Configuraciones del Poder en el periodismo francés

POR **GÉRARD IMBERT**

Editorial Fragua Editorial. María Santos Sáinz. *El poder de la elite periodística*
Madrid, 2003

El libro de María Santos Sáinz, doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, donde imparte clases de redacción periodística, y, también, profesora asociada de la Escuela de Periodismo de la Universidad Michel de Montaigne de Burdeos, está en el cruce de muchas preguntas y planteamientos:

– ¿En qué medida la preponderancia de los medios de comunicación no tiende a sustituir las bases tradicionales de la democracia representativa por una forma de «democracia de opinión», integrada por verdaderos aparatos periodísticos?

– ¿Existe una elite periodística a la cabeza de estos dispositivos, cuya influencia podría incidir en el campo político, con una interacción cada vez mayor entre estos dos campos?

– ¿Hasta qué punto hay una porosidad entre el mundo informativo y el político, no tanto en forma de mecanismos tradicionales de imposición, presiones, sino de complicidades e intereses creados (*renvoyer l?ascenseur*, como se dice en la jerga francesa)?

– ¿Cuáles son las nuevas redes de influencia, los mecanismos de ascenso, contactos y relaciones que establecen, las connivencias que fomentan dentro de la profesión?

– ¿Cómo se encuadra esto dentro de una lucha por la visibilidad, donde periodistas y políticos comparten intereses comunes y establecen alianzas tácticas mediante pactos más o menos explícitos?

La cuestión del Poder

Fundación Telefónica
Telefónica

Tras todos estos planteamientos está la cuestión del Poder, de sus nuevas formas de imposición, de sus manifestaciones invisibles: poder institucional, el que está vinculado a la profesión como cuerpo constituido ?el *establishment*?, pero también poder simbólico, ligado a la capacidad de intervención en el debate público, a su incidencia en la construcción de la realidad y en la formación de la opinión pública.

El estudio, versión reducida de una tesis doctoral leída en la Universidad Complutense en 2001, es el resultado de un minucioso trabajo sobre la elite periodística francesa basado en una sólida documentación, que se nutre tanto de trabajos anteriormente publicados sobre el tema en Francia como de las propias entrevistas realizadas por la autora. Éstas se distribuyen en una quincena de entrevistas en profundidad a una serie de personalidades pertenecientes a la alta jerarquía de la profesión y a medios relevantes, pero cuya identidad no se revela tratándose de entrevistas anónimas. Lo completan otras entrevistas a expertos y grupos de discusión con alumnos de Periodismo de la Universidad de Burdeos.

La metodología está directamente inspirada en los análisis de Pierre Bourdieu y de sus discípulos, tanto del primer Bourdieu ?el del análisis de la reproducción social y de los «herederos»? como del último, el de *Sobre la televisión* y de las publicaciones de *Liber/Raisons d?agir,* dirigidas por él, en particular el virulento *Les chiens de garde* de Serge Halimi, redactor de *Le Monde Diplomatique*.

Articulados en nueve capítulos, que abarcan desde la formación de las elites periodísticas hasta las presiones de los grupos industriales sobre los medios de comunicación, el libro se centra en la figura del intelectual mediático ?nuevo «intelectual orgánico», como lo llamara Aranguren en su momento? y la aparición de nuevos *fast-thinkers* dentro del panorama audiovisual, haciendo especial hincapié en las redes de influencia mediante cooptación, el papel de las Fundaciones y la dependencia hacia los políticos para tener acceso a las fuentes de información.

Describe las nuevas censuras en forma de solidaridad orgánica, dentro de la profesión, favores y «castigos», autocensuras, apoyándose en casos concretos que fueron desvelados en otros estudios: *Les média-Maîtres*, de Bertolus; *L?Omerta française*, de Coignard y Wickham; *La cara oculta de Le Monde*, de Péan y Cohen, y, sobre todo, *Les nouveaux chiens de garde*, de Halimi; entre otros.

Las figuras emblemáticas

Fiel a la definición del objeto (la elite), el estudio ?recurriendo a las fuentes antes citadas (bibliográficas y testimoniales)? selecciona los diez periodistas de elite más citados, describiendo su perfil profesional y su pertenencia institucional. Son de agradecer las listas y cuadros sobre el mundillo periodístico que conciernen tanto a periodistas como a los grupos empresariales, ya que permiten trazar un retrato bastante preciso de la formación y vinculación de estas elites. Es de subrayar aquí el fuerte bagaje universitario de esta elite, formada mayoritariamente en el Instituto de Estudios Políticos de París, las mejores Escuelas de Periodismo e incluso las famosas *Grandes Ecoles* (ENA, ENS).

Fundación Telefónica
Telefónica

A su base documental, la autora añade una visión crítica que, sin llegar a ser polémica ?y siempre dentro de los límites del estudio universitario?, describe un panorama bastante sombrío. Define una nueva generación de periodistas que se distingue de la anterior por ser más profesional, menos intelectual y comprometida, menos implicada en el medio, menos guiada por la ideología y más dominada por el «sello televisivo», el *management*, las leyes del mercado y de la audiencia.

Pero el libro es víctima de su propio objeto. Al limitarse a la elite, dedica mucho espacio a las figuras más visibles: el controvertido Patrick Poivre d?Arvor, «La reina Cristina» (Christine Ockrent), el omnipresente Bernard-Henry Levy, el ineludible «prescriptor de cultura» Bernard Pivot, sin olvidar al publicista Debray que, sin pertenecer directamente a la profesión, está muy integrado a la máquina político-mediática. No se olvida de los «*Média*-Maîtres», actuales o ex jerarcas ?*senyors* y mutantes? Hersant, Bouygues, Lagardère, Messier y otros.

Pero, al limitarse a las estrellas, deja de lado otras prácticas periodísticas menos visibles y la existencia de numerosos profesionales al margen de los mecanismos de poder, de pensamiento libre, pero que no gozan de tanta notoriedad. De ahí una imagen un tanto distorsionada y, en todo caso, víctima de esta visibilidad que tanto critica la autora por otra parte, sin duda por vincular demasiado visibilidad y notoriedad y dejar de lado a periodistas que, sin ser *vedettes*, no dejan de pertenecer a la elite y marcar el día a día de la profesión.

Servilismo y libertad de opinión

Si es innegable que hay un cierto servilismo con respecto al Poder (hecho patente en las grandes entrevistas al presidente de la República), no es menos cierto que existe una gran libertad de tono y trato en la información diaria, en particular en las relaciones con la clase política que se ve sometida regularmente en algunos telediarios ?a través de sus máximos representantes? al fuego nutrido y a veces ofensivo de los periodistas en especial en la televisión pública.

Es de destacar, por otra parte, la presencia de muchos políticos ?incluyendo ministros en activo? en debates (por cierto, un formato omnipresente en la televisión francesa, tanto pública como privada), tratados en pie de igualdad con los demás contertulios, ya no como sujetos de poder sino como simples gestores políticos, responsables de sus actos ante los ciudadanos y, como tales, obligados a dar cuenta de su política (fenómeno impensable últimamente por estas latitudes).

Trabajo exhaustivo, el libro de la profesora Santos Sáinz constituye una herramienta indispensable para futuras aplicaciones al contexto español, en la línea de los trabajos sobre «prensa de referencia dominante» de Vidal-Beneyto, Bustamante y un servidor. En este sentido, se puede echar de menos aquí una mayor reflexión sobre la naturaleza simbólica de los nuevos mecanismos de Poder, como lo han hecho en Francia Têtu y Mouillaud. Entre los defectos formales, son de lamentar numerosas erratas referidas a nombres de autores y títulos de libros, debidas a un no respeto de la ortografía original.
En resumidas cuentas, el libro, que combina rigor documental con ejemplos reveladores sobre

Fundación Telefónica
Telefónica

las prácticas periodísticas, se lee bien y es altamente recomendable tanto para los estudiosos de la comunicación como para los profesionales de los medios. Como botón de muestra, y para ilustrar el peso del *management* en detrimento de las redacciones, esta anécdota: el nombramiento reciente, en un medio importante, de una directora de Recursos Humanos procedente de? Disneylandia.

Fundación Telefónica
Telefónica