

Pensamiento crítico y procesos de construcción de agenda-framing

*Le Monde Diplomatique (edición española) (1995-2006)*¹

Pablo López Rabadán - Becario FPI²

Departamento Ciencias de la Comunicación 2 - Universidad Rey Juan Carlos

EJE TEMÁTICO – Teoría de la comunicación. También tiene relación con otros dos ejes temáticos: Comunicación política, y Globalización y democracia.

PALABRAS CLAVE – *Le Monde Diplomatique (edición española)*, análisis de contenido, y agenda temática.

RESUMEN – En esta comunicación se expone el planteamiento y los resultados de un estudio monográfico sobre *Le Monde Diplomatique (edición española)* que toma como referencia teórica las perspectivas de *agenda-setting* y *framing*, y como punto de partida la hipótesis de que a lo largo de una década de trayectoria profesional este periódico ha construido una sólida representación del pensamiento crítico en nuestro panorama comunicativo a partir de una agenda temática diferenciada y un framing específico.

A través del desarrollo y aplicación de una metodología de análisis de contenido propia, que incorpora categorías cualitativas en la revisión de una muestra exhaustiva de la publicación (120 ejemplares), esta investigación presenta dos objetivos principales:

- Realizar un estudio sistematizado e introductorio sobre el mapa temático general desarrollado por la publicación durante 10 años completos.
- Analizar en profundidad una parte representativa, significativa y transversal de su agenda temática, “El sistema comunicativo y cultural contemporáneo”.

Tras completar la investigación, los resultados descriptivos obtenidos acerca del formato y el tratamiento especializado de este medio de comunicación han permitido formular conclusiones interpretativas respecto a la definición, las características y el proceso de construcción de su propuesta comunicativa crítica.

¹ Esta comunicación tiene relación directa con parte de los contenidos de un trabajo de investigación de doctorado (del mismo título y autor) realizado durante el curso 2005-06, dentro del programa de doctorado *Investigar y desarrollar la Sociedad de la Información*, del departamento Ciencias de la Comunicación 2 de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC).

² Beca predoctoral del Ministerio de Educación y Ciencia unida al proyecto de investigación SEJ2004-04920 (“Política, información y ciudadanía en campaña electoral”), del Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación (GEAC) de la URJC.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación está planteada como un intento de analizar la representación mediática del pensamiento crítico contemporáneo desde una perspectiva comunicativa relevante, el campo teórico de la *agenda-setting* y el *framing*. Estas técnicas interpretativas de análisis surgen en los años 70 y 80, y todavía se encuentran en fase de discusión-evolución teórica, presentando una gran actividad investigadora y posibilidades de desarrollo. En concreto, esta investigación se va a centrar en la revisión de los procesos de construcción a largo plazo de una agenda temática diferenciada y un enfoque comunicativo propio.

Para desarrollar esta línea de trabajo se ha optado por realizar un estudio sistemático y monográfico sobre un periódico o una revista de referencia crítica internacional. Se trata de una línea de trabajo que cuenta con una tradición consolidada en la investigación comunicativa europea, sin embargo, tanto este planteamiento en profundidad como el caso concreto de un medio de comunicación vinculado al pensamiento crítico, resultan relativamente novedosos en el ámbito académico español. Como objeto de estudio se ha seleccionado el periódico mensual *Le Monde Diplomatique*. Se trata de una publicación de prestigio a nivel internacional, cuya edición española, tras alcanzar recientemente su décimo aniversario (1995-2006), bien puede ser considerada como el ejemplo más destacado de pensamiento crítico dentro del panorama mediático nacional: presencia consolidada y significativa en el mercado, reconocimiento e influencia en el debate social, y una estructura empresarial solvente. Además de estos argumentos, es posible establecer una gran vinculación entre los contenidos y el discurso de este medio de comunicación, y muchas cuestiones centrales de la perspectiva de investigación seleccionada (función de los medios de comunicación, construcción social de la realidad, luchas ideológicas por el control de la representación de fenómenos, análisis de la cobertura de acontecimientos, estructura sistema comunicativo,...).

Por otra parte, a nivel mundial, *Le Monde Diplomatique* presenta una serie de rasgos identitarios específicos que singularizan y determinan la investigación:

- Naturaleza mixta. Es una publicación que combina características propias de periódico de referencia clásico (formato, diseño, planteamiento temático generalista, distribución nacional en kioscos, función debate social), y de revista especializada de opinión (concepto mensual de actualidad, y planteamiento informativo basado en artículos interpretativos en profundidad).

- Dimensión mundial. Constituye un caso singular en el panorama mediático mundial, ya que, a partir de los contenidos (80% comunes), importante tirada (330.000 ejemplares) y tradición (desde 1954) de la edición francesa, en la última década ha desarrollado una expansión internacional muy importante por América Latina, Europa y el mundo musulmán. Actualmente tiene 55 ediciones internacionales (30 en papel y 25 electrónicas), en 24 lenguas diferentes, y una tirada aproximada total de 1,9 millones de ejemplares. En el caso concreto de la edición española, tiene una tirada regular de 25.000 ejemplares y una distribución estable que ronda los 4.500 suscriptores.

- Estructura empresarial independiente y equilibrada. A comienzos de los años 70, el entonces nuevo director, Claude Julien, inicia un largo proceso de independencia de la estructura del diario *Le Monde*, que finalmente (a partir de 1994) convierte a *Le Monde Diplomatique* en un periódico-empresa totalmente autónomo a todos los efectos (periodístico, empresarial, accionarial). Actualmente, la estructura de propiedad está planteada como un mecanismo que garantiza de la independencia del periódico, y equilibra el poder entre los diferentes grupos del accionariado: Le Monde S.A. (51%), asociación de lectores (25,4%), y asociación de trabajadores (23,6%).

- Línea editorial crítica. Ideológicamente el periódico se sitúa próximo a la izquierda no tradicional contemporánea. En los últimos 15 años, *Le Monde Diplomatique* se ha convertido en la fuente teórica de referencia y el altavoz mediático de los movimientos sociales que plantean una resistencia y una alternativa teórica-práctica a la globalización neoliberal. En sus páginas encontramos un seguimiento y desarrollo de estas ideas políticas que normalmente no tienen presencia en los medios de comunicación convencionales.

- Perfil muy concreto de lector. Este periódico se dirige a un público de nivel cultural y profesional alto, de edad inferior a 45 años, informado previamente y gran consumidor de productos culturales, que busca en sus páginas otra perspectiva de interpretación de la actualidad. A partir de estos datos, plantea una estrategia donde trata de llegar a dos tipos de lectores, como sujeto individual (ciudadanos, directivos públicos o privados), y como grupo social con influencia (movimientos sociales, instituciones, otros medios de comunicación).

¿Qué temas trata Le Monde Diplomatique? ¿Y desde qué perspectiva? ¿Cómo se representa el pensamiento crítico en los contenidos y el formato de este periódico? Aprovechando la oportunidad y la perspectiva que ofrece el décimo aniversario de la publicación, se pretende profundizar en esta serie de cuestiones, partiendo de la hipótesis de que a partir de la descripción de los procesos y los criterios de selección y jerarquización de contenidos es

posible demostrar que *Le Monde Diplomatique (edición española)* representa una propuesta comunicativa alternativa y de prestigio en nuestro contexto social y comunicativo. Y en este sentido, esta investigación tiene dos objetivos específicos: 1) realizar un estudio introductorio y descriptivo del mapa temático general del periódico; y 2) analizar en profundidad una parte representativa y significativa de la agenda temática de la publicación.

METODOLOGÍA

En este caso, se ha escogido un método cuantitativo, el análisis de contenido a partir de la aplicación de una parrilla sobre una muestra relevante del objeto de estudio. El dilatado periodo a revisar (10 años), y la enorme colección de textos (120 ejemplares, 3824 páginas) justifican el recurso de esta técnica para poder realizar una revisión exhaustiva. Además, esta metodología resulta idónea para agrupar grandes volúmenes de datos a través de categorías cuantitativas y cualitativas, y verificar hipótesis sobre la evolución de la agenda temática. Ante la imposibilidad material de realizar un análisis detallado sobre todo lo publicado por *Le Monde Diplomatique (edición española)* durante una década, esta metodología está planteada como un proceso que permita, en primer lugar estructurar y clasificar de forma introductoria la agenda de la publicación, para posteriormente poder seleccionar una parte y analizarla en profundidad. Para ello, se ha dividido la investigación en cuatro fases:

- Primera fase. Desarrollo de un trabajo previo que delimite el marco general de la investigación. 1) Por una parte definir una estructura global de análisis de contenido dividida en 5 niveles jerárquicos y con una terminología específica. 2) Y por otro lado, realizar una propuesta sobre el mapa temático general de la publicación que incluya el 100% de sus contenidos, y que más tarde, mediante unos criterios estables y definidos, 3) permita seleccionar una muestra representativa (al menos 20-25%), significativa (de contenido relevante), y con una estructura interna desarrollada sobre la que aplicar la técnica de la parrilla de análisis de contenido.

- Segunda fase. Diseño de una ficha de trabajo para la parrilla adaptada a las características del objeto de estudio y a los objetivos de la investigación: por una parte, debe incluir las categorías cuantitativas habituales de esta técnica, y por otra parte se van a introducir algunas categorías cualitativas (ver TABLA I) que permitirán un estudio más detallado y alcanzar resultados novedosos sobre la agenda temática del medio.

TABLA I. Ficha de la parrilla de análisis de contenido

I. IDENTIFICACIÓN Y FORMATO			
1. N° ejemplar	2. Año	3. Mes	
4. Autor			
5. Título			
6. Antetítulo			
7. Situación			
8. Página			
9. Género periodístico			
10. Edición			
11. Dossier			
12. Extensión			
13. Elementos titulación, despieces, ilustraciones			
II. TRATAMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN TEMÁTICA			
1. Tema		2. Unidad temática	
III. PALABRAS CLAVE			
IV. ACTORES. Agentes principales			
V. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA. Situación del poder			
1. Estados Unidos		5. Rusia y área de influencia	
2. Unión Europea		6. Oriente próximo y Magreb	
3. Otros países OCDE		7. África	
4. Potencias emergentes	4.1 Asia	8. Zonas periféricas	
	4.2 América latina	9. Otras zonas	
VI. TIEMPO. Concepto de actualidad			
1. Mensual	2. Trimestral	3. Semestral	4. Anual
5. Intemporal	6. Efemérides	7. Previsión	8. Otros

- Tercera fase. Aplicación de la parrilla de análisis de contenido, sobre todas las unidades de registro (en este caso el artículo periodístico) de la muestra finalmente seleccionada.

- Cuarta fase. Explotación de los datos, a través de la aplicación de un sistema de doble cuadro de análisis cruzado: uno de análisis del formato (ver detalle categorías en TABLA II) y otro de análisis del tratamiento (ver detalle categorías en TABLA III).

TABLA II. Análisis formato. Planteamiento Cuadro I de explotación de la parrilla de análisis de contenido

		NÚMERO		AUTORÍA	GÉNERO	TEMA
		UNIDADES SELECCIONADAS	%			
PRINCIPALES	Editorial					
	2º Tema					
	Sumario Portada					
	Página 3					
	Página 2					
	Contraportada					
SECUNDARIAS	Dossier					
	Edición española					
	Publicidad					

TABLA III. Análisis tratamiento. Planteamiento Cuadro II de explotación de la parrilla de análisis de contenido

	TEMA	ACTORES	LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	TIEMPO ACTUALIDAD
ORGANIZACIÓN TEMÁTICA	1			
	2			
	3			
	4			
	5.1			
	5.2			
	6			
7				

RESULTADOS

Siguiendo los pasos del proceso marcado en la metodología, en la **primera fase de la investigación** se han alcanzado los siguientes resultados que permiten obtener una perspectiva temática global de la publicación (primer objetivo) y seleccionar una muestra representativa y significativa del objeto de estudio:

I. Diseño de un sistema de organización temática general dividido en 5 niveles y con una terminología específica a emplear en el análisis de contenido (ver detalles y aplicación en TABLA IV). Los diferentes niveles de análisis de contenido pueden definirse como:

1) *Sistema temático* (conjunto general que incluye la totalidad de elementos), 2) *Organización temática* (grandes estructuras temáticas que comparten un mismo eje general), 3) *Tema* (agrupaciones temáticas intermedias que se configura a partir de la subdivisión de una organización temática, presentan una importante cohesión interna y unos límites temáticos más evidentes), 4) *Unidad temática* (agrupación temática más reducida del sistema, se configura a partir de la subdivisión del tema en sus líneas de contenido principales), y 5) *Unidad de registro* (unidad informativa sobre la que se construye todo el esquema del sistema temático y de producción periodística, en este caso, es el artículo de opinión).

TABLA IV. Sistema de organización temática general aplicado al análisis de contenido de *Le Monde Diplomatique* (edición española)

	NOMBRE	NUMERO DE UNIDADES (aplicado a este estudio)
Nivel 1	Sistema temático	1
Nivel 2	Organización temática	1 (seleccionada) / 6 (total)
Nivel 3	Tema	8
Nivel 4	Unidad temática	28
Nivel 5	Unidad de registro	514

II. A partir del estudio sistemático de la colección completa de los editoriales (1995-2006), se plantea la siguiente propuesta de mapa temático de *Le Monde Diplomatique (edición española)*. De esta forma, la publicación se divide en cinco grandes organizaciones temáticas y presenta un esquema jerarquizado en tres niveles (ver datos en TABLA V):

- *Primer nivel. Organizaciones temáticas principales.* Están formadas por temas transversales muy cohesionados, con un eje temático compartido y un actor principal común. Reciben la máxima relevancia, y además de su importancia cuantitativa, pueden ser consideradas de forma global: 1) EEUU como potencia hegemónica del nuevo orden internacional, 2) Europa, como contrapoder en construcción, y 3) El sistema comunicativo y cultural contemporáneo.

- *Segundo Nivel. Organizaciones temáticas secundarias.* Están formadas por temas más concretos y autónomos entre si que carecen de lazos importantes compartidos entre ellos (eje central claro, actor principal común), y funcionan como grandes contenedores que agrupan asuntos similares y les confieren una cierta coherencia dentro del sistema temático. Estas características les impiden mantener una continuidad temporal y desarrollar una gran cohesión interna, y les asigna una relevancia menor dentro del conjunto: 4) Los conflictos geopolíticos de primer orden, y 5) Los conflictos socio-económicos globales contemporáneos.

- *Tercer nivel. El caso especial de la dialéctica Globalización / Alterglobalización.* Es un tema transversal y latente. De forma estricta no puede considerarse una organización temática, pero sin embargo su presencia es casi constante en todos los contenidos. Su integración en este sistema temático principal viene motivada por el deseo de dejar constancia de su importancia cualitativa y plantear una vía de estudio para futuras investigaciones. Se presenta como hipótesis de *framing* y como tema (“El debate teórico en torno a la globalización”) integrado en la tercera organización temática.

TABLA V. Propuesta de sistema temático de *Le Monde Diplomatique (edición española)*

ORGANIZACIONES TEMÁTICAS PRINCIPALES 58,33%			ORGANIZACIONES TEMÁTICAS SECUNDARIAS 41,66%		DIALÉCTICA GLOBALIZACIÓN / ALTERGLOBALIZACIÓN
1ª	2ª	3ª	4ª	5ª	
EEUU	Europa	Comunicación y cultura	Conflictos Geopolítica	Conflictos Socioeconómicos	a. Hipótesis <i>framing</i> general de la publicación
29 editoriales	17 editoriales	24 editoriales	29 editoriales	21 editoriales	b. Tema autónomo integrado dentro de la tercera organización temática
24,16%	14,16%	20%	24,16%	17,50%	

Entre las diferentes posibilidades existentes en este sistema temático, se ha seleccionado una organización temática, *El sistema comunicativo y cultural contemporáneo*, que cumple una serie de criterios que la hacen idónea para el análisis de contenido: esta encuadrada en el grupo de organizaciones temáticas principales y de mayor relevancia, tiene una presencia representativa en el conjunto de editoriales (20%), y por otra parte, es un tema de largo recorrido durante todo el siglo XX, y que en las últimas décadas se ha configurado como una cuestión central del debate social contemporáneo.

III. Demostración de la representatividad global de la organización temática seleccionada.

Tras la revisión exhaustiva de la muestra completa de *Le Monde Diplomatique*, se han encontrado 2269 unidades de registro totales (de media 18,90 por ejemplar), y en este punto de la investigación, para poder ser exhaustivos, funcionales y rigurosos en la cuantificación, se hace imprescindible establecer un criterio general de pertenencia / exclusión a la organización temática seleccionada:

- En primer lugar, sintetizar al máximo el contenido de cada unidad de registro, hasta establecer en cada caso cual es el eje temático principal.
- Y en segundo lugar aplicar a toda la muestra el siguiente criterio general de selección (cada tema y unidad temática tiene definido el suyo de forma más específica): *solo han de ser seleccionadas aquellas unidades de registro cuyo eje temático principal este centrado de forma inequívoca en el ámbito de la comunicación y la cultura*. De esta forma, se han seleccionado 514 unidades de registro, lo que representa el 22,65% de los contenidos (de media 4,28 por ejemplar). Esta es la muestra definitiva y cerrada sobre la que aplicar el análisis de contenido que pretende la investigación.

IV. A partir del estudio de los listados temáticos de elaborados por *Le Monde Diplomatique* en 2001 y 2006 para la búsqueda de contenidos, se ha definido la estructura la organización temática seleccionada, “El sistema comunicativo y cultural contemporáneo”. Se trata de un conjunto de ocho temas, que abarcan de forma comprensiva la totalidad de los casos presentados, y que cada uno de ellos está planteado como una entidad autónoma con unos criterios de pertenencia claros, excluyentes y objetivos. Este resultado permite profundizar notablemente en la definición y clasificación exhaustiva de la muestra (ver datos y desarrollo en TABLA VI).

TABLA VI. Propuesta de estructura de la organización temática seleccionada

SISTEMA COMUNICATIVO Y CULTURAL CONTEMPORÁNEO		
TEMA		CRITERIO SELECCIÓN (eje central artículo)
1	<i>Medios de comunicación</i>	La actividad de los medios de comunicación convencionales (televisión, prensa, radio).
2	<i>Nuevas tecnologías</i>	Las nuevas tecnologías de la comunicación. Especialmente todo lo que tiene que ver con Internet, informática, redes, y las integraciones tecnológicas de la última década.
3	<i>Sistema de comunicación, empresa y Estado</i>	La actividad de los medios de comunicación como empresas dentro de un sistema comunicativo global.
4	<i>Arte y cultura</i>	El arte (en todas sus expresiones) y la reflexión sobre el arte.
5	5.1 <i>Pensamiento. Debate globalización</i>	El debate teórico en torno a la globalización y sus efectos.
	5.2 <i>Pensamiento. Otros temas contemporáneos</i>	El análisis de conceptos clave del pensamiento contemporáneo, presentados en formato de artículo de fondo.
6	<i>Opinión pública, identidad y cultura</i>	Los conflictos culturales-identitarios y los procesos de construcción de la opinión pública.
7	<i>Cultura de masas</i>	Análisis cultural y reflexión sobre los efectos de la globalización en la cultura de masas.

En la **última fase de la investigación** se ha aplicado y explotado la parrilla de análisis de contenido sobre esta muestra concreta, siguiendo el método propuesto anteriormente, con los siguientes resultados descriptivos sobre la agenda temática (segundo objetivo):

I. Análisis del formato (Explotación de la parrilla. Cuadro I). A partir de desarrollar al máximo el estudio de la representatividad de la organización temática seleccionada en toda la publicación, se ha conseguido dejar al descubierto la estructura profunda y latente del periódico desde muy diversas perspectivas, y llegar a una serie de conclusiones descriptivas:

- La estructura y el formato de la publicación se pueden describir a partir del análisis de la relevancia periodística que se le asigna a los temas en determinados espacios. Estos espacios agrupados en categorías, se dividen (sintetizando al máximo) en: *principales* que marcan la orientación general de los contenidos del medio (editorial, segundo tema portada, sumario portada, contraportada, Pagina 2 y Pagina 3); y *secundarias* que sirven de complemento (agrupación en dossiers, elaboración edición española, y análisis de la publicidad).

- La organización temática seleccionada, *El sistema comunicativo y cultural contemporáneo* tiene una presencia destacada en todas las categorías de análisis principales y secundarias. Además esta presencia es relevante y constante a lo largo de todo el periodo analizado. En muchas ocasiones, es tan continua la presencia de temas comunicativos y culturales que se llega a crear una vinculación (casi identificación) entre espacio informativo y contenido.

- Respecto a la autoría de los contenidos, en *Le Monde Diplomatique* hay que resaltar que los autores de los textos y su orientación profesional, como norma de estilo, está siempre bien identificados. En orden jerárquico, los principales grupos profesionales que elaboran textos para el periódico son:

- 1) Miembros del cuadro de dirección de *Le Monde Diplomatique*.
- 2) Intelectuales, escritores, ensayistas.
- 3) Profesorado universitario.
- 4) Periodistas.
- 5) Otros profesionales (asociaciones y colectivos, profesionales y artistas reconocidos, directivos de instituciones, investigadores, activistas, movimientos sociales y políticos, músicos).

- Respecto a los géneros periodísticos utilizados, se puede concluir que *Le Monde Diplomatique* emplea una colección de géneros bastante personalizada en la que destaca:

1) El artículo de opinión, como forma periodística que generalmente encontramos en las páginas de este medio. Se trata de artículos de opinión sustentados por datos y con una estructura argumentativa sólida, lo que le convierte en ocasiones en un híbrido con el artículo de análisis. También se da el caso de híbridos en donde se mezcla el artículo de opinión con textos literarios, o críticas literarias, con breves o ensayos.

2) En mucha menor media encontramos otro tipo de géneros como el editorial, el artículo análisis, el obituario-necrológica, la nota informativa, y otros (relatos literarios y poesía, diálogos, debates, discursos, manifiestos, fragmentos de ensayos, antologías, crítica literarias y de cine, crónicas, listados de términos con forma de diccionario).

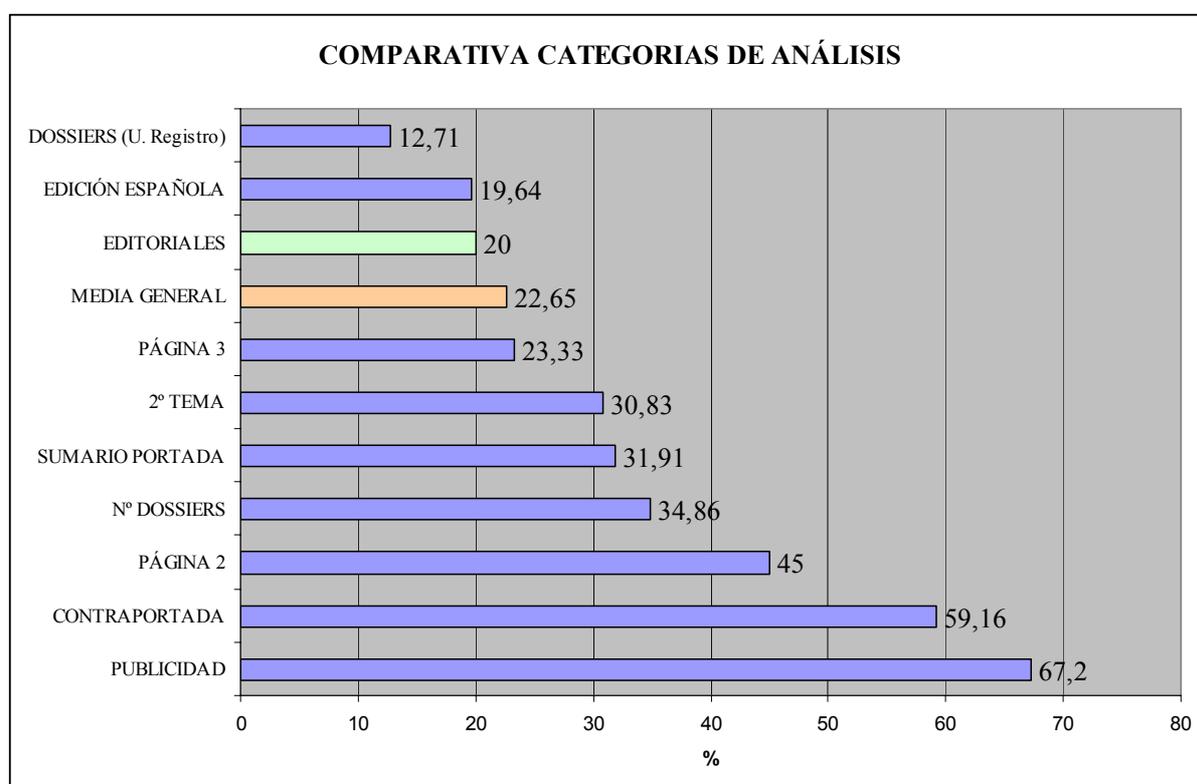
En la siguiente tabla se recogen de forma sistematiza y global los datos completos de esta parte del estudio (ver TABLA VII). Entre paréntesis se indica el número de unidades de registro en cada caso:

TABLA VII. Análisis formato (Cuadro I). Resumen resultados

CATEGORÍAS CUALITATIVAS	NÚMERO		AUTORÍA	GÉNERO	TEMA		
	UNIDADES	%					
PRINCIPALES	<i>Editoriales</i>	24 / 120	20	Ignacio Ramonet (23) Excepciones (1)	Editorial (24)	Equilibrio T5.1 (6) T1 (5) T3 (5) T2 (4)	
	<i>Segundo tema portada</i>	37 / 120	30,83	Dirección LMD (9) Escritor-Ensayista (12) Prof. Universitario (8) Periodista (4)	A. Opinión (31) Otros (6)	T5.2 (10) T2 (9) T4 (6)	
	<i>Sumario portada</i>	172 / 539	31,91	Escritor-Ensayista (42) Prof. Universitario (39) Periodista (32) Dirección LMD (29)	A. Opinión (146) Relato (9) Otros (17)	T4 (41) T2 (29) T5.2 (29) T1 (27) T5.1 (22)	
	<i>Contraportada</i>	71 / 120	59,16	Escritor-Ensayista (25) Dirección LMD (14) Prof. Universitario (12)	A. Opinión (57) Relato (4) Otros (10)	T4 (28) T5.2 (16) T7 (9)	
	<i>Página 3</i>	28 / 120	23,33	Escritor-Ensayista (7) Dirección LMD (6) Prof. Universitario (6) Periodista (4)	A. Opinión (27) Otros (1)	Equilibrio T5.2 (5) T7 (5) T1 (5) T4 (4) T5.1 (4)	
	<i>Página 2</i>	54 / 120	45	Dirección LMD (27) Escritor-Ensayista (8) Prof. Universitario (8)	A. Opinión (31) Nota (12) Obituario (6) Otros (5)	T1 (15) T5.1 (14) T3 (7) T5.2 (7)	
SECUNDARIAS	<i>Dossiers</i>	Total	Números con dossiers (82)	68,33	Dirección LMD (20) Periodista (17) Prof. Universitario (12) Escritor-Ensayista (8)	A. Opinión (57) A. Análisis (4) Otros (5)	T1 (22) T2 (10) T4 (10) T5.1 (9) T5.2 (7)
			Dossiers (109)				
			UR (519)				
		OTS	Números con dossiers (36)	30			
Dossiers (38)	34,86						
Unidades de registro (66)	12,71						
<i>Identificación edición española</i>	101 / 514	19,64	Escritor-Ensayista (33) Prof. Universitario (22) Dirección LMD (18) Periodistas (17)	A. Opinión (65) Nota (14) A. Análisis (4) Otros (18)	T4 (37) T5.2 (20) T1 (19) T5.1 (13)		
<i>Publicidad</i>	416 / 619	67,20	De media, 5,15 anuncios por ejemplar, de los cuales 3,46 pertenecen a la organización temática seleccionada				

En este gráfico (ver GRÁFICO I) se sintetizan desde otra perspectiva los resultados de esta primera parte del análisis de contenido, el análisis del formato. Se ha tratado de comparar la relevancia de cada una de las diferentes categorías analizadas dentro de unos mismos parámetros compartidos y tomando como referencia la media de presencia general de la organización temática (22,65%). También se ha destacado la presencia en los editoriales (20%) como criterio de relevancia más destacado. Este es el resultado de este estudio comparativo.

GRAFICO I. Análisis formato (Cuadro I). Síntesis resultados



II. Análisis tratamiento de la organización temática seleccionada (Explotación de la parrilla. Cuadro II). El estudio llevado a cabo en esta segunda parte del análisis de contenido permite adentrarse al máximo en el núcleo temático del “Sistema comunicativo y cultural contemporáneo”, y a partir de la exposición de una estructura dividida en 8 temas y 28 unidades temáticas (ver datos cuantificación en TABLA VIII), extraer una serie de conclusiones descriptivas acerca de la agenda temática general de esta publicación.

TABLA VIII. Estructura de la organización temática seleccionada. Resumen cuantificación

TEMA	CANTIDAD	UNIDADES TEMÁTICAS	CANTIDAD
1	89 (17,31 %)	1.1 Análisis cobertura	24
		1.2 Reflexión sobre medios de comunicación	32
		1.3 <i>Le Monde Diplomatique</i>	13
		1.4 Libertad de prensa	13
		1.5 Manipulación	7
2	57 (11,08 %)	2.1 Informática y redes	25
		2.2 Nuevas tecnologías y control social	14
		2.3 Nuevas tecnologías y política	16
		2.4 Otros	2
3	42 (8,17%)	3.1 Medios de comunicación y empresa	25
		3.2 Comunicación y Estado	9
		3.3 Telecomunicaciones	3
		3.4 <i>Le Monde Diplomatique</i> como empresa	5
4	128 (24,90%)	4.1 Literatura y mundo editorial	63
		4.2 Cine y fotografía	32
		4.3 Música	10
		4.4 Pintura y cómic	5
		4.5 Otros	18
5.1	54 (10,50%)	5.1.1 Propuesta movimiento alterglobalizador	19
		5.1.2 Definición y efectos globalización	35
5.2	78 (15,17%)	5.2.1 Análisis crítico general	37
		5.2.3 Análisis crítico conceptos clave	24
		5.2.3 Papel del intelectual	17
6	29 (5,64%)	6.1 Identidad y conflictos culturales	22
		6.2 Opinión pública	7
7	37 (7,19%)	7.1 Publicidad	11
		7.2 Deporte masivo	13
		7.3 Otros	13

- Es posible determinar una estrategia general que clasifica y estructura todos los contenidos de la organización temática seleccionada en una agenda consolidada través del tiempo y dividida en 3 niveles jerárquicos:

1) *Primer nivel*. Está compuesto por los temas principales de la agenda (67,88%), con una representación cuantitativa y cualitativa muy superior a la media: Tema 4 (Arte y cultura), Tema 1 (Medios de comunicación), Tema 5.1 (Debate globalización), y Tema 5.2. (Otros temas pensamiento contemporáneo).

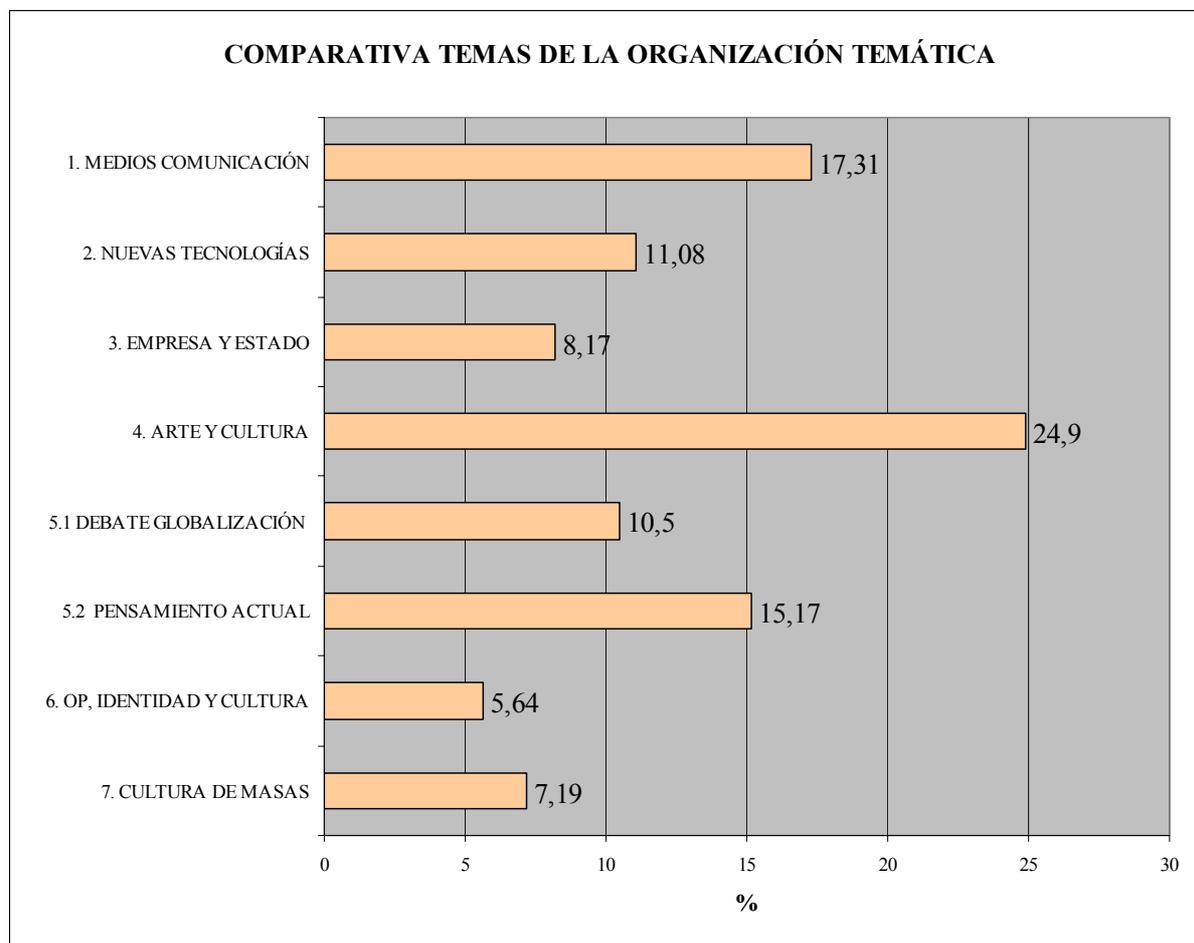
2) *Segundo nivel*. Está compuesto por un tema que tiene una presencia intermedia (11,08%) en la agenda temática, cercana a la media: Tema 2 (*Nuevas tecnologías*).

3) *Tercer nivel*. Se trata de temas secundarios dentro de la agenda temática, que están por debajo (21%) de la media de representatividad: Tema 3 (Sistema, empresa y Estado), Tema 7 (Cultura de masas), y Tema 6 (Opinión pública, identidad y cultura).

- Dentro del conjunto de 28 unidades temáticas, hay algunas que destacan especialmente en la agenda temática de la publicación por su cantidad y relevancia. Siguiendo un orden jerárquico los ejemplos más representativos son: Literatura y mundo editorial, Análisis crítico general, Definición y efectos globalización, Cine y fotografía, Reflexión sobre los medios de comunicación, Informática y redes, Análisis crítico conceptos clave contemporáneos, Análisis cobertura, Identidad y conflictos culturales, y Propuesta del movimiento alterglobalizador.

En el siguiente gráfico comparativo (ver GRAFICO II), se sintetizan los resultados descriptivos de esta segunda parte del análisis de contenido, y se muestra de forma directa que cuestiones son centrales en la agenda temática propuesta por el medio.

GRAFICO II. Análisis tratamiento de la organización temática seleccionada (Cuadro II). Síntesis resultados



Y tras revisar en detalle que temas son importantes para *Le Monde Diplomatique* (edición española), esta segunda parte del análisis de contenido, a través de una aproximación interpretativa a los datos obtenidos, también permite extraer una serie de conclusiones descriptivas acerca del tratamiento y encuadre de estos temas: resultados en detalle a cerca de cómo, quién, cuándo y dónde se representan estos temas.

- Actores. Es posible elaborar un esquema que ordena y clasifica en cuatro niveles jerárquicos a los actores principales que intervienen regularmente en la organización temática:

1) *Primer nivel*. Presencia destacada y muy frecuente. Agentes sector de medios de comunicación, Nuevas tecnologías e Internet (periodistas, agencias, prensa especializada, prensa de referencia, televisión, colaboradores, líderes e institutos de opinión, redes, organizaciones profesionales, audiencia, publicidad, fotógrafos). Destaca especialmente la presencia de *Le Monde Diplomatique* como institución, o como colaboradores individuales.

2) *Segundo Nivel*. Presencia frecuente, y en ocasiones contextualizadora. Agentes políticos (estados, instituciones de todo tipo y nivel, ONU, UE, gobiernos, países, candidatos, gestores, instituciones reguladoras, partidos, oposición, poder como concepto interrelacionado, sistema legal), y Agentes empresariales (instituciones globales, BM, FMI, OCDE, OMC, empresas transnacionales, mercado, sistema, inversores, accionistas, propietarios, clientes, bolsas, bancos, magnates, grupos globales de comunicación, instituciones reguladoras).

3) *Tercer Nivel*. Presencia poco frecuente. Agentes culturales (intelectuales, editoriales, librerías, fotógrafos, personajes, obras, UNESCO, lectores, urbanistas, espectadores, escritores, ensayistas, músicos, artistas, industria cultural, mecenas, historiadores, eventos culturales de todo tipo, museos), Agentes sociales (ciudadanos, familia, infancia, trabajadores, sindicatos, opinión pública, movimiento alterglobalizador, pueblos, colectivos, sociedad civil, inmigrantes, ONG, activistas, EZLN, ATTAC, excluidos), y Agentes bélicos y de seguridad (ejércitos, policías, terroristas, guerrilleros, agencias e seguridad, mafias, OTAN).

4) *Cuarto nivel*. Presencia puntual. Otros agentes (contexto neoliberal como concepto, lobbies, think tanks, ideólogos, gurús ideológicos, ideologías, corrientes de pensamiento, universidad, sistema educativo, religión, sistema judicial, instituciones científicas).

- Localización geográfica. Es posible trazar un mapa jerarquizado de zonas de relevancia informativa según su frecuencia de aparición como marco espacial de los contenidos del periódico. De esta forma, para *Le Monde Diplomatique (edición española)*, las zonas informativamente más relevantes son:

- 1) *Primer nivel*. Estas tres zonas tienen una presencia casi constante y muy destacada: escala mundial, Francia, y EEUU.
- 2) *Segundo Nivel*. Estas zonas tienen una presencia muy importante: España, Europa (en general, los 25 países miembros UE, la Europa del Este, Rusia, el área mediterránea), el mundo musulmán (Palestina / Israel, Irak, Magreb, Irán, Turquía), América Latina (en general, Brasil, México, Argentina, Venezuela, Chile, Perú).
- 3) *Tercer Nivel*. Estas zonas tienen una presencia irregular: Asia (China, India, Japón, Pakistán, Afganistán, Vietnam), otras zonas (primer mundo / tercer mundo, periferia geográfica del sistema, países OCDE, Québec, África), y zonas indeterminadas.

- Tiempo de actualidad. Es posible determinar desde que perspectiva de la actualidad (y que concepto de información propone) se dirige *Le Monde Diplomatique (edición española)* a sus lectores. De esta forma, para este periódico, el concepto de información viene unido a los siguientes marcos temporales:

- 1) *Primer Nivel*. De forma general, la información está planteada desde una perspectiva mensual, pero tomando en muchos casos la última década (o más) como contexto, como tendencia histórica que determina la actualidad del presente.
- 2) *Segundo Nivel*. Los ciclos temporales anuales, semestrales y trimestrales tienen una presencia mucha más irregular en la definición de actualidad.
- 3) *Tercer Nivel*. Hay otro tipo de frecuencias temporales que aparecen de forma puntual, son las efemérides, lo intemporal, y la previsión de acontecimientos.

En la siguiente tabla se agrupan, sistematizan y se presentan de forma global los datos completos (ver TABLA IX) extraídos en esta parte del estudio que ha analizado el tratamiento que recibe la organización temática seleccionada. Entre paréntesis se indica el número de unidades de registro en cada caso.

TABLA IX. Análisis tratamiento de la organización temática seleccionada (Cuadro II). Resumen resultados

TEMA	PRESENCIA %	ACTORES	ESPACIO	TIEMPO ACTUALIDAD
1	17,31% (89)	1. MMCC 2. A. Políticos 3. A. Seguridad 4. Agentes Económicos 5. Otros (ciudadanos, <i>Le Monde Diplomatique</i> , intelectuales)	1. Mundial 2. EEUU y Francia 3. España 4. Otros (UE, mundo musulmán, periferia, países OCDE)	1. Mensual 2. Anual 3. Tendencia 5-10 años 4. Trimestral
2	11,08% (57)	1. A. Políticos 2. Agentes Económicos 3. MMCC y periodistas 4. Otros (intelectuales, ciudadanos y usuarios)	1. Mundial 2. EEUU	1. Tendencia 5-10 años
3	8,17% (42)	1. MMCC 2. A. Políticos 3. Agentes Económicos	1. Mundial 2. Francia 3. EEUU	1. Mensual 2. Anual
4	24,90% (128)	1. Escritores y artistas 2. Cineastas 3. A. Políticos 4. Otros (músicos, intelectuales, Agentes Económicos, contexto neoliberal)	1. Mundial 2. UE y Europa 3. Francia 4. Otros (España, América Latina, África, EEUU)	1. Mensual 2. Intemporal 3. Siglo XX
5.1	10,50% (54)	1. MMCC 2. A. Políticos 3. Movimientos Sociales 4. Intelectuales 5. Agentes Económicos 6. Sistema neoliberal 7. Instituciones económicas y políticas globales	1. Mundial 2. EEUU 3. UE 4. Francia y España	1. Mensual y tendencia 5-10 años (en proporción similar)
5.2	15,17% (78)	1. Intelectuales 2. A. Políticos 3. Instituciones internacionales 4. MMCC 5. Ideas, conceptos 6. Sistema neoliberal 7. Ciudadanos	1. Mundial 2. Francia, EEUU, Indefinida	1. Mensual, intemporal (en proporción similar)
6	5,64% (29)	1. A. Políticos 2. Sociedad 3. MMCC 4. Intelectuales 5. Ciudadanos, Opinión pública 6. Instituciones económicas globales	1. Mundial 2. EEUU, UE y Francia	Bastante variado y repartido (10 años, intemporal, mensual anual)
7	7,19% (37)	1. MMCC 2. Espectador ciudadano 3. Agentes Económicos 4. A. Publicidad 5. Cineastas 6. A. Deporte	1. Mundial	Bastante variado y repartido (trimestral, mensual, 10 años, intemporal)

CONCLUSIONES

A partir de la descripción en profundidad de la agenda temática de *Le Monde Diplomatique (edición española)*, realizada en el capítulo anterior desde diferentes perspectivas, es posible plantear una serie de conclusiones interpretativas, una aproximación acerca de la definición, las características y el proceso de construcción de su propuesta comunicativa. Son estas:

a. Periódico diferente. En su forma y contenido encontramos una propuesta comunicativa muy diferenciada que tiene su base en la independencia y tradición de su proyecto comunicativo y su estructura empresarial. Estos dos rasgos anteriores le permiten plantear una agenda informativa alternativa: desde sus páginas se abordan temas conflictivos al margen de la agenda mediática convencional o se revisan los grandes temas de actualidad (mensual) desde otra perspectiva que busca la explicación profunda de los acontecimientos y plantea estrategias de cara al futuro. Su selección de temas puede calificarse de intermedia, entre el *mainstream* informativo (televisión, radio y prensa generalista) y la *hiperespecialización* de otros medios más minoritarios, ya que combina un planteamiento temático panorámico en el que caben cuestiones de cualquier ámbito, y un framing muy específico que encuadra la información según unos parámetros profesionales definidos y una ideología concreta.

b. Periódico coherente. Desde un planteamiento explícitamente ideológico vinculado a la izquierda altermundializadora, asume de forma consciente su función comunicativa en el nuevo panorama político-mediático, y ha elaborado una estrategia a través de la cual es posible encontrar una correspondencia directa entre 1) planteamiento editorial, 2) contenidos periodísticos (basados en una selección, jerarquización, tratamiento), 3) y todas las características del formato, del “continente” de la publicación (diseño, organización empresarial, estilo profesional,...).

c. Periódico constante. La revisión de su discurso periodístico permite encontrar numerosas regularidades en todos sus componentes. Desde un perspectiva intelectual, es una publicación muy pensada, elaborada y argumentada que tiende a mantener una gran estabilidad y jerarquización en sus contenidos, generando en el lector la sensación de que “todo encaja” en un sistema previamente definido.

d. Periódico de calidad. Con el paso del tiempo ha adquirido un posicionamiento en el mercado y una imagen socialmente reconocible como medio de comunicación de calidad, que se basa en una serie de criterios y rasgos profesionales (tratamiento de fuentes, estilo redacción, tipo de colaboradores, ritmo y rutinas productivas, diseño, objetivos, ilustraciones y fotografías, sección libros y revistas, un punto de vista respetuoso con el lector).

e. Periódico influyente. Como consecuencia de las cuatro características anteriores, en la última década en España este medio de comunicación se ha convertido en una referencia consolidada y de prestigio en el ámbito del pensamiento crítico y la contrainformación. Se trata de un periódico clave que pretende ir más allá del discurso oficial dominante, y de esta forma amplía la pluralidad de nuestro sistema de medios, e influye de forma cualitativa en la opinión pública.

f. Evolución. Se trata de un medio de comunicación integrado en una tradición política, cultural y mediática francesa muy concreta que se basa en los valores republicanos clásicos (libertad, igualdad y fraternidad). Tras una larga trayectoria profesional de más de 50 años, donde ha sabido adaptarse a los cambios estructurales manteniendo su identidad y profundizando en su independencia profesional, finalmente en los años noventa reinterpreta estos valores a través de una línea editorial muy específica que se opone en lo socio-económico al modelo de la globalización neoliberal, y en lo político a la hegemonía imperial de EEUU en las relaciones internacionales. *Le Monde Diplomatique (edición española)* constituye un buen ejemplo de publicación clásica de referencia que ha logrado situarse con buenos resultados en el nuevo contexto comunicativo, articulando un perfil de calidad y una propuesta comunicativa diferenciada en nuestro mercado: se trata de uno de los pocos intentos serios y solventes de convertir el pensamiento crítico en periodismo, en comunicación social directa, compartida y generalizada. Es especialmente remarcable cómo ha conseguido traducir su complejo planteamiento ideológico en una propuesta empresarial y periodística coherente, y de éxito (económico, social y de imagen), que ha logrado una presencia significativa a nivel nacional, y una expansión internacional muy importante.

DESARROLLO LINEA DE INVESTIGACIÓN

En este estudio introductorio solo se ha explotado una parte de la gran cantidad de datos obtenidos, la descripción del mapa temático y la agenda. Sin embargo, el análisis de la categoría *palabras clave* deja abiertas enormes posibilidades de profundizar y continuar en esta línea de investigación. A través del estudio interpretativo de estas palabras clave (y asociaciones significativas) que se repiten de forma sistemática en los contenidos informativos del periódico, se plantea la hipótesis de que es posible encontrar y definir un *framing general compartido* que determine la perspectiva, el modo regular y estable de estructurar la realidad en sentido amplio (política, sociedad, economía, comunicación, cultura) desde la línea editorial de esta publicación.

BIBLIOGRAFIA

- BADIA, Lluís (1992). *De la persuasió a la tematització. Introducció a la comunicació política moderna*. Pòrtic. Barcelona.
- BARDIN, Laurence (1986). *Análisis de contenido*. Akal. Madrid.
- BERGANZA, M^a Rosa. y RUIZ, José A. (coord.) (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. McGraw Hill. Madrid.
- BERGER, Peter L. y LUCKMANN, Thomas (1968). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu editores. Buenos Aires.
- BÖCKELMANN, Frank (1983). *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Gustavo Gili. Barcelona.
- CANELAS RUBIN, Antonio Albino (org.) (2004). *Comunicação e Política. Conceitos e abordagens*. EDUFBA. Salvador de Bahía.
- CHARAUDEAU, Patrick (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Gedisa. Barcelona.
- CURRAN, James (2005). *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*. Hacer. Barcelona.
- DEARING, James W. y ROGERS, Everett M (1996). *Agenda Setting*. Sage. Thousand Oaks.
- ESTAFANÍA, Joaquín (1997). *Contra el pensamiento único*. Taurus. Madrid.
- GAMSON, William A. (1992) *Talking Politics*. Cambridge University Press.
- GOFFMAN, Erving (1974) *Frame Analysis*. Northeastern University Press. Boston
- HALLIN, Daniel C. y MANCINI, Paolo (2004). *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- IGARTÚA, Juan José. y HUMANES M^a Luisa (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Síntesis. Madrid.
- JENSEN, K.B. y BOGDAM, R. (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Bosch. Barcelona.
- KIENZ, Albert (1974). *Para analizar los mass media. El análisis de contenido*. Fernando Torres. Valencia.
- KRIPPENDORFF, Klaus (1990). *Metodología de análisis de contenido*. Paidós. Barcelona.
- LIPPMANN, Walter (1922, 2003) *La opinión pública*. Langre.
- McCOMBS, Maxwell (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós. Barcelona.
- NEUENDORF, Kimberley (2002). *The content analysis guidebook*. Sage. Thousand Oaks.
- PROTESS, David L. y Mc COMBS, Maxwell (ed.) (1991) *Agenda Setting. Readings on Media, public opinion and policymaking*. Lawrence Erlbaum Associates.
- RAMONET, Ignacio (1997). *La tiranía de la comunicación*. Debate. Madrid.
- RODRIGO, Miquel (2001). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de publicacions. Bellaterra.
- SAMPEDRO, Víctor (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Istmo. Madrid.
- SAPERAS, Enric (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Ariel. Barcelona.
- SAPERAS, Enric (1998). *Manual básico de Teoría de la comunicación*. CIMS. Barcelona.
- VVAA. LE MONDE DIPLOMATIQUE. EDICIÓN ESPAÑOLA (1999). *Pensamiento crítico vs. Pensamiento único*. Debate. Madrid.
- WIMMER, R.D. y DOMINIK J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Bosch. Barcelona.