

Los imaginarios de los futuros periodistas en Francia

The imaginaries of the future journalists in France

María Santos-Sainz [[CV](#)] [[ORCID](#)] [[Email](#)] Profesora titular de Periodismo, Institut de Journalisme Bordeaux Aquitaine, Universidad Michel de Montaigne de Burdeos, Francia / maria.santos-sainz@ijba.u-bordeaux3.fr

Resumen: El artículo se centra en investigar las diferencias de percepción de las realidades profesionales y sociales según la pertenencia socio-profesional del ámbito familiar de los futuros periodistas y según la pertenencia de género. La metodología se basa en dos niveles de estudio. El primero responde al análisis de los datos empíricos sobre las características sociales de los estudiantes de periodismo antes de integrar los estudios dispensados por los centros de formación profesionalizada en periodismo de las universidades públicas de Estrasburgo, Burdeos, Tours y Marsella. El segundo nivel de análisis se construye a partir de toda una serie de entrevistas en profundidad que trazan el pasado familiar y permiten conocer los valores y representaciones de la profesión de los estudiantes del Instituto de Periodismo de Burdeos. Los resultados demuestran que los estudiantes de periodismo no son una categoría homogénea. Las diferencias respecto a su origen social resultan notables e influyen sobremanera en el imaginario de la profesión.

Palabras clave: Imaginario de periodistas; identidad periodística; ideales y motivaciones de los estudiantes de periodismo; futuros periodistas en Francia.

Abstract: This article analyses how differently future journalists perceive the professional and social realities of journalism according to their gender and socio-economic background. The study is based on two methods. The first method is the empirical analysis of the social features of the students of the schools of journalism of the public universities of Strasbourg, Bordeaux, Tours and Marseille, at the start of their studies. The second method is a series of in-depth interviews that investigate the family history, values and perceptions about journalism of the students of the Institute of Journalism of Bordeaux. The results show that journalism students are not a homogeneous group. Their social backgrounds are remarkably different and greatly influence their perception of the profession of journalism.

Keywords: Imaginaries of journalists; journalistic identity; ideals and motivations of journalism students; future journalists in France.

Sumario: 1. Introducción. 2. Metodología. 2.1 Marco teórico. El Imaginario, paradigma de “lo que se quiere ser”. 2.2 Origen social. 2.3. Prácticas mediáticas. 2.4. Prácticas culturales. 3. Resultados. 3.1 El imaginario y la vocación. 3.2. Prestigio. 3.3. La misión del periodista. 3.4. Sin periodistas de referencia. 3.5. Sensibilidad social y compromiso. 3.6. Una visión crítica de los medios. 3.7. Género. 3.8 Futuro del periodismo. 4. Conclusión. 5. Referencias bibliográficas 6. Notas

Contents: 1. Introduction. 2. Methods. 2.1. Theoretical framework. The imaginary and the paradigm of what people want to be. 3. Results. 3.1. Social origin. 3.2. Social sensitivity and commitment. 3.3. Media practices. 3.4. Cultural practices. 3.5. The imaginary and the vocation. 3.6. Prestige. 3.7. The journalist’s mission. 3.8. Without journalist role models. 3.9. A critical view of the media. 3.10. Gender. 3.11. The future of journalism. 4. Conclusions. 5. Bibliographical references 6. Notes.

Translation by **Cruz Alberto Martínez-Arcos, Ph.D.**
(Autonomous University of Tamaulipas)

1. Introducción

En un contexto marcado por las profundas mutaciones en la profesión y en el ejercicio periodístico producido por los cambios tecnológicos, por la incidencia de la crisis económica, el paro y la precariedad, ¿donde se sitúan los futuros periodistas?, ¿qué visión tienen de la profesión y de su rol en la sociedad?, ¿cuáles son sus referencias ideales?

Frente a la pérdida de credibilidad de la profesión provocada por un periodismo de connivencia con los poderes políticos y económicos, ¿qué misión creen que deben desempeñar los periodistas de mañana?, ¿qué relaciones creen que deben instituirse entre los futuros periodistas y el poder político y económico?, ¿cómo conquistar de nuevo la confianza de los lectores y de la opinión pública?, ¿cuáles son los valores dominantes, las creencias profesionales y los mitos de referencia de la nueva generación de periodistas? En un país como Francia, con una tradición periodística heredera de una prensa literaria y de opinión, con una tradición crítica ante los medios de comunicación, ¿cómo hay que reinventar el periodismo?

La juventud y los estudiantes en periodismo no constituyen una categoría social homogénea. El origen social, la edad, la cuestión de género, la diversidad de formación anterior a la entrada en las Escuelas de periodismo constituyen factores de

diferenciación que queremos mostrar a través de los relatos de los estudiantes entrevistados.

Partimos de la hipótesis de que contrariamente a la opinión dominante que establece que son las Escuelas de periodismo las que producen una uniformización de los futuros periodistas (Lafargue, G. y Marchetti, D., 2011; *Le Champion*: 2010: 86-103), hay otros factores sociológicos, económicos y culturales que juegan un papel diferenciador. Consideramos que tanto las prácticas mediáticas en el seno de la familia, las prácticas culturales, la herencia ideológica familiar así como el imaginario característico de la joven generación actual son variables que hay que tener en cuenta.

2. Metodología

El estudio se sitúa en primer lugar en una perspectiva sincrónica y cuantitativa: se apoya en un cuestionario distribuido a los estudiantes recién admitidos en las cuatro Escuelas de periodismo de universidades públicas de Francia [1] (EPJ de Tours, CUEJ de Estrasburgo, EJC de Marsella, IJBA de Burdeos). Un total de 115 estudiantes han respondido al cuestionario distribuido el primer día de la entrada a la Escuela de periodismo con el fin de captar las primeras huellas en la dimensión del imaginario. En segundo lugar, nos posicionamos en una visión diacrónica y cualitativa: el trabajo se completa con el análisis de los resultados de más de una decena de entrevistas en profundidad a partir de un muestrario de estudiantes representativos de distintas categorías sociales y que se remonta a la herencia familiar y su influencia. Las entrevistas en profundidad, han sido realizadas desde una perspectiva etnosociológica a través de exposiciones de vida (Bertaux: 2010), y grabadas del 11 al 23 de enero de 2012 bajo un mismo modelo de cuestionario.

Trece estudiantes de un total de 36 alumnos que integran la promoción del Master de primer año 2011-2012 han sido seleccionados. La muestra ha sido efectuada a partir de las informaciones aportadas en el dossier de admisión al IJBA donde los estudiantes son invitados a indicar la profesión y la categoría profesional de su padre según la nomenclatura propuesta en la actual clasificación del INSEE. Todos los 36 estudiantes de la promoción 2011-2012 han respondido correctamente a la pregunta.

Con el fin de simplificar la selección de la muestra hemos procedido a una división de categorías socioprofesionales en cuatro grupos:

Grupo 1: Agricultores, obreros, empleados de comercio y parados.

Grupo 2: Artesanos, pequeños comerciantes, técnicos y empleados de la función pública.

Grupo 3: directivos de la función pública, profesiones intermediarias de la Educación, de la salud y de la función pública.

Grupo 4: Empresarios y profesiones liberales.

Han sido seleccionados tres estudiantes representativos de cada grupo. Para profundizar en el conocimiento del grupo 1, minoritario en otras escuelas de periodismo y mucho más representativo en el IJBA, hemos efectuado una cuarta entrevista. En la selección se ha pretendido respetar la paridad, por ello hay entre los 13 entrevistados, 7 mujeres y 6 hombres.

2.1 Marco teórico. El imaginario, paradigma de “lo que se quiere ser”

El imaginario aparece como uno de los principios organizadores de la conducta humana y según la fórmula de Gaston Bachelard “el hombre es un ser a imaginar, no se puede estudiar sino lo que previamente se ha soñado”. En este sentido, el imaginario resulta portador de una energía moral, de un arte de vivir. Enmarca o deforma la percepción que se tiene del mundo presente y estampa los contenidos del pensamiento que alimenta y amplía. Cada individuo experimenta una combinación de imaginarios más o menos ricos que forman un atlas plural de imágenes estrictamente personales (sueños), imágenes culturales y profesionales e imágenes universales (Wunenburger: 2011). El imaginario se construye a partir de elementos endógenos propios a nuestros recuerdos y biografía. Y también se conforma a través de elementos exógenos, por nuestra capacidad de producir imágenes, símbolos y mitos, que dependen de la riqueza de nuestro patrimonio simbólico vehiculado por el sistema de educación y las tecnologías mediáticas. Desde la perspectiva del psicoanálisis el imaginario se presenta como un principio revelador de los trazos de la personalidad, en donde a veces se esconde lo irracional.

Edgar Morin (2008: 88) pone de manifiesto la dialéctica entre lo real y lo imaginario. Este último se presenta como “estructura antagónica y complementaria de lo que se llama real”. Dentro de los paradigmas de lo imaginario, para Morin, éste es multiforme y multidimensional” y “no solo dibuja lo posible y lo realizable, sino que también crea mundos imposibles y fantásticos”. Así “puede ser tímido o audaz, despegarse apenas de lo real, osando superar las primeras censuras o bien lanzándose a la embriaguez de los instintos o del sueño”.

Cornelius Castoriadis (75: 152-153) considera que lo imaginario da sentido a las acciones, ahí se concentran las conductas y las motivaciones de los individuos. En el imaginario reside el espacio de construcción de la identidad, la conciencia y la representación. Igualmente en el imaginario se erige lo deseable, lo imaginable y lo pensable. Es “el verse como» de Paul Ricoeur (1990) y el “imaginarse como“.

Castoriadis va más allá al considerar incluso que cada “sujeto está dominado por un imaginario vivido como más real que lo real”. Por ello lo real es indisociable de la dimensión “actual”, es decir lo real, y lo virtual, del imaginario. Añade que la función del inconsciente que *dota* de realidad al imaginario, lo autonomiza y le otorga poder de decisión. La voluntad intrínseca del imaginario se afirma en el “yo debo convertirme”. Así mismo, en el imaginario se gesta “lo que se quiere ser” en el terreno de la proyección profesional. Desde lo imaginario se entreteteje una “realidad profesional” con lo simbólico.

Partimos de la base de que la concepción de la individualidad se apoya en un postulado de pluralismo, que Cyril Lemieux (2000) define como “pluralidad de lógicas de acción”, sobre la que reposan fenómenos como la explicación sociológica de la personalidad, construida a partir del universo social de origen, su experiencia, la subjetividad y la autonomía individual. Cada individuo tiene una inclinaciones (un *habitus*, como diría Bourdieu) presente desde hace tiempo, mucho antes de su entrada en una escuela de periodismo (el interés por el “periodismo de calle”, el compromiso, los encuentros...). Por medio de las exposiciones de vida se trata de comprender las tendencias a la acción que les animan.

3. Resultados

3.1 Origen social

El origen social es uno de los factores determinantes en la construcción del imaginario de los futuros periodistas. La representación que se hacen del mundo profesional resulta más virtual y romántica para aquellos cuyo universo familiar y social está muy alejado del periodismo y por lo tanto desconocen en parte la realidad del oficio que van a integrar. Sin embargo, el imaginario de aquellos cuya familia posee un capital social y cultural más elevado resulta más pragmático, en parte porque ya han realizado una aproximación profesional en forma de múltiples prácticas.

De la muestra de los estudiantes entrevistados solamente una de ellas responde al esquema de la reproducción social, al ser hijo y nieto de periodista (grupo 4). Su trayectoria escolar ha sido irregular y no ha pasado por carreras prestigiosas tipo *Sciences Po*, etc. Esta insuficiencia en capital escolar la ha compensado con su capital social. Gracias a los contactos familiares ha podido multiplicar las prácticas en medios prestigiosos, incluso ha tenido un contrato de un año en una radio privada de gran audiencia, *Europe 1*. Su conocimiento del medio profesional, de lo real, hace que tenga un plan de carrera más definido, una reflexión conformista, menos crítica y a la vez más ambiciosa que sus colegas. Su imaginario se nutre del imaginario familiar y está más próximo a la reproducción social. Este estudiante perteneciente a una saga de

periodistas de radio desea construir su carrera profesional en el mismo medio radiofónico y pretende en su imaginario ocupar las mismas posiciones que su padre.

“Desde pequeño he vivido en un medio saturado por la información y sobre todo por las ondas. Escuchaba a mi padre todas las mañanas presentar el informativo en la radio y la casa estaba inundada de periódicos. Y esto me ha marcado el espíritu y por eso me he lanzado por esta vía mucho más tarde”.

También otro estudiante del grupo 4 tiene un familiar que trabaja para el diario *Le Figaro*, contacto que le ha permitido realizar prácticas en dicho periódico. El resto de los estudiantes entrevistados no poseen parientes en el medio periodístico. Los estudiantes provenientes de un origen más modesto han realizado más esfuerzos escolares para construir su imaginario. La mayoría de ellos posee un capital escolar más elevado que los estudiantes pertenecientes a categorías sociales más favorecidas. En su currículum cuentan ya con un master en otra carrera, a diferencia de los estudiantes cuyo capital social y cultural es más alto. Los que han podido efectuar prácticas han sido únicamente en la prensa local y regional.

La elección de la profesión en los grupos 1 y 2 se ha revelado fuera de la familia, alejada del interés por la información, y la han encontrado a través de sus estudios. “Mis padres no tienen ninguna idea de lo que es ser periodista. Mi madre me ha apoyado siempre. Están orgullosos de mi elección. Lo que les gusta es la relación con la notoriedad que proporciona este oficio y la satisfacción de ejercer una profesión intelectual”.

Los valores que dicen haber heredado de su familia difieren respecto al origen social. Los estudiantes pertenecientes al grupo 1 y 2, cuyos padres no han realizado estudios, resaltan como valor principal el trabajo, seguido de la solidaridad y el respeto a los demás. En su imaginario emerge la cultura del esfuerzo como la recompensa del ideal republicano de la meritocracia: “Trabajar y trabajar para conseguir lo que uno quiere”, “hay que probar fortuna”. Conscientes en algunos casos de la desigualdad de oportunidades de la que parten, en una profesión donde funciona a menudo por cooptación, sin embargo la divisa del empeño y la perseverancia representa en su imaginario un trampolín para lanzarse a la profesión: “hay que darse los medios para triunfar. Aunque soy consciente de que no poseo una cultura literaria, tengo al menos el coraje y el empeño de mi madre y también su ambición. Siempre hay que esperar más de lo que uno tiene”. Sin embargo, su ambición se autocensura cuando proyecta su imaginario profesional. No se ve trabajando en la prensa parisina considerada más elitista: “Yo quiero trabajar en la prensa regional. No me veo en París. En París hay mucha competencia, además se está más sometido a las presiones de la línea editorial”.

Otro estudiante del grupo 1, originario de un barrio sensible, Vitriolle, confiesa que nada le predestinaba a querer aspirar a esta profesión: “Mis padres no son intelectuales, es más no tienen estudios. Mis abuelos, emigrantes italianos, eran incluso analfabetos, no sabían leer ni escribir. Pero yo siempre he sido un buen estudiante. He podido estudiar gracias a las becas. Cuando hubo revueltas en mi barrio, desembarcaron numerosos periodistas para informar de lo que pasaba. Yo les veía como actores. Venían, filmaban, entrevistaban a la gente del barrio, se interesaban por lo que estaba pasando, aunque luego se iban. Entonces es cuando me dije que quería ser periodista”.

Como contraposición, el valor predominante heredado por aquellos cuyas familias mantienen posiciones más acomodadas es la humildad. Cuando hay un fuerte capital social y cultural todo resulta tan evidente que se puede más fácilmente ser humilde. “Ser humilde es fundamental. No somos especialistas de nada. Yo soy alguien a quien todo me sorprende, lo conozca o no. Tengo una mirada exterior y creo que esto es una cualidad para ejercer este oficio. Puede parecer una tontería porque vengo de un medio hiper acomodado pero todo lo que tengo lo doy. La generosidad es igualmente un valor importante en mi familia”.

A esta estudiante, perteneciente al grupo 4, le ha sorprendido descubrir otros estudiantes de horizontes sociales diversos en el Ijba y así lo confiesa: “Mis padres tenían los medios para pagarme otras escuelas de periodismo privadas. Quizá no esté en posición de decir esto pero resulta muy importante cambiar de medio social. A mí no me interesa estar rodeada de estudiantes de una escuela que cuesta 10.000 euros al año. Mis padres me han pagado una facultad privada muy cara y podría haber continuado por esa vía. Yo nunca antes había estado formándome en un medio social diversificado como el IJBA. Siempre he estado en escuelas privadas, en un universo cerrado, allí la gente hace lo mismo”. Por otra parte, la honestidad y la generosidad son los valores principales que comparten todos los estudiantes entrevistados de los diferentes grupos sociales.

3.2 Sensibilidad social y compromiso

El grupo 1 desarrolla un discurso más fuerte y estructurado del “compromiso”, en el sentido histórico que corresponde a la imagen del “periodista comprometido”. Su discurso es más social, muestra una sensibilidad social para hablar de la “Francia de abajo”. En su imaginario los periodistas se presentan como “la correa de transmisión de la gente de la calle”. Algunos son conscientes de que no forman parte de la “corte periodística”. El discurso es elocuente: “No hay que despreciar a ciertas clases de la población”, “Evitar la torre de marfil”, “Quiero mostrar que no existe solo París”.

Tienen en su imaginario un fuerte sentido ético de la deontología profesional. Un sentido de la integridad y la dignidad profesional, de la honestidad, que aparece más desarrollado en el discurso de algunas mujeres: Una estudiante subraya que lo que más le preocupa “es la libertad y la autonomía de mi trabajo periodístico. No tener censura. Lo que realmente me interesa es poder ser una periodista independiente. Aunque gane poco, eso no me importa, no es por ello que he escogido esta profesión”.

Muchos de los padres del grupo 1 y 2 están comprometidos en el mundo sindical o asociativo. Esta herencia de la solidaridad queda patente en el imaginario de estos estudiantes de periodismo entrevistados. El padre del estudiante que vive en el barrio sensible de Vitrolles ha sido entrenador del club deportivo y ayuda a la integración de los jóvenes por medio del deporte. La estudiante cuyo padre es caminero, milita en una asociación ecologista, que ayuda a preservar los pájaros en vías de extinción. Otro estudiante, cuyo padre es obrero y sindicalista, ha compartido con él manifestaciones y cultura política.

3. Prácticas mediáticas

Respecto a las prácticas mediáticas en el seno de la familia, la diferencia de origen social las condiciona de manera muy marcada. Si la lectura de la prensa diaria nacional posee un bajo nivel de penetración en el grupo 1, correspondiente al mundo obrero y de empleados, sin embargo en las familias de directivos tiene una alta tasa de penetración. Las clases medias y superiores diversifican su consumo de información y cultura.

Las prácticas mediáticas familiares influyen en el imaginario del grupo 4, convirtiéndose en modelos de referencia del medio donde desean trabajar. Una estudiante sueña con integrarse en la radio de economía que escucha su padre:

“Mi madre escucha *France Culture*, *France info*, y mi padre *BFM*. Están abonados a *The Economist* y a *Les Echos*. La televisión nunca la vemos. Mi padre es financiero, y mi madre, licenciada, da clases de cocina. Nací en Nueva York, he vivido también en Londres y en Roma. Mis padres se preocuparon cuando les anuncié que quería ser periodista. He necesitado tiempo para convencerles. Pensaron que era un oficio complicado. Ellos leen la prensa y les interesa. Quiero ser periodista económico. Mi sueño, es trabajar en *BFM*. Es la radio de la economía. Es una buena puerta de entrada, en mi promoción nadie quiere hacer esto. En casa la economía está muy presente. Mi abuelo también trabajaba en la banca como directivo. Y otro abuelo trabajaba como directivo en Total”.

Hay que diferenciar la práctica mediática en el seno de la familia de las lecturas que realizan los estudiantes que se preparan a entrar en una escuela de periodismo. Muchos se inscriben en academias que les ayudan a preparar el concurso de selección con lo que diversifican sus lecturas de la prensa. Desde hace tres años el Instituto de Periodismo de Burdeos propone a los estudiantes admitidos al examen oral una producción periodística que consideran de calidad [2]. Aunque este ejercicio está orientado a satisfacer la demanda del jurado que les va a examinar, resulta curioso que el 80,43% de los documentos presentados provengan mayoritariamente de la prensa de referencia, fundamentalmente *Le Monde* y *Libération*, *Le Figaro* y *L'Equipe*, se sitúan muy lejos. Respecto a la prensa semanal aparecen a la cabeza *Courrier International*, y *Le Monde magazine*. La producción periodística proveniente del periodismo digital resulta prácticamente inexistente.

La prensa de referencia ocupa igualmente la primera posición dentro de las prácticas mediáticas de los 115 estudiantes recién admitidos en las cuatro escuelas de periodismo públicas y que han respondido al cuestionario de este trabajo de investigación [3]. Para ellos las mejores herramientas para informarse son los diarios (75 respuestas), los programas informativos de las radios (38 respuestas), y muy de lejos los telediarios de las ocho de la tarde (10 respuestas). Las redes sociales y la información digital apenas si cuentan como fuentes de información para los estudiantes en periodismo antes de la entrada a la Escuela, su uso queda restringido prácticamente a la esfera privada [4]: Facebook (3 respuestas), portales de actualidad, tipo *Orange*, *Yahoo* (4 respuestas), y *Twitter* (3 respuestas).

Según los resultados de la encuesta cuantitativa que hemos realizado sitúan como primera elección el diario *Le Monde* (48 respuestas), seguido de *Libération* (29 respuestas), *Courrier International* (22 respuestas) y *Le Canard Enchaîné* (14 respuestas). Sorprende que el diario conservador *Le Figaro* (una sola respuesta) apenas si sea citado dentro de las lecturas de preferencia. Respecto al seguimiento de la radio: son las radios del servicio público *France Inter* (40 respuestas) y *France Info* (22 respuestas) las preferidas por los futuros periodistas formados en las escuelas públicas de periodismo muy por delante de las radios comerciales. Las privadas representan un bajo perfil de seguimiento tanto *La Matinale* de *Europe 1* (16 respuestas) como *RTL* (9 respuestas) tienen un bajo índice de escucha. Sin embargo, llama la atención que una de las emisiones más seguidas es *Là Bas si j'y suis* (14 respuestas), un programa conducido por el periodista comprometido y militante de izquierdas, Daniel Mermez.

Si la televisión no representa para los futuros periodistas el medio de información de preferencia, sin embargo, algunas emisiones puntuales de debates (*C dans l'air*, 26 respuestas), reportajes *Envoyé spécial* (19 respuestas) o más satíricas como *Le grand journal* de *Canal +* (22 respuestas) gozan de su interés. Cuando se informan por

Internet se dirigen a la prensa de referencia *lemonde.fr* (46 respuestas), seguidos por dos periódicos digitales como *Rue89* (28 respuestas) y *Mediapart* (20 respuestas), y mucho después viene *Liberation.fr* (18 respuestas).

3.3 Prácticas culturales

Si el capital cultural varía según la categoría socioprofesional de los padres, igualmente hay otros factores determinantes en las prácticas culturales como el lugar de residencia (en el campo o en la ciudad). Podemos constatar la extensión de la “cultura media” en las clases populares (Goulet: 2011). Entre los estudiantes pertenecientes al grupo 1, algunos padres se interesan por la historia, visitan monumentos, incluso asisten a cines de arte y ensayo, etc.

En la encuesta realizada a los 115 estudiantes de las escuelas de periodismo públicas todos destacan que entre las cualidades que debe poseer un periodista tras su formación es una solida cultural general. Aunque, en primer lugar, sitúan ser expertos en los medios tecnológicos (62 respuestas), le sigue poseer una sólida cultura general (43 respuestas). En su imaginario, les resulta accesorio otras competencias como ser bilingüe (12 respuestas), pensar en multimedia (8 respuestas) o poseer una especialización temática (5 respuestas).

3.4 El imaginario y la vocación

La elección de convertirse en periodista aparece como una decisión madurada. De los 115 estudiantes encuestados, 22 maduraron su opción profesional desde hace 5 años, 18 de ellos desde hace 6 o 7 años, 16 lo tienen claro desde hace más de 10 años. Solamente 3 han respondido que quieren ser periodistas desde hace un año. La llamada vocacional no figura como motor privilegiado en la elección de la profesión periodística. Las razones expresadas que les han conducido a elegir esta profesión son del orden de la voluntad (47 respuestas), de la vocación pura y simple (36 respuestas), de la pasión (28 respuestas) y de la ambición, (22 repuestas).

La explicación de la elección de ser periodista varía según la personalidad de los estudiantes y su trayectoria pero también tiene una incidencia respecto al origen social, como hemos podido comprobar tras los relatos de vida efectuados por los estudiantes del IJBA: el interés por aprender resulta la explicación más frecuente evocada por el grupo 1, así como “conocer gente”. En su discurso imaginario figura el sueño de realizar una profesión intelectual aunque son conscientes de la fragilidad del mercado de trabajo y de los bajos ingresos, pero estos factores no les inquietan. La sed de

distinción social que procura la pertenencia a la profesión periodística está mucho más presente en el imaginario del grupo 1 (Accardo, 1998: 105-121) [5].

3.5 Prestigio

Sus imaginarios les procuran recompensas simbólicas que compensan la precariedad y la realidad de los bajos salarios: comparten el orgullo personal de ejercer una profesión que ante sus ojos todavía goza de prestigio. En su imaginario destaca el sentimiento de movilidad social. Ascensión de clase social respecto a sus antepasados analfabetos, es el caso evocado por uno de los estudiantes entrevistados. Dentro del grupo 1 evocan el prestigio intelectual. Otros consideran que resulta “un oficio noble”. Es la gratificación de ejercer una profesión donde la precariedad reina.

Son conscientes del reconocimiento social de la profesión a pesar de las críticas vertidas en estos últimos años. Tienen un sentimiento de la importancia en razón del estatus social del grupo. En su imaginario se desprende la certidumbre de ejercer una profesión con influencia, más legitimada por el aspecto intelectual que por la influencia política.

Una estudiante del grupo 1, que vive con su madre, una secretaria curtida en viajes, cuyo padre es camionero comenta cómo sus padres siempre la han apoyado a pesar de desconocer en qué consistía exactamente el oficio de periodista:

“Siempre adoraba escribir. Cuando terminé el bachillerato a los dieciocho años no sabía qué hacer. Por casualidad, descubrí un folleto dedicado a los estudios de periodismo. Aunque en aquella época no sabía en qué consistía me dije que esa opción me gustaba. Luego para confirmar mi motivación realicé prácticas en la prensa regional y fue el periodismo de calle el que me reveló mi pasión por la profesión periodística. Lo que más me gusta del oficio es que te alimenta intelectualmente. Continuamente estás aprendiendo. Los viajes no es lo que más me llamaba la atención, lo que quiero es conocer gente y poder realizar mi trabajo con independencia”.

Para los estudiantes del grupo 1, cuyo universo familiar está muy alejado del periodismo (las prácticas mediáticas se reducen a los telediarios y a la radio) la divisa del “periodismo es el contacto” está omnipresente. La dimensión humana resalta con frecuencia. También en este grupo 1 evocan la “utilidad social del periodista” y su “responsabilidad cívica”.

Podemos clasificar los argumentos evocados para explicar la vocación siguiendo el modelo propuesto por Rémy Rieffel (1984) por el siguiente orden de importancia:

- 1- *el periodista está en una universidad permanente*. La elección de ser periodista se entiende como una profesión que permite renovarse en permanencia y ayuda al aprendizaje del mundo actual. Este imaginario resalta más en el grupo 1, quizás como compensación del bajo nivel de capital cultural y la atracción por una profesión considerada ante sus ojos como intelectual, frente al trabajo manual de sus progenitores.
En sus discursos integran la crisis, ya que son en parte conscientes de la precariedad en la profesión y de las bajas remuneraciones a las que serán confrontados.
- 2- *El periodista es una profesión de contacto*. Esta respuesta se encuentra en todos los grupos entrevistados. Resulta más pronunciado en las mujeres. Así lo enuncia una de ellas: “Me gusta alimentarme de encuentros. Un día estás por la mañana en una obra con obreros y luego por la tarde tienes que ir a un acto oficial...”. Para los estudiantes pertenecientes al grupo 1, cuyo universo familiar está muy alejado del periodismo la divisa del “periodismo es el contacto” y “la dimensión humana” resulta omnipresente. También la utilidad social es evocada más por el grupo 4.
- 3- *El periodista es un observador privilegiado*. En el discurso evocado resalta el papel del periodista testigo de la historia, notario de la realidad. La respuesta sobresale en todos los grupos.
- 4- *El periodista es un escritor que se ignora*. Respuesta minoritaria. Las mujeres entrevistadas evocan más su pasión por la escritura como detonador de su vocación.

La pasión por el deporte es un factor desencadenante de la vocación periodística en especial para varios de los hombres entrevistados. Cuatro han respondido en este línea respecto a siete. La pasión del periodismo pasa por el deporte en especial en el grupo 1.

El dinero no es un motor de la actividad periodística entre los futuros periodistas. Este punto coincide con los resultados del trabajo realizado por Rémy Rieffel (1984) a la élite periodística francesa. Los futuros periodistas entrevistados conciben el periodismo más como un modo de vida. La mayoría de las respuestas se agrupan en torno a la satisfacción personal (más presente en el grupo 4).

3.6 La misión del periodista

El imaginario que tienen de la representación del buen periodista los 115 estudiantes encuestados responde al profesional como testigo, observador y relator de los hechos (46 respuestas), seguida del profesional de la investigación (25 repuestas) e historiador del presente, analizando y poniendo en perspectiva los hechos (25 respuestas). Le

siguen muy detrás la función de pedagogo (9 respuestas), actor social, como comentador; defensor de la democracia (5 respuestas), y por último aventurero (1 respuesta).

Los ideales prototípicos que resultan de las entrevistas a los estudiantes del IJBA respecto a la misión del periodista coinciden también en las mismas representaciones aunque destaquen más la figura del periodista comprometido, el periodista que da voz a los ciudadanos, en especial, aquellos que provienen de un origen social menos favorecido. Esta diferencia quizás se explica por la diversidad social en el perfil de los estudiantes.

A partir de las respuestas obtenidas podríamos clasificar en el imaginario de la muestra de los estudiantes del IJBA las siguientes representaciones de la misión del periodista:

- 1- El *mito del periodista comprometido* se acrecienta, en especial en el grupo 1. Si en trabajos anteriores había quedado relegado este rol (Rémond, 1999: 4-23) en plena crisis del euro, y tras tanto vilipendio del periodismo de connivencia parece que emerge de nuevo con fuerza la misión de guardián de la democracia.
- 2- *El periodista cívico*, que da la voz a los ciudadanos ordinarios, convertidos a menudo en espectadores pasivos. Promueven así la función de integración. En el grupo 1, resalta la función social del periodista como instigadores de la integración social. Entienden los medios como una tribuna de debates.
- 3- *Pedagogo*. Su misión es explicar y vulgarizar. Ven al periodista como un divulgador de la información. Ganas de aprender y de transmitir.
- 5- *Testigo*. Con una fuerte sensibilidad por la verificación de los hechos. Hay una vuelta al rol de transmisión de la información.
- 6- *Aventurero*. Recorrer el mundo es el sueño de uno de los entrevistados. Su imaginario de viajes lo tiene en América Latina. Las figuras míticas del corresponsal en el extranjero y el corresponsal de guerra sigue perviviendo.

La ambición se ha volatilizado en parte con la crisis. Una de las mujeres entrevistadas perteneciente al grupo 3 comenta que simplemente su sueño es tener un trabajo al salir de la escuela de periodismo. Otros hablan de la figura de reportero, o de periodista de investigación como ideal profesional. Algunos evocan la elección mítica de ser corresponsal de guerra o corresponsal en el extranjero. Y entre los hombres resaltan más las ambiciones profesionales con posiciones de visibilidad, en especial el grupo 3 y 4: varios evocan su sueño de ser editorialista o presentador de radio.

En el imaginario de los 115 estudiantes que han respondido al cuestionario coincide también en algunos el sueño clásico de ser corresponsal en el extranjero (16 respuestas), incluso sigue atrayendo la mítica figura del corresponsal de guerra (16

respuestas), pero los hay que se inclinan por trabajar de redactor polivalente (17 respuestas). Llama la atención el poco interés que les suscita ser editorialistas (8 respuestas). Dentro del periodismo de opinión se inclinan más por la figura del columnista. La pasión por el deporte sigue reclutando periodistas deportivos, ya que 12 han seleccionado esta opción. Internet, decíamos con anterioridad que no les hace soñar, solamente 9 han señalado que quieren ser periodistas multimedia. La aparición de nuevos perfiles profesionales ligados al desarrollo del periodismo digital, no les interesa. Por ejemplo, nadie desea ser, ni una sola respuesta, *community manager*, animador y difusor de contenidos periodísticos en la red.

A diferencia de los estudiantes de periodismo entrevistados del Ijba, sorprende que de los 115 estudiantes que han respondido al cuestionario pocos sueñan con ser periodistas de investigación (2 respuestas), ni les atrae estar desligados de una redacción con un estatus de colaboradores free-lance de diferentes medios (1 respuesta). Esta tendencia se confirma en las respuestas ofrecidas a otra pregunta del cuestionario donde se planteaba si preferían ejercer como periodista empleado de una empresa periodística, opción ampliamente mayoritaria o como independiente (*free lance*), solamente 14 respuestas.

Las secciones donde prefieren trabajar son: en primer lugar Cultura (29 respuestas) Internacional (28 respuestas), Política (26 respuestas), Sociedad (16 respuestas), Deportes (15 respuestas), e Información general (9 respuestas). Las secciones poco atractivas para estos futuros periodistas encuestados son: Economía (2 respuestas), la información local (2 respuestas), Ciencias y salud (1 sola respuesta) y Medio ambiente (3 respuestas).

3.7 Sin periodistas de referencia

En el imaginario de los futuros periodistas entrevistados del IJBA la mayoría no tienen ídolos ni cabeceras de periódico fetiches. Estos resultados coinciden ya con la tendencia que presentaba el estudio realizado en 1996 por Edith Rémond. Es una tendencia que se confirma con rotundidad: la inexistencia de mitos de referencia. En sus imaginarios apenas si habitan los héroes.

No cuentan con modelos de periodistas que les inspiran ni a los que quieran parecerse. No poseen ni modelos a seguir ni ídolos ni figuras a las que admirar. Esta tendencia resulta más marcada en el grupo 1, donde las prácticas mediáticas familiares se resumen a la televisión o a la radio. De las cuatro personas entrevistadas solamente una responde citando a su círculo de periodistas que más admira, todos ellos muy mediáticos: Alain Duhamel, Jean-François Kahn et Jean-Michel Apathie.

En el cuestionario sometido a los 115 estudiantes se les presentaba una lista de periodistas actuales y desaparecidos que tenían que clasificar por orden de preferencia. En primera posición clasificaron un mito clásico del periodismo francés: Albert Londres (32 respuestas), seguido por un mito del periodismo internacional, Bob Woodward, (20 respuestas) seguido por un periodista político y de investigación Edwy Plenel (18 respuestas), Yves Calvi un periodista de debates televisivo, y Florence Aubenas, veterana periodista de investigación con 10 respuestas.

Entre las cualidades humanas que consideran las más importantes que debe poseer un periodista destacan en primer lugar para los 115 estudiantes encuestados: la curiosidad (51 respuestas), seguida por la honestidad (15 respuestas), la verificación de la información (13 respuestas), ser apasionado de su oficio (8 respuestas), estar predispuesto a la escucha de los demás, (8 respuestas), ser independiente (7 respuestas), cuestionarse, (5 respuestas). La creatividad, la sensibilidad, la disponibilidad, apreciar el trabajo en equipo, estar seguro de si mismo no han obtenido ninguna respuesta.

3.8 Una visión crítica de los medios

Resalta en los encuestados su resistencia frente al periodismo de connivencia puesto en solfa estos últimos decenios en Francia por la crítica a los medios. Esta sensibilidad la comparten casi todos los grupos. Salvo el 4, todos los otros grupos evocan un discurso crítico respecto a un determinado tipo de periodistas excesivamente próximo al poder. Les molesta la omnipresencia de la élite periodística y los periodistas de referencia, que no ven como modelos a seguir, al contrario.

En su imaginario la ética ocupa un lugar muy importante “debe estar en primer lugar”. Desean contribuir a la vuelta de un periodismo más centrado en la investigación, en la verificación de la información y en el reportaje en vez del comentario. Igualmente traslucen una voluntad de aproximación a los lectores, en especial el grupo 1. Algunos hablan de “Reconquistar los pilares de la profesión”. Aquí de nuevo sale a relucir su discurso sobre los reproches al periodismo actual: “Alejados de los intereses de la gente corriente.” “Hay que hablar de la Francia que padece. Contar historias de la gente ordinaria”. “Dar la palabra a los que no la tienen”, responden así, los del grupo 1, con una fuerte reivindicación social a partir de lo sufrido en sus propias carnes. En su discurso muestran un rechazo de la injusticia social y la escasa cobertura de los medios sobre los conflictos sociales.

3.9 Género

Las futuras mujeres periodistas no sueñan con modelos de mujeres periodistas. Ellas prefieren en su imaginario el periodismo. Las secciones que eligen son las

tradicionalmente atendidas por mujeres: cultura y sociedad. La sección política resulta más de la predilección de los hombres así como la sección de deportes.

No sueñan con la idea de hacer una carrera fulgurante y ocupar posiciones de responsabilidad. Prefieren el periodismo de información que el de opinión. Quieren realizar reportajes, entrevistas y “conocer gente”. Apenas si cuentan con modelos de mujeres periodistas de referencia. Los viajes tampoco destacan en su imaginario. Prefieren vivir en Francia y tener un empleo de reportera.

Mayor conciencia social muestran aquellas que pertenecen a un medio social con menos recursos. La cuestión de tener hijos apenas si ha sido evocada. No se sabe si por autocensura. Solamente una estudiante habló de ello: “pero antes quiero encontrar un trabajo, que me vaya bien y luego después ya veré la posibilidad de tener niños”. En su imaginario incorpora la visión de la incompatibilidad de conciliar vida profesional y personal. Las estudiantes entrevistadas prefirieron la prensa escrita o la radio. Ninguna mostró un interés especial por la televisión.

3.10 . Futuro del periodismo

No sueñan con ser periodistas digitales: todavía tienen un atavismo con el papel, al que confieren prestigio. “De aquí a 20 años todavía veo la existencia de la prensa versión papel”. Siguen apegados a la “galaxia Gutenberg”, mientras relegan el “universo digital” a la esfera privada. Un estudiante del grupo 1 confiesa su devoción: “Para mi es un ritual ir al kiosco a comprar los periódicos: Yo los prefiero así que leerlos por Internet”. La prensa de referencia sigue siendo la prensa escrita aunque la práctica mediática familiar sea la televisión, como ocurre con los del grupo 1.

Piensen que una de las misiones para garantizar el futuro del periodismo es el acercamiento a los lectores, asignatura pendiente de la prensa actual. Este discurso resulta más desarrollado por el grupo 1: “Hay que renovar la relación con los lectores. No hay que despreciarlos”. En su imaginario su misión es de renovar los vínculos con ellos.

Creen que hay renovar el periodismo buscando en los pilares de la profesión. Aunque han integrado la crisis a la que está sumida la prensa no tienen miedo a no encontrar empleo. En su imaginario salir diplomados por una escuela reconocida por la profesión resulta un trampolín que facilita la inserción profesional.

Entre las nuevas vías de investigación de este trabajo se prevé a partir del próximo curso relanzar el cuestionario a los nuevos entrantes en las escuelas de Periodismo reconocidas públicas y se ampliará a las privadas. Igualmente el estudio se completará

con el seguimiento de los estudiantes entrevistados en el IJBA durante los tres primeros años de inserción laboral con el fin de evaluar la evolución del imaginario a partir de la confrontación con la realidad profesional.

4. Conclusión

El imaginario de los futuros periodistas presenta más diferencias según el origen social de los estudiantes que desde una perspectiva de género. Las estudiantes de periodismo entrevistadas no evocan periodistas de referencia. Ni mujeres periodistas a las que admirar. Prefieren el reporterismo y no sueñan con alcanzar las cimas del poder en la profesión, coto reservado al muestrario masculino que se proyecta más en la jerarquía.

La mayoría de los estudiantes entrevistados coinciden en destacar la función de informar y de divulgar de los medios de comunicación. La dimensión humana resulta crucial en el imaginario de lo que debe ser un periodista. El periodismo aparece más como un modo de vida que les permitirá “conocer gente”, “hablar de la vida cotidiana de la gente ordinaria”, “realizar reportajes”, “lanzar debates”, “explicar lo que realmente está pasando”. La figura del reportero de calle, corresponsal en el extranjero o incluso la figura mítica del corresponsal de guerra les hace soñar más que el periodismo digital encerrado entre cuatro paredes. Utilizan las redes sociales e Internet en su esfera privada pero no como fuentes de información. La prensa de referencia se erige como su modelo. Queda de manifiesto el desfase entre su imaginario y las condiciones de trabajo cada vez más difíciles que van a encontrar. Un aspecto preocupante por lo que puede suponer de dificultad y frustración en su futura inserción profesional.

Nada de héroes. Como dice una de las estudiantes entrevistadas: “No practico la idolatría”. Aunque no tienen modelos a seguir, la muestra de los estudiantes de periodismo entrevistados tiene su propia receta apoyada en la verificación, la honestidad, la independencia, situar la ética en primer plano y el deseo de renovar los lazos con los lectores. Un discurso más pronunciado por el grupo 1 y 2, pertenecientes a clases sociales más desfavorecidas.

La élite periodística ha perdido su atracción, no representan un modelo de referencia para los estudiantes de periodismo. Apenas si son citados incluso son muy críticos por la proximidad de algunos con el poder. “El periodismo no debe ser un oficio de divos. No hay que encerrarse en una torre de marfil”.

Aquellos que pertenecen a categorías sociales con menos recursos desarrollan un discurso más social y de compromiso. Compromiso ante los ciudadanos ya que son

conscientes de su responsabilidad cívica: “Revelar casos de corrupción, mostrar realidades desconocidas por la opinión pública, el periodismo de investigación”.

Denuncian el periodismo de connivencia practicado por la élite periodística. En el modelo actual de los medios no se encuentran. Creen que otro periodismo es posible. Este pasa por las ganas de realizar un periodismo de calle, próximo a la gente. Sueñan con la imagen noble de la profesión. La figura del periodista comprometido encandila más a los estudiantes de origen social modesto. Ese es el verdadero pilar de la profesión.

Los estudiantes pertenecientes a una clase social desfavorecida son los que poseen mayor sentido del valor del trabajo, una cultura del esfuerzo y de la abnegación, heredada de su familia. El ascensor social funciona por la combatividad que ponen para acceder a una profesión intelectual. Consideran la profesión como “útil y noble”. Destaca en ellos una visión más romántica y social del oficio: quieren ser la verdadera correa de transmisión de la gente del pueblo, de los olvidados, de los sin voz. “No hay que olvidar a la población ni despreciarla. Quiero demostrar que no sólo existe París. Yo vengo de la Francia profunda. Hay que hablar de muchas realidades que no se abordan en los medios de comunicación.” Sin embargo practican una autocensura al no verse trabajando en medios reconocidos y prestigiosos como hacen los estudiantes provenientes de categorías sociales más favorecidas y que poseen mayor capital social y contactos en la profesión a través de su familia.

Los resultados de la investigación permiten corroborar cómo los estudiantes de periodismo no son una categoría homogénea. Las diferencias respecto a sus propiedades sociales son notables e influyen sobremanera en el imaginario de la profesión. Los estudiantes de un origen modesto poseen mayor riqueza en su imaginario así como albergan una visión romántica y más exigente de lo que debe ser el periodismo. Su origen social influye en su visión del mundo y en la misión que otorgan a la profesión.

En un contexto marcado por el debate actual en Francia sobre cómo aumentar la diversidad social en la profesión, la selección escolar y social que realizan a su entrada las escuelas de periodismo ha sido puesta en solfa. Aunque algunas escuelas de periodismo pertenecientes a universidades públicas presentan una mayor diversificación social en su selección, como es el caso del Instituto de Periodismo de Burdeos, hay que señalar que existe en Francia un problema respecto a la homogeneidad social de los periodistas. Algunos estudios muestran que la mayoría de los estudiantes provienen de la clase media y superior (Lafargue y Marchetti: 2011) [6], hijos de profesiones intelectuales, resultando el periodismo un medio excesivamente endógeno.

A pesar del esfuerzo que realizan la mayoría de las escuelas de periodismo por abrir sus puertas a otros segmentos sociales, conviene subrayar que ésta debería ser una de las misiones principales de las escuelas de periodismo pertenecientes a la universidad pública. Su vocación es la de contribuir a la diversidad de orígenes sociales en una profesión denostada por la cuestión de la reproducción social de las élites (Bourdieu: 1989).

- [Investigación financiada](#) por el laboratorio MICA EA 4426 y el Institut de Journalisme Bordeaux Aquitaine, Universidad Michel de Montaigne de Bordeaux 3, Francia

5. Referencias bibliográficas

Accardo, Alain, (1995): *Journalistes au quotidien. Essais de socioanalyse des pratiques journalistiques*. Bordeaux: Le Mascaret, pp. 105-121.

Bertaux, Daniel (2010): *L'enquête et ses méthodes. Le récit de vie*. Paris : Armand Colin.

Bourdieu, Pierre, (1989): *La noblesse d'Etat. Grandes Ecoles et esprit de corps*. Paris: Minuit.

----- (1996): *Sur la télévision*. Paris: Raisons d'agir.

Castoriadis, Cornélius (1975): *L'institution imaginaire de la société*. Paris: Seuil, p-152-153.

Courcuff, Philippe, (2000): *Les nouvelles sociologies : entre le collectif et l'individuel*. Paris: Armand Colin.

Douifi, Linda, (2008): *D'où ils viennent les étudiants en journalisme. Enquête sur l'origine sociale des étudiants en journalisme en France en 2007-2008*, mémoire de fin d'études de l'IJBA.

Dubard, C., (1991): *La socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles*. Paris: Armand Colin.

Goulet, Vincent, (2011): *Les pratiques médiatiques des classes populaires, Les usages ordinaires des informations*. Paris: INA éditions.

Hoggart, Richard (1970): *La culture du pauvre*. Paris: éditions Minit.

Lafargue, G. et Marchetti, D., (2011): «Les portes fermées du journalisme, L'évaluation : contextes et pratiques », *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, Seuil, N° 189.

----- (2008): «Enquête sur la provenance des étudiants en journalisme », *Médiamorphose*, n°24.

Le Bohec, J., (2000): *Les mythes professionnels des journalistes*. Paris: L'Harmattan.

----- (1997): *Les rapports Presse-politique, Mise au point d'une typologie idéale*. Paris: L'Harmattan.

Le Champion, Rémy, (2010): « Les représentations collectives des formations initiales en journalisme et leur efficacité en question », *Cahier du Journalisme* N° 21, Automne, pp.86-103.

Lemieux, Cyril, (2000) : *Mauvaise presse*. Paris: Métailié.

Marchetti, D. y Ruellan, D., (2001): *Devenir journaliste. Sociologie de l'entrée sur le marché de travail*, DDM/Crap. Paris: La documentation française.

Mathien, M, Pelissier, N, Rieffel, R., (2001): « Figures du journalisme, critique d'un imaginaire professionnel », *Quaderni*, volume 45, N°45, pp.49-52.

Morin, Edgar (2008): *L'esprit du temps*. Paris: Armand Collin, p. 88.

Neveu, Eric (.2001): *Sociologie du Journalisme*. Paris: La Découverte.

Rémond, Edith, (1999): « Pourquoi veulent-ils devenir journalistes ? », *Communication et langages*, N° 119, 1er trimestre, pp.4-23.

Rieffel, R. y otros, (2001): *Les journalistes français à l'aube de l'an 2000. Profils et parcours*. Paris: Panthéon-Assas.

----- (1984): *L'élite des journalistes*. Paris: PUF.

Ricoeur, Paul (1990): *Soi-même comme un autre*. Paris: Seuil.

Ringoot, R., et Utard, J-M., (DIR), (2006): *Le journalisme en invention, nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, PUR.

Ruellan, Denis, (2007): *Le journalisme ou le professionnalisme du flou*. Rennes: Presses universitaires de Rennes.

Santos-Sainz, Maria, (2006): *L'élite journalistique et ses pouvoirs*. Rennes: Apogée.

----- (2003): *El poder de la élite periodística*. Madrid: Fragua.

Wunenburger, Jean-Jacques, (2011): *L'imagination, mode d'emploi? Une science de l'imaginaire au service de la créativité*. Paris: éditions Manucius.

6. Notas

[1] En Francia hay 13 escuelas de periodismo reconocidas por la profesión. De los 13 centros, 9 pertenecen a universidades públicas: (Estrasburgo, Burdeos, Tours, Lannion Marsella, Grenoble, Paris-Sorbonne, Paris Panthéon-Assas, Sciences Po Paris), y 4 tienen un estatus privado (CFJ Paris, ESJ de Lille, IPJ de Paris y EJT de Toulouse).

[2] Etude du recrutement de l'IJBA, 2011.

[3] Estudio realizado por el colectivo de investigadores pertenecientes a Cejer (Chercheurs en journalisme des écoles reconnues), en el que han participado las escuelas de periodismo de universidades públicas reconocidas por la profesión: Cuej de Estrasburgo, el EJCM de Marsella, el EPJT de Tours y el IJBA de Burdeos. Los resultados de la encuesta sobre el imaginario profesional propuesto a los 115 estudiantes integrantes de estas 4 escuelas de periodismo fue presentado por Nicole Gauthier, directora del Cuej, en la jornada de estudios CEJER/MICA/IJBA que tuvo lugar en el Ijba el 31 de enero de 2012.

[4] Bassoni, M., Liautard, D., Aiguillon, B, (2012): « Quand le numérique ne fait pas rêver les futurs journalistes... Routines digitales personnelles et représentation traditionnelle du métier », Ecole de Journalisme de Marseille, Aix-Marseille Université. Estudio presentado en la Jornada de estudios CEJER/MICA/IJBA, el 31 de enero de 2012.

[5] Los periodistas entrevistados confrontan su imaginario antes de entrar a la profesión poblado de un “universo mítico” frente a la precariedad que padecen en los primeros años de ejercicio profesional, que les conduce a un proceso de frustración producido por la sucesión de actos de sumisión y de renuncia a los que se ven sometidos.

[6] En este trabajo de investigación demuestran la alta selección social que realizan las escuelas de periodismo en Francia: un 52% de estudiantes tienen padres que ejercen profesiones intelectuales. Los hijos de obreros son un 10% y de empleados un 6%.

BIBLIOGRAFÍAS – HOW TO CITE THIS ARTICLE IN BIBLIOGRAPHIES / REFERENCES:

M Santos-Sainz (2013): “Los imaginarios de los futuros periodistas en Francia”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 68. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 145 a 166 recuperado el ___ de ___ de 2_____, de DOI: [10.4185/RLCS-2013-972](https://doi.org/10.4185/RLCS-2013-972)

Artículo recibido el 23 de diciembre de 2012. Sometido a pre-revisión el 26 de diciembre. Enviado a revisores el 26 de diciembre. Aceptado el 12 de febrero de 2013. Galeradas telemáticas a disposición de la autora el 13 de febrero de 2013. Visto bueno de la autora: 14 de febrero de 2013. Publicado el 15 de febrero de 2013.

Nota: el DOI es parte de la referencia bibliográfica y ha de ir cuando se cite este artículo.
