

ISSN 2341-2690 pp. 45 -57 https://doi.org/10.24137/raeic.1.1.5

Perfiles de los editorialistas de la prensa de referencia en Francia. Roles y representaciones Prfiles of editorialists in the French reference press. Roles and representations

María Santos-Sainz, Universidad Michel de Montaigne de Burdeos - maria.santos-sainz@ijba.u-bordeaux3.fr

Resumen

El artículo se centra en investigar los perfiles de los editorialistas de la diarios de referencia en Francia, centrándose en sus roles y representaciones. La metodología se basa en una perspectiva diacrónica y cualitativa del análisis de las entrevistas en profundidad de una hora de duración realizadas a partir de una muestra de los editorialistas de los tres diarios de referencia en Francia: Libération, Le Figaro, Le Monde. Tres editorialistas de cada periódico han sido entrevistados. Los resultados demuestran la importancia que juegan las predisposiciones sociales en la carrera profesional para alcanzar el puesto de editorialista. El discurso que tienen está repleto de representaciones míticas asentadas fundamentalmente en la función pedagógica y en menor medida en el rol democrático.

Palabras clave

Editorialistas, identidad profesional, elite periodística, periodismo de opinión.

Abstract

The article focuses on investigating the profiles of the editorialists of the leading newspapers in France, focusing on their roles and representations. The methodology is based on a diachronic and qualitative perspective of the analysis of one-hour in-depth interviews conducted with a sample of editorialists of the three leading newspapers in France: Libération, Le Figaro, Le Monde. Three editorialists from each newspaper were interviewed. The results show the importance of social predispositions in the career path to become an editorialist. Their discourse is full of mythical representations based mainly on the pedagogical function and to a lesser extent on the democratic role.

Keywords

Editorialistas, identidad profesional, elite periodística, periodismo de opinión.



1. Introducción

Figura legendaria del periodismo de opinión, su influencia y prestigio han alimentado la mitología de la profesión. El oficio de editorialista en Francia se asocia a grandes plumas de renombre ya que algunos diarios se han acogido a la fórmula de firmar el escaparate ideológico del periódico

Considerados en la cima de la profesión, su función se sitúa a mitad de camino de la reflexión política, filosófica e histórica de la actualidad. Ligados a la historia de la prensa escrita, sin embargo, en la actualidad su ámbito de intervención se ha multiplicado a otros medios, en particular a la radio y a la televisión, convirtiéndose algunos editorialistas en emblemas de la elite periodística y del vedettariat mediático.

Representan a una minoría de la profesión. Menos del 3% de los periodistas en ejercicio en Francia ocupan estas funciones. De los tres diarios de referencia franceses Le Figaro, Libération et Le Monde solamente este último no firma sus editoriales, siguiendo la tradición anglosajona. Esto explica su invisibilidad a pesar de su situación en la alta jerarquía del periódico. Es un puesto de confianza reservado a aquellos periodistas cuya trayectoria profesional es rica en capital cultural y cuentan con la legitimidad de su diario. La adscripción de su trabajo es efectuada a partir de sus competencias y de su capital simbólico acumulado.

El interés de un estudio comparativo de los editorialistas en el seno de tres ejemplos emblemáticos entre los principales periódicos de referencia en Francia, Le Monde, Le Figaro y Libération permite conocer su papel y su estatuto en el seno de la redacción. La investigación se efectúa a partir de entrevistas en profundidad a editorialistas de estos tres diarios de referencia en Francia. El enfoque privilegia una perspectiva sociológica y socio-discursiva así como socio- organizativa de su perfil.

La investigación tiene como objetivo aportar algunos elementos de respuesta a las cuestiones siguientes: ¿Quiénes son? ¿Cómo han llegado a ocupar la posición? ¿Cómo construyeron su carrera? ¿Cuáles han sido sus modos de aprendizaje y de calificación? ¿Cuáles son sus competencias?, ¿Cómo se informan? ¿Cómo funciona la división de su trabajo con relación a los campos de especialización? Como se realizan los debates y arbitrajes de la línea editorial? Respecto a su identidad profesional, ¿Cuáles son sus representaciones y valores profesionales?,¿Quiénes son sus periodistas de referencia?, ¿Que mutaciones han operado en su trabajo en estas últimas décadas con el nuevo perfil de los comentadores que reaccionan sobre la Red y su presencia en la radio y en la televisión? ¿Qué futuro presagian a este género de opinión, que para alguno se encuentra en declive?

2. Metodología de la investigación

El estudio se basa en una perspectiva diacrónica y cualitativa con el análisis de las entrevistas en profundidad de una hora de duración realizadas en una muestra de los editorialistas de los tres diarios de referencia en Francia: Libération, Le Figaro, Le Monde. Tres editorialistas de cada periódico han sido entrevistados. Un cuestionario común ha sido elaborado con el fin de coordinar el conjunto del análisis de su discurso.

3. Perfiles del editorialista

3.1. Origen social

El estudio de la individualidad periodística como objeto de las ciencias sociales ha cobrado un gran relieve en estos últimos años en Francia (Lemieux, 2010; Corcuff, Le Bart et de Single,

2010). Partimos de la base en este trabajo de que el investigador debe tener en cuenta las

predisposiciones sociales, las oportunidades de carrera, o fenómenos como la personalidad y su historia personal, la subjetividad, la autonomía y la creatividad individual en la construcción de una carrera profesional. De la misma manera conviene examinar los procesos de socialización.

Si los estudios consagrados al origen social de la élite periodística ya apuntaban la pertenencia de sus miembros a las categorías sociales más favorecidas (Rieffel: 1981, Santos-Sainz: 2001), esta tendencia se refuerza aún más en el estudio de los editorialistas. Los hijos de obreros, artesanos, pequeños comerciantes, agricultores o hijos de inmigrantes resultan ausentes. Tampoco aparecen los hijos de otras categorías socioprofesionales como funcionarios, profesores o empleados de tipo medio. La selección social es tan sumamente restringida que la pretendida democratización o diversidad de la profesión resulta, en este ámbito, un espejismo.

De los nueve editorialistas entrevistados, todos ellos coinciden en acumular capital social (Bourdieu, P., 1980), económico y cultural. La mayoría de los editorialistas son hijos de padres con profesiones liberales (médicos y abogados, principalmente) o bien directores y ejecutivos de empresas o bancos. La herencia familiar, puede explicar en parte, junto a otros factores, la proyección de ciertos periodistas hacia la cima profesional, gracias a la posesión de conocimientos culturales, de contactos o gracias al arte de saber acomodarse a ciertas situaciones que les abrirán las puertas de la información y de la respetabilidad. En este sentido, el perfil de los editorialistas responde a una procedencia netamente elitista.



Categorías socioprofesionales a partir de la profesión del padre:

Le Monde: Médico_ Empresario_ Director banco.

Le Figaro: Directivo empresa_ Abogado_ Directivo empresa.

Libération: Medico_Médico (Director de un hospital)_ Directivo banco.

Algunos de los editorialistas entrevistados, como Francois Sergent de Libération, reconocen la falta de diversidad y denuncian una cierta reproducción social:

Es verdad que no hay editorialistas cuyos padres sean obreros. Pero tampoco pienso que esto pueda cambiar la línea editorial. Hoy en día hay obreros de derechas, incluso algunos votan al Frente Nacional. Es verdad que podemos denunciar la ausencia de diversidad, ya sea respecto al sexo, formación, origen social, o la inexistencia de hijos de inmigrantes. Es una calamidad. Yo lo observo en mi diario. Entre los nuevos periodistas contratados, uno es el primo de tal persona, o el hijo de un sociólogo de renombre.

3.2. Formación

El cursus de formación de los editorialistas resulta bastante homogéneo por su alta cualificación. Los estudios de larga duración (la mayoría tienen el equivalente a un master) constituyen un indicador de un origen social favorecido. Las trayectorias atípicas (sin diplomas) han desaparecido de la morfología de la profesión y responden a épocas de antaño (Albert Camus, François Mauriac). Otro fenómeno emergente, análogo a la profesión, es el haber estudiado en una escuela de periodismo (Marchetti, 2011). Si en general la tendencia en estos últimos años ha sido el incremento del número de diplomados universitarios en la profesión (de 38% en 1964 a 69% en 1990), la posesión de diplomas prestigiosos y títulos de postgrado universitarios es una condición que comparten la mayoría de los editorialistas entrevistados, donde figura incluso un doctor en Sociología. La mitad de la muestra entrevistada ha realizado estudios de Periodismo. Todos ellos coinciden en elegir una escuela de periodismo prestigiosa, parisina y privada, donde a menudo se forja la élite periodística: el conocido Centre de Formation de Journalistes de Paris. En este sentido, llama la atención que ninguno haya estudiado en una escuela de periodismo perteneciente a una universidad pública o incluso en una escuela situada en provincias. Y es que no es un azar que el CFJ sea la escuela de Periodismo preferida por la élite periodística (Rieffel, 1981; Marchetti, 2010). Las carreras seguidas por los editorialistas entrevistados son: Economía, Ciencias Políticas y Letras. En los editorialistas hay una cohesión y un sentimiento de comunidad: destacándose las afinidades generacionales, y aún más las culturales (estudios) y sociales (orígenes) que acentúan la connivencia y proximidad entre sus pares.

Formación de los editorialistas:		
Le Monde	Libération	Le Figaro
A. Frachon CFJ	S. Bourmaud Doctor en Sociología	P. Rousselin Master en Ciencias Económicas
G. Courtois Licenciado en Letras	F. Sergent Master en Economía	Y.Théard Licenciado en Letras
S. Kauffman Diplomada Sciences Po. Diplomada Periodismo por el CFJ	Vincent Giret CFJ	Paul-Henri du Limbert Licenciado en Letras. Diplomado por CFJ

3.3. Género

El universo de los editorialistas de la prensa nacional francesa es marcadamente masculino. Entre los editorialistas de la muestra solamente hay una mujer, Sylvie Kauffman, ex directora de la redacción de Le Monde. Un caso excepcional (que podemos denominar "efecto lupa"), en un diario que no acogió a una periodista en la sección de política hasta 1974 (en Le Fígaro fue en

1977). Dobla en capital escolar a sus colegas editorialistas al poseer dos titulaciones más

prestigiosas que las de sus colegas varones: diplomada en Ciencias Políticas y también por una Escuela de Periodismo de renombre, CFJ, además de su capital social (hija de un médico militar). Entre otras experiencias que refuerzan su posición destaca una dilatada carrera como corresponsal en el extranjero. Kauffman, es actualmente directora editorial junto a otros dos editorialistas, que ocupan las mismas funciones que ella: Alain Frachon y Gerard Courtois, entrevistados para este trabajo de investigación. En el panel de editorialistas de Le Figaro no figura ninguna mujer (fácil de comprobar al firmar los editoriales). En el caso de Libération, ningún director adjunto que conlleva la realización de la labor editorial- es mujer. Solamente, se solicita a una redactora jefe, para abordar los editoriales de fondo cultural. Una sección o temática reservada a menudo a las mujeres periodistas.



La feminización progresiva de la profesión en Francia (de 19,5% en 1974 a 44,9% en 2012) no ha conllevado por el momento el acceso de mujeres periodistas a la tarea editorial. Un fenómeno que sus propios protagonistas descubren con sorpresa. Para François Sergent de Libération entre las razones que pueden explicar esta ausencia figuran el que los dueños de los medios sean, a su vez, hombres, y quizás la cuestión de la disponibilidad de horarios. Es cierto que en la historia de Libération nunca ha habido mujeres editorialistas. Beatrice Valles, escribe editoriales pero en el dominical y no tiene el mismo impacto de los de la segunda página del periódico. Para un diario que se presenta como moderno y progresista! No está bien. Habrá que preconizar la discriminación positiva.

La única editorialista, Sylvia Kauffman se sorprende ante la pregunta:

¿No hay? Lo ignoraba. Ahora que me lo dices es verdad. No tiene por qué ser así. Lo que veo es que hay una gran dificultad a que las mujeres accedan a puestos de responsabilidad. Y es así en todo el mundo, no solamente en Francia. Yo tengo una tendencia a decir que las mujeres prefieren las cosas concretas. Prefieren ser jefe de sección que redactoras jefes porque se ven más los resultados de su esfuerzo. Además el ejercicio de poder es menos conflictivo. Cuando eres redactor jefe hay que hacer más política, hay que ser estratega. Y a las mujeres les interesa menos eso. Las mujeres aman el periodismo pero no organizar el periodismo.

Si en los trabajos sobre la élite periodística (Rieffel, 1981; Santos-Sainz, 2001) la escasa presencia de mujeres ya había sido señalada, la crema de esta élite, cuya representación serían los editorialistas, refuerza aún más la inaccesibilidad a este círculo de elegidos. El oficio de editorialista sigue siendo un coto vedado para las mujeres periodistas.

Esta ausencia puede conllevar que determinadas posiciones en la defensa de la causa femenina se vean resentidas o sean inexistentes en la línea editorial. La editorialista de Le Monde reconoce que la posición de su diario es floja respecto a la batalla a favor del feminismo:

Yo intento defenderlo pero no tengo apoyos. Me siento un poco aislada. Es una batalla que no es considerada prioritaria en la línea editorial. Es una pena, porque además sabemos que tenemos un problema de falta de lectores femeninos y los servicios de venta y marketing nos lo comentan a menudo. Creo que Le Monde es el periódico con mayor presencia de lectores hombres de la prensa cotidiana francesa. Tenemos que hacer esfuerzos y abrirnos más.

Más optimista sobre la cuestión, Gérard Courtois cree que pronto va a cambiar este fenómeno ya que cada vez hay más mujeres periodistas en Le Monde con responsabilidades en la redacción. En el servicio político en los años 80 solo había una mujer, a partir del año 2000 es paritario. Ya no va a ser un territorio reservado a los hombres.

3.4. Generaciones

Sin relevo generacional. Respecto a la cuestión generacional se constata la escasa apertura a editorialistas más jóvenes. El universo de los editorialistas es un club cerrado a las nuevas generaciones. La ausencia de un pluralismo generacional, según un principio de homología de posiciones, puede conllevar una lectura diferente de la actualidad (Kaciaf, N., 2013), las nuevas generaciones de periodistas políticos se interesan más en introducir nuevos tratamientos de la política, etc., donde las voces de jóvenes editorialistas podrían añadir nuevas temáticas y otros enfoques de la actualidad. La función de editorialista quizá refuerza el fenómeno de ser un bastión de periodistas experimentados, veteranos, ya que la mayoría sobrepasa la cincuentena. Tanto Le Monde como Le Figaro comparten editorialistas de la misma generación forjados, en su mayoría, profesionalmente en la misma redacción. Una selección de "movilidad interna" que responde a la confianza otorgada por la dirección a estos periodistas con una sólida y experimentada carrera periodística a sus espaldas.

El diario Le Monde concentra las edades más avanzadas, sobrepasando algunos los 60 años. Correspondería a la denominada generación de mayo del 68. De sus tres editorialistas, dos comparten la misma trayectoria profesional como corresponsales en el extranjero.

Respecto a Le Figaro, la media de edad ronda los 60 años al igual que sus homólogos de Le Monde. La mayoría de sus editorialistas han sido seleccionados siguiendo el criterio de movilidad interna en el seno de la misma redacción. Uno de sus editorialistas ha sido anteriormente corresponsal del diario en varias capitales importantes (Pierre Rousselin) y Henri-Paul du Limbert, actualmente director adjunto, ha ocupado la responsabilidad de la sección de Política.

A diferencia de los otros diarios, en Libération, que se reclaman herederos de mayo del 68, sus editorialistas son los más jóvenes entre los tres diarios de referencia analizados. Dos de ellos responden a la movilidad externa, con puestos de responsabilidad en el medio audiovisual, un trampolín para las nuevas generaciones. Sylvain Bourmaud, representaría el benjamín del equipo editorial con 48 años, y el resto no llega a los cincuenta. Su selección como editorialista responde a su nominación jerárquica como director adjunto, función que conlleva de manera subsidiaria la realización de editoriales. Una selección por cooptación que él mismo reconoce sin tapujos a la llamada del actual director, Nicolas Demorand, amigo con el que he trabajado en la radio formando equipo con él. El muestrario estudiado permite afirmar que apenas hay atisbos de relevo generacional en la labor de editorialista.



Edades de los editorialistas:		
Le Monde	Liberation	Le Figaro
A.Frachon, 62	S.Bourmaud 48	P. Rousselin, 63
S.Kauffman, 56	V.Giret, 50	Y.Thréard 54
G. Courtois, 56	F.Sergent, 52	P. Limbert 54

Para entender los perfiles generacionales de los editorialistas conviene entender las particularidades de cada diario. También confluyen otros factores, verbalizados durante las entrevistas en profundidad, como "la falta de confianza" o "falta de tiempo", cierta "incultura política", "mayor gusto por el comentario que por el análisis" o "falta de espíritu colectivo" (Kaciaf,

2013). Los editorialistas de Le Monde son los que formulaban más reparos. En la historia del diario se pueden encontrar algunas claves para entender la reticencia al relevo. Por ejemplo, Le Monde ha introducido tardíamente el editorial, a partir de 1995, sustituyendo a su tradicional boletín del extranjero. Es un diario que no ha tenido una tradición de editorialistas como Le Figaro. Y desde que en 1995, Colombani introdujo el género se confió a los periodistas más veteranos. Por eso Gérard Courtois explica que:

Tenemos un problema técnico y es que somos muy pocos los que escribimos editoriales. Nuestra misión es asegurar el ejercicio editorial que antes se confiaba a los jefes de sección o redactores jefes. No veo un relevo inminente. Y creo que esto va a ser un verdadero problema que tendrá que solucionar el próximo director. Hay algunos periodistas que cuando les pedimos un borrador de editorial dicen que no tienen tiempo. A las nuevas generaciones no las veo muy interesadas en escribir editoriales. Se necesita demostrar, buscar argumentos. No es lo mismo escribir un editorial de Le Fígaro de 2000 signos que el de Le Monde con 3200.

La legitimidad que otorga una extensa experiencia profesional, es el argumento evocado por Sylvie Kauffman para explicar la ausencia de editorialistas más jóvenes:

Tras treinta años de experiencia profesional se tiene una cierta distancia al analizar los acontecimientos. Es verdad que llegar a ser editorialistas, responde al final de una carrera y creo que esto es benéfico. Es la sabiduría que ofrece la experiencia.

3.5. Circulación de editorialistas

Si en los estudios dedicados a la élite periodística ya se señalaba la amplia circulación de periodistas entre diversas cabeceras afines, incluso hacia medios con líneas editoriales divergentes (caso de Franz Olivier Gisbert), en el caso de los editorialistas de la prensa escrita de referencia apenas si se observa este fenómeno. Únicamente, en el transcurso de la realización de esta investigación, un editorialista de Liberation, Vincent Giret, dejó su puesto de director adjunto para ejercer la misma función en Le Monde. La proximidad, en parte, ideológica de los dos diarios nacionales, puede explicar este fichaje. La escasa circulación se explica por la función de confianza que conlleva y el compromiso de afinidad ideológica que implica el trabajo de editorialista. La mayoría han realizado una gran parte de su trayectoria profesional en la cabecera para la que trabajan. Los fichajes más jóvenes, en el caso de Libération, provienen de periodistas que han ejercido funciones de alta responsabilidad en diversos medios, incluso en el audiovisual (como Vincent Giret y Sylvain Bourmaud). Su selección responde a la reorganización de la dirección con la llegada del nuevo director Nicolas Demorand que nombra entre sus adjuntos a periodistas afines provenientes de otras redacciones. Al recurso clásico de cooptación por afinidad o pertenencia al mismo clan se añaden otros criterios como el contar con diplomas prestigiosos, experiencia periodística anterior, etc.

3.6. Percepción del Rol. Competencias

¿Cuáles son las representaciones que tienen los editorialistas de su rol?, ¿Y de sus competencias? ¿Cuáles son sus referencias ideales? ¿Qué imagen o percepción tienen de sí mismos?

Se pueden establecer dos tipologías en el discurso que los propios editorialistas tienen de su rol y representación en el seno del diario. Por un lado, estarían los que consideran que el género está en declive, opción más minoritaria y representada por los más veteranos (Frachon, Courtois et Sergent). Esta corriente mantiene que hay una devaluación de la palabra (el peso) del editorialista y un contexto histórico poco proclive a las confrontaciones ideológicas. Consideran que ya no tienen el poder del magisterio y de influencia de otras épocas.

Alain Frachon, editorialista de Le Monde y exdirector de la redacción, encabeza el discurso más escéptico respecto a la pérdida de influencia del rol de editorialista:

Los sondeos que hemos realizado demuestran que cada vez se leen menos. Por ejemplo, en la portada del periódico en su versión digital no aparece el editorial. Figura como uno de los artículos menos leídos. La influencia es menor que en otras épocas. Estamos en una época rebelde a los maîtres à penser. Hay una pérdida del magisterio. La irrupción de Internet ha supuesto un inmenso fórum de



debates permanentes donde tu opinión no cuenta más que la de los no periodistas. Todo vale. Ya no hay fronteras en el mundo de la opinión. Quizás esto se va a estructurar dentro de unos años. En su opinión, en la actualidad para que un tema entre en la agenda mediática y en la política hay que perseverar: hay que insistir en un tema con 2 o 3 editoriales para obtener un eco.

La multiplicación de los comentarios en los diversos medios les hace pensar que sus reflexiones quedan más diluidas que en otros periodos cuando la voz de los editoriales de la prensa escrita dictaban la opinión. Antes los medios seguían los menús ideológicos, hoy la opinión se ha diluido, hay menos debates. El electorado se ha dispersado. La gente compra diferentes medios, ya no hay tanta fidelidad a una cabecera. Los periodistas han perdido el monopolio de la palabra y el comentario. Hoy el oficio se ejerce de otra manera, hay infobesidad y publico sobreinformado, comenta Alain Frachon. Así apuntan a una inflexión provocada por el límite a su influencia. Según F. Sergent: Yo no me veo derrumbar un gobierno u influenciar un ministro. Nuestro objetivo es más de intentar abrir el debate, explicar, preguntar, analizar, y también comprometerse, ya que nosotros lo firmamos. Hoy existe menos el tono de acusación de otras épocas.

El contexto histórico explica, en opinión de esta corriente, que hoy no estemos frente a debates políticos cruciales como en épocas anteriores, como socialismo frente comunismo. Es más, consideran que hoy los debates se dirigen más a cuestiones de sociedad que a verdaderas diatribas y divergencias ideológicas. Alain Frachon apunta de nuevo a la ausencia de grandes debates. Por eso añade que esta no es una época proclive a los editorialistas.

En contrapartida, el resto de editorialistas creen que siguen jugando un rol importante en los medios, incluso consideran más relevante su papel ya que precisamente el desafío del editorial hoy es mayor por la complejidad de la época en la que vivimos. Sylvie Kauffman, es quien mejor refleja en su discurso esta tendencia:

Creo que hoy el editorial retoma un lugar muy importante frente a un contexto de dispersión de la información. Hemos pasado por una fase donde todo explotó y todo el mundo podía ser periodista u editorialista. Fue con el nacimiento de los blogs y la proliferación de tertulias, etc. Ahora estamos en una fase donde la gente está saturada, un poco perdidos y necesitan una selectividad. Necesitan que les ayudemos a elegir. No se puede seguir a 120 editorialistas por día. No se puede dar abasto y absorber toda la información y opinión que se ofrece. Y en esta reselectividad, nuestro editorial, el de un medio asentado, el de una cabecera prestigiosa, emerge con más fuerza. Nosotros somos un diario centrista, resultado de un consensus tras opiniones diversas.

En la misma línea de reevaluación actual del editorial responde Yves Thréard, quien va más lejos al considerar que el editorialista forma parte de la vida política:

La prensa de opinión como Libération y Le Figaro dan una gran importancia al editorial. Es nuestro color. Es su valor añadido. En el caso de Le Monde, es menos, ya que resulta más neutro. Precisamente frente a la falta de nitidez producida por la abundante información en continuo, el editorial permite poner en perspectiva un acontecimiento. No creo que haya declive, al contrario. El editorial da orientaciones a la gente. La prensa escrita francesa tiene una gran tradición como prensa de opinión, más que en los países anglosajones.

Todos los editorialistas coinciden en ver como un oficio específico la tarea editorial, a la que consagran cien por cien de su trabajo, salvo en el caso de Libération. La excepción de este diario resulta por ser una función pareja a la de director adjunto y que conlleva asumir otras tareas de dirección. En este sentido, el discurso cambia ya que no es una tarea asumida libremente y por convicción. Sylvain Bourmaud es quien expresa mejor este sentimiento: Yo no me considero editorialista, sino más bien periodista. Para mi editorialista no es un oficio, sino una función que me ocupa un cinco por ciento de mi trabajo de periodista como director adjunto. Somos cuatro directores adjuntos y cada día uno toma las riendas de la dirección del diario y debe escribir su editorial.

Si S. Bourmaud se considera ante todo periodista más que editorialista, es el único entre sus colegas entrevistados en señalar el papel de Intelectual de los medios: Aunque tenemos un lado polivalente, a mí me encanta animar las reuniones. Creo que un editorialista es un intelectual de los medios. Pero a veces hay que resistir a dar su opinión sobre todo. Sin embargo, otros colegas como F. Sergent rebate esta idea:

Yo me considero periodista y no un intelectual, aunque hago un trabajo intelectual. Yo creo que un intelectual tiene otra temporalidad de reflexión, no necesita producir todos los días. Pero ya no existen figuras como Camus o Malraux, eran épocas diferentes. Salvo Bernard Henry Lévy o Alain Finkielkraut, ya no existen. La gran época de los intelectuales responde a un periodo donde dominaba solamente la prensa escrita. Era su única tribuna. Hoy la televisión o la radio solamente buscan la palabra del experto.

3.6.1. Competencias

Respecto a las competencias que debe poseer un editorialista la mayoría coincide en dar una gran relevancia a los elementos fundamentales del editorial como son la tesis y la argumentación. Un dominio que se adquiere, según apunta Gérard Courtois, con el ejercicio práctico del editorial: "es como cuando se hace gimnasia. Hay que entrenarse. En el editorial hay una retórica que si uno se entrena en este tipo de escritura sale naturalmente la argumentación". Como segunda cualidad destaca la memoria, otra de las funciones del editorial: "contextualizar, dar los antecedentes". En este sentido, para Vincent Giret, las misiones de un editorialista resaltan en primer lugar contextualizar, luego clarificar y después dar una opinión.

Sylvie Kauffman subraya entre las cualidades de un editorialista su espíritu abierto tanto políticamente como intelectualmente, y en



especial su curiosidad:

A menudo escribimos sobre temas muy diferentes. A veces puede ocurrir que escribamos sobre temas en los que no somos expertos. Hay que tener la humildad de buscar la información. Para mí la principal calidad de un editorialista es la honestidad intelectual. El editorialista no es un militante. Es alguien que pone sus conocimientos al servicio del lector. Lo resumiría en dos palabras: abierto y honesto.

Entre otras cualidades que destacan figuran poseer recursos intelectuales (S. Bourmaud y Alain Frachon) y el ser pedagógicos (F. Sergent y P. Rousselin). Se une otra creencia de la mitología profesional: para ser editorialista hay que tener una pluma, una cualidad solamente citada por Y. Thréard que considera como condition sine qua non el tener un estilo de escritura.

Competencias principales de los editorialistas:		
Le Monde	Libération	Le Figaro
Memoria/Análisis	Ideas/Opinión	Orientar/Opinión
Practica	Humanista	Sintetizar
Argumentación	Practica/Estilo	Estilo

Si nos remitimos a las formulaciones clásicas de las funciones del editorial según el periodismo americano (explicar los hechos, contextualizar, predecir el futuro y formular juicios u opiniones) la mayoría destacan tres funciones: analizar, contextualizar, argumentar y dar opiniones. Ninguno ha hecho referencia a la función de aviso meteorológico que puede dar un editorial al predecir el futuro.

Funciones del editorialista:	
Orientar/ Misión pedagógica	
Analizar/ Contextualizar	
Argumentar/Opinar	

La percepción que tienen los editorialistas entrevistados del tipo de editoriales que publican coincide en dar a Libération y Le Figaro un rol de prensa más de opinión que Le Monde, donde las ideas ocupan un primer lugar. En el caso de Le Monde, lo deja muy claro Alain Frachon: "no somos un periódico de editoriales, los nuestros son más analíticos, o de tipo interpretativo. Raras veces fijamos una opinión".

Los editorialistas de Libération asumen su rol de escribir editoriales más de opinión, a veces polémicos, y Le Figaro, se sitúan en el estilo polémico, más en temas nacionales y a veces, asumen un estilo más interpretativo, en asuntos internacionales.

Según el estilo de solicitación de opinión:	
Le Monde	Analítico/Interpretativo
Liberation	Polémico/Opinativo
Le Figaro	Polémico/Interpretativo/Opinativo

3.7. Secretos de fabricación. El estilo

Entre los secretos de fabricación, Sylvain Bourmaud reconoce la importancia de tener las buenas fuentes y sobre todo recurrir a especialistas de confianza:



A menudo llamo a mis amigos investigadores con el fin de verificar los argumentos del editorial. El editorial es una sola hoja. Es muy corto, una idea. Siempre hay la preocupación de la forma. Tiene que fijar claramente posiciones, lacónico, etc. Intento ser lo más preciso posible, seco, bastante clínico, frio.

Algunos de los editorialistas entrevistados reconocen con humildad que a veces tienen que escribir editoriales sobre temas que no dominan. Un obstáculo que superan documentándose y hablando con las fuentes expertas del tema. Luego reconoce que el dominio de la escritura del editorial le facilita la tarea.

Las dos cabeceras de opinión, Le Figaro y Libération comparten los mismos imperativos de tener un espacio editorial muy reducido. Para Yves Théard: "La escritura del editorial debe conllevar un tono incisivo. Un estilo de texto corto, comprensible. Permite recrear el pensamiento. Pierre Rousselin comenta que realiza una media de tres editoriales sobre política exterior por semana dependiendo de la actualidad. Se queja de que cada vez son más cortos y que la sintonización resulta una tarea difícil. Confiesa que cuando escribe se mete en la piel del diario, en su punto de vista para así buscar sus argumentos. Es un trabajo muy artesanal, añade el editorialista de Le Figaro. En las reunión de la diez de la mañana se decide la línea del diario sobre el acontecimiento del día y sobre todo quien escribe el editorial, que lo someterá después al director para su corrección. Rousselin realiza una clasificación de los editoriales: los de opinión, en su mayoría sobre la política en Francia, y los editoriales más analíticos, particularmente en economía e internacional.

Le Monde	Libération	Le Figaro
Prensa internacional	Prensa francesa	Prensa francesa
Prensa económica	Prensa económica	Prensa económica
Prensa francesa	Prensa internacional	Prensa internacional

Los editorialistas de Le Monde reivindican su singularidad en el paisaje mediático francés de no firmar los editoriales. Así evoca Gérard Courtois esta fórmula que junto a sus colegas del diario asumen sin tapujos:

El editorial no firmado es un poco como un apostolado, el escaparate ideológico del diario. Nos obliga a estar atentos y ser honestos para buscar verdaderamente la opinión del periódico, por eso hay más cooperación y concertación con la redacción. Sentimos en nuestras espaldas la reflexión de la colectividad. Algo que tranquiliza pero que nos hace ser más exigentes. Nuestra tarea editorial está más adosada a la redacción porque tras el anonimato se erige la línea editorial del diario.

Para su homóloga, Sylvie Kaufman "el no firmar los editoriales les entronca con la tradición europea de los grandes diarios de referencia, ante los cuales compartimos la comunidad de valores. Es un signo de fuerza es la opinión de toda la redacción -y da seguridad".

El trabajo de los editorialistas de Le Monde está abierto a los debates con los responsables de las secciones implicadas. Así lo han hecho valer los tres editorialistas entrevistados, que se refieren permanentemente a su trabajo colectivo más que los otros editorialistas de los diarios donde se firman los editoriales. En un momento de su historia reciente Le Monde se planteó si firmaban los editoriales, era una manera de compensar con visibilidad a los editorialistas que los escribían. La solución ofrecida por el entonces director Eric Fottorino fue proponer una tribuna semanal firmada, de tipo columnistas, a sus tres editorialistas.

3.8. Influencia. Visibilidad

¿Qué representación tienen los editorialistas del papel que juegan? ¿Creen que tienen una cierta influencia? Y, ¿sobre quién? ¿Influencia sobre la agenda mediática o respecto a la agenda política?, Y, ¿sobre la opinión pública? Si las opiniones son divergentes respecto a la agenda política, sin embargo todos los editorialistas coinciden en que la influencia sobre la opinión pública es menor que en otras épocas. El recuerdo del justo resultado del voto favorable en el referéndum sobre el Tratado de Maastricht, cuando todos los editorialistas coincidieron en hacer campaña a favor, dejó latente su escasa influencia en la opinión de los ciudadanos.

La mayoría de los editorialistas acuerdan mayor influencia en la agenda de los otros medios de comunicación que retoman los temas y puntos de vista tratados en sus editoriales. Para Pierre Rousselin:

Los editoriales tienen una gran influencia. Somos jueces y parte. Alimentamos los debates políticos. La radio a menudo recoge nuestros editoriales. La toma de postura de nuestro diario es citada por los otros medios. La prensa escrita tiene la influencia sobre los otros medios que desempeñan un rol menor de análisis. Yo creo que tenemos mayor influencia en la agenda de los medios que sobre la agenda política.

Un punto de vista con el que coincide F. Sergent: "Los editoriales de la prensa escrita están muy presentes en todas las televisiones y en las radio con información continua".



De la muestra entrevistada quien defiende la postura de la influencia que ejercen sobre la agenda política es Yves Thréard de Le Figaro:

El editorial ejerce una influencia sobre la clase política. Así mismo, el editorialista forma parte de la vida política. El editorialista evoca el ejemplo de la influencia que ha podido ejercer la línea editorial de Le Figaro respecto al Mariage pour tous, al final el gobierno irá menos lejos de lo previsto en relación a la filiación.

Frente a la tradición anglosajona de no firmar los editoriales (como ocurre también en España) Francia mantiene su singularidad en esta materia, ya que salvo Le Monde, las otras dos cabeceras siempre los firman. Sus editorialistas comparten este criterio de firmar sus editoriales y no se plantean en ningún caso lanzar un debate para que se publiquen sin firma. El único que tuvo un debate sobre la cuestión fue Le Monde, pero la cuestión fue zanjada al ofrecerles crónicas semanales en el diario.

3.9. El auge del comentario frente al editorial: El fenómeno de los Editocratas multicartas

Todos los editorialistas entrevistados coinciden en señalar el apogeo de los llamados éditocrates (Chollet, 2009), entre los que se encuentran algunos editorialistas y columnistas de la prensa fundamentalmente magazine, de la radio, y de la televisión. Entre esta categoría apenas si figuran los editorialistas de los diarios de referencia. Esta tendencia de multiplicación de

opiniones en diversas tribunas mediáticas ha provocado una amalgama terminológica producida con la denominación de editorialistas a todos aquellos que intervienen con sus opiniones en los medios audiovisuales.

Esta confusión entre la categoría de los que serían simplemente comentaristas frente a los verdaderos editorialistas de la prensa escrita desata las críticas de estos últimos. Pierre Rousselin coindice en calificar de inflación de los comentarios, aunque siempre ha habido opinian makers. Señala la emergencia de Internet con los blog, que refuerza aún más el fenómeno: El prestigio de un periódico como Le Figaro, con la reputación que goza, hace que sus opiniones editorializantes sean tomadas en cuenta. Un editorial de la prensa escrita tiene más influencia que la opinión de un bloguero, ya que es la opinión del diario. Para mi hay una gran diferencia entre los comentaristas y los editorialistas. Un comentarista da únicamente su opinión, el valor añadido de los editorialistas es que trabaja con todos los argumentos para ir a buscar los de su diario.

La mayoría de los editorialistas atacan la omnipresencia de los editocratas invitados a hablar de todo y de nada. F. Sergent precisa: No es lo mismo nuestro trabajo en el que hay un tiempo para reflexión, para documentarse. Estos comentaristas realizan reflexiones fugaces en la televisión o en la radio, mezclada a veces con bromas y deslices graciosos. Este tipo de tertulias no tienen ningún interés. Quien se muestra más categórico de este fenómeno en auge es Alain Frachon:

Pienso que la sobreexposición de los editorialistas, de los redactores jefes o directores de diarios, o de la prensa magazine en la radio o en la televisión quita una parte del misterio, una parte de la discreción. Creo que si se borra la singularidad de la prensa escrita transformando sus editorialistas en comentaristas desaparece su autoridad. El "charme" de los editorialistas es el anonimato. Los grandes dirigentes y editorialistas de la prensa de referencia en Europa como Spiegel o The Economist permanecen en el anonimato. Igual pasa con los grandes dirigentes de la economía mundial, permanecen también invisibles. Creo que a los que tienen una verdadera autoridad, un poder, nunca se les ve.

El deslizamiento editorializante de algunos programas de radio y televisión es un fenómeno percibido como negativo por la mayoría de los editorialistas de estos diarios entrevistados. Alain Frachon resume una opinión compartida por la mayoría de ellos: "En este tipo de tertulias lo que prevalece es el duelo, la pelea dialéctica y hablar por hablar. Apenas si hay una verdadera reflexión seria". Solamente aquellos que participan en tertulias en la televisión o en la radio, como es el caso de Yves Thréard, defienden la implicación en diversas tribunas: "La presencia de editorialistas en la radio y en la televisión permite valorizar y promocionar el escrito en los medios audiovisuales. Yo creo que esta visibilidad es positiva. Es una marca de la confianza que nos otorgan".

Participación en alguna tertulia en radio o televisión:		
Le Monde	Le Figaro	Libération
Sylvie kauffman	Yves Thréard	Sylvain Bourmaud

3.10. Periodistas de referencia

Se puede vislumbrar una cierta admiración de algunos de los editorialistas por los periodistas de renombre ligados al diario donde escriben. Así no es de extrañar que los editorialistas de Le



Monde evoquen la figura mítica de Viasson-Ponté o del fundador Beuve-Méry, incluso cuando rememoran la historia más reciente citen a Jean-Marie Colombani, ex director de Le Monde. La única mujer editorialista evoca figuras del pasado, ya desaparecidas y evita citar nombres de periodistas actuales, solamente enumera los diarios de referencia, sin explicitar quienes en concreto merecen su respeto profesional. Hay igualmente una diversidad ideológica entre los periodistas de referencia mencionados, en el caso de Frachon y Courtois, citando desde Jean Daniel (NouvelObs) hasta Philippe Tesson de Le Figaro. Solamente Frachon rememora periodistas ya desaparecidos, figuras míticas de la historia del periodismo galo como Aron, Mauriac o incluso Françoise Giroud.

Le Monde	Libération	Le Figaro
Figuras míticas desaparecidas	Le Monde	Editorialistas P. magazine
Editorialistas magazine	Nouvel Obs/ Le Point	Figuras míticas desaparecidas
Prensa referencia internacional	France Culture	Prensa internacional referencia

Por su parte, los editorialistas de Libération hacen referencia únicamente a periodistas actuales y en su mayoría de medios con una línea editorial de centro-izquierda. Las excepciones son Sergent, que cita a Pierre Rousselin de Le Figaro, quien realiza editoriales más analíticos sobre temas internacionales, y Vincent Giret, que cita a Claude Imbert (Le Point).

4. El futuro del editorial. El editorial 2.0

Las dos corrientes de opinión sobre el estado actual del editorial coindicen en compartir una visión optimista respecto a su futuro. Los hay que creen que esta fase de reubicación y de auge del editorial ya ha sido ganada frente a la confusión que provoca la proliferación de comentarios en todos los medios. Si algunos, por el contrario, piensan que esta etapa aún no ha llegado, y que todavía hay un cierto declive, sin embargo opinan que se va a estructurar. Quien mejor representa una visión esperanzadora de la misión del editorial es Sylvie Kauffman. Ella vislumbra un lugar aún más preponderante debido a la saturación de los ciudadanos ante tanto exceso de información: "Respecto a su invisibilidad en la versión digital de Le Monde, considera que responde a la política de Internet de poner en un primer plano la información más que la opinión".

En la misma línea, Yves Thréard: "Creo que habrá todavía más lugar para el editorial. Es el futuro de la prensa escrita. Los editoriales animan el debate, ello permite a la prensa vivir. También permite dar el tono".

Su colega de Le Figaro, Pierre Rousselin considera que la prensa va a cambiar: "Tiene que convertirse cada vez más en una prensa de calidad, de análisis y de profundidad. La prensa escrita debe continuar por este camino de apostar por la calidad. Hay que dejar a Internet la reactividad".

F. Sergent también resalta su optimismo frente al futuro del editorial al que presagia una belle époque:

La gente busca ahora un sentido a la actualidad, una jerarquía tras una época cargada por el exceso de los comentarios. Pero no está solo el editorial, también es importante la jerarquización de la información, la cabecera, la manera de tratar los acontecimientos. Creo que con tanta abundancia de fuentes la gente se pierde si no es periodista.

Vincent Giret cree que el editorial clásico se está disolviendo: "Cada vez tenemos más competencia de palabra con otros comentaristas. Antes solo existía el editorial de la prensa escrita, hoy hay opiniones por todas partes".

En la misma línea, Gerard Courtois califica a la época actual de ruidosa en los comentarios: "Hay una especie de comentarios en permanencia en el debate público. Y esto pone de relieve al editorial consistente. Nosotros estamos en la reflexión, hay una demostración de los hechos, una argumentación, no tiene nada que ver con los comentarios instantáneos del momento. Es nuestra fuerza y nuestro futuro".

5. Conclusiones

1. Los resultados de este trabajo permiten destacar la importancia que juegan las predisposiciones sociales en la carrera profesional para alcanzar el puesto de editorialista.

De los nueve editorialistas entrevistados todos ellos pertenecen a clases sociales favorecidas, siendo fundamentalmente hijos de médicos, abogados o de directivos de empresas. El universo de los editorialistas se configura como un microcosmos donde todos comparten las mismas propiedades sociales. La diversidad social es inexistente, lo que puede incidir sin duda en el pluralismo de opiniones y en su visión del mundo. En este sentido, en Francia hay debates donde se plantean la necesidad de democratizar el



acceso a la élite periodística, a la que pertenecen en su estrato más alto. Hay corrientes que promueven la necesidad de implantar medidas que desinhiban a determinadas clases sociales que piensan que la carrera de periodista no está destinada para ellos para así asegurar una democratización y apertura de la profesión (Marchetti, 2010).

- 2. En esta homogeneización tan elitista de los editorialistas confluye no solo la herencia familiar sino también el curriculum académico, su alta cualificación con diplomas de nivel master y la diplomatura en gran parte de los casos por una prestigiosa escuela de Periodismo privada y parisina.
- 3. Salvo puntuales excepciones, el universo es exclusivamente masculino: los editorialistas son todos hombres, la única excepción es la editorialista de Le Monde, Sylvie Kauffman, quien ha ocupado la función de directora de la redacción.
- 4. A la práctica inexistencia de mujeres se une el escaso relevo generacional, siendo la edad media en torno a los 60 años.
- 5. Respecto a los roles y representaciones, se ven más como pedagogos (cuya función es orientar y contextualizar) que como actores sociales. El discurso que tienen sobre ellos mismos está repleto de representaciones míticas asentadas fundamentalmente en la función pedagógica y en menor medida en el rol democrático, que se resumiría en afirmaciones como: alimentamos el debate político (editorialista de Le Figaro). Se sienten más periodistas que intelectuales mediáticos y resaltan entre las competencias de un editorialista su capacidad de argumentar, cultura, memoria, análisis, rigor, ideas, contextualizar, la práctica y en menor medida, la honestidad intelectual y la humildad, cualidades deontológicas evocadas por la mujer editorialista.
- 6. Sobre su influencia mantienen posiciones reservadas respecto al impacto sobre la agenda de la opinión pública aunque creen en su rol de orientadores de la opinión pública. Hay dos corrientes: aquellos que creen que el editorial está en declive (vivimos en una época que no es proclive a los editorialistas ni a los maîtres à penser). Algunos consideran que el editorial se lee menos frente al auge y éxito de las tribunas de opinión, y por lo tanto creen que la influencia es menor que en otras épocas donde había grandes debates. Por otro lado, estarían aquellos que defienden la reubicación del editorial frente a la infobesidad y al auge de los comentaristas en diversas tribunas mediáticas (denominados editorialistes multicartes o editocrates).
- 7. Entre sus periodistas de referencia destacan las diferencias entre los editorialistas de Le Monde, que evocan más a la prensa de referencia internacional, frente a los de Le Figaro y Libération que citan a editorialistas franceses de la prensa magazine. Los de mayor edad nombran entre los editorialistas que les han marcado a figuras míticas del periodismo ya desaparecidas. Salvo también los editorialistas de Le Monde, todos confiesan el seguimiento de los editoriales de sus homólogos a los que admiran.
- 8. Reivindican que la misión específica del trabajo de un editorialista en un diario de referencia es la de desarrollar todos los argumentos para ir a buscar los de su diario. Diferencian su trabajo reflexivo frente al comentarista que solo ofrece sus opiniones personales. Todos ellos sienten un gran apego por la cabecera para la que trabajan, a la que consideran como una marca de prestigio y credibilidad. Resaltan su función como de una gran utilidad social, reconociendo el prestigio que les otorga el trabajo de auscultar la actualidad y el valor añadido que supone el editorial.

A veces algunos elaboran un discurso de auto justificación, que contribuye a propagar una visión encantada e ilusoria del universo periodístico. Así, los editorialistas que pertenecen a los diarios de opinión (Le Figaro y Libération) consideran que tienen más peso en la agenda de los medios, incluso en la agenda política reconociendo haber ganado algunas batallas políticas en determinados temas. Esta diferencia respecto al discurso de los editorialistas de Le Monde quizás se sustente por establecer editoriales más opinativos frente a los más analíticos y neutrales de Le Monde. Los editorialistas de Le Monde, que defienden la tradición de no firmar y algunos reivindican la autoridad que les da su anonimato, sienten una mayor responsabilidad por llevar a sus espaldas el peso de la colectividad del diario y de su línea editorial. En sus rutinas periodísticas incorporan una mayor colaboración con la redacción (consultas, documentación, elaboración de borradores) que sus homólogos de Libération y Le Figaro.

6. Referencias bibliográficas

ALBERT, Pierre (2004): La presse française, Paris, La Documentation française. AUBESNAS, F. Benasayag, M., (1999): La fabrication de l'information, Paris, La Découverte. AUBESNAS, F. (2009): Petite conférence sur le journalisme, Bayard, Paris.

BAKER K.M.(1993): Le tribunal de l'opinion, Paris, Payot.

BARRE, J.L. (dir) (2008): François Mauriac. Journal. Mémoires politiques, Paris, Robert Laffont. BERGER P. et LUCKMANN T. (1994): La construction sociale de la réalité, Paris, Méridiens-Klincksieck.

BLANDIN, Claire (2007): Le Figaro. Deux siècles d'histoire, Paris, Armand Colin. BOURDIEU P.(1982): Ce que parler veut dire, Paris, Fayard.

BOURDIEU, P. (1996): Sur la télévision, Paris, Raisons d'agir,.



BOUVERESSE, J. (2003): Schmock ou le triomphe du journalisme, Paris, Seuil. BRETON, Philippe (2000): La parole manipulé, Paris, La découverte.

BUXTON, D, et JAMES, F. (2005): Les intellectuels des médias, L'Harmattan/INA.

CARTON, Daniel (2003): Bien entendu... c'est off, Paris, Albin Michel.

CAYROL, Roland (1997): Médias et Démocratie, Paris, Presses de Sciences Po.

CHALABI, J. K. (1996): "Journalism as an Anglo-American Invention", European Journal of Communication, London.

CHAMPAGNE P. (1984): La manifestation, Actes de la Recherche en Sciences Sociales, n° 52-53.

CHAMPAGNE P. (1990): Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique, Paris, Minuit. CHARLES, Christophe (2004): Le siècle de la presse (1830-1939), Paris, Seuil.

CHARON, Jean-Marie (2006): Les journalistes politiques: qui sont-ils?, Le temps des médias, 2, N° 7, p. 176-190.

CHARON, Jean-Marie (1991): Cartes de presse. Enquête sur les journalistes, Stock. CHASTENET P. (1986): Les divas de l'info, Paris, Le Pré aux Clercs.

COCULA, Bernard (2006): Mauriac, écrivain et journaliste, Bordeaux, Editions Sud-Ouest.

COLLOVALD A. (1992): Le Bébête show, idéologie journalistique et illusion critique, Politix, n°19.

DAGNAUD, Monique (2000): L'État et les médias. Paris, Editions Odile Jacob.

DARRAS E. (1995): Le pouvoir "médiacratique" ? Les logiques de recrutement des invités politiques à la télévision, Politix, n° 30.

Delporte, Christian (1999): Les journalistes en France, 1880 – 1950. Naissance et construction d'une profession, Paris, Seuil.

DE LUPPES, Robert (1952): Albert Camus, Paris, éditions universitaires. DOBRY M. (1986): Le jeu du consensus, Pouvoirs, n° 38.

DOVIFAT, Emil (1964): Periodismo, Mexico, Uteha.

EVENO, Patrick (2004): Histoire du journal. Le Monde 1944-2004, Paris, Albin Michel. ESTIER, Claude (2011): Journalistes engagés, Paris, Cherche Midi.

FERENCZI, Thomas (1993): L'invention du journalisme en France, Paris, Plon.

GAUTIER, Gilles (2011): "Le problème du repérage des arguments. Les cas de l'éditorial journalistique". Communication, vol. 28/1.

GAXIE D. (1993): La démocratie représentative, Paris, Montchrestien. GIDDENS A. (1987): La constitution de la société, Paris, PUF.

HALIMI, S. Vidal, D. (2000): L'opinion ça se travaille. Les médias, l'OTAN et la guerre du Kosovo, Marseille, Agone Editeur.

KACIAF, Nicolas (2013): Les pages "politique". Histoire du journalisme politique dans la presse française (1945-2006). Rennes : Presse Universitaire de Rennes.

KUSHNIR, Slava M. (1979): Mauriac journaliste, Paris, Lettres Modernes Minard. HALIMI, Serge (1998): Les nouveaux chiens de garde, Paris, Raisons d'agir.

HERMAN, Thierry et JUNFER, Nicole (2001): L'éditorial, "vitrine idéologique du journal", Semen, 13.

HUSSON D., ROBERT O. (1991): Profession journaliste, Paris, Eyrolles.

JULY, S., KAHN, J-F., PLENEL, E., 2009, Faut-il croire les journalistes ?, Paris, Editions Mordicus.

KOVACH, B., et ROSENSTIEL, T. (2003): The elements of journalism, Three Rivers Press. LACOUTURE, Jean (2009): Les impatiens

de l'histoire. Grands journalistes français, Paris, Grasset.

LACROIX II. (1994) : La crise de la démocratie représentative en France. Éléments pour une discussion sociologique du problème", Scalpel, n° 1.

LAZARSFELD, P.L et KATTZ, E. (2008): Influence personnelle. Ce que les gens font des médias, Paris, Armand Colin/INA.

LE BOHEC, Jacques (1997) : Les rapports presse-politique. Paris : L'Harmattan. LEMIEUX, Cyril (2000) : Mauvaise presse, Paris, Métailié.

LEVY. E, COHEN, P. (2008): Notre métier a mal tourné, Paris, Mille et une nuit. MAMOU, Ives (1991): C'est la faute aux médias, Paris, Payot.

MARTIN-LAGARDETTE J.L. (1991): Les secrets de l'écriture journalistique, Syros Alternative.

MAUDIT, Laurent (2007): Petits conseils, Paris, Stock.

MAURIAC, François (1967): Mémoires politiques, Paris, Grasset.

MAURIAC, F. (2008): Edition établie et présenté par Jean-Luc Barré, Journal. Mémoires politiques, Paris, Robert Laffon.

MERCIER, Arnaud (dir.) (2009):, Le journalisme, Paris, CNRS Editions.

MERLANT, Philippe, CHATEL, Luc (2009): Médias. La faillite d'un contre-pouvoir?, Paris, Fayard.

MISSIKA, Jean-Louis (2006): La fin de la télévision, Paris, Seuil.

MUHLMANN, Géraldine (2004): Une histoire politique du journalisme, Paris, Puf. MUZET, Denis (2006): La mal Info. Paris, L'aube.

NEVEU, Erik (2001) : Sociologie du Journalisme. Paris, La Découverte.

NORA P. (1974): "Le retour de l'événement", Faire de l'Histoire 1 (nouveaux problèmes), (dir. J.Le Goff et P. Nora), Paris, Gallimard.

PADIOLEAU J.G., Juillet (1976): Systèmes d'interactions et rhétoriques journalistiques, Sociologie du travail.

PERELMAN, Chaîm, et Olbrechts-Tyteca, O. (2009) : Traité de l'argumentation : La nouvelle rhétorique, Bruxelles, Editions de l'Université de Bruxelles.

PINTO, E. (2007): Sous la direction. Pour une analyse critique des médias, éditions du croquant. POULET, B. (2009): La fin des journaux et l'avenir de l'information, Paris, Gallimard,.

POULET, Bernard (2003): Le pouvoir du Monde. Quand un journal veut changer la France, Paris, La Découverte.

RAMONET, Ignacio (2011): L'explosion du journalisme. Des médias de masse à la masse de médias, Paris, Galilée.

RAMONET, Ignacio (1999) : La Tyrannie de la Communication, Paris, Galilée. RAMONET, I. (2000) : Propagandes silencieuses, Paris, Galilée.

REBOUL, Olivier (1980): Langage et idéologie - Paris: PUF. RIEFFEL R. (1984): L'élite des journalistes, Paris, PUF.

RINGOOT, Roselyne, et UTARD, Jean-Michel, (dir). (2009): Les genres journalistiques. Savoir et savoir-faire, Paris L'Harmattan.

RIOUX L. (1982): L'Observateur des bons et des mauvais jours, Paris, Hachette.

RIUTORT Philippe (1996): Grandir l'événement. L'art et la manière de l'éditorialiste. In: Réseaux, volume 14 n°76. pp. 61-81.

ROCAUTE Y. (1991) : Splendeurs et misères des journalistes, Paris, Calmann-Lévy. RUELLAN Denis (2011) : Nous, Journalistes. Déontologie et identité, Grenoble, PUG.

RUELLAN D. (1993): Le professionnalisme du flou, Grenoble, PUG. RUFFIN, F.(2003): Les petits soldats du journalisme, Paris, Les



Arènes,. SANTOS-SAINZ, Maria (2005) : L'élite journalistique et ses pouvoirs, Apogée. SAUVAGE C. (1988) : Journaliste : une passion des métiers, Paris, CFPJ. SCHELLING T. (1986) : La stratégie du conflit, Paris, PUF.

SCHLESINGER P. (1992) : Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du médiacentrisme, Réseaux, n° 51.

SCHNEIDERMANN, Daniel (1999): Du journalisme après Bourdieu, Paris, Fayard. SCHNEIDERMANN, Daniel (2003): Le cauchemar médiatique, Paris, Denoël. TAILLEUR, Jean-Pierre (2002): Bévues de presse, Le Félin.

TUNSTALL J. (1971): Journalists at work, London, Constable.

VOYENNE, Bernard (1985): Les journalistes français. D'où viennent-ils? Qui sont-ils? Quels sont-ils?, Paris, Cfpj.

WELLEK, Rene et WARREN, Austin (1966) : Teoría literaria, Madrid, Gredos.