003.

MORAGAS, M., *Sociología de la comunicación de masas*, Gili, México D.F, 1985.

BOSQUET, A., *Les bonnes intentions*, Grasset, París, 1975.

SARLO, B., *Escenas de la vida postmoderna*, Ariel, Buenos Aires, 1994.

Diarios y revistas

BRECHER, J., SMITH, B., “Atasco militar en Irak” en *Le Monde diplomatique*, edición española, N° 132, Valencia, octubre de 2006.

“El mosaico de la regulación en Europa” en *El País*, Madrid, 17 de octubre de 2005.

GABETTA, C., MARÍA LOZADA, S., SZMUKLER, B., CARCAGNO, A., “30 años después” en *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, N° 81, Buenos Aires, marzo de 2006.

GABETTA, C., STEFANONI, P., “Horas de cambio en Cuba” en *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, N° 94, Buenos Aires, abril de 2007.

KOBELINSKY, F., “La independencia de Puerto Rico” en *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, N° 97, Buenos Aires, julio de 2007.

RAMONET, I., “Claude Julien” en *Le Monde diplomatique*, N° 615, París, junio de 2005.

RAMONET, I., “*Le Monde y le Dipló*” en *Le Monde diplomatique*, N° 589, París, abril de 2003.

REYES MATA, F., “Búsqueda de una comunicación democrática, nuevo orden informativo: 1973-1983”, en *Nueva Sociedad* N° 71, marzo-abril de 1984.

SOHR, R., “Chile y su inseguridad energética” en *Le Monde diplomatique*, edición chilena, N° 73, Santiago de Chile, abril de 2007.

TEVANIAN, P., “Antilaica, antifemisnita y antisocial”, en *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, N° 56, Buenos Aires, febrero de 2004.

VIDAL, D., “L’international du Dipló” en *Le Monde diplomatique*, N° 632, París, noviembre de 2006.

Ediciones internacionales

ALEMANIA, Berlín, febrero de 2002.

CHILE, N° 75, Santiago de Chile, junio de 2007.

ESPAÑA, N° 132, Valencia, octubre de 2006.

FRANCIA, N° 635, París, febrero de 2007.

INGLATERRA, Londres, junio de 2007.

MÉXICO, N° 52, México D.F, enero-febrero de 2002.

PERÚ, N° 1, Lima, mayo de 2007.

PORTUGAL, N° 28, Lisboa, julio de 2001.

SUIZA, Zürich, julio de 2007.

TURQUÍA, Estambul, octubre de 2002.

Ediciones digitales

COREA DEL SUR: <http://lemonde.co.kr>

CUBA: <http://eo.mondediplo.com>

HUNGRÍA: www.monde-diplomatique.hu

IRÁN: <http://ir.mondediplo.com>

JAPÓN: www.diplo.jp

MUNDO ÁRABE: www.mondiploar.com

RUMANIA: www.monde-diplomatique.ro

