



El análisis sociológico de la producción de información mediática

Dominique Marchetti

► To cite this version:

Dominique Marchetti. El análisis sociológico de la producción de información mediática. *Comunicacion y Medios*, 2008, 18, p. 19-29. 10.5354/0719-1529.2008.670 . halshs-02379821

HAL Id: halshs-02379821

<https://shs.hal.science/halshs-02379821>

Submitted on 27 Nov 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

El análisis sociológico de la producción de información mediática

Dominique Marchetti

► To cite this version:

Dominique Marchetti. El análisis sociológico de la producción de información mediática. *Comunicacion y Medios*, Tomás Peters, 2008, p. 19-29. 10.5354/0719-1529.2008.670 . halshs-02379821

HAL Id: halshs-02379821

<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02379821>

Submitted on 27 Nov 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

El análisis sociológico de la producción de información mediática¹

The sociological analysis of the production of mass media information

Dominique Marchetti
Centro de Sociología Europea
marchett@msh-paris.fr

Resumen

El artículo pone en evidencia la escasa atención prestada por la sociología de los medios a las condiciones de producción de la información en comparación al estudio del discurso mediático. Afirma, sin embargo, que ambos tipos de estudio deben ser interrelacionados y complementarios, por lo que propone como modelo de investigación la teoría de campos. Lo anterior presenta dos ventajas al investigador: primero, permite distinguir niveles en el análisis del campo profesional del periodismo; segundo, reconoce las condiciones económicas, políticas, discursivas, profesionales y sociales que determinan el trabajo periodístico.

Palabras clave: Periodismo, sociología, campo profesional, teoría de campos.

Abstract

The article shows the scarce attention given by the mass sociology to the information production conditions in comparison to the study of mass media discourse. It declares, however, that both types of study should be interrelated and complementary, proposing as a model of investigation the fields theory. This has two advantages to the researcher: first, it allows to distinguish levels in the professional field analysis of journalism, and second, it recognizes the economic, political, discursive, professional and social conditions that determine the journalistic work.

Keywords: Journalism, sociology, professional field, fields theory.

1. Traducido desde el francés por Jacqueline Fernández Cellier.

Introducción

El análisis de la producción y del tratamiento de la información mediática es un tema complicado por diversas razones. Uno de los principales obstáculos de este tipo de trabajo es que está fuertemente impregnado por problemáticas normativas relacionadas con la actividad de los periodistas o, a menudo, con su supuesto “poder”. Muchos analistas comprenden el tema desde lógicas políticas y morales, juzgando por ejemplo si los medios han “hecho su trabajo”, de qué forma han dado cuenta de la “realidad” y qué efectos han producido. Los investigadores en ciencias sociales se enfrentan entonces no solamente a estas problemáticas ético-políticas, sino también al hecho de que profesionales hagan un análisis crítico público de su propio medio. Frecuentemente, el investigador tiene menos herramientas para encontrar informaciones, o incluso análisis apropiados, por lo cual es acusado de explicar cosas evidentes y ya conocidas (Champagne, 2004). Sin embargo, su principal aporte no radica, como en el caso de los periodistas, en la revelación de nuevos hechos, sino más bien en una oferta de análisis, basados en períodos largos y en herramientas conceptuales. Tal como lo escriben Alban Bensa y Eric Fassin (2002: 20) estudiando la noción de “acontecimiento”, el interés de los trabajos de ciencias sociales, en cuanto a lo que se dice en los medios, no depende del “acontecimiento” en sí mismo, sino del análisis de lo que nos dice, de las series “que le dan sentido”. Un último aspecto, probablemente menos conocido de los estudios sobre la producción de la información, es el “intelectualismo” de los investigadores (Neveu, 2001: 4-5). En efecto, por considerar que ciertos medios son objeto de consumo familiar, a menudo tienden a interesarse en las publicaciones más prestigiosas del campo periodístico (principalmente *Le Monde* y *Libération*) y dejan de lado, incluso miran despectivamente, las cadenas de televisión, las diferentes formas de prensa popular o aun la prensa de revista especializada que es, sin embargo, la más leída en Francia y la que más emplea periodistas.

El estudio de las revistas de prensa

Este artículo quisiera insistir, empero, en otra serie de problemas planteados por el estudio de la producción de la información, señalando primeramente las dificultades relacionadas con el material y con ciertos protocolos de investigación como el análisis del discurso tradicional. Este texto quisiera mostrar de qué forma un enfoque sociológico de las condiciones de producción de la información, basado en estudios de casos y en la teoría de los campos, puede ser útil para el análisis de los medios y de los contenidos que difunden.

Tratándose de material de investigación, los problemas relacionados con la constitución y el tratamiento de una o varias revistas de prensa, sobre un tema o un acontecimiento, son de diversa índole. En efecto, el estudio del corpus siempre plantea dificultades metodológicas. Primero está el tema del acceso a las fuentes escritas o audiovisuales, incluso si actualmente en Francia está en gran parte resuelto mediante la consulta de revistas de prensa escrita

ya realizadas, de sitios de Internet, de bases de datos que abarcan a los principales diarios nacionales y revistas de actualidad franceses (por ejemplo *Europresse*), así como una gran parte de las estaciones de radios y de las cadenas de televisión (Inathèque2). Luego, la dificultad radica en la selección del corpus. Por un lado, no es raro que los investigadores generalicen sus conclusiones a todos “los medios” a partir de uno o más título(s) juzgado(s) de referencia, que retomen a priori oposiciones tradicionales (prensa popular/de calidad, izquierda/derecha) que no son forzosamente las más apropiadas en relación con los temas de investigación, etc. Pero también y sobre todo, los problemas metodológicos son inevitables en el tratamiento mismo de la revista de prensa. Ciertamente ésta es útil, por ejemplo, para analizar discursos (flujo de palabras, puesta en relato, etc.) y mostrar, mediante conteos diversos, los “encuadres” mediáticos dominantes. Sin embargo, sería beneficioso para los estudios de contenido relacionarlos con los trabajos referentes a las condiciones de producción de la información, ya que la revista de prensa es el producto de lógicas de selección y de producción, internas y externas al campo periodístico (o de algunas de sus fracciones).

El análisis de discurso más tradicional tiende en efecto a olvidar las condiciones sociales de acceso al espacio mediático y las lógicas de producción de los contenidos. Por ejemplo, por una parte, a menudo no sitúa a los medios en su campo de relaciones y, por otra parte, tampoco sitúa a los artículos o a los reportajes en la “actualidad” del momento. Si bien los avances tecnológicos (consulta de los periódicos en microfilms, CD, archivos escritos pagados, base de datos del Instituto Nacional del Audiovisual) presentan enormes ventajas desde muchos puntos de vista, probablemente también han acrecentado este tipo de riesgos contribuyendo a aislar el texto o el relato audiovisual de su contexto (Krieg, 2000: 76-80).

Desde los años 80, investigadores provenientes de diversas disciplinas (sociología, historia, ciencias políticas, ciencias de la información y de la comunicación) han desarrollado, cada uno a su manera, investigaciones destinadas a llenar este tipo de vacíos, al menos desde un punto de vista sociológico. Sin embargo, las verdaderas investigaciones en terreno realizadas en Francia siguen siendo escasas comparativamente con los trabajos semiológicos, con las investigaciones históricas o contemporáneas sobre la actividad de los periodistas, bajo diferentes aspectos (identidad y moral profesionales, constitución de una especialidad periodística, etc.) y con las síntesis generales sobre el funcionamiento del “sistema mediático” o “de los medios”. Fuera de algunos trabajos sobre emisiones o acontecimientos políticos (Darras, 1994, 1995; Neveu, 1995), sobre el trabajo cotidiano de los periodistas (Accardo et al., 1995; Siracusa, 2001; Baisnée y Marchetti, 2002) y su organización (Padioleau, 1985), sobre las reglas y la moral profesionales (Lemieux, 2000), sobre el estudio del campo periodístico con ocasión de ciertos acontecimientos (v.gr. los trabajos de Patrick Champagne) o en ciertos espacios especializados (Lévêque, 2000; Baisnée, 2003; Duval, 2004), incluso sobre la construcción de problemas

públicos (Verón, 1980; Henry, 2000), queda aún mucho por hacer en este campo³ en Francia. Incluso los análisis cuantitativos, principalmente sobre la morfología de los periodistas, son escasos comparados con otras profesiones y categorías sociales (PCS): las únicas cifras de las cuales se dispone provienen de la *Commission de la carte d'identité professionnelle des journalistes*⁴ (Devillard et al., 2001; Marchetti y Ruellan, 2001) y de un estudio sobre los periodistas económicos (Duval, 2004).

Un punto de vista sociológico

Es útil combinar estas investigaciones, que nos informan principal o secundariamente sobre las condiciones de producción de la información, con los trabajos que ponen más énfasis en el estudio de los contenidos porque, como lo explican Erik Neveu y Louis Quéré (1996: 15), el investigador no puede ser conminado a “elegir su campo” “entre el enfoque sociológico y el enfoque semiótico” ya que ambos pueden ser articulados (Utard, 2004). Julien Duval también ha insistido en el peligro de los “análisis internos que piensan que la obra encierra los principios propios de su explicación” e, inversamente, de los “análisis externos que relacionan la obra con condiciones sociales genéricas (a menudo la pertenencia de su autor a una clase social determinada)” (2004:150). Entonces, basándose en algunas experiencias de investigaciones individuales o colectivas sobre los medios, realizadas desde 1993, se quiere mostrar, a grandes rasgos, cómo ciertas herramientas pueden ser útiles para analizar la producción de la información desde un enfoque sociológico.

A menudo trabajar en este tema es, primero, realizar estudios de casos, es decir, analizar “acontecimiento(s)” (vid. *Réseaux*, 1996: N° 75 y 76), emisiones de televisión o la mediatización de una temática a través de varios soportes. Este enfoque presenta, entre otras, la ventaja de evitar las generalidades, sin por eso renunciar, a partir de estos casos reveladores, a desencadenar transformaciones globales del universo periodístico. Habría que detallar los problemas que plantea la selección de estos ejemplos, de los períodos, de las circunstancias, de las palabras claves pertinentes, etc., citando casos precisos ya que estas selecciones están íntimamente ligadas con los temas de investigación. Para tomar el ejemplo de la mediatización

3. Especialmente en Gran Bretaña y en Estados Unidos, donde existe una tradición de investigación más antigua, los trabajos sobre estos temas están claramente más desarrollados, incluso siendo minoritarios. Ciertos estudios, realizados en los años sesenta y setenta, se refieren así a los periodistas como *gatekeepers*, otros muestran el peso de las *news organizations* en la producción de la información, o se interesan, en una perspectiva “constructivista”, en la selección y la construcción de los acontecimientos. Más recientemente, varios autores que analizaron los valores y los estándares profesionales, las condiciones de producción o las relaciones con las fuentes, permitieron también conocer mejor los procesos de producción de la información. Principalmente, nos referimos para una síntesis completa de los trabajos en este campo, a las publicaciones de Erik Neveu (2001), Philip Schlesinger (1992) y Michael Schudson (1989).

4. Organismo creado por la ley del 29 de marzo de 1935, que tiene por objeto entregar un carnet de identificación de periodista profesional a los postulantes que cumplen con las condiciones fijadas por esta misma ley (N. del T.).

del asunto de la sangre contaminada en Francia, a través del cual se trataba de estudiar las transformaciones ocurridas en el campo de los medios generalistas nacionales (Marchetti, 1997), se adoptó un enfoque a la vez histórico y comparativo. Enfocar este trabajo desde una perspectiva histórica fue importante, ya que era necesario reconstituir la génesis mediática de este drama de las contaminaciones post-transfusionales en Francia (1982-1991). En efecto, era necesario comprender el desfase que existía entre lo que los periodistas de los medios nacionales decían respecto a este problema en la época de los hechos y lo que decían algunos años más tarde, es decir a partir de 1991. Se trataba en el fondo de explicar como el drama llegó a ser repentinamente un “escándalo” y por qué su aparición en los medios fue tan lenta. Dicho de otro modo, la génesis de los “acontecimientos” o de los “problemas públicos” y el análisis histórico del discurso mediático (p.e. Bonnafous, 1991) constituyen un primer enfoque posible y siempre muy fecundo (cf. Collovald, 2000 o Henry, 2000).

Un análisis relacional en tres niveles

Pero la principal perspectiva sobre la cual quisiéramos insistir consiste en enfocar este tema como un campo (Champagne, 1991; Bourdieu, 1994; Neveu, 2001). Este concepto permite mostrar lo que hace a la vez la unidad y la diversidad del espacio periodístico. Se traduce en las operaciones de investigación en apariencia más simples. El análisis de este espacio de relaciones objetivas, que estructura las prácticas y las representaciones, debe articular tres grandes niveles de comprensión, ya que el campo periodístico está compuesto por sub-espacios que funcionan según lógicas, en parte, diferentes.

Así, en un primer nivel de análisis, el campo periodístico en su conjunto está cruzado por varias opciones según el tipo de medios y por lo tanto de públicos a los cuales se dirige: polos intelectual/comercial⁵, generalista/especializado, nacional/local, postura política/“objetividad periodística”. Al igual que el campo político, este espacio social dispone de una autonomía muy relativa, ya que depende estrechamente de las expectativas reales o supuestas de los públicos. Una de las utilidades de estos principios de estructuración –como el espacio de las propiedades sociales de los productores es relativamente homólogo al de los consumidores (Bourdieu, 1979)– es analizar cualitativamente y cuantitativamente las posiciones de los diferentes medios o periodistas y restituir, por ejemplo, su jerarquización de la información, sus tomas de posición, las palabras que utilizan, etc. Así, esta herramienta permite dar cuenta, de manera colectiva o individual, de elementos de contenidos tan diferentes como la elección de las secciones, los estilos de escrituras, los géneros utilizados, los usos y las selecciones de fotografías o de imágenes. En otras palabras, cuando el enfoque es tan completo (vid. Duval, 2004) permite a la vez explicar los problemas discursivos de la producción periodística

5. El campo periodístico se caracteriza históricamente por una oposición, entre, por una parte, un polo que desde una lógica comercial, busca atraer el mayor número de lectores (luego auditores y telespectadores) y, por otra parte, un polo de difusión más restringido. Este último se dirige a públicos a menudo más segmentados y considera que la información no es un producto “como los otros”.

(Lochard, 1996: 85) combinando el análisis del lenguaje propio de un discurso periodístico y la posición que ocupa en este espacio.

Es decir, la utilidad de estos principios de estructuraciones es, por ejemplo, romper con las lecturas caricaturales puramente económicas del discurso y de las prácticas periodísticas. En efecto, contrariamente a lo que se entiende a menudo, la producción de la información no obedece solamente a leyes referentes al público concernido por la venta de informaciones y de publicidad, sino también a aquellas que están relacionadas con los empleados del área periodística, que representan el primer público de los productores de información. Tomaremos aquí dos ejemplos. El primero es el peso funcional muy desigual de los diferentes medios en la producción de la información dominante, en la medida que el valor del discurso y de sus productos se define en su relación con otros productos y otros productores. En efecto, la posición de un medio, por ejemplo, puede depender mucho de su prestigio profesional (el capital periodístico), que se puede comprender mediante el estudio de la circulación de los periodistas y de las informaciones de un soporte a otro (Champagne y Marchetti, 1994). Así, ciertos diarios (principalmente *Libération* y sobre todo *Le Monde*) juegan a menudo un rol de “desencadenador” en el tratamiento de informaciones de difusión nacional (una primicia de *Le Monde* no puede ser ignorada por su principal competencia), teniendo la Agencia France Presse también, por su poder de consagración interno, un peso funcional decisivo en este proceso de producción de la información. Estos títulos constituyen referencias en muchos campos de la actualidad (Marchetti, 1997).

El segundo ejemplo para ilustrar la importancia, tan invisible para el público, de las lógicas profesionales es la competencia por la prioridad (Bourdieu, 1994). Este desafío es en parte “lo que hace correr a los periodistas” en el sentido que se juegan a través de estos mecanismos las reputaciones profesionales, la autoridad, el capital de relaciones en el medio periodístico y frente a las fuentes dominantes. Ser “el primero” (en dar una información, en difundir una imagen, una entrevista, en entregar un informe, etc.) o dar “buenos golpes” contribuye mucho a establecer las notoriedades internas. Muchos profesionales, principalmente los redactores en jefe, tienen hoy en día integrada esta dimensión más profesional que directamente comercial. Por otro lado, en este tipo de desafíos como la búsqueda de exclusividad, a veces es el cierre del campo el que puede explicar la importancia del espacio otorgado a una información que habría pasado desapercibida si no hubiese sido entregada como una primicia.

El segundo y el tercer nivel de análisis del espacio periodístico tienen relación con las diferentes “especialidades” y redacciones, que forman sub-espacios de competencia relativamente autónomos. En efecto, el periodismo especializado constituye, en sí mismo, microcosmos profesionales (la crónica judicial, el periodismo médico, científico, político, el “periodismo de investigación”) que se rigen a la vez por lógicas comunes a todo el campo periodístico y por otras más específicas. Para despejar variaciones e invariaciones, se puede analizar una serie de variables pertinentes (Marchetti, 2002): los grados de competencia, la historia de las secciones, el trabajo de las asociaciones de periodistas especializados, los créditos

profesionales de los diferentes medios, las trayectorias sociales, escolares y profesionales de los periodistas, etc. A menudo, esta dimensión comparativa ayuda a comprender, por ejemplo, los principios de tomas de posición de los diferentes tipos de periodistas (político/judicial, “especialista”/“generalista”, etc.) sobre tal acontecimiento o tal temática. Entonces, se comprende también mejor, por ejemplo, por qué en algunos casos, los mismos medios no ocupan los mismos lugares de un sub-espacio especializado en el otro: así, si bien *Le Monde*, por ejemplo, ocupa un lugar dominante en la producción de información política o cultural, no ocurre lo mismo en el campo deportivo donde sus informaciones son poco leídas y retomadas por sus colegas. Dar a conocer las lógicas propias de estos microcosmos, permite finalmente comparar el estado de las relaciones de fracciones del campo periodístico con las de otros universos sociales sin caer en constataciones demasiado generales sobre “las fuentes” y “los medios”.

El tercer nivel de comprensión de las lógicas de producción de la información nos remite al funcionamiento de la redacción en sí misma basándose ahí también en observaciones y/o entrevistas. En este aspecto, la división del trabajo periodístico, respecto de acontecimientos que suscitan una competencia entre varias secciones y servicios, es un buen ejemplo para estudiar estos procesos. Permite dar cuenta del funcionamiento singular de cada medio (por ejemplo las diferencias entre una redacción de prensa cotidiana y de radio), del peso de cada especialidad en el soporte considerado, de las relaciones entre los diferentes oficios que pueden variar de un medio a otro, etc. Por esto hay que relacionar las posiciones de los diferentes tipos de periodistas distinguiendo a la vez sus títulos (*free-lance*, reporteros titulares, grandes reporteros, editorialistas, etc.) y sus especializaciones (política, medicina, ciencia, economía, justicia, deporte, etc.). Tratando de construir así el campo periodístico, podemos lograr ver en forma más precisa cómo influyen los problemas (económico, político, técnico principalmente) en estos diferentes niveles de producción de la información.

Un campo poco autónomo

Sin embargo, tal enfoque podría llevar a pensar en una autonomía del campo periodístico, debido a su insistencia en las lógicas internas. Sería un error, ya que el análisis sociológico relacional considera evidentemente el hecho que este espacio social está “fuertemente dominado o controlado en su funcionamiento por otros campos (principalmente económico y político)” (Champagne, 1995: 216). Cinco variables, cuya lista no es obviamente exhaustiva, pueden ser útiles para analizar estas relaciones y, en particular, el grado de autonomía del espacio periodístico frente a otros campos sociales. La primera, probablemente la más evidente y a menudo la más visible, es de orden económico en el sentido que se trata de comprender las interdependencias entre el campo periodístico y el espacio de actividad considerado. El grado de autonomía de los productores de información mediática se mide también con la vara de una variable que se podría calificar de política en el sentido que las condiciones de acceso a la información o de control relativo varían fuertemente según los universos sociales. Algunos

de ellos, como el campo judicial, científico, médico o político en ciertas de sus fracciones (principalmente en el campo militar), históricamente han ejercido un control relativamente fuerte, tratando de actuar en este espacio a menudo considerado como estratégico.

El grado de autonomía del espacio periodístico se mide también a través del grado con el cual impone o no sus propias lógicas en perjuicio de las del universo considerado, es decir sus problemáticas, pero también sus principios internos de jerarquización. Los trabajos que se basan en las nociones de *agenda-setting* o de *framing* han demostrado ampliamente cómo los medios participan en la jerarquización y en la definición de los “problemas públicos”. El ejemplo del aumento mediático de ciertos “temas” sanitarios o político-financieros en los años 80 y 90 demuestra que un problema surge en los medios generalistas nacionales cuando se transforma en un desafío político, económico, científico y/o judicial, incluso confirmando así los trabajos sobre el peso de las fuentes oficiales (Schlesinger, 1992). Una de las condiciones necesarias para la movilización periodística es que el problema sea asumido (o no) por el Estado, pero a menudo también por el campo judicial.

Por otro lado, el análisis de las relaciones que el universo periodístico mantiene con los diferentes espacios sociales que mediatiza, debe considerar las características de los agentes sociales. En un cierto número de espacios sociales, puede existir una gran proximidad que demuestra cuán porosas pueden ser las fronteras del campo periodístico a pesar de la lucha sindical contra los periodistas *amateurs*. Del mismo modo, es necesario comprender las trayectorias escolares y sociales si se quiere comparar cómo las diferencias o al contrario las similitudes de las propiedades, permiten comprender las relaciones entre estos universos y el tratamiento de la información.

Sin embargo, las producciones periodísticas se pueden comprender mejor analizando las transformaciones de los campos considerados (y del espacio social) y sus relaciones. Para no tomar solamente el ejemplo de la salud, se sabe que la mediatización reciente de muchos problemas se debe en gran parte al desarrollo sin precedentes de los progresos técnicos que han contribuido a nuevos riesgos (como los asuntos de la “vaca loca” y de la “sangre contaminada”). Desde el fin de la guerra, la salud se transformó en un desafío tanto económico (crecimiento de la parte de los gastos de salud en el PIB, desarrollo de la industria farmacéutica, etc.) como ético, debido a los progresos de la medicina (los debates sobre interrupción voluntaria de la gestación, la bioética o la transfusión). Esta temática se transformó cada vez más en un asunto político. La mediatización de estos nuevos riesgos de salud pública lleva finalmente a transformaciones más generales en la población, como por ejemplo el aumento del nivel promedio de educación que acarrió modificaciones en la relación con el cuerpo de los diferentes grupos sociales, contribuyendo a una cierta cantidad de expectativas y al aumento de actitudes consumistas (vid. la publicación de resultados de los servicios de urgencias de los hospitales, el crecimiento de una prensa especializada, etc.).

Los efectos sobre los otros universos sociales

Sin embargo, a pesar de que el espacio periodístico es poco autónomo frente a otros universos sociales, a veces tiene gran influencia en ellos. Se puede pensar, entre otros, en el poder de consagración que ejerce, en ciertos casos al menos, a través de la selección de “expertos” y/o “intelectuales” a quienes consulta. Por ejemplo el estudio de la mediatización de anuncios de descubrimientos médicos, pone en evidencia el hecho que el campo periodístico es para algunos investigadores, un medio de competir con los modos habituales de evaluación científica o de actuar en el campo político (Marchetti, 1997). A partir del asunto de la sangre contaminada, nos podemos preguntar también sobre la contribución científica de los medios en la evolución de la doxa relacionada con la responsabilidad de los hombres políticos, científicos y altos funcionarios, ya que los periodistas participaron particularmente en la transformación del derecho de la responsabilidad tal como lo muestra la omnipresencia del “principio de precaución” y, correlativamente, el temor creciente, entre los “responsables”, de acciones judiciales.

Finalmente, también se puede poner en evidencia cómo el espacio mediático tiende a ser un vector de las lógicas de opinión pública en el funcionamiento de otros campos sociales incluyendo los más autónomos. Así, los episodios judiciales de varios asuntos hacen evidente el peso creciente de los medios en el funcionamiento mismo de una pequeña parte de la actividad judicial: éstos han llegado a ser no solamente un recurso para actuar sobre las instrucciones de los grandes asuntos, sino que también introducen directamente una lógica externa concurrente a través de investigaciones e incluso procesos paralelos que ellos instruyen. Por consiguiente, contribuyen a imponer una forma de justicia popular bajo el nombre de “opinión pública”.

Referencias bibliográficas

- Accardo, A. et al. (1995). *Journalistes au quotidien. Outils pour une socioanalyse des pratiques journalistiques*. Bordeaux: Le Mascaret.
- Baisnée, O. y Marchetti, D. (2002). “L'économie de l'information en continu. A propos des conditions de production dans les chaînes d'information en continu en général et à Euronews en particulier”. *Réseaux*. N°114, pp. 181-214.
- Baisnée, O. (2003). *La production de l'actualité communautaire. Eléments d'une sociologie comparée du corps de presse accrédité auprès de l'Union européenne (France, Grande-Bretagne)*. Thèse de science politique. Dir.: Erik Neveu. Université Rennes I.
- Bensa, A. et Fassin, E. (2002). “Les sciences sociales face à l'événement”. *Terrain*. N° 38, pp. 5-20.
- Bonnafous, S. (1991). *L'immigration prise aux mots: les immigrés dans la presse au tournant des années 80*. Paris: Kimé.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris: Minuit.
- (1994, mars). «L'emprise du journalisme». *Actes de la recherche en sciences sociales*. N° 101-102, pp.

3-9.

Champagne, P. et Marchetti, D. (1994, mars). «L'information médicale sous contrainte. A propos du 'scandale du sang contaminé'». *Actes de la recherche en sciences sociales*. N°101-102, pp. 40-62.

Champagne, P. (1991). *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*. Paris: Minuit.

— (1995). «La double dépendance. Quelques remarques sur les rapports entre les champs politique, économique et journalistique». *Hermès*. N°17-18, pp. 215-229.

— (2004). «Sur la médiatisation du champ intellectuel: à propos de *Sur la télévision* de Pierre Bourdieu». En: *Pierre Bourdieu sociologue*. Paris: Fayard.

Collovald, A. (2001, mars). «Les désordres sociaux et la violence urbaine». *Actes de la recherche en sciences sociales*. N°136-137, pp.104-113.

Darras, E. (1994). «Un paysan à la télé. Nouvelles mises en scène du politique». *Réseaux*. N°63, pp. 75-100.

— (1995). «Le pouvoir 'médiacratique'? Les logiques de recrutement des invités politiques à la télévision». *Politix*. N°30, pp. 183-198.

Devillard, V. et al., (2001). *Les journalistes français à l'aube de l'an 2000. Profils et parcours*. Paris: Panthéon-Assas.

Duval, J. (2004). *Critique de la raison journalistique. Les transformations de la presse économique en France*. Paris: Seuil.

Henry, E. (2000). *Un scandale improbable. L'amiante: d'une maladie professionnelle à une «crise de santé publique»*. Doctorat en sciences de l'information et de la communication. Dir. : M.-N. Sicard y J. Lagroye. Université de Compiègne.

Krieg, A. (2000). «Analyser le discours de presse. Mises au point sur le 'discours de presse' comme objet de recherche». *Communication*. Vol. 20. N°1, pp. 75-97.

Lemieux, C. (2000). *Mauvaise Presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*. Paris: Métailié.

Lévêque, S. (2000). *Les journalistes sociaux. Histoire et sociologie d'une spécialité journalistique*. Paris: PUR. Coll. «Respublica».

Lochard, G. (1996). «Genres rédactionnels et appréhension de l'événement médiatique. Vers un déclin des 'modes configurants'?». *Réseaux*. N°76, pp. 83-104.

Marchetti, D. (2002). «Les sous-champs spécialisés du journalisme». *Réseaux*. Vol. 20. N°111, pp. 21-55.

— (1997). *Contribution à une sociologie des transformations du champ journalistique dans les années 80 et 90. A propos d'événements sida' et du 'scandale du sang contaminé'*. Doctorat de sociologie. EHESS.

Marchetti, D. y Ruellan D. (2001). *Devenir journalistes. Sociologie de l'entrée sur marché du travail*. Paris: La Documentation Française.

- Neveu, E. (2001). *Sociologie du journalisme*. París: La Découverte. Coll. «Repères».
- (1995). «Les émissions politiques à la télévision. Les années quatre-vingt ou les impasses du spectacle politique». *Hermès*. N°17-18. pp. 145-162.
- Neveu, E. y Quéré, L. (1996). «Le temps de l'événement II. Présentation». *Réseaux*. N°76.
- Padioleau, J.-G. (1985). «*Le Monde*» et le «*Washington Post*». *Précepteurs et mousquetaires*. París: PUF.
- Schlesinger, P. (1992). «Repenser la sociologie du journalisme, les stratégies de la source d'information et les limites du média-centrisme». *Réseaux*. N°51, pp. 77-98.
- Siracusa, J. (2001). *Le JT, machine à décrire*. Bruxelles: INA-De Boeck.
- Schudson, M. (1989). «The sociology of news production». *Media, Culture and Society*. Vol. 11, pp. 263-282.
- Utard, J.-M. (2004). «L'analyse de discours, entre méthode et discipline». En: *L'analyse de discours*. Rennes: Apogée, pp. 23-52.
- Véron, E. (1981). *Construire l'événement. Les médias et l'accident de Three Miles Island*. París: Minuit.

