



UNIVERSITE DE BOURGOGNE



ECOLE DOCTORALE "LANGAGES, IDEES, SOCIETES, INSTITUTIONS, TERRITOIRES"

THESE

présentée par **Haminatou Armelle NSE FOUME**

Soutenue le : 16 décembre 2011

Pour obtenir le grade de : Docteur en Espagnol

IMAGE DE L'ESPAGNE DANS LA PRESSE QUOTIDIENNE MEXICAINE Exemple de *La Crónica de Hoy* (version numérique 2004-2007) Tome I

Sous la direction de M. le professeur Emmanuel LARRAZ

JURY :

Emmanuel LARRAZ	Université de Bourgogne	Département d'Etudes Hispaniques
Jean-Claude VILLEGAS	Université de Bourgogne	Département d'Etudes Hispaniques
Florence BELMONTE	Université Montpellier III	UFR de Langues Romanes
Françoise HEITZ	Université de Champagne-Ardenne	Faculté des Lettres

IMAGE DE L'ESPAGNE DANS LA PRESSE QUOTIDIENNE MEXICAINE

EXEMPLE DE *LA CRÓNICA DE HOY*

(VERSION NUMERIQUE 2004-2007)

REMERCIEMENTS

L'expression de ma profonde gratitude va à M. Emmanuel LARRAZ, pour la confiance qu'il m'a accordée au commencement de mes travaux et pour son accompagnement dans chacune des étapes de ma recherche. J'espère sincèrement que mon travail sera à la mesure de son engagement et de son écoute en tant que directeur de recherches.

Je remercie les membres du jury, Mme Florence BELMONTE, Mme Françoise HEITZ, et M. Jean-Claude VILLEGAS, pour l'honneur qu'ils m'ont accordé en acceptant de lire ce manuscrit, d'évaluer mon travail et d'assister à ma soutenance.

Je salue également ici M. Del Rio et Mme Monica Delgado qui ont répondu à mes sollicitations. Par leur amicale collaboration, ils ont contribué à enrichir cette étude.

Tessa MOUNDJIEGOUT, pour ses conseils avisés durant ces derniers mois de préparation et ses patientes relectures, en tout lieu et à toute heure.

Enfin, plus personnellement, je remercie Mahamadi et Abdoul pour leur disponibilité, leur aide et leurs encouragements, ce depuis bien des années.

Mes remerciements ici ne suffiront pas à exprimer toute ma gratitude à mes parents, dont je n'ignore pas tous les efforts pour me permettre ces longues années d'étude ; je pense également à Fatou et Sylver, qui, me précédant sur le chemin, m'ont montré l'importance de poursuivre sans relâche ses objectifs.

Que toutes ces personnes, et celles qui ne sont pas nommément citées mais qui ont également de près ou de loin pris part à ce travail, reçoivent ici l'assurance de ma gratitude.

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION GENERALE	21
PARTIE I : ETUDE DU CONTEXTE	24
Introduction	25
Chapitre I : Le Mexique en 2006	27
A) Les données physiques et socio-économiques : puissance et fragilité du Mexique	27
1- Le relief et le climat	27
2- Les infrastructures de transport	31
3- Une population jeune, métisse et urbaine	33
4- Une économie prospère mais dépendante	35
5- Une situation sociale contrastée	38
B) Les facteurs politiques et historiques : la Révolution, la presse et la démocratie	42
1- 16 ^{ème} -19 ^{ème} siècle : Le régime colonial de la Nouvelle-Espagne	42
2- 19 ^{ème} siècle : Indépendance ou dictature des <i>caudillos</i>	45
3- 1900-1920 : La presse comme catalyseur de la Révolution	55
4- 1920-1994 : Un Parti-Etat et une presse muselée	59
5- 1994 -2006 : La presse et le peuple : acteurs et spectateurs de l'ouverture démocratique	68
C) Les influences culturelles : entre <i>La Virgen Guadalupe</i> et l'Oncle Sam	71
1- Les racines indiennes	71
2- L'héritage colonial et révolutionnaire	73
3- L'américanisation de la culture mexicaine	75
Chapitre II : La presse quotidienne au Mexique	79

A) Le modèle médiatique mexicain	79
1- Les origines hispaniques	80
2- Le poids du modèle libéral	80
B) Presse écrite : un marché polarisé	81
1- Données fragmentaires	81
2- Données trop anciennes	81
3- Les groupes de communication	83
a) Les groupes d'envergure nationale	83
- La Organización Editorial Mexicana (OEM)	83
- Le groupe Multimedios Estrellas de Oro	83
- Le groupe Reforma	84
b) Les groupes d'implantation régionale	86
- Le groupe Asociación de Editores de los Estados (AEE)	86
- Le groupe Servicios Informativos y Publicitarios del Sureste (SIPSE)	86
4- La répartition de la presse sur le territoire	86
a) Schématisation	87
b) Les régions très attractives	91
c) Les régions moins couvertes	93
C) La presse mexicaine sur Internet	95
1- Quelques données clé	95
a) La naissance du réseau mexicain	95
b) Infrastructures et usages d'Internet au Mexique	96
c) Habitudes d'accès	99
d) Habitudes d'utilisation	100
e) Habitudes de consommation	100
2- Un secteur en pleine consolidation	101
a) Les avancées de la presse mexicaine sur Internet	101

➤ Le traitement de l'information	102
➤ L'interactivité	104
➤ La généralisation des services	106
➤ Les sources de financement	108
b) Exemples de quelques quotidiens en ligne	109
➤ Milenio	109
➤ El Universal	111
➤ El Norte	112
Conclusion	114
PARTIE II : ANCRAGE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE	116
Introduction	117
Chapitre I : <i>La Crónica de hoy</i>	119
A) <i>La Crónica de hoy</i> comme entité physique	119
1- Historique de l'entreprise	119
a) Un quotidien né du désir de changement socio-politique	119
b) Le temps des dérapages et des désillusions	121
c) Remises en cause et changements	122
2- Quelques chiffres	125
3- L'équipe de <i>La Crónica de Hoy</i> en 2007	126
B) <i>La Crónica de Hoy</i> comme entité sémiotique	129
1- La grille de lecture du site	130
a) Contenu	132
b) Navigation	135
c) Présentation visuelle	140
d) Multimédia	146
e) Accessibilité	147

f) Commentaire et conclusion	148
2- <i>La Crónica de Hoy</i> comme entité de contenu	149
a) Le Contenu	151
➤ L'organisation du contenu et le <i>rubricage</i>	151
➤ La navigation	160
➤ Le visuel	161
b) L'interactivité	163
➤ L'enrichissement du contenu	163
➤ L'enquête d'opinion	164
➤ Le forum de discussion	164
➤ L'indexation du contenu	165
c) Le Multimédia	166
➤ La version papier en PDF	166
➤ Les galeries photos	167
d) L'actualisation du site	167
➤ La Une	167
➤ Les dépêches	167
➤ Les dessins satiriques	168
C) Identité et spécificité du site dans un contexte de sites web concurrents	169
1- La publicité sur internet : élément de perturbation	170
2- Le choix de <i>La Crónica de Hoy</i>	171
Chapitre II : Cadre conceptuel et problématique	172
A) la construction sociale de la réalité	172
1- Le constructivisme phénoménologique	173
2- L'approche constructiviste dans le journalisme	175
a) Influence et fonction social des médias	175
➤ Faire savoir ce qui se passe	176

La fonction d'agenda	177
La spirale du silence	177
➤ Faire percevoir qui est l'autre	178
➤ Faire croire à une vision du monde	178
➤ Faire adopter un comportement	179
b) Une influence relative	179
B) Définition et dynamique des représentations sociales	181
1- Les origines	181
2- Définition	183
3- Structure	185
a) Le noyau central	185
➤ L'identification du noyau central	186
➤ Les fonctions du noyau central	187
Une fonction génératrice	187
Une fonction organisatrice	187
➤ Le contenu du noyau central	187
➤ Les dimensions du noyau central	187
b) Les éléments périphériques	188
➤ Les fonctions des éléments périphériques	188
Une fonction de protection du noyau	
Une fonction prescriptive	189
Une fonction d'adaptation	189
4- Fonctions des représentations sociales	190
a) Des fonctions cognitives	190
b) Des fonctions d'interprétation et de construction de la réalité	190
c) Des fonctions d'orientation des conduites et des comportements	190
d) Des fonctions identitaires	190
e) Des fonctions de justification des pratiques	190
5- De l'information brute à l'image véhiculée : histoire d'une fabrication	191

C) La politique extérieure de l'Espagne en Amérique Latine (1970-2006)	193
D) Définition de la problématique	206
1- Problématique	206
2- Hypothèses	208
Chapitre III : Le cadre méthodologique	211
A) Définitions	211
1- Caractéristiques des textes de presse	211
2- Choix de la méthode d'analyse	213
B) Enoncé des objectifs de la recherche et rappel des hypothèses	214
1- Les objectifs de la recherche	214
a) mettre en évidence les caractéristiques du site de <i>La Crónica de Hoy</i>	214
b) décrire le rôle que <i>La Crónica de Hoy</i> attribue aux différents acteurs	214
c) comprendre la représentation qu'il fait de l'actualité espagnole	214
2- Le rappel des hypothèses	215
C) Etapes de construction du corpus	216
1- La sélection du journal et du site	216
2- La période couverte et le choix des articles à analyser	217
3- La sélection des données du corpus	217
4- La procédure d'enregistrement des données	219
D) Construction des variables et des catégories analytiques	219
1- la date de parution	211
2- les sections du journal	221
3- le genre d'article	222
4- la longueur des articles	222
5- L'absence ou la présence d'illustrations	222
6- le sujet/thème de l'article	223
7- l'évènement déclencheur	224

8- le contenu textuel	225
a) le plan d'énonciation	225
➤ La narration	225
➤ Le discours	226
b) L'embranchement énonciatif	227
➤ Les embrayeurs de personne	227
➤ Les embrayeurs temporels	228
➤ Les embrayeurs spatiaux	230
c) La modalité	232
➤ Les noms	234
➤ Les verbes	236
➤ Les adverbes	239
➤ Les adjectifs subjectifs	240
➤ Les figures de style et expressions métaphoriques	241
➤ Le choix des titres	246
➤ La typographie et la ponctuation	246
D) Construction de la grille d'analyse	247
E) Pré-test de la grille d'analyse	249
Conclusion	255
PARTIE III : RESULTATS ET DISCUSSION	258
Introduction	259
Chapitre I : Analyse du discours du site <i>cronica.com.mx</i> sur l'Espagne	260
A) Résultats de l'analyse quantitative	260
1- Rappel des hypothèses	261
2- Couverture de l'actualité espagnole dans le temps	262

3- Couverture de l'actualité espagnole dans l'espace	266
a) La longueur des articles	266
b) les genres d'articles, les rubriques	270
➤ Les rubriques	270
➤ Les genres d'articles et les sources	277
4- la couverture de l'actualité espagnole par thématique	279
a) les thèmes	279
b) les sujets	282
B) Résultats de l'analyse textuelle	287
1- Les Attentats du 11 mars 2004	288
a) Chronologie des événements et pics de parution	289
b) Articles d'illustration	291
c) Analyse des occurrences évaluatrices	298
2- Le Club FC Barcelone	300
a) Chronologie des événements et pics de parution	301
b) Articles d'illustration	304
c) Analyse des occurrences évaluatrices	308
3- Le Championnat de football de Ligue 1	310
a) Chronologie des événements et pics de parution	310
b) Article d'illustration	314
c) Analyse des occurrences évaluatrices	316
4- ETA	318
a) Chronologie des événements et pics de parution	319
b) Articles d'illustration	323
c) Analyse des occurrences évaluatrices	332
5- Rafael Nadal	334

a) Chronologie des évènements et pics de parution	336
b) Articles d'illustration	338
c) Analyse des occurrences évaluatrices	344
6- Los Principes de Asturias	346
a) Chronologie des évènements et pics de parution	347
b) Articles d'illustration	349
c) Analyse des occurrences évaluatrices	353
7- Le Real Madrid	356
a) Chronologie des évènements et pics de parution	358
b) Articles d'illustration	361
c) Analyse des occurrences évaluatrices	364
8- Sujets de Société	366
a) Chronologie des évènements et pics de parution	369
b) Articles d'illustration	371
c) Analyse des occurrences évaluatrices	385
9- Jose Luis Rodriguez Zapatero	388
a) Chronologie des évènements et pics de parution	390
b) Articles d'illustration	392
c) Analyse des occurrences évaluatrices	398
Chapitre II : Image de l'Espagne à travers le site <i>cronica.com.mx</i>	401
A) Caractérisation du discours du site <i>cronica.com.mx</i>	401
1- La dramatisation	402
a) La figure du héros	402
b) La figure de la mère	404
2- La diabolisation : les figures de l'ennemi	405
3- L'évocation des victimes	407

B) L'Espagne à travers le site <i>cronica.com.mx</i>	408
1- Un pays en plein changement politique et social	408
a) Alternance politique et avancées sociales	408
b) Felipe et Letizia : la nouvelle image de la monarchie espagnole	412
2- L'apparition du terrorisme islamiste	416
3- L'Espagne, une grande nation du sport	424
Conclusion	432
CONCLUSION GENERALE	435
BIBLIOGRAPHIE	440
ANNEXES	449

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Répartition de la population par age et sexe (%)	36
Tableau 2 : Nombre de journaux par Etat	91
Tableau 3 : Couverture des grands quotidiens en fonction du lieu d'édition	93
Tableau 4 : Nombre d'abonnements par type de connexion	100
Tableau 5 : Fréquence d'utilisation en fonction du lieu de connexion	102
Tableau 6 : Grille de lecture d'un site	133
Tableau 7 : Grille de lecture de la Cronica de Hoy	152
Tableau 8 : Nombre d'entreprises présentes pour la première fois en Amérique Latine (1985-2007)	199
Tableau 9 : Volume net des investissements directs à l'étranger des entreprises espagnoles (1993-2007)	200
Tableau 10 : Amérique Latine et Caraïbes, Investissements directs étrangers par origine 1990-2000 (millions de Dollars)	201
Tableau 11 : Investissements directs espagnols à l'étranger par secteur 1993-2001 (en % du total).....	202
Tableau 12 : Pourcentage des opérations effectuées en Amérique Latine sur le total des opérations réalisées par les 7 plus grandes entreprises espagnoles (1986-2007).....	207
Tableau 13 : Typologie d'un discours.....	215
Tableau 14 : Variables et catégories	223

Tableau 15 : Grille d'analyse des articles.....	251
Tableau 16 : Résultats bruts	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 17 : Nombre d'articles consacrés à l'Espagne par an	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 18 : Répartition du nombre total d'articles pour la période 2004-2007 (%)	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 19 : Evolution du nombre d'articles par mois (2004-2007)	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 20 : Nombre d'articles illustrés (2004-2007).....	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 21 : Résultats bruts	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 22 : Pourcentage d'articles par longueur	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 23 : Evolution du nombre d'articles par longueur (2004-2007).....	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 24 : Nombre d'articles par rubrique	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 25 : Distribution des articles par rubrique 2004-2007 (%)	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 26 : Nombre d'illustrations par rubrique (2004-2007).....	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 27 : Nombre d'article par rubrique (2004)	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 28 : Pourcentage d'articles par rubriques (2004)	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 29 : Nombre d'article par rubrique (2005)	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 30 : Pourcentage d'articles par rubrique (2005)	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 31 : Nombre d'articles par rubriques (2006)	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 32 : Nombre d'articles par rubriques (janvier 2007).....	Erreur ! Signet non défini.
Tableau 33 : Pourcentage d'article par rubrique (2006-2007)	Erreur ! Signet non défini.

Tableau 34 : Nombre d'articles par genre (2004-2007) Erreur ! Signet non défini.

Tableau 35 : Répartition des articles par thèmes (%) Erreur ! Signet non défini.

Tableau 36 : Catégorie Culture : nombre de thèmes par an Erreur ! Signet non défini.

Tableau 37 : Catégorie sport : nombre de thèmes par an Erreur ! Signet non défini.

Tableau 38 : Répartition des articles catégorie terrorisme (%) Erreur ! Signet non défini.

Tableau 39 : Répartition des articles catégorie miracle économique (%) Erreur ! Signet non défini.

Tableau 40 : Répartition des articles catégorie Gauche au pouvoir (%) Erreur ! Signet non défini.

Tableau 41 : Nombre d'articles par types de sujets..... Erreur ! Signet non défini.

Tableau 42 : Répartition du corpus par type de sujet (%) Erreur ! Signet non défini.

Tableau 43 : Répartition du corpus par genre (%) Erreur ! Signet non défini.

Tableau 44 : Nombre d'articles par sujet (2004-2007) Erreur ! Signet non défini.

Tableau 45 : Evolution du nombre d'articles par sujets les plus traités (2004-2007)..... Erreur ! Signet non défini.

Tableau 46 : Evolution du nombre d'articles sur les attentats du 11 mars (2004-2005) . Erreur ! Signet non défini.

Tableau 47 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2004) Erreur ! Signet non défini.

Tableau 48 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2005) Erreur ! Signet non défini.

Tableau 49 : Evolution du nombre d'articles parus sur le club de Barcelone (2004-2007)
..... Erreur ! Signet non défini.

Tableau 50 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur 2004 **Erreur ! Signet non défini.**

Tableau 51 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur 2005 **Erreur ! Signet non défini.**

Tableau 52 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur 2006-2007 **Erreur ! Signet non défini.**

Tableau 53 : Evolution du nombre d'articles sur le Championnat de Ligue 1 (2004-2007)
..... **Erreur ! Signet non défini.**

Tableau 54 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur 2004 **Erreur ! Signet non défini.**

Tableau 55 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur 2005 **Erreur ! Signet non défini.**

Tableau 56 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur 2006-2007 **Erreur ! Signet non défini.**

Tableau 57 : Evolution du nombre d'articles parus sur l'ETA (2004-2007). **Erreur ! Signet non défini.**

Tableau 58 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2004) **Erreur ! Signet non défini.**

Tableau 59 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2005) **Erreur ! Signet non défini.**

Tableau 60 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2006-2007)
..... **Erreur ! Signet non défini.**

Tableau 61 : Evolution du nombre d'articles parus sur Rafael Nadal (2004-2007) **Erreur ! Signet non défini.**

Tableau 62 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2004) Erreur !
Signet non défini.

Tableau 63 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2005)..... Erreur !
Signet non défini.

Tableau 64 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2006-2007)
..... Erreur ! Signet non défini.

Tableau 65 : Evolution du nombre d'articles sur los Principes de Asturias (2004-2007)Erreur !
Signet non défini.

Tableau 66 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2004) Erreur !
Signet non défini.

Tableau 67 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2005)..... Erreur !
Signet non défini.

Tableau 68 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2006-2007)
..... Erreur ! Signet non défini.

Tableau 69 : Evolution du nombre d'articles parus sur le Real de Madrid (2004-2007) Erreur !
Signet non défini.

Tableau 70 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2004) Erreur !
Signet non défini.

Tableau 71 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2005)..... Erreur !
Signet non défini.

Tableau 72 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2006-2007)
..... Erreur ! Signet non défini.

Tableau 73 : Evolution du nombre d'articles parus sur la société espagnole (2004-2007)
..... Erreur ! Signet non défini.

Tableau 74 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2006-2007)
..... Erreur ! Signet non défini.

Tableau 75 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2006-2007)
..... Erreur ! Signet non défini.

Tableau 76 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2006-2007)
..... Erreur ! Signet non défini.

Tableau 77 : Evolution du nombre d'articles parus sur Zapatero (2004-2007) ... Erreur ! Signet non défini.

Tableau 78 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2004)..... Erreur ! Signet non défini.

Tableau 79 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2005)..... Erreur ! Signet non défini.

Tableau 80 : Répartition des occurrences évaluatrices suivant l'indicateur (2006-2007)
..... Erreur ! Signet non défini.

LISTE DES FIGURES ET SCHEMAS

Figure 1 : Carte générale du Mexique	30
Figure 2 : Le relief.....	31
Figure 3 : Le climat.....	32
Figure 4 : Calaveras de Guadalupe Posada	56
Figure 5 : Les sept zones de diffusion de la presse.....	90
Figure 6 : Répartition de la presse.....	92
Figure 7 : Répartition des quotidiens nationaux	94
Figure 8 : Page d'accueil de <i>La Jornada</i>	106
Figure 9 : L'interactivité dans <i>El Universal</i>	108
Figure 10 : Les services interactifs dans <i>El Imparcial</i>	109
Figure 11 : Les services interactifs dans <i>El Norte</i>	110
Figure 12 : Page d'accueil de <i>Milenio</i>	112
Figure 13 : Page d'accueil d' <i>El Universal</i>	114
Figure 14 : Page d'accueil d' <i>El Norte</i>	115
Figure 15 : La structure hiérarchisée	141
Figure 16 : La structure en réseau	142
Figure 17 : Page d'accueil de <i>La Crónica de Hoy</i>	154

Figure 18 : Organisation de la page d'accueil de <i>La Crónica de Hoy</i>	157
Figure 19 : Espaces de représentation organisant la page d'accueil.....	158
Figure 20 : Rubrique Negocios dans <i>La Crónica de Hoy</i>	159
Figure 21 : Organisation de la rubrique Negocios	160

INTRODUCTION GENERALE

En ce début de XXIème siècle, notre rapport au réel se modifie, sous l'effet des représentations associées au développement des technologies, à la mondialisation des enjeux et à l'accélération de l'Histoire. L'époque actuelle voit se développer de puissants facteurs d'unification ou d'homogénéisation, mais aussi des particularismes s'affirmer, des nations et des cultures revendiquer leur existence singulière. L'Espagne fait partie des Etats qui ont pris la mesure de l'enjeu que représente leurs images et imaginaires géographiques. Si elle revêt une telle importance, c'est que l'image véhiculée par un pays à travers ses performances économiques, sa politique étrangère, et son rayonnement culturel, joue un rôle crucial dans la création d'amitiés, de partenariats et d'échanges. Elle fait donc l'objet d'une stratégie de communication longuement réfléchie.

Des structures comme *Le Real Instituto Elcano* travaillent à la promotion de l'image de l'Espagne dans le monde et particulièrement en Amérique Latine. Grâce à la publication du *Latinobarómetro*, il tente chaque année de donner une indication de la popularité du pays, et permet de suivre l'évolution du discours, de l'imaginaire et des représentations que les individus et les sociétés latino-américaines réservent à l'Espagne.

Depuis la fin de la colonisation espagnole, différents épisodes de l'Histoire ont favorisé le développement d'un imaginaire, d'un discours et de représentations dans les sociétés latino-américaines par rapport à l'Espagne. Un imaginaire, un discours et des représentations dans lesquels convergent toute une série de préjugés et de stéréotypes. L'image que renvoient ces différents peuples n'est pas statique, elle est porteuse d'une tension constante entre une image négative et une image tolérante. Deux visions opposées, qui dépendent souvent des changements provoqués par les conjonctures politiques nationales et internationales, et dont les médias sont à la fois l'expression et l'un des agents.

En effet, plutôt que de délivrer un simple récit de la vérité, les médias participent à la construction des imaginaires sociaux. Dans la presse notamment, chaque journal contribue à sa manière à faire valoir un point de vue, une lecture des événements, construisant une expérience de l'Autre particulière. L'enjeu que représente la presse dans l'image que souhaite véhiculer un pays est donc prépondérant mais il n'est pas nouveau. Ce qui l'est, en revanche, c'est la forme qu'a pris cet enjeu au cours des dix dernières années, depuis qu'Internet est devenu un système de communication de masse. En effet, dans une société où tout ou presque

peut se faire par le web, la diffusion *en-ligne* d'un journal apparaît comme une façon naturelle de consommer autrement les titres de presse traditionnelle.

La démocratisation de l'usage d'Internet lui a permis de s'imposer, à un point tel qu'il est aujourd'hui devenu un média à part entière. Désormais, analyser le contenu d'un titre de presse, c'est aussi analyser sa stratégie discursive sur le web en prenant en considération son site Internet, ses modalités techniques de diffusion, le profil des internautes qui consultent son forum, les relations qu'il entretient avec ces derniers, etc.

Il nous est donc apparu pertinent d'entreprendre une telle étude, de nous interroger sur la nature du discours de presse sur Internet, et sur la façon dont les représentations sur l'Espagne se construisent à travers ce support. Les conclusions du *Latinobarómetro* 2005¹, qui classaient le Mexique parmi les pays où l'Espagne avait une mauvaise image globale, nous ont amenée à nous interroger en ces termes : le regard de la presse mexicaine sur l'Espagne au cours des années 2004-2007 corrobore-t-il cette tendance ? Comment expliquer ce désamour ? Et quelles sont les représentations attachées à l'Espagne ?

Selon BONARDI et ROUSSIAU, « *Analyser une représentation sociale, c'est tenter de comprendre et d'expliquer la nature des liens sociaux qui unissent les individus, des pratiques sociales qu'ils développent, de même que les relations intra et intergroupes.* »² Notre sujet présente donc un caractère hybride, à la croisée des sciences sociale, historiques et de l'étude des médias. C'est la raison pour laquelle la structure de cette thèse progressera du général au particulier, du cadrage théorique à la mise en œuvre de l'analyse et des résultats.

Nous allons tout de suite donner le plan de ce travail afin que le lecteur, grâce à ce fil d'Ariane, puisse se repérer. La première partie de cette thèse est centrée sur le Mexique et sa presse, il s'agit de les replacer dans le contexte de ce début de XXIème siècle et de permettre une lecture plus facile des différents moments auxquels nous nous référons dans notre étude.

La deuxième partie sera consacrée à la présentation de notre champ d'étude, le quotidien *La Crónica de hoy*, et à la construction méthodologique nécessaire au traitement de notre sujet. La question de départ, qui nous mènera à formuler nos hypothèse de recherche, est de savoir si

¹ *La imágen de España en América Latina*. Resultados del Latinobarómetro 2005, consultable sur www.latinobarometro.org

² BONARDI Ch. ROUSSIAU N. *Les représentations sociales*. Editions Dunod, Paris, 1999, p 25

les résultats du *Latinobarómetro*, concernant la mauvaise image de l'Espagne au Mexique, se traduisent dans le discours de la presse en ligne de ce pays.

Enfin, dans la troisième partie, nous effectuerons une lecture et une interprétation des représentations véhiculées sur le site de *La Crónica de hoy* dans les traitements de l'actualité espagnole. Nos observations porteront principalement sur les aspects suivant : les choix éditoriaux que dénotent les thèmes les plus récurrents, la sélection des sujets et leur rédaction ; la hiérarchisation de l'information à travers le rubriquage; et la mise en scène de l'information sur le site.

PARTIE I : ETUDE DU CONTEXTE

INTRODUCTION

« Toute phrase, même si elle se résume à un sujet, un verbe et un complément, est porteuse d'un message qui la dépasse, compte tenu du contexte et de la façon dont elle est émise. (...) Autrement dit, un mot n'a de sens que dans un contexte. » ³ De cette déclaration d'Albert Jacquard, l'on peut déduire que les médias d'un pays composent un système ouvert qui reflète et est influencé par la société dans laquelle ils sont écrits, fabriqués et distribués. Le discours médiatique ne se produit pas *ex nihilo* et sans un quelconque lien avec la vie sociale. Pour faire sens, il doit forcément se nourrir de représentations qui débordent de la sphère médiatique elle-même. Ainsi, pour produire de l'information et assurer leur propre fonctionnement, les médias doivent nécessairement se nourrir de représentations sociales qui ont une certaine consistance et une permanence dans la société ; des représentations dont l'origine tient à l'histoire sociale, culturelle, politique, voire civilisationnelle.

Dans cette première partie de notre thèse, nous avons jugé important de regarder l'évolution sociale, politique et économique du Mexique. La consultation de plusieurs textes et ouvrages ayant trait non seulement à l'histoire sociopolitique et économique du Mexique, mais surtout, à l'histoire de la presse écrite de ce pays, nous permettra de mieux situer l'atmosphère et les conditions dans lesquelles les articles de journaux qui constituent notre objet d'étude ont été écrits.

Cette première partie s'organisera selon le schéma suivant : un premier chapitre d'ordre descriptif, qui s'attache à présenter le Mexique comme un pays riche de transitions et de contrastes, aux nombreuses frontières internes, aussi diversifié géographiquement que socialement (hétérogénéité des populations et des manières de vivre). Nous envisagerons ensuite cette présentation du point de vue politique et historique. L'histoire du Mexique sera regardée pour voir les développements politiques qui ont favorisé l'apparition d'une presse démocratique. En effet, chaque journal résulte d'une histoire politique particulière dont les spécificités sont autant de contraintes pour la naissance de médias indépendants. Chaque pays, avec l'histoire politique et culturelle qui est la sienne, offre des perspectives différentes quant à l'émergence d'un véritable espace public propice à la démocratisation politique. Le

³ JACQUARD A. *Petite philosophie à l'usage des non-philosophes*, Paris, 1997, Calman-Lévy ; coll. Le livre de poche n°14562, p 17

chapitre ce terminera sur les conditions socio-culturelles qui président à la production du discours sur l'Espagne. Un paysage socio-culturel où les aspects de la mondialisation et de la modernité, venus en grande partie des Etats-Unis, cohabitent avec un univers de valeurs traditionnelles et religieuses riche toujours prégnant.

Nous consacrerons le second chapitre au portrait de la presse quotidienne mexicaine. Nous ferons d'abord un aperçu du modèle médiatique mexicain, puis nous présenterons un à un les acteurs du marché de la presse écrite : nous tenterons d'expliquer le fonctionnement des groupes de presse mexicains mais aussi leur poids économique à travers l'étude de la répartition de leurs journaux sur le territoire. Enfin, nous avons jugé important pour cadrer le sujet, de rappeler la naissance et l'évolution d'Internet au Mexique. Nous évoquerons aussi les conditions d'accès au réseau et le profil des usagers avant d'illustrer nos propos en parcourant les sites des quotidiens *Milenio*, *El Universal*, et *El Norte*.

CHAPITRE I

LE MEXIQUE EN 2006

A) LES DONNEES PHYSIQUES ET SOCIO-ECONOMIQUES : PUISSANCE ET FRAGILITE DU MEXIQUE

1-Le relief et le climat⁴

Figure 1 : Carte générale du Mexique



source : Encyclopédie Hachette Multimédia en ligne, *Le Mexique*

⁴ Le Mexique, Encyclopédie Hachette Multimédia en ligne, <http://www.ehmelhm.hachette-multimedia.fr/search.html>
Atlas de México, <http://www.elbalero.gob.mx/explora/html/atlas/index.html>

Le Mexique, qui occupe la plus grande partie de l'Amérique Centrale, possède des côtes sur l'Océan Atlantique à l'Est et l'Océan Pacifique à l'Ouest, ainsi que des frontières terrestres communes avec le Guatemala et le Belize au sud, et les Etats-Unis d'Amérique au nord, dont il est séparé par le fleuve Rio Grande, dit Rio Bravo par les Mexicains.

Ses 1 972 000 km² de superficie, en font le 3^{ème} plus grand pays d'Amérique Latine (après le Brésil et l'Argentine). Résultat d'une intense activité tectonique qui a plissé, fracturé, ou projeté de grandes masses rocheuses, le relief mexicain est un des plus accidenté du continent : il comporte de grandes chaînes de montagnes, dont les pics dépassent 5 000 mètres, de vastes plateaux, de grandes dépressions et de profonds ravins.

Figure 2 : Le relief



source : Encyclopédie Hachette Multimédia en ligne, *Le Mexique*

En effet, le Mexique est traversé dans le sens nord-sud par trois principales chaînes de montagnes volcaniques, prolongement de celles qui traversent du nord au sud l'ouest des

Etats-Unis. La Sierra de Basse Californie fait partie de la chaîne côtière californienne, La Sierra Madre occidental, prolongement de La Sierra Nevada, et La Sierra Madre Oriental, prolongement des Montagnes Rocheuses, se rejoignent dans le sud-est au sein d'une région appelée La Junta, où elles forment la Sierra Madre del Sur, un labyrinthe de montagnes volcaniques où s'élèvent les plus hauts sommets du Mexique (Orizaba, 5 610 m). Le pays compte de nombreux volcans actifs : Popocatépetl, Parícutín, Chichinal, Nevado, Colima. La Sierra Madre del Sur conduit à l'Isthme de Tehuantepec, entre le Golfe de Campeche et le Golfe de Tehuantepec. La majeure partie du pays est un immense plateau élevé entouré de chaînes de montagnes qui s'abaissent vers d'étroites plaines côtières à l'ouest et à l'est.

Les plaines côtières sont dans l'ensemble peu élevées, plates et sablonneuses. Au nord-ouest, la Basse Californie, résultat d'une série d'affaissements du Golfe de Californie, est une longue et étroite péninsule qui s'étend sur 1 225 km jusqu'au sud du pays. A l'extrémité sud-est du pays, la péninsule du Yucatan est plate et peu élevée (environ 30 m).

Figure 3 : Le climat



Source : www.terra-maya.com , Géographie du Mexique : Le Climat

Tributaire de deux zones climatiques différentes et doté d'un relief extrêmement varié, le Mexique possède une grande diversité de climats. Le Tropique du Cancer traverse son territoire de part en part, de sorte que la partie nord, plus étendue, correspond à la zone tempérée, et la partie sud, beaucoup plus étroite, à la zone torride ou intertropicale.

Les vents du nord-est, qui prédominent sur le territoire mexicain, pénètrent par le *Golfe du Mexique*, chargés d'humidité et provoquent des pluies abondantes sur les versants orientés vers le *Golfe du Mexique* en se heurtant aux contreforts de la *Sierra Madre Oriental* et de la partie nord des Plateaux du Chiapas. Les alizés sont donc déjà presque secs lorsqu'ils atteignent le Haut Plateau, l'*Escudo Mixteco* et les Plateaux du Chiapas, de sorte que ces régions sont beaucoup moins pluvieuses.

La région des *Bolsones*, la plus étendue du Haut Plateau, est beaucoup plus sèche encore et comporte des zones entières qui sont de véritables déserts. En outre, cette contrée est fort éloignée de la mer, sa sécheresse est, là aussi, due au fait que les vents l'atteignent après avoir déchargé leur humidité sur les versants extérieurs des cordillères qui la délimitent. Le manque de pluie dans ces territoires explique que les températures y soient extrêmes. Les étés y sont très chauds et les hivers froids, car ces régions subissent l'influence de vents froids du nord du continent qui traversent le Golfe du Mexique et la Mer des Caraïbes.

Le versant du Pacifique est moins pluvieux que celui du Golfe du Mexique, parce que les alizés y arrivent presque secs mais, pendant l'été, les régions méridionale et occidentale reçoivent des pluies irrégulières provoquées par les cyclones de l'Océan Pacifique qui passent sur le territoire mexicain en route vers le nord du Golfe du Mexique. Comme leur position plus septentrionale les prive de cette influence, la Basse Californie et le nord-ouest du versant du Pacifique sont d'authentiques déserts.

Notons que le Mexique est situé dans la ceinture des ouragans et que toutes ses régions côtières sont susceptibles de subir ces tempêtes de juin à novembre. La combinaison de la taille, du relief partagé entre plateaux, montagnes, et côtes, a engendré des zones différentes, d'où des régions très diversifiées. Cela peut aussi laisser supposer que les communications ont été plutôt difficiles avant l'arrivée d'infrastructures modernes.

2-Les infrastructures de transport⁵

Le chemin de fer dont la première ligne reliant México à Veracruz fut inaugurée en 1873 représente aujourd'hui 20 688 km de lignes principales (25 000 en comptant les lignes secondaires). Malgré les nombreuses cordillères, ces lignes relient les hautes terres du centre et de l'est aux régions désertiques de la frontière nord et surtout aux zones tropicales du sud, longtemps enclavées.

Le réseau ferroviaire mexicain est de bonne qualité, et dessert les principales villes du pays. Il est en grande partie aux mains d'entreprises privées : Ferromex, Ferrosur et Terminal Ferroviaria del Valle de México (TFVM), également appelé Ferrovale. Seul 23% du réseau appartient encore à l'Etat, ce qui a conduit à l'abandon de nombreuses lignes de passagers. La plupart des habitants se déplacent donc en autocar, ce service étant considérablement plus rapide et plus étendu.

Les routes nationales, régionales, et locales sont nombreuses, mais constituent un réseau compliqué dans les abondantes zones montagneuses. Les autoroutes et les voies à grande vitesse unissent les villes principales. Le réseau routier mexicain s'étend sur près de 252 000 km, dont un peu moins de la moitié est pavé.

Ces quelques précisions expliquent les difficultés que la presse, quotidienne en particulier, connaît pour être diffusée à temps d'une région à l'autre et dans les zones les plus reculées. Seules les techniques modernes d'impression à distance et l'apparition des autoroutes permettent de surmonter en partie, ces handicaps.

Le Mexique dispose de 76 ports maritimes avec 76.400 mètres de quais. Le pays comporte 10 143 Km de littoral, mais la navigation maritime est relativement peu développée sauf en ce qui concerne la flotte pétrolière. Cela est dû en partie au fait que les côtes du Golfe du Mexique sont constituées par des plages et ne comportent pas de baies abritées des vents. Les eaux proches du littoral sont peu profondes et les cours d'eau s'y jettent parmi les bancs de sable,

⁵ INEGI (Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática), www.inegi.gob.mx
IMAC (Iniciativa Mexicana de Aprendizaje para la Conservación), *Ríos Lagos y Lagunas de México*,
http://www.imacmexico.org/ev_es.php?ID=17464_208&ID2=DO_TOPIC
Historia del ferrocarril en México, <http://www.estaciontorreon.galeon.com/productos627821.html>

de sorte que des travaux considérables sont nécessaires pour leur permettre de recevoir des navires de fort tonnage.

Les côtes du Pacifique, en revanche, ont d'excellentes baies naturelles. Les ports les plus importants de ce littoral sont : *Lázaro Cardenas*, *Salina Cruz*, *Guaymas* et *Manzanillo* ainsi que *Mazatlan* et *Acapulco* qui constituent des escales pour de nombreuses croisières. Cependant, les ports du *Golfe du Mexique* sont plus importants que ceux du Pacifique car le mouvement commercial y est plus considérable. Les principaux ports du littoral sont : *Veracruz*, *Tampico*, *Coatzacoalcos*, *Campeche* et *Tuxpan*.

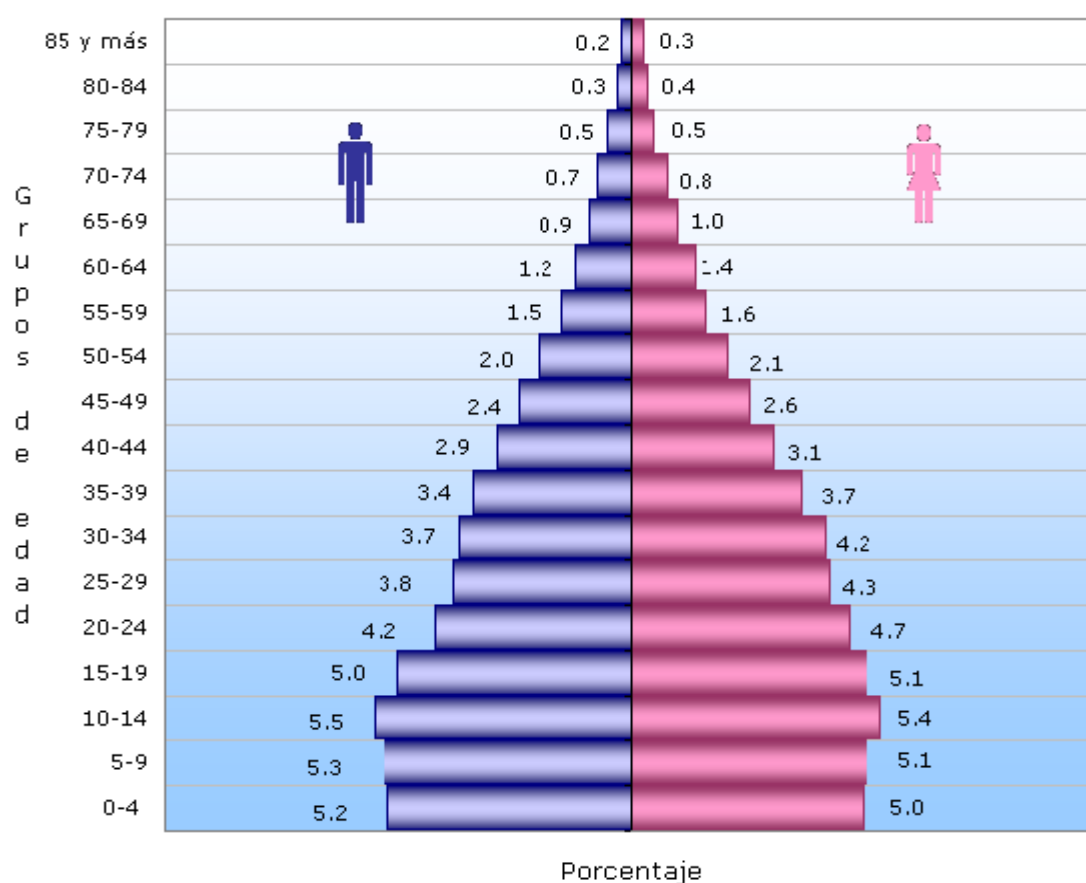
En ce qui concerne les voies fluviales, les cours d'eau mexicains présentent un certain nombre d'inconvénients pour la navigation. Les climats secs ou mi-secs dominent sur plus de la moitié du pays et ce manque d'humidité se répercute sur le régime fluvial. La plus grande partie des cours d'eau mexicains sont torrentueux en période de pluies, mais ont des étiages si faibles quand il ne pleut pas, qu'ils s'assèchent presque complètement. En revanche, beaucoup de ces fleuves débordent durant la saison des pluies. Très peu d'entre eux ont un débit permanent. L'embouchure de presque tous ces cours d'eau ne permet pas l'accès aux grands navires. Seuls sont navigables les fleuves du sud-est : *le Papaloapan*, *le Coatzacoalcos*, *le Grijalva* et *l'Usumacinta*.

Il existe au Mexique plusieurs lignes aériennes locales ainsi que deux grandes lignes internationales privées, *AeroMéxico* et *Mexicana de Aviación*. Le pays dispose de liaisons aériennes avec tous les continents, car un grand nombre de lignes internationales font escale dans ses principaux aéroports et toutes les villes importantes du Mexique possèdent des aéroports capables d'accueillir de gros avions. Les liaisons par voie aérienne prennent de jour en jour plus d'importance grâce à un réseau de 44 aéroports internationaux et de 39 nationaux.

3- Une population jeune, métisse et urbaine⁶

Selon le recensement de 2005, la population du Mexique est de 103 263 388 habitants pour une densité de 55,6 habitants/Km² en 2005, plus élevée qu'en Argentine (14) et au Brésil (22). La population mexicaine a augmenté rapidement durant la seconde moitié du XX^{ème} siècle : en 1970 elle était de 50 596 000 habitants, en 1990 de 83 226 000 et en 2000 de 97 966 000. La population mexicaine est donc jeune, comme le montre le diagramme ci-dessous.

Tableau 1 : Répartition de la population par âge et sexe (%)



source : www.inegi.gob.mx, Censo de población y vivienda 2005

Par ailleurs, notons que le taux de natalité mexicain est de 18‰ pour 2005. A titre indicatif, pour la même année, il est de 21‰ pour le Brésil et de 16,9‰ pour l'Argentine. Souvenez-vous

⁶ INEGI, *Dinámica de la población 2000-2005*

UNICEF, *Mexique : statistiques 2004, 2005* www.unicef.org

qu'en 1995 le Mexique connaissait un taux de 25,2‰. On compte un peu plus de 20 millions de foyers au Mexique, soit une moyenne de 5 personnes par foyer.

Le Mexique est un pays multiculturel. On estime qu'il compte 55% de métis descendants des colonisateurs espagnols et des indigènes, 29% d'Amérindiens, 15% de Créoles descendants des premiers colons espagnols ou des Européens qui arrivèrent ensuite de France, d'Allemagne, de Pologne et de Russie (dont certains étaient juifs ashkénazes), et 0,5% de Noirs. Ces populations d'origine Africaine vivent principalement dans l'État de Veracruz et sur la Costa Chica (sud-ouest du pays sur la côte Pacifique).

Les Amérindiens sont majoritaires dans les États du Chiapas, Oaxaca, et à l'intérieur de la péninsule du Yucatán. De grandes minorités, tels les Nahuas, Tarascos, et Mixtèques sont présentes dans le centre du pays. Dans le nord, les Amérindiens sont encore moins nombreux. Parmi ces populations, on trouve les Tarahumaras qui vivent dans l'État de Chihuahua et les Yaquis dans l'État de Sonora.

Le reste de la population est composée de minorités venues du Proche-Orient (Libanais, Turcs), de Chine, de Corée et du Japon.

L'urbanisation du pays a également connu une évolution continue, puisque l'on est passé d'une population encore à dominante rurale au début des années 1950 à une nation majoritairement urbaine en moins d'une cinquantaine d'année. En effet, on estime qu'en 2006 76,5% de la population du pays vit dans des centres urbains de plus de 2 500 habitants. Il y a 105 villes de plus de 100 000 habitants. Parmi elles, sept comptent plus d'un million d'habitants. La capitale, Mexico, atteint le maximum de 8 millions d'habitants (20 millions si on compte toute l'agglomération), suivie de Guadalajara (3,7 millions), Monterrey (3,2 millions), Tijuana (1,9 million), Acapulco (1,5 million), Puebla (1,5 millions), Ciudad Juarez (1 million).

L'urbanisation progressive de la population s'est accompagnée d'une amélioration indiscutable des conditions de vie.

4- Une économie prospère mais dépendante⁷

Malgré un certain nombre de faiblesses structurelles, le Mexique encore peu développé dans les années 1970, est aujourd'hui une nouvelle puissance économique. C'est un pays à économie de marché, où domine de plus en plus le secteur privé. Le nombre d'entreprises publiques a sensiblement diminué ces vingt dernières années : le pays en compte aujourd'hui moins de 200.

Depuis le début des années quatre-vingt, il est passé d'une économie de rente assez protectionniste à une économie libéralisée, mais le secteur de l'énergie demeure sous l'autorité de l'État. En 2005 son PNB était de 704 milliards de dollars, prenant ainsi le 12^{ème} rang derrière le Brésil (9^{ème} avec 752 milliards) et loin devant l'Argentine (22^{ème} 483,5 millions de dollars). Cela donne un revenu brut par habitant de 6,770 dollars pour la même année, le plus élevé d'Amérique Latine.

Occupant une part importante dans le PIB, le pétrole est considéré par les Mexicains comme un trésor national ses réserves comptant parmi les plus considérables du monde. Le sous-sol est également riche en minerais, surtout dans les régions de la *Sierra Madre Occidentale*, des *Sierras de Zacatecas* et de l'Axe Volcanique. Le Mexique est le premier producteur mondial d'argent et un grand producteur de zinc, de mercure, et de plomb. Il possède des mines d'or, de cuivre, de fer, de soufre, de charbon, d'opales, des carrières de marbre et des gisements de plâtre.

L'économie mexicaine dépend fortement des exportations et, comme la demande d'exportations mexicaines a augmenté, le PIB a bondi. Il était de 676,1 milliards de dollars en 2004 et est passé à 758,9 milliards en 2005. Dans une moindre mesure, l'agriculture a aussi participé à la croissance du PIB sous l'effet combiné des prix internationaux élevés, des bonnes conditions climatiques et de l'accroissement de la superficie plantée. Environ 20 % des Mexicains travaillent dans le secteur agricole, bien que ce dernier ne représente que 5 %

⁷ OCDE free online database www.ocde.org et INEGI, *Estadísticas económicas* 2004, 2005

Rapport du Comité sénatorial permanent des affaires étrangères Canada 2004 : *Le Mexique 10 ans après l'ALENA*

MUSSET A. *Géopolitique du Mexique*, Bruxelles, éditions Complexe, 1996, p. 17 à 19

MORTIER G. *Mexique. Entre l'abîme et le sublime*, Boulogne, éditions Toute Latitude, 2006, p. 65 à 74

du produit intérieur brut. Les fruits, les légumes, le café et le coton figurent au nombre des principaux produits d'exportation agroalimentaires.

La pêche joue un rôle clé sur les côtes de la Basse Californie, du Pacifique et sur celles du Golfe du Mexique, par l'abondance et la variété du poisson et des crustacés. On y pêche le pagre, la perche, le thon, la sole, le mérou, la langouste, la crevette, le crabe, le poulpe, l'huître. La pêche en eau douce est également importante dans certains lacs et fleuves et les poissons blancs de Patzcuaro, les carpes de Chapala et les truites des viviers de Lerma sont réputés. L'exploitation forestière dans les forêts tropicales et dans les bois des régions tempérées et froides, produit des bois précieux, du chicle, du bois de charpente et des matières résineuses, du tanin, du quinquina, des essences, et de la cellulose. La production agricole du Mexique connaît toutefois un déclin en raison du développement et de la diversification de l'économie.

Depuis le désastre causé par la crise financière de 1994-95, et les millions d'individus qu'elle a jetés dans la misère, le Mexique a fait des avancées rapides et remarquables pour la mise en place d'une économie moderne et diversifiée, notamment par le développement d'un secteur industriel dynamique. Il comprend des centrales hydroélectriques, des raffineries de pétrole, des industries métallurgiques, sidérurgiques, chimiques, d'appareils électriques et électroniques, des usines automobiles, des ateliers de construction de matériel de chemins de fer, des tissages et filatures (de laine, de coton, d'agave, de fibres synthétiques), des ateliers d'orfèvrerie, des verreries, une industrie porcelainière.

De nombreuses industries agro-alimentaires ont connu un développement important, entre autres la conservation de fruits et de produits horticoles, la fabrication de farines et pâtes alimentaires, la distillation d'alcools et de liqueurs, la fabrication de cigarettes et de cigares, l'installation de raffineries de sucre, de conserveries de viandes, poissons et crustacés (frais, réfrigérés, congelés, salés), le traitement du lait (frais, concentré, déshydraté, en poudre) et des produits laitiers (crème, beurre, fromage), le tannage de peaux, la fabrication de pâte à papier, la fabrication d'allumettes, de jouets, d'objets d'art en bois, etc.

En 2006 le pays connaît sa plus longue période de croissance de la production depuis décembre 2000. Il jouit d'un système politique et économique plus ouvert et est intégré à l'économie mondiale. Membre depuis dix ans de l'Accord de libre-échange nord-américain

(ALENA), accord trilatéral entre le Canada, le Mexique et les États-Unis, il fait également partie de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE).

Toutefois, à cause de l'ouverture des frontières, la capacité manufacturière mexicaine a été réduite et l'industrie agro-alimentaire affaiblie. En conséquence de ces changements structurels, l'économie nationale mexicaine est en train de devenir une économie de consommation dépendante des entreprises américaines car l'ALENA a surtout profité aux *maquiladoras*, dans lesquelles ont été investis d'importants capitaux américains et canadiens, favorisant ainsi leur rapide essor.

Apparues au début des années 60, elles se sont établies dans des zones franches concentrées le long de la frontière américaine mais aussi présentes un peu plus au sud, sur la route de Mexico, ainsi que dans la péninsule du Yucatán. Ces usines profitent du précieux avantage d'être exemptées des taxes mexicaines à la condition d'exporter leur production. De propriété mexicaine à 40 %, américaine à 36 %, européenne à 9 %, japonaise à 6 % et canadienne à 3 %, ces usines se sont d'abord consacrées à la production de jouets et de vêtements bon marché avant d'étendre graduellement leur savoir-faire à l'assemblage d'appareils électroniques et de voitures. Elles comptent pour 50 % des exportations mexicaines.

Les principaux bénéficiaires de l'Accord sont donc les grandes entreprises transnationales, tandis que les effets sur l'emploi et les salaires ont été très défavorables aux travailleurs mexicains. En effet, le principal avantage compétitif du Mexique réside dans le maintien des bas salaires et les conditions de travail précaires ainsi que dans le contrôle des syndicats. Ainsi, la destruction de l'activité agricole a poussé les familles à s'installer dans les zones urbaines, dans des conditions de pauvreté extrême. Les femmes et les enfants souvent de moins de 16 ans, embauchés par les entreprises transnationales pour travailler dans les *maquiladoras*, dans des conditions épuisantes, et pour des salaires extrêmement bas, en sont les premières victimes.

5- Une situation sociale contrastée⁸

La bonne santé économique du pays a favorisé une évolution positive de la situation sociale des mexicains notamment en matière d'éducation. En 1990 la part de ce secteur dans le budget de l'Etat ne représentait que 2,5% du PIB, il est de 7,33% aujourd'hui : proche des 8% recommandés par l'ONU pour les pays en voie de développement. Par conséquent, le système éducatif, orgueil des héritiers de la Révolution, se révèle plus efficace qu'auparavant.

D'énormes progrès ayant été réalisés par l'Etat afin de garantir au plus grand nombre l'accès à des études primaires, le Mexique ne compte plus aujourd'hui que 8,5% d'analphabètes, alors qu'ils représentaient plus du quart de la population en 1970. Au début des années quatre-vingt, 80% des enfants de paysans ou d'Indiens ne terminaient pas l'école primaire. A présent, malgré les disparités, dans le sud-est du pays (Guerrero, Oaxaca, Chiapas), les résultats du recensement 2005 sont particulièrement encourageants : en moyenne 92% des enfants entre 8 et 14 ans savent lire et écrire.

Néanmoins, cette dynamique ascendante ne saurait masquer le fait que l'éducation au Mexique reste un domaine criblé de problèmes et de lacunes. L'apprentissage de la lecture et de l'écriture progresse, mais à un rythme inférieur à celui escompté par le gouvernement. Selon les chiffres transmis à l'INEGI par El Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, en 2005, il y avait toujours près de 6 millions de Mexicains de plus de 15 ans qui ne savaient ni lire ni écrire, et dans la population indienne, la moyenne des enfants scolarisés est presque deux fois inférieure à la moyenne nationale.

La pauvreté et la participation à la survie économique de la famille sont logiquement les facteurs essentiels de désertion scolaire, et ce dès l'école primaire. Jusqu'à l'âge de 12 ans, le taux de scolarité des enfants est en moyenne de 96%, il tombe à 82% pour les 13-15 ans et à

⁸ INEGI, *Información Estadística, Trabajo y Educación* www.inegi.gob.mx

OMS, *Statistiques du Mexique* www.who.int/countries/mex/fr/

MORTIER G. *Mexique. Entre l'abîme et le sublime*, Boulogne, éditions Toute Latitude, 2006, p. 117 à 126

MUSSET A. *Géopolitique du Mexique*, Bruxelles, éditions Complexe, 1996, p. 23 à 26

VAYSSIERE P., *L'Amérique Latine de 1890 à nos jours*, Paris, Hachette Supérieur, 2006 (3^e édition), p. 238 à 244

47% pour les 16-19 ans. Notons que les disparités sont énormes entre les états du nord comme la Basse Californie, le Nuevo León ou encore le District Fédéral où le taux d'analphabétisme avoisine 5%, et les états du Chiapas, de Oaxaca ou de Guerrero où il atteint 20%.

Dans le domaine de la santé, la part des dépenses totales dans le PIB s'élève à 6,5 % en 2004, et elle est donc inférieure à celle des pays de l'OCDE (8,4 %). Ces dépenses sont financées à peu près pour moitié par les budgets publics, le reste étant à la charge des usagers. Les performances du système apparaissent plutôt médiocres. Certes l'espérance de vie a augmentée de 17 années entre 1960 et 2003 pour atteindre 73 ans pour les hommes et 77 ans pour les femmes en 2004. La mortalité infantile est en baisse (19 pour mille naissances) mais reste supérieure à la moyenne OCDE qui est de 6,5.

En 2004, le Mexique compte 1,6 médecin pour 1000 habitants, alors que cette proportion est de 2,9 pour l'ensemble de l'OCDE. En outre, l'OMS estime que près de 15 % de tous les médecins au Mexique sont soit inactifs, soit sous-employés ou au chômage et qu'un grand nombre de postes demeurent non pourvus dans les régions rurales. De plus, le Mexique marque un net retard quant à l'accès aux techniques, par exemple en chirurgie cardiaque, où il arrive largement dernier parmi les autres pays de l'OCDE ; en revanche, il est mieux placé en ce qui concerne la vaccination infantile. Dans l'étude comparative de l'OMS qui propose un classement des systèmes de santé (OMS, 2000), le Mexique occupe la 61^e place du point de vue de la performance globale et arrive derrière d'autres pays latino-américains comme la Colombie, le Costa Rica, Cuba, le Chili, le Paraguay et le Venezuela.

En somme, le Mexique reste confronté aux énormes clivages affectant sa société (entre riches et pauvres, entre le nord et le sud, entre les zones urbaines et rurales). En effet, la modernisation du pays semble devoir passer par l'appauvrissement d'une partie importante de la population, celle des oubliés de la croissance.

Au Mexique ces personnes démunies sont prises en charge par des programmes d'assistance qui ont pour but principal d'éviter toute explosion sociale et de faciliter le désengagement de l'Etat. Plus récemment, la Banque Mondiale a confirmé que, malgré les avancées dans la réduction de la pauvreté extrême et modérée, les niveaux de pauvreté sont à peine plus bas qu'ils étaient avant la crise de 1994-1995. Le niveau d'inégalité, qui s'était accentué pendant la crise, a plutôt tendance à se tasser.

L'amélioration générale des conditions de vie n'empêche donc pas l'écart entre les plus riches et les plus pauvres de s'accroître, et ce, au détriment d'une classe moyenne en cours de décomposition sociale. Or cette couche intermédiaire avait profité de la prospérité des années 1970 pour s'affirmer comme un élément central de la vie économique mexicaine. Cet effritement de la classe moyenne correspond à un échec patent du système clientéliste mis en place grâce à la rente pétrolière.

Aujourd'hui, on constate que plus du quart de la population active touche moins que le salaire minimum fixé par la Loi. Certes, l'on ne meurt pas officiellement de faim, mais la malnutrition provoque des maladies chez les adultes et des retards de croissance chez les enfants. Selon l'UNICEF ils seraient 24 millions à vivre dans une pauvreté absolue, ce qui représente tout de même 1/4 de la population totale.

La situation est particulièrement préoccupante dans les campagnes où, à côté d'une infime minorité de riches propriétaires, les 2/3 des paysans ont des revenus mensuels largement inférieurs au salaire de base. Une situation résultant des nombreux programmes de réajustement économique qui ont mis à mal une population rurale dont la production a toujours été largement subventionnée par l'Etat. En milieu urbain les besoins des plus pauvres sont partiellement couverts par le secteur informel.

Chômage et sous-emploi sont une des plaies du système économique mexicain, même si les statistiques officielles contribuent à occulter l'ampleur du phénomène. Ainsi, le recensement de 2005 ne comptait officiellement que 3 696 829 demandeurs d'emploi, soit un taux de 3,58%, le plus bas d'Amérique Latine (il est de 8,3% au Brésil, et de 10,7% en Argentine). Pourtant ce chiffre doit être relativisé car près de 3 000 individus (7,7% des chômeurs) sont répertoriés dans une rubrique à part, intitulée « autres types d'inactifs », sans que l'on sache les raisons exactes de leur mise à l'écart, puisqu'ils ne sont ni étudiants, ni handicapés, ni retraités.

Les chômeurs ne touchent pas d'allocation gouvernementale et doivent se débrouiller pour assurer leur subsistance et celle de leurs proches. Certes, le secteur informel permet d'atténuer les effets du chômage, mais il n'est pas rare de voir une famille de dix ou douze personnes vivre sur le salaire d'un seul individu.

Dans les campagnes, les liens de solidarité et le travail temporaire sont des palliatifs du manque de terre et du déclin des activités traditionnelles. Mais quand les tensions sont trop fortes, l'exode rural devient l'unique solution pour des populations sans ressource. Dans les villes, l'inactivité engendre un regain de délinquance et de trafics de toutes sortes. Les quotidiens se complaisent ainsi à relater par le menu les attaques de bus organisées par des bandes de jeunes désœuvrés dans les rues de la capitale.

Le nombre important de jeunes sans emploi (5, 4% des 15-24 ans) est l'une des causes du faible indice de lecteurs de la presse quotidienne. Les retraités n'apportent pas le complément espéré, car pour beaucoup d'entre eux, la faiblesse de leur pension ne leur permet pas des dépenses considérées comme non obligatoires tel que l'achat quotidien d'un journal.

A cet égard, aussi bien les jeunes chômeurs que les retraités disposent, avec la télévision et ses nombreuses chaînes, d'une source d'information et de divertissement gratuite, qui ne rend pas indispensable, apparemment du moins, le désir d'achat d'un support écrit.

B) LES FACTEURS POLITIQUES ET HISTORIQUES : LA REVOLUTION, LA PRESSE ET LA DEMOCRATIE

I- 16^{ème} - 19^{ème} siècles : Le régime colonial de la Nouvelle-Espagne⁹

Les conditions de vie actuelles sont, pour les populations indiennes, des conséquences de la Conquête de l'Amérique par l'Espagne. C'est en 1519 qu'Hernán Cortés débarque sur les plages du Veracruz. En seulement deux ans, il détruit l'empire aztèque et fonde la capitale de la Nouvelle-Espagne sur les ruines de l'ancienne Tenochtitlán. Le 16^{ème} siècle permet aux Espagnols d'étendre leur pouvoir sur la presque totalité du Mexique actuel.

Dès le début, il n'est pas question d'hispaniser les indiens mais plutôt de leur donner un statut de mineur sous la tutelle du Conseil des Indes. La société coloniale est donc foncièrement inégalitaire. Soumis aux conquérants, les Indiens doivent travailler gratuitement pour eux et leur fournir un tribut en nature, puis en pièces de monnaie. Des dizaines de milliers périssent dans les mines d'argent que l'on découvre progressivement dans les terres arides du nord, à Zacatecas, Parral ou San Luis Potosí.

Par ailleurs, dans ce contexte de marginalisation et d'exploitation, l'Eglise catholique, à travers ses campagnes d'extirpation de l'idolâtrie, entend effacer l'héritage laissé par 4000 ans de civilisation précolombienne. Mais tout est loin d'avoir disparu ; des éléments de cette culture nous permettent par exemple de savoir qu'il existait déjà chez les peuples précolombiens du Mexique un support servant à écrire : des bandellettes fabriquées à partir de feuilles de maguey (agave/aloès américain). Fixées sur des statues spéciales, elles servaient à relater des faits ou à transmettre des informations. Quant aux techniques d'imprimerie, elles arriveront réellement par le biais de la conquête spirituelle.

Ainsi, l'imprimerie fait son apparition à l'époque coloniale sous la forme d'une presse envoyée de Séville, à la demande de l'évêque Juan de Zumárraga qui désirait imprimer sur place les

⁹ LAVALLE B., *L'Amérique espagnole de Colomb à Bolivar*, Paris, Belin Sup, 2005, p. 99 à 104
http://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire_du_Mexique : Histoire du Mexique
<http://www.mexique-fr.com/historia0.php> Histoire du Mexique
<http://historiaperiodismo.tripod.com/id3.html> : Historia del Periodismo en México (1539-1917)

livres nécessaires à l'évangélisation des indiens. Au cours de la période 1524-1572, au moins 109 ouvrages sont ainsi écrits. Quelques religieux comme le dominicain Las Casas, tentent de venir en aide aux indiens. Ils obtiennent du roi la promulgation des « Lois Nouvelles » (1542) qui limitent le pouvoir des « encomenderos », ces conquérants auxquels la Couronne a concédé le droit d'exploiter le travail des Indiens en échange de leur évangélisation. Mais ces lois ne sont que peu respectées.

En 1524 dans les comptes rendu municipaux, on trouve les premières nouvelles rapportées par les crieurs publics, que l'on peut considérer comme les véritables prédécesseurs des journalistes. Leur rôle était de faire connaître à la population les décisions prises par le conseil municipal.

Le journalisme écrit naît lorsque des faits commencent à être relatés sur des feuilles présentant des nouvelles. La première est imprimée en 1541, par Juan Pablos alors seul imprimeur de Nouvelle-Espagne ; elle décrit le tremblement de terre qui anéantit cette année-là la ville de Guatemala. A partir de 1542, ces feuilles sont diffusées un peu partout.

Le premier journal mensuel attesté est la première *Gaceta de México*, publié à partir de 1722 et écrite par Juan Ignacio Maria Castorena y Ursua. En 1734, elle change de nom et devient *Mercurio de México* car entre temps une seconde *Gaceta* a vu le jour en 1728 grâce à Don Juan Francisco Sahún. La troisième *Gaceta de México*, fondée par l'imprimeur Antonio Valdés, apparaît le 14 janvier 1784. Elle sera publiée sous ce titre jusqu'en décembre 1809. De 1784 à 1792 *La Gaceta* sera un bimensuel, elle devient un hebdomadaire en 1793 avec quatre à neuf publications par mois. Elle disparaît en 1798 pour reparaître en 1806 sous la forme d'un bihebdomadaire. Journal quasi officiel, *La Gazeta de México* publie les cédules royales, les lois et ordonnances dictées par le Roi d'Espagne, ainsi que les sentences de la Real Audiencia. Le 2 janvier 1810 *La Gazeta* d'Antonio Valdés devient *La Gazeta del Gobierno*, organe de la vice-royauté jusqu'en 1821.

A l'époque, la presse est sous le contrôle du gouvernement colonial. Les éditeurs doivent obtenir une licence auprès du Conseil de la Censure avant d'imprimer un livre, un feuillet, ou un journal. Cependant, preuve de l'existence d'un public de plus en plus avide de lecture, on note l'apparition de cercles culturels appelés « Sociedades de amigos » dont les membres se retrouvent pour lire des poèmes et parler de littérature ou de science. Rappelons que dès 1772,

suivant l'exemple des revues savantes qui commencent à voir le jour dans toute l'Europe des Lumières, José Ignacio Bartolache publie la première revue médicale.

Le 18^{ème} siècle marque le début des remises en causes du joug colonial. Cette contestation prendra des formes diverses. A partir de 1720, révoltes, rebellions, et insurrections éclatent un peu partout dans l'empire. Dans un premier temps elles sont le fait des populations indiennes et métis qui entendent se libérer de l'oppression, par exemple la révolte menée par Jacinto Canek dit Moctezuma au Yucatan en 1761. D'abord limités aux zones rurales, ces mouvements rallient bientôt les villes et atteignent les populations créoles. Les revendications se font alors plus précises : les créoles demandent plus d'autonomie puis, définitivement, l'indépendance.

Malgré les réformes consenties par le pouvoir central (réorganisations administratives, réformes économiques), les colonies espagnoles suivront l'exemple des colonies d'Amérique du Nord qui en 1776 obtiennent leur indépendance de l'Angleterre. En Nouvelle-Espagne, la Guerre d'Indépendance commence en 1810. Miguel Hidalgo, José Maria Morelos, López Rayón, Quintana Roo et le Docteur José Maria Coss, seront les grandes figures de cette période.

Plusieurs d'entre eux écrivent des articles engagés ou fondent des journaux satiriques à l'instar du *Despertador Americano* fondé par Hidalgo dès 1811. En mars de l'année suivante la Liberté d'expression et de parole est reconnue dans la Constitution, ce qui favorise la parution de nombreux titres parmi lesquels *El Telégrafo de Guadalajara* (1811), *El Ilustrador Nacional* (1812), *El Semanario Patriótico* (1812). Et malgré l'arrivée au pouvoir de Ferdinand VII en 1814 et l'abolition de la dite Constitution, le journalisme politique et satirique ne connaîtra plus de frein. Ainsi, Fernández de Lizardi, un des observateurs les plus vifs de la société de son temps, continue d'exprimer des tendances libertaires sur des sujets tels que l'éducation, la liberté de culte, l'esclavage, etc. Aujourd'hui encore ses écrits comptent parmi les plus enrichissants du journalisme mexicain.

2- 19^{ème} siècle : Indépendance et dictature des *caudillos*¹⁰

La proclamation de l'Indépendance 28 septembre 1821 marque la fin de *La Gazeta del Gobierno de México* mais pas celle de la violence. En 1822, le général Augustin de Iturbide, dont les troupes s'étaient engagées au côté des combattants pour l'indépendance, se fit proclamer empereur du Mexique grâce à l'appui des monarchistes (conservateurs) mais fut renversé en mars 1823 par un officier, Santa Anna, qui instaura la république le 2 décembre de la même année.

A partir du 4 octobre 1824, date d'entrée en vigueur de nouvelle Constitution, le pays connaîtra une période trouble pendant laquelle alterneront, jusqu'en 1855, les dictatures militaires de Santa Anna et des présidences civiles. Les tensions nées de l'antagonisme entre, les conservateurs (aristocrates et clergé) et les libéraux (eux-mêmes divisés partisans du centralisme et partisans du fédéralisme) se manifesteront dans les journaux par un journalisme partisan et produiront des guerres civiles, des coups d'Etat et une instabilité latente des différents gouvernements.

Le 10 octobre 1824, Guadalupe Victoria devient le premier président de la république du Mexique. Durant son mandat, il tente d'abolir l'esclavage, fonde le *Colegio Militar* ("Académie militaire"), et signe un traité diplomatique avec le Royaume-Uni. Profitant de la vague contestataire qui n'en finit pas de déferler sur le pays depuis l'Indépendance, la presse jouit d'une liberté totale permettant l'éclosion du journalisme populaire.

En 1828, alors que le conservateur Manuel Gómez Pedraza a gagné les élections et semble en mesure de succéder à Guadalupe Victoria comme président du Mexique, Vicente Guerrero avec l'aide du général Antonio López de Santa Anna, organisa un coup d'état et prend la présidence le 1^{er} avril 1829. La violence de ce coup d'état déplait à des libéraux d'Amérique Latine qui sympathisaient avec les buts de Guerrero, et ses actions sont condamnées par Simón Bolívar.

¹⁰ MORTIER G., *Mexique. Entre l'abîme et le sublime* Boulogne, éditions Toute Latitude, 2006, p. 17 à 32
<http://www.mexique-voyages.com/informations-mexique/histoire/index.php> : Histoire du Mexique
http://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire_du_Mexique : Histoire du Mexique
<http://historiaperiodismo.tripod.com/id3.html> : Historia del Periodismo en México (1539-1917)

Il tentera également de museler la presse sans vraiment y parvenir. Le résultat le plus notable de la courte présidence de Guerro (qui était un mulâtre) est une abolition immédiate (et effective) de l'esclavage et l'émancipation de tous les esclaves. C'est à cette période que la plupart des aristocrates espagnols seront expulsés : plus de 20 000 quittent le pays. Dès lors, deux camps se disputeront le pouvoir : les centralisateurs, généralement militaires et cléricaux et les fédéralistes (en majorité des Métis), décentralisateurs, anticléricaux et partisans de la prédominance du pouvoir civil.

En décembre 1829, Anastasio Bustamante, ancien médecin devenu général, commande une division stationnée à Jalapa. C'est de là qu'il décide de se mettre en marche pour s'emparer de Mexico et renverser Vicente Guerrero avec l'aide de Santa Anna. Devenu président du Mexique, il gouverne en dictateur, emprisonnant, exilant ou exécutant les chefs libéraux, supprimant leurs journaux, se débarrassant de la résistance armée de Vicente Guerrero par une ruse qui lui permet de le faire mettre à mort en 1831.

De 1832 à 1833, Melchor Muzquiz et Manuel Gomez Pedreza se succéderont à la tête du pays. En 1833, les fédéralistes feront établir, dans la loi, l'égalité entre Indiens et Blancs

En mars 1833, Santa-Anna se fait élire président, avec le médecin Valentin Gomez Farias pour vice-présidents. Bien que les principes du libéralisme soient encore défendus dans des journaux tels qu'*El Sol*, *La Libertad*, *El Observador de la República Mexicana* et *El indicador de la Federación Mexican*, les journaux officiels préparent l'opinion publique à un changement de système politique. Santa Anna instaure une dictature marquée par une centralisation accrue des pouvoirs. A cause de la répression exercée contre la presse, on assiste au développement d'une presse littéraire avec *La Revista Mexicana* (1835), *El Zurriago Literario* (1839), *El Mosaico Mexicano* (1840) et *El Museo Mexicano* (1845).

En 1835, une Nouvelle Assemblée constituante modifie la Constitution et supprime le fédéralisme. Les États ne sont plus que des départements, administrés par des préfets.

La conséquence déplorable de cette réforme est la sécession du Texas en 1836, sous la conduite de Sam Houston. Le pays est alors entraîné dans une guerre désastreuse avec les États-Unis. Santa Anna est fait prisonnier et le pays, vaincu, abandonnera, selon les termes du

traité de Guadalupe Hidalgo du 2 février 1848, toute la moitié nord du pays (Nouveau-Mexique, Californie).

Entre temps, fatigué de son exil, Bustamante, venu offrir ses talents militaires afin de lutter contre cette province révoltée, obtient plus qu'il ne souhaitait : le 25 janvier 1837, il est élu président de la République mexicaine. Il conclut bientôt un traité définitif avec l'Espagne qui reconnaît enfin l'indépendance de la colonie. Mais en 1839, une nouvelle révolution, suscitée encore par Santa-Anna, libéré de sa captivité, le force à remettre le pouvoir aux mains du congrès.

Cette fois Santa Anna exerce un pouvoir encore plus dur et plus bureaucratique que précédemment. Il lève des taxes nécessaires au fonctionnement des administrations, de l'armée, de la formation d'un Etat présent ce qui provoque la colère des riches qui ne voulaient rien payer et des classes populaires déjà très atteintes. Plusieurs États mexicains cessent purement et simplement toutes relations avec le gouvernement central. Le Yucatán se déclare même république indépendante.

En 1841 Don Ignacio Cumplido fonde le journal *Siglo XIX*, un journal politico-littéraire d'opinion. Il explore les idéologies les plus avangardistes et relaye les critiques à l'encontre du gouvernement. Pour sa rédaction, on fait appel à des écrivains de talent tels que José Ma. Lacunza, Luis de la Rosa, José Ma. Iglesias, José Ma. Lafragua, Manuel Payno, Guillermo Prieto, Francisco Zarco, Juan Bautista Morales etc. Ce dernier dénonce d'ailleurs avec force la tyrannie et la corruption du régime Santa Anna dans une série d'articles publiés entre 1844 et 1845 sous le pseudonyme *El Gallo Pitagórico*. Pendant 54 ans, ce journal offrira à ses lecteurs des articles scientifiques et littéraires de qualité et une large information nationale et internationale.

La lutte entre les deux camps se fait de plus en plus âpre par le biais des journaux. En décembre 1844, l'opposition est telle que Santa Anna, après avoir laissé puis repris le pouvoir deux fois, décide qu'il est sage d'accepter l'offre (pour éviter une guerre civile) de renoncer à la présidence et de partir en exil.

La même année, Vicente García Torres fonde *El Monitor Republicano*, l'organe du parti libéral progressiste. Ce quotidien qui aborde des domaines aussi variés que la politique, le théâtre, ou la mode, compte même une rubrique réservée aux petites annonces.

Quant au parti conservateur, favorable à la monarchie, il continue d'avoir la main mise sur de nombreux journaux dont *La Cruz*, journal religieux de Roa Bárcena, et *El Universal*, quotidien politique qui prolonge l'action engagée par un autre journal, *El Tiempo*, créé par Lucas Alamán. Il est rédigé sous la direction de Lucas Alamán, José Hilario Elguero, Mariano Sánchez de Tagle et Ignacio Aguilar y Marocho.

La défaite du Mexique face aux Etats-Unis entraîne une remise en question et accentue les tensions politiques. José Joaquín Herrera alors à la tête du pays, a le plus grand mal à combler le déficit budgétaire, et à contenir les attaques des Indiens du Nord, et du Yucatán, soutenus en secret par l'Angleterre. Le gouvernement fédéral ne pouvant protéger les États particuliers, ceux-ci sont conduits à pourvoir seuls à leur sécurité, à former des milices, à se créer des ressources propres en levant des impôts et des droits de douanes. Si bien que la dissolution de l'état fédéral paraît imminente (les États de Californie du Sud, Sonora, Sinaloa, Chihuahua, Cohahuila, Tamaulipas proclament leur sécession le 16 juin 1849).

C'est dans ce contexte que l'ancien secrétaire d'état à la Marine, Mariano Arista est déclaré Président Constitutionnel le 8 janvier 1851. Dès le début de son mandat, il tente de réorganiser les finances et l'armée. La résistance des conservateurs et une révolte fomentée par ces derniers, avec l'aide Santa Anna, le forcent à la démission en 1853.

Revenu à l'invitation de l'Eglise et des conservateurs avec lesquels il reprend le pouvoir, Santa Anna met en place une administration qui n'est pas meilleure que les précédentes. Il donne l'autorité législative à un Conseil d'État, restreint la liberté de la presse. Il dépense énormément d'argent et pour maintenir son train de vie, il ira même jusqu'à vendre la vallée de Mecilla et la région au Sud du rio Gila aux Etats-Unis pour dix millions de dollars. Il se déclare également président à vie avec le titre d'*Altesse sérénissime*.

Il verse de fortes sommes aux politiques et aux militaires pour s'assurer de leur loyauté (ce qu'ont fait tous les gouvernants de cette époque). Mais en 1855, même ses alliés conservateurs se sont lassés de lui, il doit s'enfuir à Cuba puis à nouveau en Colombie. L'étendue de sa corruption est rendue publique, il est jugé par contumace pour trahison. Ses biens et ses haciendas furent confisqués par l'Etat Fédéral et vendues au profit de la Nation.

Obéissant à la vague libérale qui traverse la presse cette année-là, Juan Álvarez Benítez puis Ignacio Comonfort entament des réformes visant à restreindre les droits et privilèges de

l'Eglise. Une nouvelle constitution est promulguée qui établit la liberté de conscience, ouvre les ports à l'immigration, tout en expulsant les jésuites et en supprimant le Sénat. Les lois de 1824 sont rétablies et modifiées dans un sens radical.

S'en suivent de vives protestations des conservateurs : *El Universal*, publie le “Boletín de la Revolución” qui circule clandestinement dans la capitale. On peut y lire un article intitulé “Ya no es tiempo de Reformas” en réponse aux tentatives d'apaisement du président. Le clergé résiste et refuse de céder. Non seulement il refuse de prêter serment à la constitution, mais l'archevêque de Mexico menace d'excommunication ceux qui le feraient; la majorité des fonctionnaires et une partie de l'armée se rangent de son côté.

Comonfort transige d'abord, puis cède, sans résister. Dans la foulée, les radicaux font élire à la présidence de la cour suprême, charge qui impliquait la vice-présidence de la république, un personnage d'une autre trempe, l'un des deux hommes qui ont réorganisé le Mexique et l'ont replacé au rang des grands États, Benito Juárez, avocat d'origine indienne. Il est soutenu par les débats engagés par la presse libérale, qui sous la présidence de candidats conservateurs se faisaient dans la clandestinité Juárez défend les réformes radicales amorcées pour moderniser le pays et lance le programme « la Reforma ».

Il abolit les privilèges de l'Eglise et de l'Armée, ainsi que le système des *haciendas* et des *ejidos* en faveur de la propriété privée, l'industrialisation et l'éducation sont pris en charge par l'Etat. Face à l'ampleur des lacunes du système éducatif, le président Juárez favorise l'éducation et l'alphabétisation des masses, il soutient également l'ouverture d'écoles par des églises protestantes américaines et fait proclamer la liberté de conscience.

Enfin, l'Etat force l'Eglise à vendre ses terres. De nouvelles mesures comme l'introduction du mariage civil concrétisent la séparation de l'Eglise et de l'Etat. Tous ces bouleversements entraînent une résistance de la part de l'Eglise et de l'Armée qui refusent de perdre leurs terres, ce qui déclenche la guerre des Réformes, de 1856 à 1861 et laissera le pays exsangue et profondément coupé en deux.

Au sein de la classe politique, les luttes pour le pouvoir font toujours rage et sont largement relayées par les journaux. *El Vapor*, apparaît en 1859, journal modéré qui tente vainement de rapprocher les deux parties.

En 1861 *El Pájaro Verde*, quotidien conservateur de Mariano Villanueva Francesconi paraît. Un an plus tard *El Palo Ciego*, bihebdomadaire satirique de José Franco y Juan Mira Fuentes s'oppose à Juárez et à Francisco Zarco. De 1862 à 1864 apparaissent d'autres journaux d'opposition comme *La Orquesta* et *El Cronista*, qui tire à 8.000 exemplaires.

Devant le déficit du budget, Benito Juárez décide d'interrompre pour 2 ans le remboursement de la dette extérieure. La Grande-Bretagne, l'Espagne et la France répondent à ceci par une intervention militaire. Dès décembre 1861, des troupes européennes abordent les côtes de Veracruz. Les Anglais et les Espagnols règlent rapidement le différent par la Convention de Soledad (février 1862), mais les Français décident de se maintenir. Car les dettes du Mexique ne sont qu'un prétexte, Napoléon III souhaite en fait profiter de la guerre de Sécession américaine pour se réimplanter sur le continent américain.

Les troupes françaises marchent donc vers Mexico mais elles sont vaincues le 5 mai 1862 à Puebla. Cet événement marque une des rares victoires mexicaines de l'Histoire (encore fêté de nos jours). Les Français arrivent tout de même à Mexico en 1863. Le 10 juillet, la monarchie est proclamée. Napoléon III et les conservateurs mexicains sacrent l'archiduc Ferdinand Maximilien de Habsbourg empereur, il prendra ses fonctions le 28 mai 1864.

En 1863 naît *el Periódico oficial del Imperio*, créé par les membres de la régence qui gouverne le Mexique avant l'arrivée de l'Empereur. Contre toute attente, ce dernier maintient les lois de la réforme et essaye d'améliorer le sort des Indiens, il est finalement désapprouvé par les conservateurs. Il s'efforce de défendre les intérêts français, oscillant entre les libéraux et les républicains, mais sans parvenir à exercer vraiment une domination sur le Mexique. Les mesures prises par son gouvernement ne s'appliquent qu'aux parties du territoire contrôlées par les garnisons françaises.

La guérilla menée par les libéraux réussit à affaiblir les Français et leurs alliés conservateurs. De plus, les difficultés que rencontre l'Empereur avec le maréchal français François Achille Bazaine auront pour conséquences qu'en 1866, Napoléon III exige le retrait de ses troupes avant le temps prévu dans la Convention de Miramar. Maximilien refuse d'abandonner son peuple et prend le commandement des troupes mexicaines. Ces derniers, bien que fidèles, sont trop faibles pour faire face aux libéraux conduits entre autre par Porfirio Díaz. Le 15 mai

1867, les troupes de Maximilien sont encerclées à Querétaro, l'empereur est fait prisonnier et fusillé.

La République est à nouveau proclamée, avec à sa tête Juárez. Celui-ci place au premier plan la relance de l'économie, la réorganisation du système scolaire et essaye de maintenir le système des *ejidos*, propriétés communes des Indiens, bien qu'il soit en contradiction avec les lois de la réforme. Ce nouveau mandat se caractérisa par un autoritarisme et par de nouvelles difficultés financières. De plus, la perte de l'appui des libéraux, la montée du *bandolerisme*¹¹ et les désordres sociaux minent toute initiative politique.

Le dernier journal conservateur, *La Sociedad Mercantil*, paraît cette année là, il est dirigé par Niceto de Zamacois. En 1870, *La Seguridad* et *La Voz de México*, considérés comme des organes des mouvements catholiques font leur apparition.

Après la réélection de Juárez en 1871, la presse est divisée en deux courants : la presse progouvernementale et celle d'opposition. C'est à cette époque que naissent les premiers mouvements de défense des ouvriers. Pour faire entendre leurs revendications, ils publient des journaux et s'organisent en syndicats. Parmi les journaux les plus virulents on peut citer *Socialista*, *Hijo del Trabajo*, *La Comuna*, et *La Huelga*.

Juarez sera confronté à des soulèvements, dirigés principalement par le général Porfirio Díaz qui se présentait contre lui aux élections. Le troisième candidat, Sebastián Lerdo de Tejada (ancien membre du gouvernement de Juárez) est soutenu par des intellectuels en particulier des juristes et des écrivains. Il acceptera sa défaite et reste Président de la Court suprême.

Lorsque Juárez meurt le 18 juillet 1872, Lerdo en est le successeur constitutionnel et devient Président par intérim du Mexique ; puis le 30 novembre 1872, il est élu Président pour quatre ans par le Congrès. Lerdo jouit alors de la confiance nationale, il a su calmer les *Juaristes* et obtenu la reddition des *Porfiristas*. Inflexible et d'une volonté tenace, il entreprend de constitutionnaliser les Réformes : Eglise et Etat sont séparés; le mariage devient un contrat civil; les institutions religieuses ne peuvent détenir de propriétés qu'à des fins religieuses; les

¹¹ Luites de factions

cours de justice n'utilisent plus la prestation de serment religieuse, mais la simple promesse de dire la vérité; aucune loi visant à réduire la "liberté de l'homme" ne peut être adoptée.

Les développements économiques de Lerdo sont le reflet d'un profond nationalisme. Des chemins de fer sont construits et les communications améliorées. Des lignes télégraphiques sont créées, les routes améliorées et le gouvernement achète quatre navires pour les gardes côte, il s'agit des débuts de la marine mexicaine. Au terme de son mandat, trois chemins de fer majeurs sont construits et opérationnels.

Par ailleurs, il avait promis la liberté de la presse et tenu sa parole avec un zèle aveugle. A partir de 1874, on voit circuler des journaux consacrés à la défense des droits des femmes et des travailleurs. On peut citer à titre d'exemples : *La Comuna*, *La Tribuna*, *La Firmeza*, *La verdad*, *América Libre*, *La Primavera* et *El Trovador*. La presse en abusant de la liberté qu'il lui offrait fut pour une bonne part responsable de sa chute. Elle essaya constamment de discréditer, de ridiculiser et plus tard de détruire le gouvernement.

En 1876, il est renversé par Díaz, qui devient président en 1877 quand. Les journaux *Lerdistas* se déclarent d'emblé opposés à son régime, ce qui conduit à la répression de tous les journaux qui souhaitent faire de même. La presse officielle et même la presse clandestine font marche arrière et tissent des liens avec la bourgeoisie. Au début, le gouvernement de Díaz est faible et plutôt tolérant mais il tourne peu à peu à la dictature. A partir de 1880, il décide de mettre la main sur certains journaux (30 à México et 27 à travers tout le pays) en leur versant des subventions ou tout simplement des pots de vin. C'est le début de la bureaucratisation la presse.

Pendant les quatre années où la présidence de Díaz fut interrompue (1880-1884), le président Manuel Gonzalez, son ami, reste évidemment soumis à son autorité. Pendant cette période les lois de la Réforme (en particulier la loi Lerdo) servirent de cadre pour favoriser la concentration des terres aux mains d'une minorité de propriétaires terriens.

Les paysans sont contraints à un travail mal rémunéré dans les haciendas et certains groupes indigènes se montrent particulièrement rebelles et imperméables à la modernité et aux changements, comme les Yaquis ou les Mayas dont les meneurs les plus actifs seront contraints aux travaux forcés dans des lieux comme Valle Nacional, la Vallée du rio Yaqui ou le Yucatán. Afin de pouvoir faire face convenablement aux créances extérieures, González

diminue également les revenus des fonctionnaires. Ceci ne fait qu'augmenter la corruption et l'hostilité du peuple.

En 1885, des dissensions entre les différentes églises protestantes donnent naissance à des parutions comme *El Faro*, *el abogado*, *La luz en México* et *El boletín Masónico*. Filomeno Mata fonde *El Diario del Hogar* une revue qui donne des recettes de cuisine, il affirmera aussi son opposition au gouvernement en soutenant des journaux d'opposition tels que *El Monitor*, et surtout *El hijo del ahuiizote* un journal satirique. De son côté, José Guadalupe Posadas invente ses premiers "calaveras", les squelettes dont il fera les personnages principaux de caricatures comme celles présentées ci-dessous.

Figure 4 : Calaveras de Guadalupe Posada¹²



calavera revolucionaria



calavera maderista

¹² http://mati.eas.asu.edu:8421/ChicanArte/html_pages/posada9.html :
Calavera revolucionaria, Guadalupe Posada, Hispanic Research Center, Arizona State University
http://www.si.umich.edu/History_of_Art/demoarea/details/1949_1.180.html :
Calavera maderista, Guadalupe Posada, The University of Michigan Museum of Art

Il dessine pour *El Jicote* un journal local, puis pour *El Fandango* et *El combate*. Il participe aussi à des parutions en langues indigènes (Maya, Zapoteco et Náhuatl) telle que *Puree echa Tarasco* édité à Quiroga dans le Michoacán.

En 1888, sous le contrôle du régime de Díaz, la presse à grand tirage fait son apparition. Rafael Reyes de Espíndola dirige l'un des journaux les plus en vogue en 1896, *El Imparcial*. Financé par José Yves Limantour, Mexicain d'origine française et grand argentier du porfiriato, le journal se veut résolument moderne et opte pour une présentation à l'américaine avec de belles en-têtes, beaucoup de photos et de rubriques. Son contenu, médiocre, donne plus de place à la publicité et au divertissement qu'au débat politique. Une rubrique y est entièrement dédiée aux femmes, on peut y lire des nouvelles, des romans feuilletons, et des petites annonces, le tout pour 1 *centavo*.

Dès 1890, la censure et la répression du régime de Díaz sonne le glas de plusieurs journaux : *El Demócrata*, *La Oposición*, *El Libre Examen*, *El 93*, *El Hijo del Ahuizote*. Les rares journaux indépendants qui subsistent dénoncent les conditions de vie misérable des travailleurs et des paysans.

Entre 1890 et 1900 les progrès véhiculés par la révolution industrielle touchent le Mexique : l'usage de l'électricité et du téléphone se développe. Pour pallier le manque de capitaux l'investissement étranger est favorisé. José Yves Limantour est placé à la tête de ce plan de développement économique. La plus grande partie des investissements sont d'origine américaine, suivi par les Anglais, les Français, les Allemands et les Espagnols (mines, pétrole, chemins de fers, textile, plantations, industrie etc.). Le pays connaît certes une période de grande prospérité et de tranquillité, mais les fruits de cette croissance sont confisqués par une minorité, la majeure partie de la population n'en profite pas.

Dans le domaine des médias on assiste à la modernisation des moyens d'édition et de diffusion, à la création des premières agences de presse dans l'intérieur du pays. La population, plus éduquée que par le passé, est avide de journaux et l'Etat y voit un moyen d'influer sur l'opinion publique.

En 1894 naît ce que l'on appelle la *Prensa de Centavo*. Il s'agit de journaux populaires qui sont accessibles même aux plus pauvres grâce à un prix de vente très bas : 1 *centavo*. Dans cette

catégorie on retrouve *El Gil Blas*, *El siglo XX*, *El Noticiosos d'Ángel Pola*, et *El Monitor del Pueblo* de Juan Mata Rivera.

3- 1900-1920 : La presse comme catalyseur de la Révolution¹³

En 1899 on assiste à un début de changement de ton dans les journaux, c'est la naissance de la presse pre-révolutionnaire. Certains journalistes s'en prennent directement au gouvernement et vantent les mérites du libéralisme, du socialisme et même de l'anarchisme : *Regeneración del Partido Liberal* de Flores Magón, *El anti reeleccionista* de Félix Palavicini et José Vasconcelos, ou *El Constitucional*. Plusieurs d'entre eux sont arrêtés ou persécutés et doivent fuir le pays. Même exilés, ils sont nombreux à dénoncer le porfiriato basé sur « zéro politique et cent administrations ».

Entre 1900 et 1910 30% de la population savent lire et écrire. C'est à cette époque qu'Espíndola crée *El Mundo* et *El Heraldito*. *El Tiempo* et *El País* plus marqués par l'influence catholique connaissent un franc succès.

A partir de 1902 le grand mouvement populaire qui renversera Porfirio Díaz ,et conduira à la révolution mexicaine, prend sa source dans les discours tenus dans les journaux. *Liberación* de Flores Magón, *Reforma Social* de Lauro Aguirre, *Reforma*, *Libertad y Justicia* de Antonio P. Araujo, *El Liberal* d'Armando Gutiérrez, et *El Demócrata Coahuilense* de Francisco I. Madero ; tous se font les porte-paroles de la souffrance du peuple. En 1907, ce début de révolte conduit à l'arrestation de journalistes révolutionnaires à El Paso.

A cette époque, Eduardo Cocino peut être considéré comme un des fers de lance du journalisme révolutionnaire. C'est à lui qu'on doit le journal *Lucha Obrera*, qui se veut l'organe du Cercle des ouvriers du Río Blanco.

En réponse aux persécutions du régime, on organise en 1908, à Puebla « el Congreso de la Prensa Asociada ». Les sanctions ne se font pas attendre : plusieurs journaux sont interdits, le 28 septembre 1909, l'imprimerie du journal *El anti Reeleccionista* est fermée et le personnel du journal arrêté.

¹³ <http://historiaperiodismo.tripod.com/id3.html> : Historia del Periodismo en México (1539-1917)
<http://www.mexique-fr.com/historia0.php> Histoire du Mexique

Le Président estime que le Mexique est prêt pour la démocratie. Ses opposants feignent de le croire et se présentent aux élections de 1910. Parmi eux, Francisco I. Madero, un entrepreneur richissime et éduqué à l'étranger qui est favorable aux réformes sociales suggérées par des intellectuels comme Antonio Horcasitas ou les frères Flores Magón et qui les applique dans ses propres exploitations agricoles. Ces élections seront gagnées par Francisco Madero. Díaz ne reconnaît pas le résultat des élections et donne l'ordre d'arrêter Madero mais ce dernier réussit à partir aux États-Unis avec des compagnons et proclame le *Plan de San Luis Potosí*. Divers rebelles et caciques régionaux répondent à son appel ce qui marque le début de la Révolution mexicaine.

Parmi eux Emiliano Zapata propriétaire foncier dans l'État de Morelos, décide de s'engager au côté d'autres paysans du Morelos pour réclamer la restitution des terres communales que les industriels de la canne à sucre leur ont confisquées ou achetées sous la contrainte à très bas prix. Dans le nord du pays, les troupes de Francisco Villa dit *Pancho*, un hors-la-loi repent, obtiennent des victoires militaires importantes avec la prise des villes de Torreón, Ciudad Juárez, Chihuahua et Zacatecas.

La lutte contre le gouvernement central dura peu puisque Díaz démissionna pour éviter une guerre civile après cinq mois, mais celle-ci se déclencha quand même entre les factieux et les idéologues.

À l'arrivée du président Madero au pouvoir, la liberté de la presse est assurée, même à ses opposants politiques. Déjà Gregorio Covarrubias Uribe publie à Maravatio dans le Michoacán, un journal, *La Sombra de Serdán*, dont le mot d'ordre est "Sufragio Efectivo y no Reelección". On note une pluralité de tendance dans la presse, *Nueva Era* est favorable à Madero ; *Convención Radical* à Villa et Zapata ; *Demócrata* à Venustiano Carranza sénateur de l'Etat de Coahuila pendant le Porfiriato et l'un des premiers à soutenir les efforts de Francisco Madero pour renverser Porfirio Díaz ; *El País*, *La Nación*, et *El Imparcial* soutiennent le Général Huerta.

Madero souhaite apporter la démocratie au Mexique mais il ne peut répondre à la fois au désir de réforme et de démocratisation du peuple et satisfaire les conservateurs qui préfèrent la stabilité autocratique de Díaz. Déçus de voir que les conditions de vie des plus défavorisés

ne s'améliorent pas et de sa gestion concernant les problèmes agraires, les zapatistes et les conservateurs maintiennent la lutte contre le nouveau pouvoir fédéral.

En 1912 l'un des journaux les plus virulents contre Madero est *El Noticioso Mexicano*, fondé par Vicente Garrido. D'autres, qui lui sont aussi opposés, adhèrent clairement aux idées de Victoriano Huerta ce sont : *Mañana*, *La Tribuna*, *La Prensa*, *el Defensor del Pueblo*, *La voz del Pueblo* et *el Herald Nacional*.

Complotant depuis des années pour faire tomber Madero, le Général Huerta réussit un coup d'Etat et se proclame président en 1913. Les membres de *La Asociación de Periodistas Metropolitanos* lui font allégeance, mais lorsque ce dernier perd le pouvoir, ils se pressent d'accorder leur soutien au général Félix Díaz, neveu de Porfirio.

La Nación, fondé en 1912 par Eduardo Correa, est considéré comme l'organe du Partido Nacional Católico. Ce journal est l'un des rares à adopter une attitude critique et indépendante face à la dictature de Huerta qui jouit du soutien des britanniques.

Un soutien qui causera sa chute. En effet, le président des États-Unis, Woodrow Wilson, qui succède à Taft en 1913, devient hostile au régime de Huerta qui continue la politique de Díaz mais surtout en faveur de capitalistes européens. Au cours de l'été 1913, il suspend les relations diplomatiques avec le Mexique tout en mettant en place un embargo sur la vente de munitions à l'Etat Mexicain pour faire pression sur Huerta et l'empêcher de se représenter aux prochaines élections présidentielles. Lors des élections du mois d'octobre Huerta ne se présente pas mais déclarera que la majorité des électeurs ont malgré tout voté pour lui.

Dans la presse débute une période dominée par l'idéologie postrévolutionnaire. Grâce à ce mouvement des journaux de propagande révolutionnaire sont fondés : *La República*, *El Progreso*, *La Voz de Sonora* et *El paso del Norte*.

Huerta doit faire face à de nombreux opposants qui mèneront plusieurs révoltes contre lui, comme Zapata, Francisco Villa, et Venustiano Carranza. Après les défaites de ses troupes à Torreón, Zacatecas, Orendain, la situation de Huerta devenant désespérée, il nomme un gouvernement provisoire chargé de négocier avec les rebelles. Il renonce formellement à la présidence le 15 juillet 1914. Venustiano Carranza prend alors le pouvoir en 1915.

La même année est créé *El Constitucionalista*, organe officiel du gouvernement, sous la direction de Salvador Martínez. De tendance libérale, Carranza met en place un système judiciaire indépendant, plus de décentralisation, et une réforme agraire sous le système de l'*ejido*.

L'année 1915 marque également pour la presse mexicaine le début d'une période faste caractérisée par une atmosphère de liberté totale. Cette année-là, *El Norte* est créé sous la direction de Rafael Pérez Taylor, de même que *La Opinion* par Joaquín Ramírez. *El Universal* par Félix Palavicini en 1916 et *El Excelsior* en 1917 par Rafael Alducín, tous les deux diffusent des informations internationales et ont une ligne conservatrice. Fait nouveau, ils prennent la forme d'entreprises de presse semblables aux agences de presse américaines, des agences rémunérées pour publier des informations.

Mais les combats sanglants continuent car parmi les révolutionnaires, beaucoup supportent mal ce nouveau chef autoritaire. Ils continuent leur lutte, soutenus par des bataillons rouges de la *Casa del obrero mundial* allant des propriétaires terriens et des conservateurs catholiques aux bandes d'Emiliano Zapata et aux armées constituées de Francisco Villa. Carranza offre alors une récompense pour la capture de Zapata, ce qui mènera à l'assassinat de celui-ci dans une embuscade en 1919.

En 1917, Carranza fait adopter une nouvelle constitution révolutionnaire qui s'appuie sur celle de 1857. Elle instaure la Liberté de la presse, abolit notamment le système des *haciendas*, déclarant propriété du peuple mexicain toutes les richesses du sol. Elle prévoit aussi des dispositions pour la protection des ouvriers et limite le mandat présidentiel à une période non renouvelable de 4 ans. Cependant, au lendemain de la révolution, le Mexique est épuisé : la population a diminué d'un million (morts ou immigrés), le peso s'est effondré et les infrastructures sont en ruines. L'opposition se renforce et Plutarco Elías Calles s'associe avec Álvaro Obregón pour renverser le président. Carranza est assassiné le 20 avril 1920. Álvaro Obregón, le général en chef de Carranza qui a écrasé Pancho Villa, prend le pouvoir.

4- 1920-1994 : Un Parti-Etat et une presse muselée¹⁴

A la fin de l'année 1920, Lanz Duret rachète *El Universal*. Sous sa direction, le journal continue de donner une grande place au journalisme d'opinion. C'est à cette époque qu'apparaissent de nouveaux métiers tels que linotypiste, éditeur, chef de rédaction, reporter, et chroniqueur. Entre 1921 et 1924, les mouvements syndicaux s'organisent, la construction des écoles continue.

Obregón instaure des réformes agraires et anticléricales, et entretient de bonnes relations avec les États-Unis, notamment par la vente de pétrole. Il partage les idées anti-cléricales de Carranza, mais ne fait appliquer les dispositions en question que dans les régions où l'attachement au catholicisme est le plus faible. Son mandat est aussi marqué par la révolte d'Adolfo de la Huerta qui se considère comme son successeur naturel, alors que le président préfère soutenir Plutarco Elías Calles.

Plutarco Elías Calles devient président en 1924 pour une période de quatre ans. Durant toute cette période il pratique un populisme radical, poursuivant d'une manière autocratique et corporatiste les réformes engagées par Obregón. Calles commence à mettre en place des réformes constitutionnelles, principalement agraires et anticléricales.

Ainsi il offre à la Confédération régionale ouvrière mexicaine (CROM) de substantiels avantages en échange de son soutien au régime. Le président de la CROM devient ministre de l'Industrie, du Commerce et du Travail. En 1922, le premier syndicat des rédacteurs de presse voit le jour sous l'impulsion de la CROM. Cette dernière sert alors de catalyseur au mouvement ouvrier.

Il met fin à la trêve tacite entre le gouvernement et l'Église. Il fait appliquer strictement les mesures anticléricales, et ce sur l'ensemble du territoire ; il fait voter d'autres lois anticléricales : en 1926, la Loi pour la réforme du Code pénal prévoit des peines spécifiques pour les prêtres et les religieux qui contreviendraient aux articles de la Constitution de 1917. Par exemple, le port de l'habit cléricale peut être puni d'une amende de 500 pesos (250 dollars

¹⁴ <http://www.memo.fr/Dossier.asp?ID=161> : Le Mexique
<http://www.mexique-fr.com/historia0.php> : Histoire du Mexique
<http://www.mexique-voyages.com/informations-mexique/histoire/index.php> : Histoire du Mexique

américains de l'époque) ; un prêtre qui critique le gouvernement peut être condamné à cinq ans de prison. Sa politique de persécution religieuse rencontre une forte opposition. L'Eglise refuse de reconnaître les mesures de laïcisation et les relations entre l'Eglise et l'Etat se tendent.

Après une période de résistance pacifique, un certain nombre de soulèvements locaux ont lieu en 1926. La révolte à proprement parler commence le 1^{er} janvier 1927, lorsque des paysans rebelles, qui souhaitent défendre l'Eglise catholique face à l'Etat mexicain, prennent le nom de *Cristeros* - ils disent en effet combattre au nom du Christ lui-même.

Cette crise, *La Cristiade*, se répercutera dans la presse. On peut citer à ce titre le conflit qui naît entre *El Excelsior* et le gouvernement. Le quotidien est en faveur des *Cristeros* car Rodrigo de Llano (directeur du journal dès 1924) soutient leurs revendications.

Moins de deux ans plus tard, tandis que les *Cristeros* commençaient à faire jeu égal avec les troupes de l'Etat fédéral, des négociations diplomatiques, dans lesquelles l'ambassadeur américain Dwight Whitney Morrow joua un grand rôle, permirent de mettre fin au conflit.

En 1927, suite à des conflits politiques, Calles instaure un régime dictatorial et consolide les prérogatives du pouvoir exécutif. Il censure la presse et déporte de nombreux journalistes, dont Palavicini à qui on doit la création en 1925, d'*EL Globo*, quotidien alimenté par les agences de presse internationales les plus renommées.

Durant les derniers jours de la présidence de Calles, est créé un journal connu aujourd'hui sous le nom de "La Prensa" et dont le premier exemplaire paraît le 29 Août 1928.

Bien qu'ayant officiellement cédé le pouvoir à Emilio Portes Gil, Calles continue à diriger la politique du Mexique. Il présidera ainsi par personne interposée en "*guidant*" les nouveaux présidents depuis son hôtel, situé en face du palais présidentiel jusqu'à l'arrivée au pouvoir de Cárdenas en 1934. Une boutade mexicaine dit alors : "*Le palais présidentiel est de ce côté, le président de l'autre.*"

Le 4 mars 1929 Gil fonde le Partido Nacional Revolucionario (PNR) selon la volonté de l'ex-président Calles, pour mettre fin à la situation de chaos et d'instabilité politique post-révolutionnaire où se trouvait alors le Mexique. Ayant pour prédécesseur le *Monitor*

Republicano, apparaît *El Nacional*, comme principal organe de diffusion du PNR, qui en 1946, sera rebaptisé Partido Revolucionario Institucional (PRI). Durant la phase de consolidation de ce parti, *El Nacional* joue un rôle important parmi les journaux de l'époque en tant que tribune du gouvernement.

S'inspirant de l'Italie fasciste de Mussolini, Calles fait mettre en place des organisations corporatistes chargées de relayer, au sein des entreprises et dans la vie quotidienne des Mexicains, l'idéologie du PNR. Plusieurs syndicats sont créés et contrôlés par le parti, qui procède dans le même temps à la nationalisation de l'industrie pétrolière, des chemins de fer et des centrales électriques.

L'arrivée de Cárdenas ouvre l'ère de la réalisation pacifique des objectifs posés par la Révolution. Tourné vers les populations ouvrières et paysannes, il met l'accent sur les réformes agraires, la protection sociale et l'éducation.

Durant son mandat (le premier d'une durée de six ans après la révision de la constitution qui fait passer le mandat présidentiel de 4 à 6 ans et permet de le renouveler en 1928) Cárdenas engage une grande réforme agraire et poursuit la répartition des terres. En six ans, 18 millions d'hectares sont distribués pacifiquement à plus d'un million de familles sur la base du principe de la propriété collective de la terre (*ejido*). Bénéficiant d'infrastructures modernes, le pays profond se relève, tandis que *la Cristiade* se termine vraiment. Les classes ouvrière et paysanne, se rénovent et s'organisent dans de grandes confédérations dynamiques (CTM et CNC).

En outre, il modernise l'industrie, renforce les droits syndicaux et tente de rendre le Mexique propriétaire des secteurs industriels qui étaient jusqu'alors aux mains de puissances étrangères comme les chemins de fer mais surtout le pétrole. Ainsi, l'industrie pétrolière est nationalisée en 1938 donnant naissance à Pemex (*Petróleos Mexicanos*). Cette mesure est bien accueillie par la population qui y voit un pas important vers l'autonomie économique.

Il réforme profondément le système éducatif, met sur pied une ample campagne d'alphabétisation, l'implantation d'un système éducatif libre, laïque et gratuit (orienté et qualifié de socialiste). Il crée également le *Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad* et le Département des affaires indigènes, qui prend en considération les mondes autochtones dans

une optique d'incorporation. Le Mexique vit des heures fastes sur le plan culturel ; il assume désormais pleinement son identité métisse et plurielle grâce à une archéologie et une ethnologie active au sein d'universités énergiques.

Enfin, dans le domaine de la santé publique, il fonde la ligue mexicaine contre le cancer (*Liga Mexicana contra el Cáncer*), crée la *Escuela Normal de Educación Física* (École normale d'éducation physique) et fait construire l'hôpital de Huipulco.

Le système corporatiste fortement lié à la société civile mexicaine, aux syndicats et à ses entreprises est cependant maintenu. En 1935, la *Productora e Importadora de Papel* (PIPSA) est fondée par l'union d'*El Excelsior*, *El Universal* et *El Nacional*. Elle confère à l'Etat le monopole sur l'importation du papier utilisé par les journaux mexicains.

Dès lors, le gouvernement dispose d'un monopole sur la vente du papier journal. Il accorde des délais de paiement, des exonérations de charges sociales et parfois même d'impôts à certaines entreprises de presse. De plus, l'équilibre financier des journaux dépend, pour une bonne part, des encarts publicitaires gouvernementaux. Ainsi, pendant trois décennies la presse écrite mexicaine, faute d'être un contre pouvoir, sera un instrument de légitimation du pouvoir. La pratique des *embutes* — les cadeaux en espèces, offerts par les dirigeants politiques et les hauts fonctionnaires —, atteint un tel niveau qu'ils constituent parfois la majeure partie des revenus d'éditorialistes ou de reporters complaisants.

Enfin, à de rares exceptions près, les journalistes n'ont pas d'autre source d'information que les services officiels. La soumission à l'égard du président en place est patente. Dans le régime présidentieliste mexicain, le chef de l'Etat — l'«Intouchable» — a acquis un statut quasi-divin. Ainsi, la liberté de la presse, bien que garantie par la Constitution, est perçue par la profession elle-même comme une bienveillante concession du président.

El Excelsior, *El Universal*, *El día* et *El Nacional* demandent au ministère des finances de lever les taxes sur le papier importé, mais en 1965 les éditeurs doivent s'endetter auprès de la PIPSA.

En 1940 Manuel Ávila Camacho est élu président. Il opère un net virage à droite. Le soutien aux couches populaires est remplacé par la recherche de l'harmonie sociale et de l'unité nationale. Les distributions de terres sont freinées, les relations avec la CTM (*Confederación de*

Trabajadores de México) se relâchent, alors que son secrétaire général, Lombardo, est remplacé par Fidel Velázquez, un modéré. Ávila Camacho mène une politique de « bon voisinage » avec les Etats-Unis, impliquant une coopération commerciale et militaire. Il envoie les troupes mexicaines dans le Pacifique pendant la Seconde Guerre Mondiale. Elle sera le déclencheur du développement d'une industrie lourde et légère. En 1943, il soutient la création de l'Organización Editorial Mexicana (OEM). Le colonel José García Valseca est nommé à la tête de l'organisation.

En juin 1945, Le Mexique devient officiellement membre de l'ONU. L'année suivante, Miguel Alemán Valdés succède à Ávila à la présidence. Il continue à entretenir des relations étroites avec les Etats-Unis.

Alemán se consacre au développement économique. Il poursuit l'industrialisation, développa le réseau routier, créa l'UNAM, Université nationale autonome du Mexique. Il permettra le développement du tourisme, la modernisation de l'agriculture, le lancement de grands travaux d'infrastructure tels que les stations hydroélectriques, mena à bien des travaux d'irrigation. Il permettra également l'ouverture de l'Université aux classes moyennes.

Les mécanismes de contrôles clientélistes s'appuyant sur les caciques locaux sont renforcés, aussi bien par l'institution de l'*ejido* que par le système de parti unique et de ses liens corporatistes avec les syndicats. Durant le mandat d'Alemán, les femmes obtiennent le droit de voter aux élections municipales.

Le parti du gouvernement, rebaptisé Parti révolutionnaire institutionnel (PRI), remporte une large victoire aux élections législatives du 3 juillet 1949. L'année suivante, *El Diario de México* est fondé.

Les politiques d'Ávila et Aleman visant à encourager l'industrie et le secteur privé, seront les moteurs du " miracle économique " des années 1950 et 1960, bien que la répartition et l'exploitation des terres posent encore de graves problèmes. De plus, le chômage n'est pas enrayeré par la création d'emplois destinés à compenser le rapide accroissement démographique et les années 1950 seront marquées par une grande inflation.

Adolfo Ruiz Cortines, candidat du PRI, est élu président en 1952. Il accorde le droit de vote aux femmes dès l'année 1953 et procède à la dévaluation du peso pour obtenir la parité du dollar.

Adolfo López Mateos lui succède en 1958. Il redistribue 120 000 km² de terres aux petits exploitants et crée un système d'assistance médicale et sociale.

Le Président conservateur Gustavo Díaz Ordaz est élu en 1964, il annonce aussitôt un plan de développement et de planification économique de cinq ans. Il privilégiera le monde des affaires, permettant un essor important dans les domaines du tourisme et de l'éducation.

Son gouvernement relance une réforme agraire et la construction de canaux d'irrigation ainsi que l'industrialisation du pays. Le pays affiche alors une croissance annuelle de 6%.

En 1967, il est signataire à Mexico du Traité de Tlatelolco duquel surgira l'OPANAL, Organisme pour la Proscription des Armes Nucléaires d'Amérique Latine.

En 1965, la famille Alarcón, de Puebla, fonde *El Herald de México*, journal partisan du gouvernement d'Ordaz. La même année, le colonel José García Valseca fonde *El Sol de México*, un quotidien qu'il ajoute au groupe de presse qu'il dirige.

En 1968, Julio Scherer García prend la direction d'*El Excelsior*. En peu de temps, ce grand quotidien national occupe une place prépondérante dans le pays avant d'être reconnu comme l'un des dix meilleurs au monde.

Mais progressivement, la corruption paralyse l'Etat et l'inégalité de la répartition des bénéfices de la croissance ne décroît pas. Le gouvernement doit faire face à des manifestations estudiantines violentes qui menacent l'organisation des jeux Olympiques de Mexico en octobre 1968, et qui seront réprimées dans le sang. L'agitation se poursuit dans les années 1970.

En 1970, Luis Echeverría Álvarez, devient président. Il poursuit une stratégie plus équilibrée de croissance économique et introduit des mesures destinées à réduire le contrôle de l'économie par les étrangers et à accroître les exportations. Pendant son mandat, on découvre

de larges réserves de pétrole qui sans la gestion anarchique du pays auraient pu représenter une source de développement économique potentiel.

En effet, Alvarez augmente considérablement les dépenses publiques qu'il finance par la planche à billets et la dette extérieure. Le gouvernement nationalise les entreprises en faillite pour soutenir l'emploi mais cette politique est un échec à cause de l'inefficacité de la gestion publique et de la corruption.

Le taux de change fixe peso-dollar qui existe depuis 1954 est abandonné et passe de 12,50 à 20 pesos pour 1 dollar. En six ans, le choc pétrolier combiné à la découverte de gisements de pétrole dans le Golfe du Mexique (États de Veracruz et de Tabasco) permettent au Mexique de devenir l'un des plus grands exportateurs au monde à cette époque et engendre l'arrivée d'une grande quantité de devises mais la dette externe passe de 6 milliards à 20 milliards.

Sur la scène internationale, le gouvernement de Luis Echeverría Álvarez est proche des régimes socialistes du Chili et de Cuba. Mais il gèrera d'une main de fer les mouvements mexicains de gauche. Il mènera la "Guerre sale", pendant laquelle une grande quantité de personnes seront torturées et disparaîtront. Des exactions qui seront divulguées par certains journaux.

José López Portillo lui succède en 1976. La même année, conformément à sa nature autoritaire, le régime réagit en finançant un putsch à *Excélsior*. Julio Scherer García quitte la direction du journal et fonde l'hebdomadaire *Proceso*, qui devient le navire amiral de la presse d'opposition. Plusieurs journaux établis montrent alors quelques velléités de suivre la même voie et de remettre en cause leur dépendance envers le pouvoir établi. De nouveaux titres apparaissent. Mais d'une manière générale, ce sont les mêmes règles perverses qui prévalent.

Les principales réussites de López Portillo ont lieu sur la scène étrangère. En effet, il organise en 1981 le Sommet international Nord-Sud pour encourager le dialogue entre les pays développés et les pays du tiers monde. Il recherche aussi une issue digne aux conflits armés qui ravagent les pays d'Amérique centrale. Il reprend les relations diplomatiques rompues avec l'Espagne lors de l'avènement du franquisme. En outre, il reçoit la visite du Pape Jean-Paul II qui dit une messe en plein air retransmise en direct à la télévision. Il s'agit là d'un événement inédit. Finalement, López Portillo remporte en 1981 pour ses efforts dans la politique extérieure du pays le prix Prince des Asturies pour la coopération internationale.

Sur le plan économique, la situation est moins bonne. Les décisions monétaires et budgétaires prises par son gouvernement contribuent à l'apparition d'unes des crises les plus sévères dans l'histoire du pays. Emporté pas l'euphorie des marchés, le gouvernement contracte de nombreux prêts, qui combinés à la corruption non seulement ne réduisent à néant les nouveaux bénéfices apportées par Pemex -la société nationale d'exploitation du pétrole- mais gonflent de manière significative la dette extérieure, ce qui pousse Portillo à dévaluer le peso de plus de 400 pour cent. Au cours des dernières années de son mandat, la fuite de capitaux - provoquée par la panique due à la mauvaise gestion de l'économie- contraint le gouvernement à suspendre le paiement de la dette extérieure et à nationaliser les banques.

La nationalisation des banques combinée à une dette extérieure de 100 milliards de dollars provoque une spirale de la pauvreté qui s'accroît pour des millions de Mexicains. Le président Miguel de la Madrid, qui prend les rênes du pays en 1982, impose à son peuple un programme de réformes économiques d'austérité sans précédent et des mesures contre la corruption. Le succès de son programme sera limité et la situation empire. L'Etat mexicain est contraint de négocier de nouveaux emprunts qui ne sont destinés qu'à rembourser les intérêts de la dette. Le gouvernement lui-même empêtré dans des affaires de corruption est accusé d'incompétence.

En 1987, la situation évolue quelque peu grâce à l'aide internationale et à la signature d'un nouvel accord de conversion de la dette. Ceci n'est que passager car la crise boursière de 1987 fait à nouveau fuir les capitaux. Le mécontentement général suscité par le PRI avait conduit en 1983 et 1984 dans quelques grandes villes à la victoire électorale du PAN, parti conservateur d'opposition. Ces villes seront regagnées par le PRI dès 1985 et 1986, mais le gouvernement sera accusé de fraude électorale. A nouveau, des troubles éclatent. De grandes manifestations sont organisées à Mexico. Pour la lère fois depuis 1929, l'opposition possède des sièges au sénat, mais le PRI conserve sa suprématie : Carlos Salinas de Gortari, est élu en 1988, malgré des accusations de fraudes électorales.

En 1989, le gouvernement accélère la privatisation des entreprises nationalisées et prend des mesures pour inciter les étrangers à investir en leur permettant de contrôler entièrement les entreprises.

En janvier, le gouvernement et les partenaires sociaux concluent le " pacte de croissance et de stabilité " (PECE), s'obligeant à une maîtrise globale des dépenses. Ceci entraîne une baisse très significative de l'inflation. De plus, différents accords économiques sont signés avec les Etats-Unis et le Canada dont l'ALENA en 1992. Parallèlement, on note une libéralisation politique et une hausse de la lutte contre la corruption.

En 1990, l'importation de papier journal, qui pendant 55 ans était aux mains de l'Etat à travers la société PIPSA, se libéralise. Deux ans plus tard, le *decreto de los Lineamientos* est établi pour réguler les fonds que l'Etat Fédéral alloue à la publicité et à la diffusion de la presse.

De 1994 à 1996, plusieurs lois viendront réguler l'activité des médias; ces réformes permettent d'initier une ouverture des médias à une présence équitable des partis lors des campagnes électorales.

En 1994 une grave crise économique frappe le pays en raison de la forte récession consécutive à la dévaluation du peso et Ernesto Zedillo, ministre du budget, succède à Carlos Salina à la présidence. Ce dernier détournant, avant de partir, plusieurs millions de pesos. Zedillo dévalue le peso mexicain d'environ 200 %, plongeant le Mexique dans une crise économique profonde intitulée "*l'erreur de décembre*", un événement clé dans l'histoire récente mexicaine. Les responsables des entreprises dont les dettes sont libellées en dollars sont désespérés, déclarent faillite et même se suicident. Le gouffre entre pauvres et riches se creuse de plus belle.

Des milliers de mexicains se retrouvent endettés. De nombreuses PME doivent fermer leurs portes, le chômage est à la hausse, les prix de biens de consommation augmentent de plus de 50%. En conséquence, on observe une hausse spectaculaire de la criminalité, une méfiance croissante à l'égard du PRI, et une émigration massive vers les Etats-Unis.

5- 1994-2006 : La Presse et le peuple : acteurs et spectateurs de l'ouverture démocratique¹⁵

Dans le Chiapas, la pauvreté des populations locales pousse à la remise en cause du régime qui se voit obligé de prouver l'efficacité de sa nouvelle politique libérale pour éradiquer la pauvreté et l'inégalité au Mexique.

Tout change le 1er janvier 1994. Le Mexique et le monde entier découvrent avec étonnement un guérillero encagoulé, le sous-commandant Marcos. Sur la place principale de San Cristobal de las Casas, dans l'Etat du Chiapas, le chef de l'Armée zapatiste tient sa première conférence de presse devant un parterre de journalistes très fourni.

Le jeune révolutionnaire extraverti, bien décidé à utiliser les médias à des fins stratégiques, a réussi son pari : les Mexicains sortent brutalement du rêve de la modernisation que leur avait fait miroiter le président Carlos Salinas de Gortari. La presse est à la fois témoin et protagoniste des combats qui vont se dérouler pendant dix jours dans les montagnes environnantes. L'Armée nationale de libération zapatiste (EZLN) occupera 4 localités au Chiapas. Les révolutionnaires indiens exigent des réformes économiques, sociales et politiques. Lors des affrontements, des centaines de personnes trouvent la mort et des milliers prennent la fuite.

L'ensemble de la profession réagit avec enthousiasme: enfin «notre» guerre! Ces dix jours qui ébranlèrent le Mexique font l'objet d'une couverture médiatique ininterrompue. Les journalistes manifestent alors une capacité d'initiative à laquelle ils avaient renoncé. Une partie de la presse mexicaine comprend qu'elle a un rôle à jouer. Elle découvre le chemin de la liberté et ne veut plus s'en écarter.

La critique du pouvoir politique devient alors monnaie courante. Le système monolithique commence à se fissurer et une partie de la presse s'engouffre dans la brèche, réagissant de façon viscérale, au prix, parfois, d'un manque de professionnalisme.

¹⁵ VAYSSIERE P. *L'Amérique Latine de 1890 à nos jours*, Paris, Hachette Supérieur, 2006 (3^e édition), p. 233 à 235

En 1995 et pendant les six années de mandat d'Ernesto Zedillo, la presse passe sous la coupe de l'Organización Editorial Mexicana (OEM). Cependant, Ernesto Zedillo, n'a ni les moyens ni la volonté d'endiguer le rejet populaire du système mis en place par le PRI. Il laisse entière liberté à la presse qu'il méprise et pour laquelle il a peu d'intérêt. Celle-ci entre alors dans une période de désarroi. La plupart des titres continueraient bien à jouer leur rôle de chien de garde, mais ils pressentent un changement imminent.

Les élections de l'année 2000 se déroulent dans ce climat. Francisco Labastida, du PRI, affronte Vicente Fox, candidat officiel du Parti d'action nationale (droite) dont la candidature a été suscitée par des chefs d'entreprises indépendants et des groupes de pression extérieurs aux partis politiques.

La société mexicaine semble prête à se débarrasser du PRI : le 2 juillet 2000, Vicente Fox l'emporte. Après 71 ans, une page de l'histoire mexicaine prend fin sans la moindre violence. On se demande alors si ce changement à la tête de l'Etat marque le début d'un processus de transition. Les plus sceptiques doutent que Fox soit l'homme de la situation. D'autres soulignent, à juste titre, que les principaux rouages du pouvoir oligarchique mexicain fonctionnent toujours.

Six ans plus tard, on peut dire que Vicente Fox et son « gouvernement du changement » ont déçu, tant à droite qu'à gauche. En effet, l'immunité accordée par Fox aux ex-mandataires du PRI et les nombreux scandales impliquant des membres de son gouvernement (financement illégal de campagnes électorales, trafic d'influences) ont mis fin aux espoirs des progressistes d'en finir avec le corporatisme, la corruption et l'impunité.

À droite, l'incapacité du gouvernement à faire adopter par une chambre des représentants divisée en trois tiers la plupart des réformes structurelles promises (ouverture du secteur de l'énergie à l'investissement privé, flexibilisation du marché du travail, taxe régressive sur les médicaments et les aliments de base) a déçu le secteur des affaires. À cela s'ajoutent des indicateurs économiques peu reluisants : augmentation du PIB de 7 % seulement en six ans, stagnation de l'emploi, augmentation de la pauvreté urbaine de 50 à 55 %, etc.

Soulignons néanmoins que le pays a fait de réels progrès en matière de transparence et de démocratie. Ainsi, les élections, domaine traditionnel de fraudes éhontées, sont désormais contrôlées de plus près par l'Institut fédéral électoral. N'importe quel Mexicain a accès, via

Internet, aux comptes publics. L'organisation *Transparency International* saluait d'ailleurs tout récemment les efforts du gouvernement de Vicente Fox dans la lutte contre la corruption.

Dans l'ensemble, le bilan est donc bien difficile à défendre pour le successeur de Fox, Felipe Calderón, candidat du PAN aux présidentielles de 2006. Ce handicap allié à l'imprécision de son programme politique donne un avantage à son adversaire, Manuel Lopez Obrador (PRD). Pourtant, après une longue et amère dispute politique et juridique, le tribunal fédéral électoral déclare vainqueur le candidat de droite. Une victoire à l'arraché mais sans gloire. En effet, le candidat conservateur n'a obtenu que 35,8% des suffrages, avec une abstention record de 52%, sa légitimité est donc très faible.

Quant à la presse, elle est pluraliste et jouit aujourd'hui d'une liberté plutôt tonique au niveau national. Mais au plan local, la situation entre la presse et le pouvoir est extrêmement tendue. Dans l'Etat de Oaxaca, depuis le mois de juin 2006, des partisans du gouverneur Ulises Ruiz Ortiz ont régulièrement saboté le fonctionnement du quotidien *Noticias de Oaxaca*. La plaie du crime organisé, bénéficiaire de la complicité d'autorités locales corrompues, est souvent à l'origine de la détérioration de la situation de la liberté de la presse au Mexique, en particulier dans les Etats côtiers et frontaliers des Etats-Unis où sévissent les trafics.

Traumatisés par les assassinats de leurs collègues, nombre de journalistes préfèrent s'autocensurer pour ne pas risquer des représailles. Depuis l'assassinat, en juin 2004, de Francisco Javier Ortiz Franco, de l'hebdomadaire *Zeta* à Tijuana (Etat de Basse-Californie, Nord-Ouest), les enquêtes sur les meurtres de journalistes relèvent de la justice fédérale. Néanmoins, le parquet fédéral spécialisé dans les affaires de presse dont le gouvernement de Mexico avait annoncé la création n'a jamais vu le jour et le piétinement des enquêtes accentue le climat d'impunité.

C) LES INFLUENCES CULTURELLES : ENTRE LA VIRGEN DE GUADALUPE ET L'ONCLE SAM

Le Mexique est une mosaïque de peuples et de traditions : indiennes, espagnoles, métisse, et nord-américaine. C'est cette variété, cette profusion qui fonde l'originalité de la culture mexicaine. Une mexicanité qui a des colorations différentes selon les régions.

1- Les racines indiennes¹⁶

L'identité nationale s'est constituée autour de certains symboles d'origine indienne. Le choix du nom Mexique, en lieu et place de la Nouvelle-Espagne, pour désigner le pays né de dix années de lutte avec la métropole, est loin d'être neutre. D'une certaine manière, il permet de rompre avec l'Espagne de Cortés et de se réconcilier avec un passé préhispanique idéalisé.

En réhabilitant Cuauhtémoc, dernier empereur aztèque, les créoles victorieux font de l'ère coloniale une parenthèse regrettable dans une histoire mexicaine à réinventer. Mais cette reconnaissance tardive du monde indien s'est faite à sens unique et de façon très sélective. Les Mexicains modernes ont choisis leurs héros, les Aztèques et les Mayas, et ont oublié les autres peuples qui avaient un droit de regard sur l'histoire de leur pays : la civilisation de Teotihuacán, qui réalisa l'unification de toute la vallée de Mexico ; les Zapotèques, établis dans l'actuel État d'Oaxaca, qui construisirent plus de deux cents centres urbains ; et les Toltèques (des guerriers), descendus du Nord et qui créèrent au Xe siècle un empire dans le centre du pays. Dans une sorte d'impérialisme posthume, les mondes aztèque et maya ont servi de référence exclusive à cette relecture du passé national.

De leur côté, curieusement, les Espagnols n'ont jamais créé de mot pour désigner les habitants de la Nouvelle-Espagne. Ceux-ci ont donc détourné de son sens original l'adjectif « mexicain » (qui s'adressait aux Aztèques ou aux habitants de Mexico) pour se désigner eux-mêmes. On peut donc dire que le nom Mexique est le résultat du désir des créoles de rompre définitivement avec leur passé ibérique : en refusant le nom imposé par Cortés, on retire à

¹⁶ VAYSSIERE P. *L'Amérique Latine de 1890 à nos jours*, Paris, Hachette Supérieur, 2006 (3^e édition), p. 229 à 230
MUSSET A. *Géopolitique du Mexique*, Bruxelles, éditions Complexe, 1996, p. 45 à 46

l'Espagne tout droit de regard sur son ancienne possession, tout en lui imposant une nouvelle légitimité, celle des peuples indigènes, désormais considérés comme des victimes et non comme des vaincus.

L'aigle sur le cactus qui orne encore le drapeau mexicain est aussi d'inspiration indienne : l'aigle est figuré de profil, les ailes repliées, et le cactus sort d'une pierre posée sur l'eau, un dessin directement inspiré des codex préhispaniques.

Les arts et traditions populaires reflètent également la survivance du passé préhispanique. Le Ballet National sert ainsi de conservatoire pour toutes les danses folkloriques, qui sont en fait restées très vivantes dans les campagnes. Chaque région possède en effet ses propres musiques, ses rythmes, qui renforcent le sentiment d'appartenance des individus à leur communauté d'origine, même s'ils ont pris le chemin de l'exil vers México ou les Etats-Unis.

Dans les zones rurales du Guerrero, on continue à célébrer la danse des Tigres, comme les Seris ont conservés la danse du Cerf, devenue un des symboles de l'Etat du Sonora.

Parmi les grandes traditions qui rassemblent la communauté mexicaine, la fête des morts occupe une place centrale. Ce rituel, qui peut paraître macabre mais qui se révèle joyeux, est un curieux mélange de culture préhispanique et de religion chrétienne. Dès la fin du mois d'octobre, d'immenses squelettes sont suspendus au plafond des grands magasins tandis que les paysans équipent leurs maisons d'autels somptueux, ornés de fleurs et de nourriture. On donne à manger aux « muertitos », on les convie à écouter les chansons qu'ils aimaient quand ils étaient encore vivants, on accompagne leur ombre invisible sur le chemin du cimetière. La fascination des peuples précolombiens pour la Mort a été parfaitement assimilée par les créoles de l'époque baroque, anxieux du Salut de l'âme et préoccupés par l'inexorable corruption des corps.

En se moquant d'elle, les Mexicains exorcisent leur angoisse et se fondent dans une tradition nationale qui a pour résultat d'affirmer l'existence territoriale d'un Mexique historique dont les frontières débordent largement les limites actuelles du pays.

2- L'héritage colonial et révolutionnaire¹⁷

Nous avons montré combien l'identité politique et sociale du Mexique est largement tributaire de la révolution (la Constitution de 1917, des acquis sociaux comme la journée de huit heures, les droits syndicaux, le salaire minimum, et, surtout, une réforme agraire au profit des petits paysans), mais cet héritage comporte également une dimension culturelle essentielle.

Le caractère « latin » du pays est revendiqué par tous ceux qui veulent se distinguer des Etats-Unis. Malgré la diffusion par tous les médias des derniers succès nord-américains, on continue à écouter les *corridos* de la Révolution ou les orchestres de mariachis. Comme le reggae en Jamaïque ou le calypso à Trinidad, *la bamba* de Veracruz a fait le tour du monde.

La période révolutionnaire a laissé une trace indélébile dans la musique mexicaine contemporaine et les titres créés à cette époque sont toujours écoutés aujourd'hui : *La Valentina*, archétype de la femme soldat, *Carabina 30-30*, l'arme la plus répandue chez les rebelles, ou *La Cucaracha*, cet étrange cafard qui ne peut plus marcher parce que sa provision de marijuana est épuisée.

En dépit des professions de foi d'irréligion réaffirmées par ses dirigeants, de la stricte séparation entre l'Église et l'État, et de l'influence croissante du protestantisme à l'américaine, le Mexique reste très profondément catholique. La religion fait partie de l'héritage colonial : 90% des Mexicains sont catholiques. La Noël et surtout la Semaine Sainte jouent un rôle au moins aussi important que la fête des Morts dans l'élaboration d'une culture religieuse commune à l'ensemble de la population.

À Mexico, la plus importante manifestation a lieu sur le *Cerro de la Estrella*, dans le sud-est de la ville. Des milliers de spectateurs se pressent pour assister à la mise en croix du Sauveur, escorté par une troupe pittoresque de soldats romains revus et corrigés par l'imaginaire local. Ces célébrations mélangent le plus souvent traditions préhispaniques et croyances

¹⁷ VAYSSIÈRE P. *L'Amérique Latine de 1890 à nos jours*, Paris, Hachette Supérieur, 2006 (3^e édition), p. 230 à 231
MORTIER G. *Mexique. Entre l'abîme et le sublime*, Boulogne, éditions Toute Latitude, 2006, p. 215 à 218

catholiques, dévotion religieuse et paganisme assumé. Chaque année ce sont cinq ou six millions de croyants de toutes origines sociales et géographiques qui font le déplacement, provoquant un désordre monstre dans la capitale en effervescence.

Le catholicisme mexicain s'incarne véritablement dans la figure de la Vierge de Guadalupe. Cette vierge métisse est le premier culte au Mexique, devant le Christ qui est aussi très populaire. Elle est née d'un mythe d'apparition en 1531. Juan Diego, un pauvre *péon* indien, aurait vu une femme venue du ciel qui se serait présentée comme étant « la mère du vrai Dieu ». Elle lui aurait demandé de construire un temple en son honneur à l'endroit même de l'apparition, sur la colline de Tepeyac, près de Mexico.

Juan Diego courut annoncer la nouvelle à l'évêque du coin qui ne le crut pas. Il retourna sur la colline où la Vierge lui apparut de nouveau et l'envoya cueillir des fleurs, chose supposée impossible en ce 12 décembre, une preuve qui convaincrait l'évêque sceptique. Juan Diego déposa les fleurs dans sa cape, et quand il l'ouvrit pour l'évêque, apparût l'image de la Vierge bordée de fleurs, ce fut le premier miracle de la Vierge.

Plus de cinq cents ans plus tard, la relique, affichée dans la basilique de Guadalupe, est toujours intacte, ce qui constitue aux yeux des croyants un autre miracle, car pensent-ils, si cela n'avait été le cas elle n'aurait pas survécu au passage du temps. Bien sûr, dans le contexte de la colonisation spirituelle d'un continent, la Vierge de Guadalupe a été une des clefs de la conquête des esprits. Pour les Espagnols qui avaient du mal à imposer leur religion, la Vierge, assimilée par les autochtones à Coatlicue, la déesse mère originelle, fut à l'origine de la naissance d'une conscience nationale. D'un autre côté, les populations indigènes trouvèrent le moyen de continuer d'adorer leurs dieux originaux à travers elle, parachevant le compromis en des formes innombrables de syncrétisme.

Figure de protection, de dévouement, d'humilité mais aussi d'abnégation, la Vierge est un symbole national qui exalte l'idéologie traditionnelle du rôle de la femme telle que préconisée par l'Église catholique. Une idéologie qui, en reconnaissant l'existence d'un ordre naturel basé sur la complémentarité, prône la séparation stricte des rôles sexuels (l'homme protecteur de la famille, pourvoyeur des ressources financières, et la femme au foyer et mère dévouée), et légitime le confinement des femmes à la sphère privée. Il en résulte que même dans un contexte où les femmes contribuent aux revenus de la famille, leur rémunération n'est pas

nécessairement perçue comme un facteur d'émancipation des rôles traditionnels, mais plus comme un prolongement de l'altruisme maternel. Nous aurons l'occasion de revenir sur cette image de la femme vivant dans l'abnégation dans la troisième partie de cette thèse.

3- L'américanisation de la culture mexicaine¹⁸

Au cours de la seconde moitié du 20^{ème} siècle, la culture américaine a largement pénétré l'ensemble des pays du monde, véhiculée par les médias, les modes de consommation et le Dollar. Après avoir perdu une large étendue de son territoire (Texas, Nouveau Mexique, Arizona, Californie) au profit de son voisin du nord, il semble que le Mexique soit depuis toujours la première cible de cet expansionnisme.

Venues des Etats-Unis pour freiner l'extension du marxisme en Amérique Latine pendant la Guerre Froide, les églises évangéliques sont une des formes prise par l'américanisation de la culture au Mexique. Longtemps considérées comme la croyance des pauvres (souvent des femmes) et des exclus, leur dynamisme et leur compétitivité leurs permettent aujourd'hui de pénétrer toutes les couches de la société. Religion émotionnelle, le mouvement évangélique allie la foi en Jésus et les croyances populaires (les démons, les sorts, les interventions surnaturelles), un style entrepreneurial et des aides sociales.

De toutes les églises présentes au Mexique, le courant pentecôtiste est le plus actif. Le pentecôtisme exalte les illuminations du Saint Esprit qui est censé inspirer le croyant, à travers l'exorcisme et la guérison par imposition des mains. Autant de pratiques qui ne sont pas sans rappeler celles du chamanisme.

L'église catholique tente tant bien que mal de garder le contrôle des consciences par la diffusion de courants nouveaux comme le Renouveau Charismatique ; une entreprise qui semble perdue, tant les bases populaires du catholicisme mexicaines se sont effritées au profit du courant évangélique.

¹⁸ MUSSET A. *Géopolitique du Mexique*, Bruxelles, éditions Complexe, 1996, p. 47 à 50
VAYSSIÈRE P. *L'Amérique Latine de 1890 à nos jours*, Paris, Hachette Supérieur, 2006 (3^e édition), p. 230 à 231
<http://www.colophon.be/pages/hemisphere/internal6.html> : *Américanisation du Mexique*, par Luc Delannoy

Présenté comme un moteur pour la croissance économique et pour le développement, l'ALENA a eu un impact considérable sur le niveau d'intégration économique du Mexique en Amérique du Nord, faisant de ce pays le deuxième plus important partenaire commercial des Etats-Unis. Cependant, au cours de la négociation de l'accord, le gouvernement mexicain n'a ni demandé de garanties pour son secteur culturel ni insisté sur l'adoption de règlements visant à protéger la langue espagnole.

Il se peut que ces omissions soient le reflet d'une assurance des Mexicains envers la vigueur de leur culture, pourtant, depuis l'entrée en vigueur de l'ALENA, du Chiapas, l'état qui inquiéta un temps le gouvernement central avec ses velléités d'indépendance, à Chihuahua qui jouxte la frontière avec l'Arizona et le Nouveau Mexique, l'américanisation du Mexique se perçoit de plus en plus dans les choses de la vie quotidienne. D'abord cantonnés dans les Etats proches de la frontière nord, les régions touristiques (Cancún, Cozumel, Acapulco ou Puerto Vallarta), et la région de Mexico, à présent les grands consortiums visent à contrôler les circuits de diffusion et de distribution partout dans le pays.

L'industrie agroalimentaire est l'une des plus offensives. En effet, d'immenses centres commerciaux remplacent peu à peu les marchés traditionnels où, jusqu'il y a dix ans, la population trouvait de tout. La toute puissante chaîne américaine Wal Mart dispose déjà de 555 points de ventes dans 53 villes du pays (des restaurants, un fast food amélioré et pimenté de parfums culinaires locaux, des supermarchés). La chaîne texane de supermarchés H.E.B. s'étend elle aussi sur Monterrey et ses alentours.

La première conséquence de ces bouleversements est la modification des habitudes alimentaires. Au début des années 60, le petit déjeuner mexicain se composait d'œufs, de haricots rouges ou noirs, de tortillas de farine de maïs et d'un verre de lait. Aujourd'hui, on consomme de préférence Kellogg et ses céréales croustillantes, le nec plus ultra du petit déjeuner américain. Attirées par ce succès, les autres marques de céréales américaines n'ont pas tardé à faire leur apparition sur le marché.

C'est une chaîne de restaurants mexicaine qui a introduit le hamburger dans l'assiette des Mexicains : Burger Boy. La surprise est totale, l'enchantement aussi. Dans la brèche ouverte par Burger Boy s'engouffre Mac Donald. Au Mexique, comme dans toute l'Amérique latine, la stratégie de Mac Donald est simple et brillante : séduire et s'emparer du marché que

représente la jeunesse de 4 à 16 ans. A côté du restaurant se dresse un espace de jeux spécialement consacré aux enfants. A l'occasion de chaque sortie de dessins animés sur les écrans locaux, Mac Donald offre gratuitement aux enfants auto-collants, decalcomanias et figurines représentant les principaux personnages du film du moment.

Le Mac Donald est devenu un lieu ludique que les familles fréquentent pour satisfaire les enfants. Le succès de Mac Donald est tel que Burger Boy a disparu... et que Burger King s'est installé, suivi bientôt par une version de luxe du fast food en provenance du Texas, Carl's Jr. Aujourd'hui, on ne compte plus les chaînes américaines de restaurants : Bennigan's, Chili's, Tony's Roma, Pizza Hut, Domino Pizza...

Avec deux boissons par jour pour chaque habitant, le Mexique est le premier consommateur mondial de sodas, et le premier consommateur mondial de Coca Cola. Notons que le Coca est fabriqué localement mais avec un édulcorant importé des Etats-Unis et non avec le fructose produit par le Mexique. La fabrique de mise en bouteille Coca Cola Femsa qui est propriétaire des marques Coca Cola, Coca Cola light, Sprite, Sprite light, Delaware Punch, Fanta, Quatro, Fresca, Lift, Kin et Ciel, livre chaque jour une moyenne de 2 millions de caisses de 24 bouteilles à 345 000 détaillants dispersés dans le pays.

Dans le domaine de la culture et des loisirs, la présence des produits américains est encore plus prononcée. Le cas de l'industrie cinématographique est éloquent. Au début du 20^{ème} siècle le Mexique s'est doté d'une industrie cinématographique. Durant les années 40, à l'époque de l'âge d'or du cinéma mexicain, le pays est le second producteur mondial de films après l'Inde avec une moyenne annuelle de 175 films. Certes les techniques utilisées alors sont nord-américaines, mais le talent des cinéastes mexicains permet au pays d'acquérir une certaine indépendance dans ce domaine. En 1943 le réalisateur Emilio Fernandez remporte même la Palme d'Or à Cannes pour son film *Maria Candelaria*.

Depuis, les difficultés économiques ont réduit l'activité des studios mexicains. Les jeunes créateurs sont là mais travaillent souvent de l'autre côté de la frontière. Ils ne peuvent empêcher les films hollywoodiens, distribués dans toutes les salles du pays, d'écraser de leur poids la faible production locale : en moyenne et par an, 6 longs métrages nationaux contre 445 films américains.

De plus, des sports typiquement américains ont fini par s'imposer : les terrains de base-ball concurrencent ceux de football jusque dans les quartiers populaires de Mexico. Il existe même des équipes binationales de base-ball dans les régions frontalières, comme celle de Tecolotes de los dos Laredos (Laredo du Texas et Nuevo Laredo de Tamaulipas).

On constate également un renforcement important de la présence du secteur américain des médias au Mexique. Le groupe mexicain Televisa diffuse en anglais des émissions nord-américaines par le biais de l'entreprise Cablevisión (depuis plus de vingt ans l'anglais est devenu une deuxième langue obligatoire pour les élèves mexicains). Le groupe a par ailleurs largement profité de l'ouverture du secteur télévisuel opéré par l'Etat, à partir 1990, afin de se débarrasser de la plus grande partie d'Imervisión, entreprise publique déficitaire. Toutes les chaînes de télévision mexicaines utilisent désormais de nombreux programmes venus directement des Etats-Unis (feuilletons, jeux, émissions sportives, journaux d'information...) qui pénètrent dans presque tous les foyers et imposent non seulement les valeurs de la culture nord-américaine mais aussi sa langue et ses codes.

Le Mexique est représentatif de la globalité des pays de l'Amérique Latine. Il s'y pose des problèmes similaires : un certain sous-développement dû à un retard industriel, des formes d'autoritarisme perceptibles dans la vie sociale et au niveau des institutions, une dépendance économique chaque fois plus grande.

Néanmoins, comme nous le verrons dans le chapitre II, la proximité des Etats-Unis a constitué, avec le temps, un facteur de progrès pour le pays, notamment dans le développement de l'industrie médiatique.

CHAPITRE II

LA PRESSE QUOTIDIENNE AU MEXIQUE

A) LE MODELE MEDIATIQUE MEXICAIN

On parle souvent de l'homogénéisation des systèmes médiatiques à l'heure de la mondialisation. Il est cependant certain que les disparités dans les règles de développement historique, et dans les institutions politico-économiques ont générés des contrastes évidents dans le système médiatique mondial.

Dans les pays occidentaux, les systèmes médiatiques ont évolué selon trois modèles principaux que Hallin et Mancini¹⁹ ont appelés le modèle *pluraliste polarisé*, le modèle *démocratique-corporatiste*, et le modèle libéral.

Le modèle « Méditerranéen » ou « Pluraliste polarisé » (Grèce, Italie, Espagne, Portugal... France avec plus de flou) combine faible circulation de la presse, fort parallélisme politique, faible professionnalisation et niveau significatif d'intervention de l'état. La plupart de ces pays sont aussi caractérisés par un niveau fort de clientélisme, et un fort rôle des partis au sein de systèmes politiques peu homogènes.

Un second modèle – « Nord-Central européen » ou « démocratique-corporatiste » (pays scandinaves, Allemagne, Suisse, Belgique, Pays-Bas) – se caractérise par une forte circulation d'une presse dont la tendance est la dépolitisation, des institutions du journalisme fortes et professionnelles, une forte intervention de l'Etat préservant cependant la liberté de la presse. Ces systèmes politiques sont largement consensuels, dotés d'une tradition d'Etat-providence. Ils ont une tradition de groupes d'intérêt bien organisés.

Enfin le système « Nord-atlantique ou libéral » (USA, Canada, Grande-Bretagne et Irlande) se caractérise par des niveaux de diffusion moyens, une presse tendancielle peu politisée,

¹⁹ Hallin D. C. et Mancini P. *Comparing Media Systems. Three models of media and politics*, Cambridge University Press, 2004, p. 66-86

un journalisme fortement professionnalisé mais s'autorégulant, la domination des logiques de marché sur l'intervention publique.

Les pays d'Amérique Latine ne peuvent être classés de façon définitive dans une de ces catégories. En effet, les auteurs parlent plutôt d'un modèle hybride présentant des similitudes tant avec le modèle *méditerranéen* qu'avec le modèle libéral.

1- Les origines hispaniques

Le premier chapitre nous a révélé que la presse mexicaine a évolué de manière assez similaire à celle des pays méditerranéens. D'abord l'époque coloniale marquée par un développement très contrôlé, puis tant en Espagne qu'au Mexique, à la faveur de l'indépendance, l'émergence d'une presse partisane, instrument de diffusion des idéologies et des ambitions politiques. Enfin, la lente et conflictuelle transition vers des institutions démocratiques qui a longtemps mis un frein au développement du journalisme professionnel. Tous ces facteurs réunis ont conduit au développement de médias très politisés, soumis à une forte intervention publique.

2- Le poids du modèle libéral

Le journalisme à l'américaine commence à se diffuser en Amérique Latine au milieu du XXème siècle, à travers la création de la Société Interaméricaine de la Presse dont le siège est fixé à Miami. Au Mexique, ce modèle s'est implanté d'abord grâce à la radio, puis surtout à la télévision (apparue dans les années cinquante). Deux médias qui se sont développés selon des logiques purement commerciales. Aujourd'hui le système est dominé par des conglomérats commerciaux dont les ramifications s'étendent jusqu'aux médias numériques.

B) PRESSE ECRITE : UN MARCHE POLARISE

Faire un panorama même succinct du marché de la presse mexicaine s'est révélé difficile car il nous a fallu faire face à un obstacle majeur : le peu de données disponibles. Cependant, s'agissant du cadre de notre sujet, il nous est apparu indispensable de dresser un tableau de la situation. Nous avons donc cherché une solution pour palier à cette carence de données officielles. Avant d'exposer l'approche indirecte qui nous a permis, à défaut d'avoir un état des lieux clair et objectif, tout du moins de nous approcher de la situation réelle de la presse écrite mexicain, nous souhaiterions expliquer les raisons de cette pénurie de données.

1- Données fragmentaires

Nous avons trouvé, au cours de nos recherches, plusieurs sources susceptibles de fournir des statistiques sur l'industrie de la presse ; notamment El Insituto Verificador de Medios et El Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEOI) qui sont deux organismes officiels. Malheureusement, malgré plusieurs sollicitations, nous avons dû constater que les données sur l'industrie de la presse étaient rares. Sur le site de l'Institut Cervantes, un dossier est consacré à cette question (cf. annexes). Il date certes de 1993, mais expose clairement les raisons de cette pénurie. Par exemple, ce dossier souligne que les organismes officiels ont beaucoup de mal à obtenir des informations de la part des éditeurs de journaux parce que ceux-ci refusent généralement de participer aux audits.

Néanmoins, nous nous sommes procuré un rapport de la *Fundación Telefónica, Medios de comunicación : el escenario iberoamericano* (tendencias 2007) sous la direction de Bernardo Díaz Nosty. Ce document, bien que ne parlant pas uniquement du Mexique, nous a fourni quelques données chiffrées.

2- Données trop anciennes

Il nous est arrivé de trouver des données qui se sont révélées trop anciennes. Ainsi lorsque nous nous sommes adressé à l'UNESCO et à l'OCDE, ces deux organismes n'ont pu nous fournir que des chiffres datant de 2000.

Nous avons en outre pu consulter un rapport intitulé *Los medios de difusión en México* réalisé en 1991 par Gilberto Fregoso Peralta et Gabriela Gómez Rodríguez²⁰. Il s'agit d'un travail très complet qui donne la répartition des différents journaux, mais depuis cette salubre initiative, aucune étude de ce genre n'est venue remettre à jour les chiffres produits par les deux auteurs. Un exemple : à l'époque, on dénombrait environ 200 titres de presse sur l'ensemble du territoire, nous en avons comptabilisé plus de 700 aujourd'hui ! Il est donc évident que la situation a énormément évolué. Souhaitons que des travaux soient menés rapidement afin de fournir à d'autres chercheurs des sources fiables.

Pour notre part, étant donné la situation, nous avons dû constituer nos propres données. Ce qui se résume à collecter des chiffres directement auprès des éditeurs de presse. Soulignons que cette solution ne garantit pas une vraie objectivité des données car, dans un souci d'autopromotion, les responsables de journaux sont tentés de surévaluer leurs chiffres. Néanmoins, ces sources étant les seules auxquelles nous avons pu accéder, nous les utiliserons avec toute la réserve requise, non comme des faits avérés, mais plutôt comme une tendance qui nous permettrait de brosser un tableau de la répartition des journaux, et de leur influence.

²⁰ http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/12_1991/139-161.pdf : *los medios de difusión en México un haz de desequilibrio*, par Gilberto Fregoso Peralta et Gabriela Gómez Rodríguez

3- Les groupes de communication

a) LES GROUPES D'ENVERGURE NATIONALE

➤ La OEM²¹

L'histoire de la OEM (Organización Editorial Mexicana) est celle de Mario Vázquez Raña et de sa famille. Originaire de Vigo (España), la famille immigré au Mexique en 1928. En 1976, Mario se lance dans l'édition en rachetant un groupe de presse en faillite, l'*Organización Editorial Mexicana*, qui regroupait à l'époque les 36 "Soles". Remise sur pied, l'entreprise devient une organisation d'envergure nationale, à ce jour elle compte plus de 60 titres édités dans 26 états à travers le pays et emploie directement 6000 personnes.

On estime la circulation de ses parutions à 2,1 millions d'exemplaires par jour. Parmi les journaux d'information du groupe on peut citer *Diario de Durango*, *El Mexicano*, *El Sol de México* et *La Prensa*, fameux pour ses titres à sensation.

Il y a plus de 26 ans, l'OEM s'engage dans l'industrie audiovisuelle et multimédia tout en consolidant son activité de presse écrite. Aujourd'hui, cette branche comprend la chaîne de télévision Canal 12 (Durango), les stations de radio ABC Radio (México) et XECZ (San Luis de Potosí). Depuis 2001 les entreprises du groupe sont connectées entre elles par internet, et une Agencia Central de Información distribue par voie satellitaire l'information et les dépêches aux 32 stations de production assurant une parution simultanée des éditions. L'OEM possède également une agence de communication commerciale, située à Mexico.

➤ Le groupe Multimedios Estrellas de Oro²²

Le groupe est fondé à Monterrey (México) en 1930 par Jesús D. González. A ses débuts la radio est son domaine de prédilection avec la chaîne XEAW, viennent ensuite la télévision en 1968 grâce à la création de Canal 12 et la presse écrite en 1975. A présent, fort de ses 65000

²¹ http://www.infoamerica.org/grupos/oem_1.htm : Info América portal de la comunicación en América Latina, *Los Grupos de comunicación*, la OEM

²² http://www.infoamerica.org/grupos/estrellas_1.htm : Info América portal de la comunicación en América Latina, *Los Grupos de comunicación*, Multimedios Estrella de Oro

employés, le groupe Multimedios, en plus de l'audiovisuel (37 stations de radios, 38 en comptant Top Radio qui émet à Madrid en Espagne ; 9 chaîne de télévision, 10 en comptant Cablevisión, la chaîne câblée) et de la presse, regroupe une gamme très large d'activités allant des télécommunications publiques aux industries du loisir et de la culture (parcs de loisir, salles de spectacle, théâtres et cinémas). Ces trois domaines sont répartis dans les trois filiales du groupe : Multimedios Televisión, Grupo Editorial Multimedios, et MM Cinemas.

Le Grupo Editorial Multimedios, est en charge de l'édition et de la distribution de 13 quotidiens : *Milenio*, qui paraît au niveau national, 11 parutions régionales dont *Público* à Guadalajara, *Diario* à Monterrey, *La Opinión* à Torreón Coahuila, *El Diario* de Tampico; *Milenio El Portal* de Xalapa, *Nayarit Opina Milenio* de Tepic, *Vallarta Opina Milenio* de Puerto Vallarta, et *Milenio Tabasco* de Villahermosa. Sans oublier *La Afición*, un quotidien sportif. Deux revues sont également publiées par le groupe *Milenio*, une revue politique et *Fama*, consacrée à la culture. Depuis la fin des années quatre-vingt-dix, on peut retrouver sur internet une version numérique de *Milenio* et de *La Afición* sur les sites LaAficion.com et Milenio.com.

➤ Le groupe Reforma²³

L'histoire du groupe Reforma est aussi celle d'une famille, la famille Junco de la Vega, installée à Mexico depuis près d'un siècle. Au début du XX^{ème} siècle Celedonio Junco de la Vega écrit dans plusieurs quotidiens et revues avant de devenir le premier éditorialiste de *El Porvenir*, où il collaborera de 1919 à 1922, année où son fils, Rodolfo Junco Voigth, alors de retour des Etats-Unis, fonde *El Sol*.

Dans les années trente, Rodolfo s'associe à Luis G. Sada pour créer un nouveau journal régional à Monterrey, qui serait la voix des gens du Nord. Ainsi naît *El Norte*, le 15 septembre 1938. Il ne contient alors que huit pages, est tiré à 15000 exemplaires et coûte cinq centimes de l'époque. Le succès du journal est mitigé, les annonceurs faisant défaut. En prenant la tête du journal en 1948, Rodolfo Junco Voigth réussit à garder le journal à flot grâce à des investisseurs texans. Il faudra attendre 1973 et l'arrivée d'Alejandro Junco pour que

²³ http://www.infoamerica.org/grupos/reforma_1.htm : Info América portal de la comunicación en América Latina, *Los Grupos de comunicación*, El grupo Reforma

l'entreprise prenne de l'envergure. Il entreprend un changement de l'équipe de rédaction, crée une salle de rédaction à part entière, il engage des journalistes plus jeunes, parmi lesquels Ramón Alberto Garza García, qui devient le pilier de la refonte de *El Norte*.

Avec ses 3500 employés, le groupe pourrait faire figure de nain par rapport à ses concurrents, mais c'est compter sans la vitalité et l'esprit d'innovation de son propriétaire. Ainsi, en 1990, il crée une agence de presse, Infotel, une des premières à diffuser de l'information en temps réel par internet. En dix ans elle permettra à *El Norte* de recevoir plusieurs prix au niveau national et international. En 2000, Infotel est revendue au groupe espagnol *Telefónica de España*.

En 1990 Alejandro Junco initie la création du journal *Reforma* à Mexico. Pour la première fois, un média régional va tenter de s'imposer dans le DF. Beaucoup lui prédisent alors un échec complet. Mais Junco envisage de faire paraître le journal même les jours fériés, à l'inverse des autres quotidiens. En novembre 1993, *Reforma* est imprimé pour la première fois, au lieu des 35.000 exemplaires attendus 100000 sortiront des presses à la fin de l'année. Preuve de son succès, le quotidien passe de 12 à 84 pages pendant la même période. Et parce qu'il paraît les jours fériés, *Reforma* est le premier à couvrir les événements du Chiapas le 1^{er} Janvier 1994.

Aujourd'hui, le groupe publie en plus de ces deux titres-phares, *Mural* à Guadalajara, *Palabra* à Saltillo, *El Sol* de Monterrey et *Metro* à México et Monterrey. Il collabore à la parution de journaux régionaux tels que *A.M. de León*, *Cancún*, *Pulso de Durango*, *Norte de Ciudad Juárez* y *AL de Puebla*. Par ailleurs, le groupe édite également des magazines : *Anahúac*, *La Silla*, *Las Cumbres*, *Sierra Madre*, *Hogar y Gente*, et *Magazine* ; ainsi que la version espagnole des revues américaines *Time* et *Fortune*.

b) LES GROUPES D'IMPLANTATION REGIONALE

➤ Le groupe Asociación de Editores de los Estados²⁴

L'AEE, leader de la presse régionale, rassemble des entreprises de presse notamment le long de la frontière Nord (Aguascalientes, Chihuahua, Basse Californie, Coahuila, Sonora), il couvre douze des trente-et-un états. Il compte vingt journaux, dont neuf quotidiens, qui sont répartis dans deux-cent-trente villes. Il revendique un tirage de 250 000 exemplaires par jour. Ses journaux phares sont *El Siglo de Torreón*, *La Crónica de Baja California*, *Frontera*, *Imparcial*...

➤ Le groupe Servicios Informativos y Publicitarios del Sureste²⁵

SIPSE groupe créé en 1965, couvre le Sud et Sud-est du pays (Campeche, Guerrero, Quintana Roo, Yucatán) et revendique une circulation de 30 millions d'exemplaires par an.

Le premier journal édité par SIPSE est *Novedades de Yucatán*, le premier journal imprimé en couleurs avec le system offset. Pendant les années 70, l'entreprise s'agrandit grâce à la création de *Novedades Acapulco* (1969), *Novedades de Campeche*, et *Novedades de Quintana Roo* (1974).

4- La répartition de la presse sur le territoire

Le Mexique a une solide tradition journalistique. Cependant, le pays affiche un faible niveau de lecture de la presse. Les journaux s'adressent encore dans un sens aux élites, comme l'illustre le faible indice de diffusion (15, 2 ‰ en 2006).²⁶ Le désintérêt du public pour la presse s'exprime également dans la baisse moyenne de 2%²⁷ de la circulation du nombre de journaux durant la période 1994-2005.

²⁴ <http://www.aee.com.mx/aee.html> site de La Asociación de Editores de los Estados

²⁵ http://www.sipse.com.mx/sipse/index_corporativo.php?seccion=corporativo : site du groupe SIPSE

²⁶ DÍAZ NOSTY B. *Medios de comunicación: en el escenario iberoamericano (tendencias)*, Editorial Ariel, Colección Fundación Telefónica 2007 p. 33

²⁷ idem p. 120

a) SCHEMATISATION

Notre présentation reposera sur trois figures que nous avons élaborées à partir de données collectées auprès d'éditeurs de presse et d'annuaires professionnels tels qu'Infoamerica.com. Pour faciliter la lecture de la répartition des journaux sur l'ensemble du territoire, nous nous proposons de diviser le pays en sept zones comme indiquée dans la figure 1.

Figure 5 : Les sept zones de diffusion de la presse



La Côte du Golfe La Frontière Nord Le Centre

Le Centre-Nord L'Occident du Mexique

Le Sud-Pacifique Le Mexique Caraïbe

Nous avons choisi de nous inspirer de la division effectuée par A. Musset dans *Géopolitique du Mexique*. En effet, celle-ci s'accorde parfaitement aux figures ci-dessus. L'auteur définit ces zones en fonction de critères géopolitiques, qui reposent sur la domination de la région centrale, sur le reste du pays ; nous y adjoindrons des critères économiques car il nous est apparu, à la lumière des données que nous avons recueillies, que les parutions se concentraient dans les états ayant une forte attractivité économique. Comme en témoigne le tableau ci-dessous.

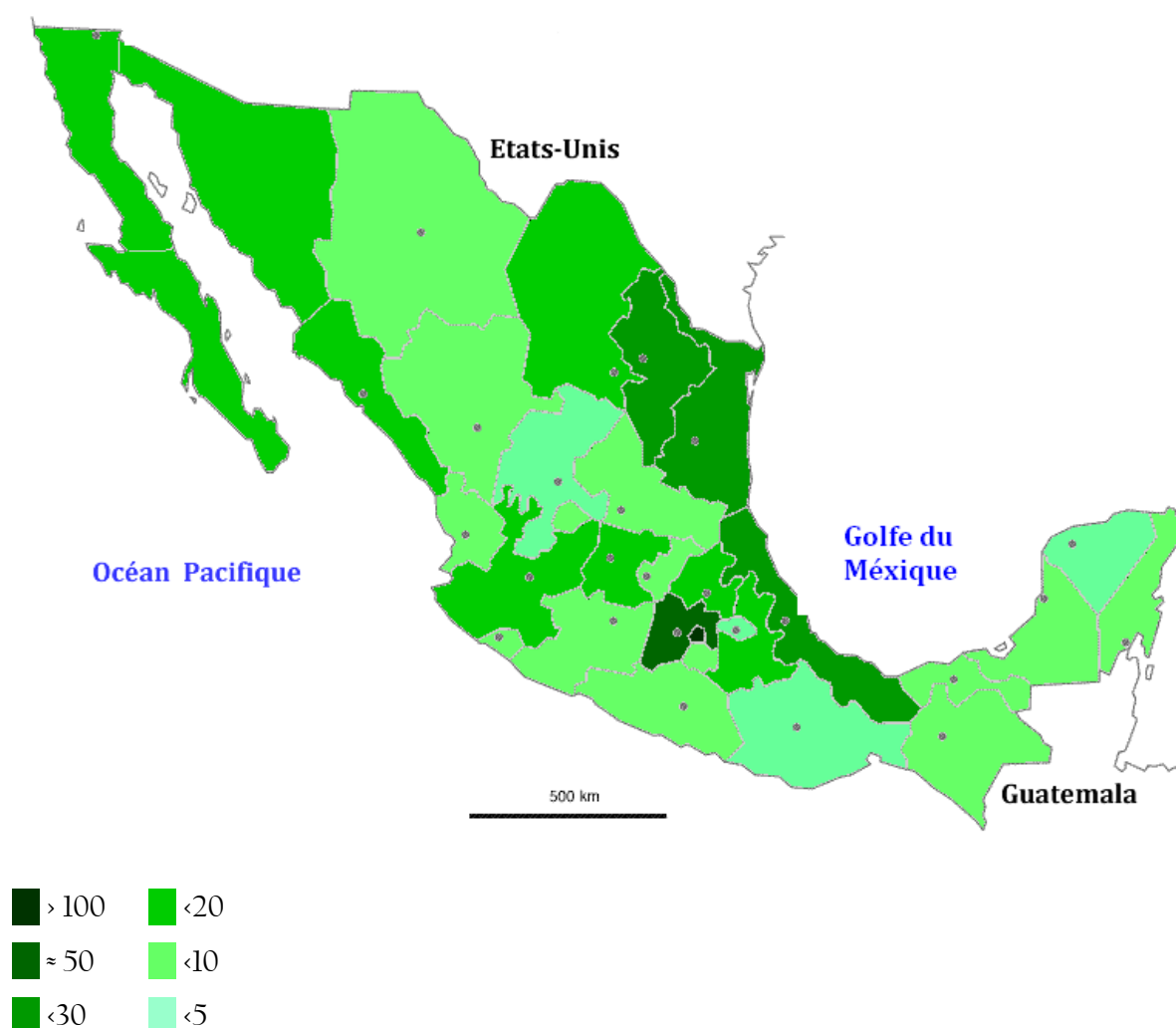
Tableau 2 : Nombre de journaux par Etat

Etat	Nombre de journaux	Pourcentage ²⁸
Aguascalientes	7	0,97
Basse-Californie	14	1,94
Basse-Californie du sud	5	0,69
Campeche	5	0,69
Chiapas	5	0,69
Chihuahua	8	1,11
Coahuila	15	2,08
Colima	6	0,83
DF	379	52,71
Durango	6	0,83
Guanajuato	13	1,80
Guerrero	6	0,83
Hidalgo	11	1,52
Jalisco	17	2,36
México	49	6,81
Michoacán	8	1,11
Morelos	7	0,97
Nayarit	5	0,69
Nuevo León	29	4,03
Oaxaca	3	0,41
Puebla	12	1,66
Querétaro	6	0,83
Quintana Roo	8	1,11
San Luis Potosí	9	1,25
Sinaloa	12	1,66
Sonora	15	2,08
Tabasco	5	0,69
Tamaulipas	22	3,05
Tlaxcala	3	0,41
Veracruz	21	2,92
Yucatán	4	0,55
Zacatecas	4	0,55
Total	719	100

Nous dénombrons, pour l'ensemble du territoire 719 journaux toutes catégories confondues. 1/3 de ces titres appartiennent aux trois groupes d'envergure nationale. Nous avons résumé leur répartition dans la figure 2.

²⁸ En pourcentage du nombre total de journaux

Figure 6 : Répartition de la presse



Comme on peut le constater, il s'agit d'une distribution fortement contrastée. La frontière nord, la côte du Golfe, et le centre du pays sont les régions qui absorbent l'essentiel de la diffusion nationale 63,3 %. Le cas du centre-nord est assez frappant : entouré par les Etats proches de Mexico au sud, et cerné par les Etats frontaliers des Etats-Unis, cette région est idéalement située pourtant elle compte peu de parutions 4,2 %). Quant au sud du pays, avec 1,9 %, il est lui aussi très mal desservi.

Avant d'apporter une explication à cet état de fait, nous présenterons d'abord la figure 3, concernant la répartition des grands quotidiens. La presse nationale d'information générale étant la toile de fond de notre travail, nous avons jugé primordial d'en présenter les aspects les

plus marquants. Pour ce faire, nous avons retenu dans le tableau ci-dessous, les quotidiens dont la diffusion couvre soit l'ensemble du territoire, soit plusieurs états :

Tableau 3 : Couverture des grands quotidiens en fonction du lieu d'édition

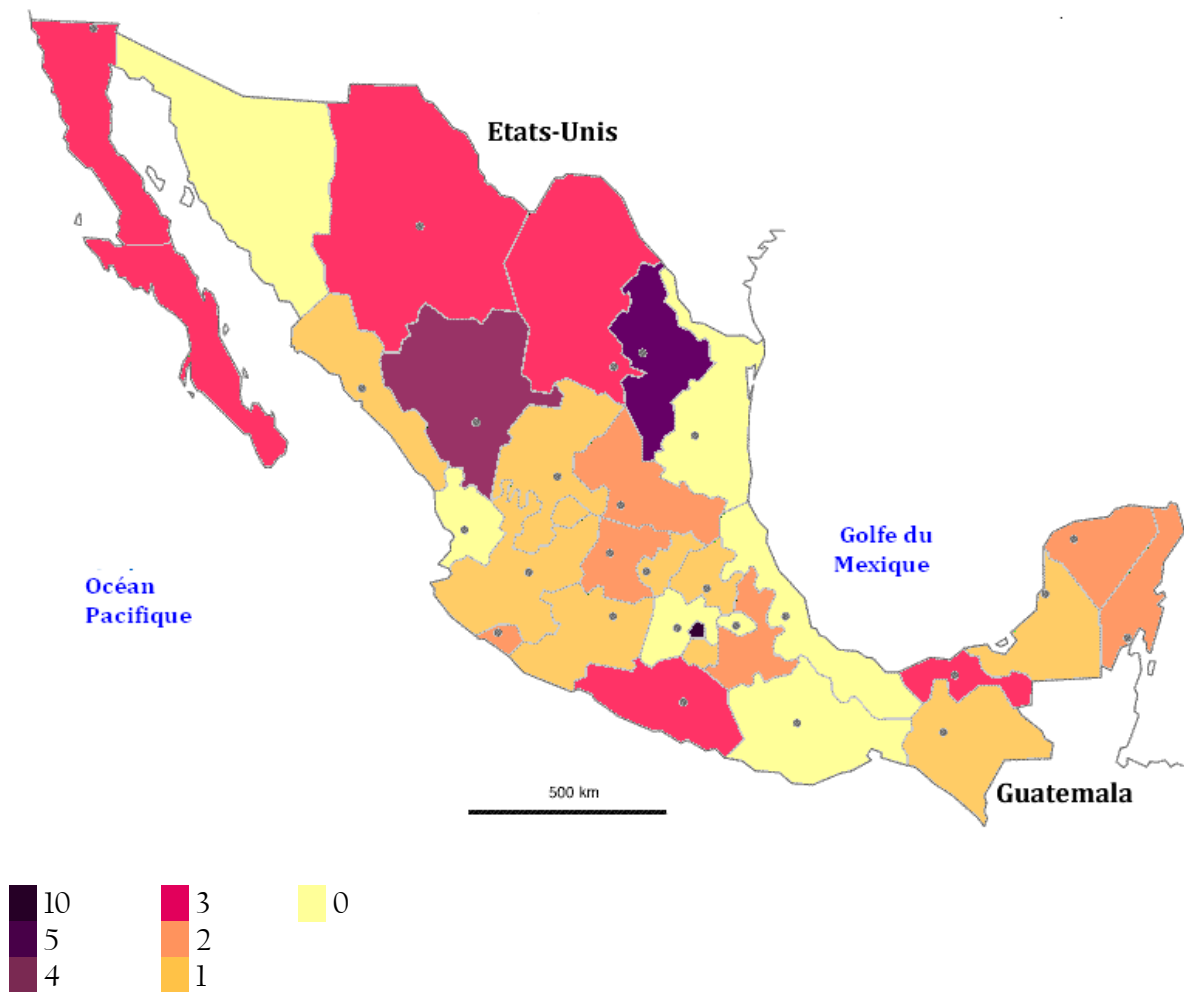
Titre	Etat(s) couvert(s)
Diario de Durango	Durango, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, Sinaloa
Diario de Monterrey	Durango, Guerrero, Nuevo León
Diario de Yucatán	Yucatán
El Herald de México	13 états dont México, DF, Basse-Californie, Chiapas, Puebla...
El Mexicano	Chihuahua, Basse-Californie
El Norte	Nuevo León, Chihuahua
El Siglo de Torreón	Coahuila, Durango
El Sol de México et tous les autres	31 états
El Sol de Monterrey	Nuevo León
Metro	DF, México
Milenio	Colima, DF, Nuevo León, Tabasco
La Crónica de baja California	Basse-Californie
La Prensa	DF, México, Coahuila
Novedades	Guerrero, Campeche, Quintana Roo, Yucatán
Reforma	DF, México
El Universal & El Excelsior	31 états
La Jornada	DF, Morelos, San Luis Potosí

Ce qui nous donne un total de quinze quotidiens. On en comptera dix-huit en rajoutant les trois grands quotidiens indépendants que sont *El Excelsior*, *El Universal*, et *La Jornada*. Le contenu de ce tableau est illustré dans la figure 3. Cette figure présente la répartition des grands quotidiens d'information générale toujours en fonction des états où ils sont publiés.

En la parcourant, nous notons également une distribution très inégale mais assez différente de la figure 2.

Ici le déséquilibre entre les régions est encore plus marquant. La moitié des quotidiens sont diffusés dans le DF, alors que le reste de l'état de México est délaissé. A l'exception des états de Guerrero (côte Pacifique), Durango (Centre) et Tabasco (côte Caraïbe) qui font figurent d'oasis au milieu du désert, le Centre, le Sud, et les deux façades maritimes, reçoivent peu de ces quotidiens nationaux. La frontière nord constitue le second pôle de diffusion des quotidiens nationaux. Comment expliquer ces disparités ?

Figure 7 : Répartition des quotidiens nationaux



b) LES REGIONS TRES ATTRACTIVES

Les Etats de la frontière nord (Basse-Californie, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León) ont pour points communs une urbanisation accrue et des liens économiques forts qu'ils ont tissés avec les Etats-Unis. L'industrie des *maquilas* a fait de cette région l'un des pôles les plus dynamiques du pays. Par ailleurs, malgré le climat désertique, l'irrigation a permis le développement d'une agriculture d'exportation (produits maraîchers et viande bovine) vers les Etats-Unis. Ces productions, une fois transformées sont réimportées au Mexique. On note également la production d'hydrocarbures dans l'Etat de Tamaulipas. En dépit de nombreux

problèmes liés à une urbanisation trop rapide et mal contrôlée, on peut parler ici d'une société « mexaméricaine » : urbanisée, éduquée, riche.

Dans les Etats qui forment L'Occident du Mexique (Nayarit, Jalisco, Colima, Michoacan, Guanajuato), l'urbanisation est certes moins importante mais là aussi les activités industrielles sont présentes dans les villes comme dans les campagnes et prennent une forme plus diffuse que dans le Centre. Guadalajara est ainsi « la grande ville de la petite industrie » par opposition à Monterrey siège de puissantes entreprises aux effectifs pléthoriques. Par ailleurs, une longue tradition de migration et des liens directs entretenus avec les Etats-Unis ont permis aux Etats de la région d'être une zone de transition vers les espaces frontaliers tout en favorisant la pénétration des modes de vie nord-américains jusque dans les villages.

Le Centre englobe le DF, l'Etat de México et les Etats qui l'entourent (Hidalgo, Queretaro, Morelos, Tlaxcala, Puebla). Cette région est avant tout un énorme marché de consommateurs (environ 35 millions de personnes). C'est également le lieu du pouvoir politique et financier. Ainsi, grâce à la concentration des activités industrielles, du commerce et des services, le seul DF génère le tiers du PIB national. Une proportion qui tend à fléchir à cause de l'essor des régions pétrolières et des usines d'assemblage.

Comme nous le montre l'histoire des grands groupes de communication, ces trois régions sont celles où sont nés la plupart des grands journaux nationaux. C'est dans ces centres urbains que se trouvent leur lectorat traditionnel et les consommateurs susceptibles d'être touchés par les encarts publicitaires payés à prix d'or par les annonceurs. Il est donc logique que ces régions soient celles qui concentrent le plus de publications, qu'elles soient nationales ou régionales.

c) LES REGIONS LES MOINS COUVERTES

Le Mexique Caraïbe regroupe les Etats du Yucatán et de Quintana Roo. Cette zone se consacre traditionnellement l'agriculture et à la pêche, mais le tourisme international y a apporté une nouvelle prospérité. La création de Cancún, dans les années 70 a complètement transformé l'économie locale, et l'apparition récente de *maquiladoras* autour de Mérida montre que le rapprochement avec les Etats-Unis s'accélère. Preuve de l'attractivité de la région, le solde migratoire est aujourd'hui positif, c'est-à-dire que les populations qui partaient autrefois vers México, restent à présent au Quintana Roo, mieux encore, la péninsule attire des Mexicains en quête d'emploi à travers tout le pays. Il faut dire que malgré la forte proportion de population indienne, la région ne peut plus être considérée comme pauvre : les pratiques démographiques ont évoluées (taux de fécondité en baisse) sous l'influence de l'urbanisation et l'amélioration des conditions de vie est indéniable. Paradoxalement, cette région attire encore peu de journaux nationaux mais ce n'est sans doute qu'une question de temps, au vu du potentiel économique de la région.

La Côte du Golfe, région dynamique et en apparence prospère (Tamaulipas, Veracruz, Tabasco, Campeche), fonde sa richesse sur l'industrie pétrolière dont les retombées ne sont visibles que dans quelque grandes villes (Tampico, Villaherosa), car encore à dominante rurale, la région entretient toujours un secteur agricole riche et varié. On s'aperçoit aujourd'hui que tout en permettant à cette région de devenir un des leviers du miracle économique, le pétrole a renforcé sa dépendance. En effet, pour répondre aux nécessités nationales et accroître ses exploitations la région a monopolisé une grande partie des investissements publics. Des liens vitaux ont été tissés entre les points d'extraction et les lieux de consommation, situés pour la plupart dans le centre du pays. L'avenir de ces états est donc constamment à la merci des vicissitudes du marché et surtout des choix de l'Etat Fédéral.

Coincé entre la zone frontière et le cœur financier du pays, le Centre-Nord (Sinaloa, Durango, Zacatecas, Aguascalientes, San Luis Potosí) occupe un espace déprimé par un climat aride, une densité faible, le recul des activités minières et le désengagement massif de l'Etat dont les subventions parviennent difficilement à faire vivre une agriculture archaïque. La région est devenue un foyer d'émigration vers les villes frontalières ou vers l'Etat de Mexico.

Quant au Sud-Pacifique (Guerrero, Oaxaca, Chiapas), il connaît une situation encore plus difficile. Ici, les 2/3 de la population vivent d'une agriculture de subsistance peu productive qui s'oppose aux grandes haciendas d'élevage ou aux plantations. Les taux de mortalité infantile sont les plus forts du pays, mais le taux de natalité élevé permet de compenser l'exode rural. En outre, l'analphabétisme dépasse la moyenne nationale et les infrastructures de transports sont moins développées qu'ailleurs.

Ainsi les obstacles à une meilleure implantation de la presse nationale sont essentiellement d'ordres économique et structurel. Les populations de ces régions étant moins nombreuses, moins instruites, moins riches, et moins accessibles que celles des autres régions, elles sont par conséquent une cible peu rentable pour les grands journaux dont les intérêts sont d'abord ceux des actionnaires.

Cette obligation de rentabilité se manifeste dans la part toujours plus grande que ces journaux accordent à la publicité, au bénéfice des annonceurs de la Capitale, et au détriment d'une information qui pourrait être plus proche des populations. Par conséquent, la distribution des grands quotidiens nationaux illustrent le fait que les populations rurales comptent parmi les franges de la société qui n'ont que très peu de visibilité médiatique au niveau nationale.

Ainsi, il n'est pas étonnant que l'on considère généralement comme nationale la presse éditée dans le District Fédéral et diffusée sur l'ensemble du territoire.

Cependant, nombre de journaux publiés hors du DF, tels *Diario de Yucatán* et *El Imparcial de Hermosillo*, impriment plus d'exemplaires que certains journaux de la capitale ; mais ne circulant pas dans le centre du pays, ils n'ont que peu d'influence sur l'opinion publique au niveau fédéral, bien qu'au niveau régional ils jouissent d'un dynamisme et d'un rayonnement certain.

C) LA PRESSE MEXICAINE SUR INTERNET

1- Quelques données clé

a) LA NAISSANCE DU RESEAU MEXICAIN

Les origines d'internet au Mexique remontent à 1989 lorsqu'El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de l'Université de Monterrey, (ITESM) communique avec l'Ecole de Médecine de l'Université du Texas via un réseau informatique. Il s'agit à l'époque d'une connexion privée qui se limite à ces deux établissements. En 1987, les grandes universités du pays dont ITESM, l'Université de Guadalajara, la Universidad de las Américas, l'ITESO, El Colegio de Postgraduados, LANIA, CIQA, l'Université du Guanajuato, l'Université de Veracruz, El Instituto de Ecología, La Universidad Iberoamericana, et l'IT de Mexicali s'associent pour créer MEXNET A.C. chargée d'organiser l'échange de données entre elles.

Entre 1992 et 1995 on assiste au développement de plusieurs autres mini-réseaux tels que Red UNAM, Red ITESM, RUTyC, qui disparaîtra en 1994, BAJAnet, Red Total CONACYT, et enfin SIRACyT qui regroupera tous les autres. Toujours en 1994 on assiste à la naissance de la *Red Tecnológica Nacional* à laquelle MEXnet et CONACyT adhèrent aussitôt pour former le premier vrai réseau mexicain sur internet. A partir de 1995 l'essor du réseau est constant, notamment grâce à la participation des universités et des chercheurs (particulièrement du réseau de la UNAM et du Centre de Sciences de Sinaloa).

En décembre 1995, le *Centro de Información de Redes de México* (NIC-México) est officiellement chargé de la coordination et de l'administration des ressources internet réservées au Mexique telle que la gestion des noms de domaine référencés « .MX ».

En 1996, grâce aux efforts combinés du gouvernement, des entreprises de télécom et des universités, le réseau amorce une phase de développement non plus pour des applications institutionnelles mais commerciales. Telmex, la compagnie nationale de téléphonie, permet à la centaine de fournisseurs d'accès recensés sur l'ensemble du territoire de développer leurs infrastructures tant en qualité qu'en quantité.

Cependant, privatisée depuis 1991, Telmex perd peu à peu le monopole de l'industrie des télécommunications. A partir de 1997, on enregistre une augmentation du nombre

d'entreprises désireuses d'investir au Mexique, celles-ci exigent un réseau plus performant et compétitif. Cet afflux de capitaux va conduire à un boom des offres de connexions internet. AVANTEL, Alestra-AT&T et des fournisseurs moins importants font leur entrée sur le marché et concurrencent TELMEX en créant leur propre plateforme de connexion.

Aujourd'hui, bien que certains secteurs (comme le commerce électronique) connaissent un développement lent, on peut affirmer que l'industrie du web au Mexique a acquis une indéniable maturité.

b) INFRASTRUCTURE ET USAGE D'INTERNET AU MEXIQUE²⁹

Les données figurant ici proviennent des statistiques de l'INEG et de *La Asociación Mexicana de Internet* (AMIPCI) qui publie chaque année une étude qui est la référence en matière d'évaluation de la diffusion du réseau, nous retiendrons ici les deux dernières (2005 et 2006).

La dernière étude, intitulée *Estudio AMIPCI de hábitos de los usuarios de Internet en México*, 2006, nous permet de noter que l'évolution du nombre d'utilisateurs est en constante augmentation. Avant 1995 internet est inconnu de la plupart des Mexicains. En grande partie parce qu'à cette époque il est réservé à un usage académique en direction d'un public institutionnel (universités, ministères, organismes publics). Depuis, la demande a littéralement explosé.

On peut expliquer ce développement accéléré d'abord par la forte demande de la part des consommateurs désireux d'accéder à un outil qui rend plus rapide, plus pratique, et plus sûre la communication et la vulgarisation de l'information. Ensuite, par la mondialisation de l'économie qui fait d'internet un facteur de compétitivité pour les entreprises désireuses d'accéder à de nouveaux marchés. Enfin, par le besoin des universités en nouvelles technologies librement accessibles grâce au réseau.

²⁹ <http://www.amipci.org.mx/estudios.php> : *Hábitos de los usuarios de Internet en México 2004-2005-2006 estudio de La Asociación Mexicana de Internet*

L'accès à internet se fait prioritairement par ordinateur (12, 5 millions), téléphone mobile (53,4 millions), ou PDA (1,3 millions). Sur le total des ordinateurs, 7,4 millions sont connectés à internet, dont 4,4 millions à domicile soit 59%.

En 2001, 3.5 millions de Mexicains ont accès à internet, ils sont 14 millions en 2004, et 20 millions en 2006. Le total du nombre des abonnés atteint 4,1 millions de personnes dont 2,5 millions par large bande (ADSL), 12 milles par lignes louées, et 1,5 millions par lignes téléphoniques classiques.

Tableau 4 : Nombre d'abonnements par type de connexion

Cuentas Totales	2005	2006
Dial Up	1.8 millones	1.5 millones
Enlace dedicado	12 mil	12 mil
Banda ancha	1.7 millones	2.5 millones
Cuentas Totales	3.3 millones	4.1 millones

Source : AMIPCI, *Hábitos de los usuarios de Internet*, 2006

La baisse du nombre d'abonnés à une connexion classique au profit de l'ADSL entre 2005 et 2006 s'explique par les nouvelles exigences des usagers en matière de navigation et par la baisse des tarifs du haut débit. En effet, les consommateurs veulent une plus grande vitesse de connexion, tout en navigant plus longtemps. La possibilité d'être connecté en permanence grâce à l'ADSL contribue donc à augmenter la fréquence et le temps de navigation des usagers mexicains.

Malgré ces progrès, les disparités technologiques sont très prononcées, créant des clivages entre les zones urbaines et les zones rurales, entre jeunes et vieux, entre les classes aisées et les couches populaires, et enfin, entre hommes et femmes. En effet, les chiffres de diffusion d'internet révèlent que 90% des internautes mexicains vivent en zones urbaines. L'AMIPCI recense 19, 2 millions d'utilisateurs, un chiffre qui inclut les adolescents de plus de 12 ans et les adultes, dont 17,2 millions en zones urbaines et 2 millions en zones rurales. A ce chiffre il faut ajouter 973 milles utilisateurs âgés de 6 à 12 ans pour atteindre le chiffre total de 20,2 millions d'utilisateurs, soit 19,5 % de la population totale.

En 2005 le nombre d'utilisateurs était estimé à 17,1 millions, selon le précédent rapport de l'AMIPCI. L'augmentation du nombre d'utilisateurs pour 2005-2006 est de 3, 1 millions de personnes, soit 18,12%. En 2004, 53% des usagers étaient des hommes et 47% des femmes. Dans les résultats de 2005 on note déjà une sensible augmentation de l'écart entre les deux sexes (hommes 59% et femmes 41%), une tendance qui reste stable en 2006 (hommes 58 et femmes 42%).

En 2006, 81% des utilisateurs se situe dans la tranche d'âge des 13-34 ans, une proportion qui a augmenté de 8 points en un an (73% en 2005). Selon l'INEGI plus de la moitié travaillent (53%).

Des états qui comptent huit fois moins de population que le Chiapas (4 millions), comme la Basse Californie du Sud (424 milles), ont une densité numérique quatre fois plus élevée. Ainsi, seuls 2,8% des foyers du Chiapas ont un ordinateur, alors qu'en Basse Californie du sud la proportion est de 11,4 %. Si l'on prend comme référence une des zones au plus fort développement industriel comme l'état du Nuevo León, le fossé est encore plus marqué : cinq fois plus qu'au Chiapas (14,4 %).

Quant au niveau socioéconomique des utilisateurs, le rapport montre que 39 % ont un niveau économique élevé, 21% ont un niveau moyen, pour 27% il est faible, et seul 13% des personnes ayant un niveau économique très faible y ont accès, notamment grâce aux cybercafés. Sauf pour la première catégorie, on peut souligner que ces chiffres montrent un recul du nombre des utilisateurs toute catégories confondues. Une baisse qui peut s'expliquer par l'exode rural. L'arrivée de populations qui n'ont pas l'habitude d'utiliser internet mais qui sont tout de même recensées dans les catégories au niveau national.

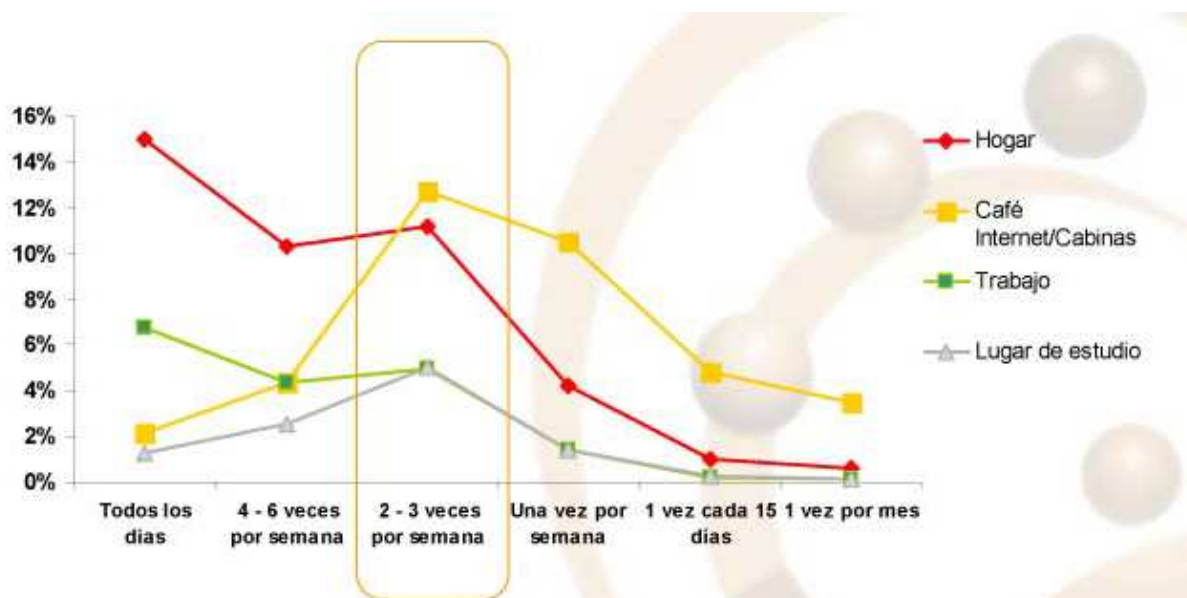
c) HABITUDES D'ACCES

En 2006, la connexion à internet se fait surtout à domicile (43%), pour une durée moyenne de trois heures. Les cybercafés constituent le second lieu d'accès (39%), viennent ensuite le lieu de travail (19%), les établissements scolaires (11%), et le domicile d'une tierce personne (3%).

Pour la période 2005-2006, les 25-44 ans se connectent tant à domicile qu'au travail (73%). Les cybercafés sont plutôt fréquentés par les 13-24 ans (69%).

La fréquence de connexion est de deux à trois fois par semaine, les usagers des cybercafés étant ceux qui se connectent le plus fréquemment.

Tableau 5 : Fréquence d'utilisation en fonction du lieu de connexion



Source : Frecuencia de uso de Internet por lugar de acceso in Estudio AMIPCI de hábitos de los usuarios de Internet en México, 2006

Concernant les moments de la journée où les utilisateurs se connectent le plus, l'étude de 2006 révèle que c'est entre 14h et 16h.

d) HABITUDES D'UTILISATION

La possibilité d'être connecté en permanence grâce au haut débit a un fort impact sur les habitudes de navigation des usagers Mexicains. Ainsi, les sites qui bénéficient le plus de l'engouement du public sont ceux qui offrent de l'information, notamment dans le secteur éducatif, et des services, comme les boutiques ou les banques en ligne. Pour la plupart des utilisateurs, les activités principales sont le courrier électronique (81%) et la messagerie instantanée (68%), deux activités de communication. Quant aux loisirs, ils connaissent de plus en plus de succès, en particulier le téléchargement de musique (48%) et les sites d'information (47%). Seuls 19% des connexions concernent le domaine professionnel ou scolaire.

e) HABITUDES DE CONSOMMATION

En 2005-2006, 37% des internautes Mexicains dépensent en moyenne 400 à 1000 pesos par achat courant sur Internet. La majorité des paiements se fait par carte de crédit (56%).

Chez les 13-18 ans l'achat en ligne a induit certaines pratiques de consommation. Généralement, ils cèdent davantage aux achats d'impulsion, souvent ils n'achètent plus les marques choisies par leurs parents, ils sont aussi plus soucieux du temps qu'ils passent à faire leurs courses.

Pour les 19-24 ans l'achat en ligne est un moment de détente. Ils visitent plusieurs sites avant de faire un choix définitif, ils préfèrent acheter à crédit que d'attendre pour acheter, ils donnent et demandent des conseils sur le choix des produits.

Les 25-34 sont plus soucieux de leur image. Ils achètent des marques et sont à l'affût des dernières technologies, d'ailleurs ils sont souvent les premiers à tester les nouvelles tendances (services et produits) mais toujours au meilleur prix. Ils font leur achat sur les sites de références car ils détestent devoir consulter plusieurs boutiques en ligne pour trouver la perle rare. Ils n'ont pas besoin de conseil pour faire leur choix. Les biens les plus achetés sur internet sont les appareils électroménagers et informatiques (35%), les logiciels (35%), et les livres (31%). Les Mexicains font en moyenne un achat en ligne par mois. De façon générale, les

adeptes du commerce en ligne estiment que, même pour les produits qu'ils n'achètent pas en ligne, Internet les aide beaucoup à choisir.

Néanmoins, gérer ses comptes bancaires, faire des transactions et donner son numéro de carte de crédit sont des gestes qui ont du mal à entrer dans les mœurs. Beaucoup d'internautes ont encore des doutes sur la sécurisation des moyens de paiement en ligne, surtout par carte de crédit. Parmi ceux qui avouent ne pas acheter en ligne, 85% estiment que divulguer leurs données bancaires est trop risqué. L'usage des services bancaires en ligne est lui aussi assez répandu parmi les utilisateurs (48%). Dans ce domaine, 97% des clients de banques en ligne se connectent pour consulter leurs comptes, viennent ensuite le paiement des factures (51%), et les virements à des tiers (38%).

2- Un secteur en pleine consolidation

a) LES AVANCEES DE LA PRESSE MEXICAINE SUR INTERNET

Les lignes qui précèdent nous montrent que les Mexicains se sont totalement approprié Internet et l'ont intégré à leurs habitudes de consommation. Parmi les produits qui ont été adaptés pour répondre aux besoins des consommateurs de ce nouveau média, la presse en ligne s'est révélé un énorme débouché.

Dès 1995, cédant à la tendance qui voulait que toute entreprise digne de ce nom ait son site, tous les journaux ont souhaité avoir leur espace en ligne. Pour beaucoup, l'expérience se révélera un échec car une fois le moment d'euphorie passé, seuls les sites ayant su commercialiser leur espace et évoluer vers une offre de services ont survécu. A présent, les journaux en ligne mexicain sont de moins en moins une vitrine du journal papier et en passe de devenir des médias à part entière et des produits commerciaux de premier plan. Comme en témoigne l'afflux des annonceurs en mal de visibilité qui ont vite compris que ces sites leur permettent de cibler une population au revenu élevé, susceptible d'acheter en ligne.

D'après les informations que nous avons pu obtenir des éditeurs de presse, nous pouvons avancer que le nombre total de journaux en ligne avoisine cent trente titres. Cependant, il est difficile de connaître l'état exact du secteur car comme nous l'avons déjà mentionné, il n'y a pas de chiffres officiels.

Néanmoins, en nous basant sur la place qu'occupent le traitement de l'information, l'interactivité, et les services dans les sites des dix-huit grands quotidiens nationaux, nous pouvons tout de même rendre compte du dynamisme, des caractéristiques, des forces et faiblesses de la presse électronique mexicaine.

➤ Le traitement de l'information

L'instantanéité de transmission et de réception de l'information que la télévision et la radio prétendaient offrir est devenue une réalité pour les lecteurs de la presse en ligne. La rapidité avec laquelle les informations se transmettent sur ces sites démontre qu'ils surpassent en rapidité et en capacité de contenu les autres médias.

Ainsi, lors des élections présidentielles de 2006 une concurrence jusqu'alors inimaginable s'est installée entre les diverses éditions en ligne pour la publication des résultats. Chacun des principaux quotidiens avait créé des sections spécialement dédiées à la couverture de l'évènement avec une large exposition des différents programmes, des partis et des candidats. Plusieurs y ont inclus des forums où les Mexicains pouvaient venir donner leur opinion et interpellier les candidats. Jusqu'à l'apparition des éditions numériques, le contenu de la presse écrite mexicaine a toujours été limité par les contraintes de capacité du média imprimé. Un obstacle largement surmonté grâce à des services comme les moteurs de recherche, par le biais desquels le lecteur peut, après avoir parcouru un article de quelques lignes, faire une recherche de fond sur le sujet.

Figure 8 : Page d'accueil de *La Jornada*



En ce qui concerne la hiérarchisation de l'information, la plupart des sites consacrent une section entière au traitement et à l'analyse de l'actualité sous la forme d'éditoriaux, de reportage, et d'articles satiriques. Ci-dessus l'exemple du quotidien *La Jornada* illustre cette hiérarchisation dans la colonne de gauche de la page d'accueil.

On remarque que la tendance à la centralisation que nous avons notée dans la répartition des quotidiens nationaux s'observe également dans le traitement de l'information. En effet, malgré des différences entre les journaux, l'actualité nationale et internationale tient souvent une plus grande place que l'actualité locale. Afin d'offrir une analyse plus profonde de l'actualité de la semaine, certains grands quotidiens proposent, comme dans leurs versions papier, un supplément week-end avec une part importante d'explication et de commentaire.

L'information économique et commerciale a une place secondaire. Elle est cependant largement développée sur les sites de journaux spécialisés comme *El Financiero* et *El Economista*. Bien que payante, l'information en temps réel est la base de ces sites : ils proposent souvent une actualisation heure par heure des principales informations financières.

Le sport et la culture viennent ensuite. Les articles consacrés à ces thèmes sont particulièrement mis en valeur par des photos. Notons que le programme télé ou les sorties cinéma comptent parmi les nouveaux services qui permettent d'accroître le nombre de connexions. Il arrive que cette partie soit le lieu où s'exprime l'interactivité du site grâce à un *chat* qui permet aux internautes de communiquer avec des journalistes ou des personnalités du sport et du spectacle.

Des informations complémentaires, comme la météo, sont surtout visibles sur les sites des journaux locaux des états du Nord, région chaude et désertique, et des états côtiers où les tempêtes et les ouragans sont fréquents.

➤ L'interactivité

« Internet est le premier outil de communication qui permet au récepteur de devenir émetteur en mettant à sa disposition la possibilité d'écrire ses propres messages et de les diffuser à d'autres [...] »³⁰ soutient Octavio Islas, directeur du Projet Internet d'une des plus grandes universités privées du pays (*Instituto tecnológico y des Estudios Superiores de Monterrey*).

L'interactivité est, en effet, une des innovations que seul internet met à porté des internautes. La communication linéaire et unidirectionnelle qui caractérise la presse papier perd tout son sens sur le web. Ici, les lecteurs participent activement à la bonne réception de l'information et à l'efficacité des services. Dans la presse en ligne mexicaine, les articles d'opinion sont souvent accompagnés de l'adresse électronique du journaliste qui les a écrits pour permettre aux lecteurs de réagir pour commenter l'article, approfondir une information, la rectifier ou même la démentir. Dans tous les cas, le lecteur a à sa disposition un espace ouvert dans lequel il peut émettre son opinion et interagir avec le journaliste et les autres lecteurs. Dans cette presse, le droit de réponse n'est ni une faveur ni un devoir, il fait partie naturellement du fonctionnement du média numérique. Pendant longtemps, le manque d'outils interactifs a été une des grosses lacunes des sites mexicains. La tendance s'est véritablement inversée : tous les sites de presse sont dotés de services interactifs, comme les forums de discussion ou les liens hypertexte. Ci-dessous voici l'exemple des outils interactifs d'*El Universal*.

³⁰ Carlos de la GUARDIA, Fernando GUTIÉRREZ y Octavio ISLAS, *Internet : inteligente medio de comunicación*, RAZÓN Y PALABRA, Número 3, Año 1, mayo-julio 1996

Figure 9 : L'interactivité dans *El Universal*



Les chats et forums de discussion sont des espaces où le lecteur peut échanger avec les autres lecteurs ou des personnes extérieures qui sont de près ou de loin concernées par le thème du débat. Ces outils de communication et de divertissement sont ceux qui suscitent le plus de circulation sur les sites.

Les liens hypertexte sont également devenus indispensables à un échange de points de vue entre les lecteurs et, en général, le moyen privilégié de partage des sources. L'idée de ces liens est d'offrir un moyen d'élargir les sources d'information en donnant accès à des pages extérieures qui complètent l'information reçue et donnent une pluralité de points de vue et d'analyses. Dans la majorité des cas, les ressources offertes dans les archives sont complétées par une plus grande ouverture vers l'extérieur. Toutes ces avancées qui permettent un meilleur contact entre l'émetteur et le récepteur imposent au journaliste une nouvelle responsabilité, car son point de vue a cessé d'être une opinion privilégiée, il se trouve seulement à l'origine d'un processus d'enrichissement du contenu.

➤ La généralisation des services

En plus de fournir de l'information, les journaux numériques offrent une variété de services. Il s'agit d'options qui parfois existent déjà dans la version papier et qui ont été adaptées ou améliorées comme les synthèses et revue de presse, les petites annonces, d'autres telles les *e-mails editions*, l'achat de produits en ligne, et les archives, ont été créés grâce aux outils numériques. Elles reposent sur le potentiel interactif et accumulatif du site. Ces services rendent la navigation plus riche et intéressante. Ils peuvent être gratuits quand il s'agit d'attirer de nouveaux lecteurs, ou payants quand la stratégie marketing l'exige.

L'édition numérique d'*El Imparcial* propose, comme on peut le voir ci-dessous, une bourse à l'emploi. L'internaute peut remplir gratuitement un formulaire qui se présente comme un curriculum vitae pour postuler aux offres mises sur le site par les entreprises.

Figure 10 : Les services interactifs dans *El Imparcial*



Les internautes pressés ont à leur disposition des synthèses. Parce qu'elles permettent un gain de temps, elles sont l'une des options qui différencient la version numérique du journal imprimé. Elles résument les grands titres et donnent la possibilité de voir rapidement quelle

information nous intéresse, un lien permet de lire l'article complet. Un autre service personnalisé, l'e-mail éditions, permet, au lecteur de recevoir dans sa boîte e-mail, les articles du journal, mais uniquement dans les domaines qu'il aura lui-même sélectionnés au préalable. Ce service payant préfigure peut être ce que sera la fonction de la presse en ligne dans le futur : non seulement produire du contenu en temps réel mais surtout distribuer de l'information de façon personnalisée.

Les archives des journaux sont l'un des outils qui permettent une meilleure exploitation du contenu. Il s'agit d'une base de données plus ou moins fournie contenant des articles publiés dans des éditions précédentes et accessible par mot-clé sur un moteur de recherche. Selon les journaux, les archives remontent à la première édition en ligne ou à celles des quinze derniers jours par exemple. Les petites annonces et autres offres d'emploi, service traditionnel de la presse papier, sont maintenant disponibles en ligne, notamment sur les sites d'*El Norte* et d'*El Imparcial*, et permet de concurrencer des sites qui en ont fait leur spécialité. Il s'agit d'un service en pleine expansion, en particulier grâce à l'augmentation du nombre d'internautes au revenu modeste.

Figure II : Les services interactifs dans *El Norte*



➤ Les sources de financement

L'abonnement est la première source de financement de la presse électronique au Mexique. Elle est particulièrement prisée des journaux dont l'édition imprimée jouit d'un certain prestige, à l'image du site reforma.com qui combine des options payantes et des options gratuites. Le lecteur a la possibilité de lire gratuitement les principaux titres, et certains articles sous la forme de résumés, il peut aussi consulter les petites annonces. Les articles complets et tous les services sont réservés aux abonnés.

Ce mode de financement peut difficilement être envisagé à long terme car il présente deux gros défauts. D'une part, à cause de la gratuité de la majorité des informations qui circulent sur internet, les lecteurs sont plutôt enclins à consulter d'autres sites d'information. D'autre part, nous avons mentionné le fait que beaucoup de Mexicains rechignent encore à payer des services en ligne. Il n'est donc pas rare que ce moyen de financement soit progressivement remplacé au fur et à mesure du développement du site.

Les offres d'espaces publicitaires et de services sont plus répandues car elles présentent, entre autres, l'avantage de ne pas être aléatoire. Les sites y gagnent en visibilité et enrichissent leurs contenus. Les annonceurs sont, pour leur part, certains de toucher une cible bien identifiée en fonction du nombre de visiteurs du site, des pages les plus consultées, des heures d'affluences, des centres d'intérêts des lecteurs. Les encarts publicitaires prennent généralement la forme de bannières dont le prix varie selon le format et le nombre de diffusions sur le site.

b) EXEMPLE DE QUELQUES QUOTIDIENS EN LIGNE

➤ Milenio

C'est un des quotidiens les plus reconnus au Mexique. Il appartient au groupe *Estrellas de Oro* que nous avons déjà présenté. Le journal se décline sous la forme d'un hebdomadaire, d'un quotidien, et d'un site internet. Dès sa création, en 1998, l'hebdomadaire connaîtra un vif succès qui conduira à la mise en vente d'une édition quotidienne en 2000 et à la création du site, deux ans plus tard.

milenio.com édité sous la responsabilité d'Alejandro Romero, est l'exemple d'un journal en voie d'aboutissement.

Figure 12 : Page d'accueil de *Milenio*



D'après les étapes de développement des cybermédia citées par Salaverria et Cores³¹, *Milenio* est en pleine phase d'enrichissement. C'est-à-dire qu'au-delà des éléments formels inhérents à

³¹ SALAVERRÍA R. et CORES R. "Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos", *Cibermedios, el impacto de internet en los medios de comunicación en España*, Séville, edi. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005, pp. 145-185

Internet, comme l'hypertexte, les photos, et le courrier électronique, le site intègre progressivement des outils multimédia. Citons par exemple la création d'un service d'information à distance qui permet de recevoir des dépêches sur son téléphone portable. Bien sûr les tentatives sont encore timides, comme le montre l'absence de documents audiovisuels. Les seuls compléments dont bénéficient les sont des photos, ce qui donne encore une place prédominante au texte.

Or l'intérêt du lecteur sur internet doit être sans cesse entretenu car la lecture à l'écran étant plus fatigante que sur du papier, il ne prend pas le temps de lire tous les articles en entier. Il est donc vraisemblable que ce site va encore évoluer en ce qui concerne l'utilisation du son et de la vidéo comme éléments d'exploitation de l'information. L'hypertexte est largement utilisé grâce à des liens qui relient les articles ou les documents à des sources externes ou aux archives.

La navigabilité, c'est-à-dire ce que Torres appelle « la facilité avec laquelle l'utilisateur accède à l'interface selon le design, les outils de navigation, et l'architecture du site »³², est un des points fort de *Milenio*. L'information est organisée de façon claire et le design est agréable. Les éditeurs ont fait un véritable progrès dans l'accessibilité en supprimant l'obligation de payer pour accéder aux archives. Ils ont intégré un des besoins fondamentaux des internautes : pouvoir accéder gratuitement aux contenus les plus divers.

³² TORRES, M. B. , "Estructura editorial: diseño, navegación y usabilidad", in Ramón SALAVERRÍA (coord.), *Cibermedios: El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*, Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005, p. 191

Figure 13 : Page d'accueil d'*El Universal*



Le quotidien *El Universal* est né en 1916, mais 1922 il devient *El Universal Gráfico* et apparaît pour la première fois sous la version que l'on connaît actuellement. A l'époque c'est un quotidien du soir, ce n'est qu'en 2002 que les responsables du journal décident d'en faire un quotidien matinal. En 1996 le journal ouvre sa première page web qui n'est qu'une reprise de la version imprimée. D'ailleurs, la mise à jour à l'époque se faisait tous les soirs après le bouclage du journal. A partir de 2001, la page devient un journal en ligne à part entière sous la direction d'Ignacio Catalán.

Si on le compare à *milenio.com*, sur la base des critères de Salaverria et Cores, on peut dire qu'*eluniversal.com.mx* est un quotidien numérique parfaitement abouti, qui a achevé sa phase d'enrichissement et qui tend à devenir un portail d'information. Ce site mise davantage sur le multimédia que le précédent. Le contenu des liens hypertextes est complété par du son et de la vidéo. Comme le soulignent Trujillo et Contreras³³, l'usage du multimédia comme

³³ TRUJILLO, María, y CONTRERAS, Fernando, 2006, "Periodismo digital y discurso científico: nuevos modelos para el siglo XXI", en *Revista electrónica Razón y Palabra*.

complément de l'information textuelle permet de transporter le lecteur sur les lieux de l'évènement et de recréer cet évènement. Une sorte de mise en situation.

Le contenu, riche et varié, se compose d'une débauche d'outils interactifs tels que des forums de discussion, des blogs tenu par des journalistes, une interview numérique où les lecteurs viennent poser des questions à une personnalité, un chat. Les articles sont de différentes catégories : reportages, interviews, chroniques, faits divers... La publicité y tient une bonne place mais sans nuire à la fonction informative du site. Un autre point fort est la mise à jour permanente (toutes les quatre minutes). Ce qui permet une génération immédiate de l'information et donne au lecteur l'assurance de suivre quasiment en direct l'évolution d'une situation. On peut cependant regretter que la navigabilité soit le point noir du site. En effet, la police utilisée est petite et rend la lecture vite fastidieuse. Ce site nous oblige donc à survoler les articles plutôt que de les lire. De plus, on ne dispose d'aucun lien vers des moteurs de recherche externes, comme google ou yahoo, qui donnent la possibilité de trouver des documents sur tout le web. Ici, la recherche ne peut se faire qu'à l'intérieur du site.

➤ El Norte

Figure 14 : Page d'accueil d'*El Norte*



Le quotidien *El Norte* a été créé dans les années vingt et appartient au groupe Reforma. Selon la *Revista Mexicana de Comunicacion*, il est tiré à 128 mille exemplaires par jour. Alejandro Junco de la Vega Elizondo est le directeur de l'édition numérique créée en 2000. L'interface de ce site est l'une des plus interactives et, comme tous les sites de presse du groupe *Reforma*, son accès est restreint.

L'actualisation se fait toute les heures. Ce qui témoigne du positionnement local revendiqué par le journal. L'actualité locale n'évoluant pas aussi vite que l'actualité nationale et internationale, elle ne nécessite pas de mise à jour constante.

Le site met davantage l'accent sur les outils de recherche. Le lecteur peut faire une recherche simple dans les archives, qui remontent jusqu'en 1986. Il peut aussi personnaliser sa recherche grâce aux moteurs externes spécialisés (cinéma, cuisine, voyage, automobile...) et aux archives audiovisuelles. Le site permet également une recherche préconfigurée dans une section intitulée « *Lo más visto* » et qui regroupe les articles les plus consultés. Seules les personnes abonnées à l'édition papier peuvent accéder à la totalité du contenu numérique. Il est tout de même possible de s'abonner uniquement au journal numérique pour 450 pesos par trimestre.

Le site n'a pas encore pris l'envergure d'un portail à l'instar de *eluniversal.com.mx* mais contient cependant quelques options multimédia comme les *e-mail editions*, l'information mobile (le site est accessible par téléphone portable et ordinateur de poche), et l'hébergement d'adresse électronique (le lecteur peut créer son adresse et recevoir son courrier sur le site).

Le principal défaut du site est le peu de variété des outils interactifs : pas de blogs, pas de forums, pas d'interviews interactives ; pour donner son avis et communiquer avec les journalistes, le lecteur n'a à sa disposition qu'un chat et l'option courrier du journal.

On peut remarquer la présence d'une version PDF de l'édition imprimée qui témoigne de l'effort du journal pour rendre plus facile la transition vers le média en ligne pour les lecteurs, qui ne sont pas familiarisés avec Internet.

CONCLUSION

Tout au long de cette première partie nous avons parlé du Mexique comme étant une mosaïque de peuples et de traditions, dont la variété et la profusion fondent l'originalité de la culture.

D'abord une identité nationale constituée autour de certains symboles d'origine indienne tels que le nom « Mexique », les héros Aztèques et Mayas, l'aigle sur le cactus qui orne le drapeau national. Ce passé préhispanique occupe également une place centrale dans les arts et traditions populaires comme la Fête des morts.

Ensuite, une identité politique et sociale largement tributaire de la révolution et qui se reflète dans la Constitution de 1917, des acquis sociaux comme la journée de huit heures, les droits syndicaux, le salaire minimum, et des réformes au profit des petits paysans. Cet héritage comporte, en outre, une dimension religieuse essentielle, enracinée dans la colonisation espagnole : la religion catholique dont la *Vierge de Guadalupe* (considérée comme un symbole national) exalte l'idéologie traditionnelle de la famille et du rôle de la femme.

Enfin, une culture largement influencée par *l'américan way of life*. En effet, la proximité des Etats-Unis contribue énormément à la grande diversité culturelle du pays, imposant non seulement les valeurs de la culture nord-américaine mais aussi sa langue et ses codes. Véhiculée par les médias et les flux migratoires, l'influence des États-Unis a largement pénétré l'ensemble du pays et s'exerce sur tous les aspects de la société, mais plus particulièrement sur la vie économique. Ainsi, l'ALENA a eu un impact considérable sur le niveau d'intégration économique du Mexique en Amérique du Nord, faisant de ce pays le deuxième plus important partenaire commercial des Etats-Unis.

La proximité des Etats-Unis a donc constitué, avec le temps, un facteur de progrès pour le pays, notamment dans le développement de l'industrie médiatique. Elle a, par ailleurs, facilité l'assimilation du modèle américain au Mexique dans les modes de consommation et les loisirs (la littérature, le sport, le cinéma, les habitudes alimentaires, etc...), par la diffusion de produits de consommation et de biens culturels de masse.

Nous retiendrons également que malgré un certain nombre de faiblesses structurelles, le Mexique, encore peu développé dans les années 1970, est aujourd'hui une puissance économique. Le pays reste néanmoins confronté aux énormes clivages affectant sa société : entre riches et pauvres, entre le Nord et le Sud, entre les zones urbaines et les zones rurales.

Dans le domaine de la presse, cette polarisation se manifeste par une mainmise des grands groupes de communication, une concentration des publications dans les états ou les régions les plus économiquement attractifs (la frontière nord, la côte du Golfe, et le centre du pays sont les régions qui absorbent l'essentiel de la diffusion nationale), et une présence marquée dans les zones urbaines au détriment des zones rurales.

Nous avons aussi pu constater dans cette première partie que les Mexicains se sont totalement appropriés Internet et l'ont intégré à leurs habitudes de consommation, à leurs pratiques médiatiques, culturelles et de loisirs au quotidien. Il faut reconnaître que les éditeurs de sites ont fait de véritables progrès, avec des sites intégrant progressivement des outils multimédia, un contenu riche et varié composé d'outils interactifs. Il est donc vraisemblable de penser que la qualité des sites de presse va encore s'améliorer en ce qui concerne l'utilisation du son et de la vidéo comme éléments d'exploitation de l'information.

En somme, l'ouverture à Internet a rapidement offert aux entreprises de presse mexicaines un nouvel outil de travail. Un outil qui a évolué parallèlement aux demandes des usagers, suscitant l'émergence d'une nouvelle approche du monde numérique où les journaux en ligne mexicains sont de moins en moins une vitrine du journal papier pour devenir des médias à part entière et des produits commerciaux de premier plan.

PARTIE II : ANCRAGE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE

INTRODUCTION

La seconde partie de notre thèse, composée de trois chapitres, est plus dense d'un point de vue théorique, puisqu'elle envisage les rapports entre les médias et la société.

Nous commencerons cette partie par un chapitre consacré à *La Crónica de hoy*. Il s'agira de mettre en relief l'identité discursive du journal, sa ligne éditoriale. Nous envisagerons cette identité discursive selon trois angles complémentaires. D'abord, comme forme et comme personnalité symbolique, elle désignera l'image publique du média. Dans cette optique, nous dresserons une « carte d'identité » de *La Crónica de hoy* en tant qu'entreprise de presse en évoquant le contexte politique et social de sa création, puis son évolution au sein du paysage médiatique mexicain.

L'identité discursive d'un journal est aussi constituée exemplaire après exemplaire, dans son énonciation. En ce sens que le nombre de rubriques et leur organisation évoquent une identité particulière, assumée comme telle par le journal. Il s'agit des parties du journal dans lesquelles son engagement se révèle de façon plus ou moins explicite, comme pour mieux le situer dans son statut d'acteur de l'espace public. Ceci nous amènera à considérer *La Crónica de hoy* en tant que support médiatique : une grille de lecture nous permettra d'étudier les caractéristiques techniques de son site web dans le but d'en identifier la structure (organisation du contenu, navigation et présentation visuelle), et les outils (interactivité, multimédias, actualisation).

Enfin, la composition d'une identité discursive consiste aussi, pour un média, à se distinguer de ses concurrents. C'est pourquoi nous nous intéresserons à la sémiotique de la page d'accueil et aux stratégies argumentatives qui s'y dessinent. Nous verrons que pour façonner son identité discursive sur internet, le journal a choisi de privilégier l'information d'actualité sur l'information commerciale, contrairement à des journaux concurrents qui donnent une grande place aux revenus publicitaires.

Le second chapitre tentera de répondre aux questions conceptuelles que soulève l'intitulé de notre recherche en définissant les notions de constructivisme journalistique et de représentations sociales. Nous effectuerons un retour sur les thèses développées par Peter

BERGER et Thomas LUCKMANN sur le constructivisme phénoménologique, nous évoquerons également les travaux de Jean-Claude ABRIC sur la structure et la dynamique des représentations sociales. A la lumière de ces concepts, nous examinerons la manière dont s'établit, à travers le récit des événements par les médias, le rapport entre les acteurs réels, leurs représentations symboliques et leurs figures imaginaires. Dans un deuxième temps, ce chapitre sera consacré à la politique extérieure de l'Espagne au Mexique du début des années 1970 jusqu'en 2006. Une politique qui prend la forme d'un partenariat stratégique reposant sur des relations diplomatiques anciennes, la présence des grandes entreprises espagnoles dans des secteurs-clés de l'économie mexicaine, et une coopération très riche en matière culturelle, scientifique et technique. Ces liens privilégiés nous amèneront à la formulation de la problématique et des hypothèses.

Le troisième chapitre offrira des précisions sur l'approche méthodologique choisie, basées essentiellement sur l'analyse de contenu médiatique. Nous y exposerons les objectifs de la recherche, les étapes de la construction du corpus, et la validation de la grille d'analyse des articles. Ce dernier point nous permet d'entrer dans la troisième partie de la thèse en ayant une connaissance des outils d'analyse du corpus.

CHAPITRE I

LA CRÓNICA DE HOY

A) LA CRÓNICA DE HOY COMME ENTITE PHYSIQUE

1- Historique de l'entreprise

Avant de nous attarder sur l'étude du site www.cronica.com.mx, il convient de rappeler qu'à l'origine il s'agit d'une entreprise de presse.

La Crónica de hoy est un quotidien fondé le 17 juin 1996. Il est considéré comme proche du PRI, et plutôt de tendance conservatrice. Son lectorat privilégié se situe dans l'élite économique et sociale de México, même si l'on a pu noter quelques tentatives pour le rapprocher des classes populaires.

a) UN QUOTIDIEN NE DU DESIR DE CHANGEMENT SOCIO-POLITIQUE

Au début des années 80, Pablo Hiriart Le Bert, journaliste d'origine chilienne, travaille pour l'agence de presse CISA-*Proceso*. En 1984, une scission au sein de *Unomásuno* lui permet de fonder en collaboration avec Carmen Lira Saade le quotidien *La Jornada*. Quatre ans plus tard, il quitte *La Jornada* pour diriger l'agence gouvernementale Notimex. Loin d'être un dissident, Hiriart est alors très proche du président Salinas de Gortari et des instances dirigeantes du PRI.

A partir la fin des années 70, la relation entre le monde politique et les médias est en train de changer. Des facteurs comme la réforme politique des années 1976-77, la fin du monopole public sur la production de papier en 1990, les progrès en matière de vote démocratique, et la professionnalisation du métier de journaliste font prendre conscience de la nécessité d'une plus grande liberté de la presse.

Ainsi, au milieu des années 90, on observe une évolution des mentalités dans le milieu de la presse. Beaucoup souhaitent s'exprimer en faveur d'un journalisme plus proche de sa fonction première, qui est d'informer et de jouer un rôle de contre pouvoir. Allié au désir clairement exprimé par un nombre croissant de citoyens d'user de leurs droits démocratiques, cette transformation va conduire de plus en plus de gens à demander aux dirigeants politiques de rendre des comptes et les médias feront écho à ce désir de transparence.

Pour la première fois au Mexique, on demande le partage du pouvoir. De gré ou de force, les politiques se voient obligés d'y répondre, par le pluralisme politique au sein des diverses instances fédérales ou locales et par une prise en compte de l'opinion publique.

C'est en réponse à ces bouleversements qu'Hiriart fonde *La Crónica de Hoy* en 1996, avec l'objectif d'offrir au public un quotidien moderne et proche des lecteurs. Au moment de la constitution de l'équipe de rédaction, il présente les objectifs de son journal et sa stratégie commerciale face à la concurrence en ces termes:

« Notre stratégie pour survivre dans un marché aussi concurrentiel ? Elle est simple et identique à tous les niveaux de l'entreprise. A savoir, publier tous les jours des informations qui intéressent le plus grand nombre de personnes. La règle indispensable pour survivre à long terme est de ne pas être un journal à sensation, les scandales n'offrant qu'un succès à court terme. »³⁴

Dans son premier éditorial, le journal souligne que « le pays a besoin d'un nouveau genre de journalisme, qui se préoccupe davantage des vrais problèmes », il établit par ailleurs que « la meilleure façon d'atteindre cet objectif est de pratiquer un journalisme de faits, où l'information passe avant le profit, avec des journalistes en quête de vérité et non de célébrité ou de flatteries ».

Cette détermination affichée et soutenue par des reportages qui, plus d'une fois, ont fait scandale, permet au journal de trouver peu à peu son lectorat. Il convient cependant de tempérer ce succès en tenant compte de la ligne éditoriale du quotidien. En effet, il faut reconnaître qu'en dépit des résolutions prises par son fondateur, *La Crónica de Hoy* a fini par

³⁴ Chávez Sánchez J. « *Crónica* vuelve a sus orígenes », *Etcétera* octobre 2002 www.etcetera.com.mx (traduction libre)

tomber dans les travers de la partialité qui résulte, dans la plupart des journaux au Mexique, des affinités idéologiques, des amitiés et des intérêts financiers des responsables d'entreprises de presse.

Ainsi *La Crónica de Hoy* se révèle très vite comme prisonnier de l'influence d'Hiriart, qui entend peser sur la ligne éditoriale. Ses opinions et ses amitiés seront au cœur des prises de position du journal au point de nuire à sa mission d'information.

b) LE TEMPS DES DERAPAGES ET DES DESILLUSIONS

Au cours des dix années de son existence, et en particulier des six dernières, *La Crónica de Hoy* s'est lancé dans la critique systématique du PRD³⁵ et de ses sphères d'influence. Il n'a ainsi jamais épargné le gouvernement du DF, d'abord du temps de Cuauhtémoc Cárdenas³⁶ dont la gestion été jugée désastreuse. *TV Azteca* et *La Crónica de Hoy* iront même jusqu'à lancer une véritable campagne de dénigrement, accusant Cuauhtémoc Cárdenas d'être responsable de l'assassinat de Francisco Stanley³⁷ en 1999.

Ensuite, le quotidien fera pleuvoir les critiques sur Rosario Robles qui succède à Cardenas. En particulier dans l'affaire des contrats publics passés avec l'entreprise Publicorp, on parlera à l'époque du scandale "el cochinito".

Mais c'est avec l'arrivée d'Andrés Manuel López Obrador³⁸ à la tête du gouvernement local que le ton du quotidien deviendra quasiment haineux. *La Crónica de Hoy* a développé contre lui une ligne éditoriale des plus hostiles, interprétant de façon manichéenne la politique de gauche du PRD, devenant le principal ennemi d'AMLO et de la gauche qu'il représente.

Ainsi, *La Crónica de Hoy* n'a pas hésité à travestir la vérité par exemple entre le 14 et le 21 janvier 2001, le quotidien diffuse l'information selon laquelle une jeune italienne qui se ferait

³⁵ *Partido de la Revolución Democrática* : parti politique fondé le 5 mai 1989. Né d'une scission du PRI, le PRD a une idéologie politique de gauche et est considéré comme un des trois principaux partis du Mexique.

³⁶ Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano : homme politique mexicain. Fondateur du Parti de la Révolution Démocratique (PRD), il fut maire de México de 1997 à 1999.

³⁷ Jorge Francisco Stanley Albaitero (juillet 1942-Juin 1999), dit Paco Stanley, était journaliste et animateur de radio et télévision. Il a été abattu dans le parking d'un restaurant de México. Attribué d'abord au milieu de la drogue, son assassinat n'a jamais été élucidé.

³⁸ Andrés Manuel López Obrador (souvent désigné par les initiales AMLO) : homme politique mexicain, il a participé à la fondation du PRD dont il fut Président national de 1996 à 2000 avant d'être élu maire de México. Candidat du PRD à l'élection présidentielle en 2006, il arriva second derrière Felipe Calderón.

appeler Michelle Corretti, prétend avoir été violée et volée dans une rue de México. *La Crónica de Hoy* sur la base de ce témoignage se fait alors le relais de supposés critiques de la population à l'encontre de la politique de lutte contre l'insécurité du maire. On saura plus tard que la supposée jeune femme s'appelle en fait Mónica Gallegos, qu'elle n'est pas italienne mais de Guanajuato et qu'elle n'a subi ni vol ni viol. *La Crónica de Hoy* reconnaîtra le dérapage par une rectification dans une petite note en pages intérieures.

Malheureusement, les critiques acerbes contre le PRD, en dépit de l'audace de ses efforts éditoriaux, ne suffisent pas à faire de *La Crónica de Hoy* une entreprise rentable. Si bien qu'en 2000 les responsables décident de faire appel à des partenaires privés pour augmenter le capital de l'entreprise. L'homme d'affaire d'origine libanaise Jorge Kahwagi Gastine rachète l'entreprise et lui permet de se remettre à flot quelque temps, mais son arrivée annonce également le début de la fin pour Hiriart en tant que patron du quotidien.

c) REMISE EN CAUSE ET CHANGEMENTS

Kahwagi, directeur entre autre de la société Cosmocolor, qui a le monopole de la fabrication des cartes d'identification numérique (photo d'identité, passeport électronique, carte d'identité...), est resté proche des milieux politiques qui lui ont permis pendant les années 80 de se voir attribuer des marchés publics et d'amasser une immense fortune. Il entretient ainsi des liens étroits avec le parti d'Elba Esther Gordillo³⁹, *Nueva Alianza*, un parti d'orientation libérale dont son fils est député.

Devenu PDG du journal, il conservera dans un premier temps Pablo Hiriart au poste de directeur. Le 8 novembre 2000, lors de son premier discours en tant que président du conseil d'administration, Kahwagi affirme : « parce que j'ai beaucoup de respect pour le travail éditorial que Pablo Hiriart et son équipe ont accompli, nous travaillerons côte à côte pour donner une nouvelle orientation à notre journal et en faire une entreprise solide. Je suis sûr que nous serons tous satisfaits de ce premier pas sur le chemin qui nous mènera ensemble à

³⁹Elba Esther Gordillo : femme politique mexicaine, professeur des écoles de formation, elle est le leader du *Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación* (SNTE). Elle a occupé le poste de secrétaire générale du PRI avant de fonder le parti *Nueva Alianza* en 2005.

notre but »⁴⁰. Les années qui suivront, seront donc faites de multiples réajustements qui ne se révéleront pas toujours judicieux.

Concernant par exemple le *design* du journal, les responsables jugent que l'une des premières étapes du renouveau du journal passe par la création d'un nouveau *design*. Selon eux, « il faut offrir au lecteur un journal plus dynamique, plus engagé au côté de ses lecteurs, avec des reportages de qualité. La motivation principale de cette action étant de lutter pour donner la priorité aux administrés sur les élus »⁴¹. Il s'agit en effet d'une réelle demande de la part des lecteurs mais, pour y répondre, les responsables pensent que la cause profonde est la présentation de l'information. Ils confient donc la conception d'une nouvelle charte graphique au cabinet de conseil en communication Innovation. Quelque mois plus tard le 21 février 2001, *La Crónica de Hoy* a fait peau neuve.

La nouvelle présentation reçoit l'assentiment des responsables qui la commentent en ces termes : « A présent, nos lecteurs jouiront d'un journal mieux structuré, fait d'une documentation adéquate et de données qui contextualisent les événements. Nous nous engageons à leur offrir en permanence le sérieux, l'exactitude, et la profondeur »⁴². Pourtant, la nouvelle présentation qui accorde plus de place aux photos, à la publicité et aux textes courts, dément cette affirmation et va à l'encontre des désirs des lecteurs qui souhaitent que l'on privilégie l'information et l'analyse. D'ailleurs, la formule ne rencontrant pas le succès escompté, les responsables feront marche arrière un an plus tard, en revenant, dans l'édition du 23 septembre 2002, à une présentation plus proche de celle que le quotidien avait à l'origine et qu'il garde encore aujourd'hui.

Il est intéressant de noter que cette tendance à la mercantilisation n'a fait que croître jusqu'à aboutir à la suspension du supplément culturel *Crónica Cultural*. C'est le cas au début de l'année 2002, alors que le quotidien, empêtré dans des difficultés financières, a le plus grand mal à faire face à ses échéances. Il faudra attendre avril 2003 pour voir réapparaître *Crónica Cultural* grâce surtout à la volonté de Rafael Pérez Gay, alors sous-directeur éditorial. Il devra

⁴⁰ CHÁVEZ SÁNCHEZ J. « *Crónica* vuelve a sus orígenes », *Etcétera* octobre 2002 www.etcetera.com.mx (traduction libre)

⁴¹ *idem*

⁴² CHÁVEZ SÁNCHEZ J. « *Crónica* vuelve a sus orígenes », *Etcétera* octobre 2002 www.etcetera.com.mx (traduction libre)

malheureusement se résoudre à laisser mourir ces quatorze pages culturelles en mai 2005, faute de financement.

A la place, la direction du journal préfère consacrer quotidiennement quelques pages à la promotion d'évènements culturels et de divertissements (dans les sections « *pasion-es* » et « *estilo* »). Là, entre les potins des *people*, et les publicités pour des produits anti-âge ou des articles de mode, on informe le lecteur des films à l'affiche et des concerts à voir. Et pour donner le maximum de visibilité à cette section ils ne ménagent pas leurs efforts : pas moins de huit pages y sont consacrées, faisant passer le quotidien de 44 à 52 pages !

L'année 2002 verra également se profiler un profond changement au sein de l'équipe dirigeante. Au milieu du mois de février 2002, le quotidien connaît encore une crise financière telle qu'une dizaine de personnes sont licenciées et les parutions du week-end suspendues, faisant planer un doute sur son avenir à court terme. Le 15 avril, Hiriart préfère démissionner, Salvador García Soto, chroniqueur à *El Independiente*, est nommé à sa place et Rafael Pérez Gay devient le sous-directeur éditorial. Ensemble, ils parviendront à relever la barre, faisant taire les mauvaises langues qui prédisent la faillite de *La Crónica de Hoy* et rassurant les annonceurs. Au terme de leur collaboration, six mois plus tard, *La Crónica de Hoy* paraît de nouveau sept jours sur sept et quelques chroniqueurs ont même pu être recrutés.

Le 19 septembre, *La Crónica de Hoy* annonce en première page une restructuration du journal, dont la première étape est le retour d'Hiriart à la direction éditoriale, pendant que Jorge Kahwagi Macari, fils de l'actionnaire principal, ancien boxeur devenu homme d'affaire et député, se voit promu directeur général de l'entreprise.

Le second changement, selon les nouveaux dirigeants du journal, doit passer par une profonde modification de la ligne éditoriale. En effet, Kahwagi décide qu'il ne peut plus se permettre de tirer à boulets rouges sur le DF qui représente un des plus grands clients des entreprises mexicaines en général, et des siennes en particulier. D'ailleurs, Marcelo Ebrard, qui succède à AMLO, n'hésite pas à employer des pressions politico-économiques pour le lui rappeler. En bon homme d'affaire, Kahwagi préfère transiger avec le milieu politique et donne des instructions fermes visant à mettre un terme aux critiques contre le gouverneur du DF.

De cette décision résulteront des tensions qui ne cesseront de croître entre Hiriart, qui n'entend pas dévier de sa ligne éditoriale, et Kahwagi père et fils, pour qui la logique économique doit l'emporter. Le divorce est consommé le 17 janvier 2007 lorsque *La Crónica de Hoy* publie en première page la démission de Pablo Hiriart pour cause de « divergence d'opinion ». Pour le quotidien du DF, une page se tourne.

L'annonce fait le tour de toutes les rédactions et suscite de nombreux commentaires. Le cas de *La Crónica de Hoy* est symptomatique de la situation que nous avons dépeinte dans notre premier chapitre concernant la privation de liberté dont est victime la presse mexicaine. Des pressions et entraves exercées quotidiennement par les responsables politiques locaux et qui malheureusement débouchent parfois sur l'assassinat de journalistes. Evidemment, *La Crónica de Hoy* étant un journal du DF et propriété d'un homme important, il jouit de la notoriété des grands titres de la presse de la capitale et ses journalistes, garants du discours plutôt consensuel du quotidien, sont en principe à l'abri de la violence dont sont victimes nombre de leurs confrères.

2- Quelques chiffres

Dans une interview accordée au magazine *Etcétera* en juin 2002, Salvador García Soto, affirmait que *La Crónica de Hoy*, affichait un tirage de 15 milles exemplaires par jour répartis de la manière suivante : 7 milles en kiosques ou en librairies et le reste par correspondance sous forme d'abonnements. Selon les chiffres apportés par García Soto, *La Crónica de Hoy* écoulait ainsi environ cinq milles exemplaires dans des kiosques et des papeteries. Pour l'année 2004, le rapport de B. Díaz Nosty, *Medios de comunicación : el escenario iberoamericano (tendencias 2007)* ⁴³, estime le tirage quotidien de *La Crónica de Hoy* à 25 milles exemplaires. Aujourd'hui le journal déclare un tirage de plus de 41 milles exemplaires par jour au Ministère de l'Information.

⁴³ DÍAZ NOSTY B., *Medios de comunicación : el escenario iberoamericano (tendencias 2007)*, Editorial Ariel, Colección Fundación Telefónica 2007, p. 40

3- L'équipe de *La Crónica de Hoy* en 2007

PRESIDENT

JORGE KAHWAGI GASTINE



VICE-PRESIDENT

JORGE KAHWAGI MACARI



DIRECTEUR GENERAL

GUILLERMO ORTEGA RUIZ



▶

DIRECTRICE GENERALE ADJOINT:
GUILLERMINA GOMORA ORDOÑEZ

▶

DIRECTEUR DE LA REDACTION
C.P. GUILLERMO RIVERA HEMMELER

▶

REDACTEUR EN CHEF:
FRANCISCO BAEZ RODRIGUEZ

▶

RESPONSABE JURIDIQUE:
LIC. GUSTAVO DEL CASTILLO

▶

CHEF D'EDITION:
JOSE ANTONIO DAVILA

▶

PUBLICITE:
JORGE ZERON-MEDINA

▶

DIRECTEUR DE L'INFORMATION:
AURELIO RAMOS MENDEZ

▶

SERVICE TECHNIQUE:
FERNANDO PAZ RODRIGUEZ

▶

DIRECTEUR ADMINISTRATIF:
EMILIO VIALE FIESTAS

▀

CHARGE DE DIFFUSION:

LIC. VERONICA AREVALO HERRERA

▀

EQUIPE DE REDACTION:

NACIONAL: CARLOS A. PATIÑO

ESTADOS: JULIO GARCIA DURAN

CIUDAD: JOEL RUIZ RAMIREZ

NEGOCIOS: GEORGINA I. HOWARD SANCHEZ

MUNDO: FRANCISO J. RUIZ PEREA

DEPORTES: EDGAR VALERO BERROSPE

FOTOGRAFIA: MARIO BASILIO MALDONADO

▀

INFORMATION EN LIGNE

COORDINATEUR

JULIO I. GODINEZ HERNANDEZ

REDACTEURS

VERÓNICA MARTÍNEZ SÁNCHEZ

JOSÉ BETANCOURT GARCÍA

ANDREA GARCÍA INTRIAGO

ISRAEL GUTIÉRREZ VIAY

COURRIER ELECTRONIQUE: internet@cronica.com.mx

▀

SECRETARIAT GENERAL:

MARIA TERESA CHAVEZ RAMIREZ

B) LA CRÓNICA DE HOY COMME ENTITE SEMIOTIQUE

Dans cette seconde partie, il n'est plus seulement question du journal ou de l'entreprise de presse en tant qu'objet ayant une réalité physique, nous abordons l'analyse qualitative de ce média en tant qu'objet porteur d'information dans un contexte de communication et d'utilisation.

Le site *cronicadehoy.com.mx* a fait son entrée sur le marché des médias électroniques en février 2002. Il n'y a pas de règle stricte en matière de réalisation de sites, seulement des normes et des standards de qualité observés par les concepteurs. Sur *www.cronica.com.mx* nous tenterons de repérer où, quand et comment ces normes sont appliquées en nous appuyant sur quatre éléments fondamentaux :

- Le rubriquage qui nous permettra de décrire l'agencement des blocs de contenus
- Le multimédia pour évaluer le niveau d'intégration des différents types de contenus (texte, image, audio, vidéo) au sein d'une même unité discursive
- L'interactivité pour juger de la liberté d'action dont jouit le lecteur et de son impact sur le produit multimédia qui lui est offert
- L'actualisation pour évaluer le degré de renouvellement des contenus

Ces quatre éléments de base nous permettront par ailleurs d'aborder d'autres aspects du site tels que la navigation, la présentation visuelle, le rapport entre le texte et l'image, et même la langue utilisée. Toute cette description ne pourrait être menée à bien sans un outil d'évaluation. Nous avons donc élaboré une grille de lecture que nous présenterons ci-après.

1- La grille de lecture du site

Avant d'élaborer cette grille d'analyse, nous avons au préalable déterminé son usage. En effet, comme le souligne Jean-Paul Achard, [...] *une grille doit être adaptée à un contexte et à un objectif [car] une utilisation décontextualisée peut conduire à enfermer la réflexion. Souvent remplir une grille préformatée devient une finalité alors que ce devrait être seulement un outil au service de [...] l'analyse.*⁴⁴

Nous avons pris soin de définir *une certaine distanciation, une posture, [afin] de ne pas tomber dans une forme d'empirisme conduisant à l'établissement d'un « état des lieux » sans mettre à jour les clés de compréhension*⁴⁵. Notre grille ne se limite donc pas à une description du site, elle doit aussi nous amener à produire un propos, une explication, un point de vue... Cette grille va donc nous amener à :

- Fournir une description pertinente du site (organisation, structure, design, etc)
- Produire une critique constructive sur son efficacité

Afin que cette description soit plus concrète nous avons fait figurer ci-dessous un exemple de la fiche-type. Chaque champ renvoie à un élément du site dont la réalisation et l'apparence obéissent à des règles que nous avons explicitées plus bas.

Tableau 6 : Grille de lecture d'un site

Nom du site /page web

Adresse URL

Concepteur

CONTENU
Information :
Organisation du contenu :

⁴⁴ ACHARD J-P., *Grille d'observation des sites web artistiques*, Stage « art, culture, et internet », I. Préalable : sur quelques principes, http://www.rurart.org/ressources/comprendre/art_num/analyser_site_web.html

⁴⁵ Idem

Liens vers d'autres sites :
Mise à jour :
Accès aux documents :
Langue :
Illustrations / animations :
Sources :
navigation
Type de parcours :
Boutons d'orientation et de navigation :
Outils indexant le contenu :
Téléchargement / affichage :
Interactivité :
Structure :
présentation visuelle
Illustrations et animations :
Texte :
Fond de page :
Typographie
Couleurs :
Longueur des pages :
Rapport illustration / texte :
multimedia
Type de document :
Utilisation / visionnement

ACCESSIBILITE
Compatibilité avec l'environnement de navigation :
Présence dans les principaux annuaires et moteurs de recherche :
commentaire et conclusion

a) CONTENU

Par contenu nous désignons le site de façon globale : les textes, les illustrations, les services, les options offertes au lecteur. Cette section contient sept sous sections.

Identification : il s'agit des renseignements que l'on peut fournir sur la thématique du site et sa fonction (vendre, informer, promouvoir, amuser), les questions qu'il aborde et la façon dont ces questions sont traitées. Dans cette section nous tenterons également de déterminer si le but du site est clairement exprimé : informer, vendre, promouvoir, autre...

Une fois la thématique et le but cernés, nous nous intéresserons à la forme qui est donnée à l'information (texte / image). Enfin, nous chercherons à connaître l'identité et les coordonnées de l'auteur/émetteur du site ⁴⁶ ou de la personne à laquelle il appartient afin de savoir si elle est crédible et compétente pour traiter des informations contenues dans le site. Par ce souci nous tentons de légitimer le contenu du site, de juger de sa valeur. « En effet, la pertinence des informations fournies au visiteur va largement contribuer à l'image et à la renommée d'un site notamment [...] dans les forums de discussion [...] et autres outils de recommandation ». ⁴⁷

⁴⁶ Une information qui doit apparaître clairement sur la page d'accueil selon J. BRESSON, *Grille d'analyse d'un site web*, 2. 1 La page d'accueil : repérer l'émetteur, http://www.reims.iufm.fr/ressources_pedagogiques/produits/analyse_site.pdf
L. VAN LANCKER fait la même recommandation dans le site qu'il consacre à l'architecture d'un site, <http://www.ccim.be/ccim328/archi/paccueil.htm>

⁴⁷ *Webmarketing: comment créer du trafic sur son site*, 4. Le contenu est le meilleur facteur de promotion d'un site, <http://membres.lycos.fr/davideichholtzer/>

Organisation du contenu : ici nous analyserons la logique d'organisation du contenu, la manière dont il est disposé dans la page d'accueil et sur le reste du site. Si nous nous intéressons autant à la page d'accueil (aussi appelée « home page » ou « page d'index ») c'est parce qu'elle est la page la plus importante d'un site car c'est celle vers laquelle on pourra revenir à partir de toutes les pages du site.

De plus, comme le souligne Van Lancker « c'est elle qui, par son attrait, incite l'internaute hésitant [à visiter le site de manière plus approfondie et à le revisiter]. C'est dire toute l'importance que l'on accorde à la conception et à la réalisation de cette page. [...] Sa conception retient toutes les lignes de force de [la] réflexion préalable à sa construction et rejoint en contenu, visuel et fonctionnel les objectifs et le public visé par le site » ⁴⁸. En outre, la page d'accueil doit, par sa structure et la cohérence de son organisation, faciliter l'accès et l'appréhension des informations.

En général, une page d'accueil comprend deux parties distinctes ⁴⁹ : une partie institutionnelle et une partie connexe. Sur certains sites ces deux parties font l'objet de deux pages d'accueil distinctes ⁵⁰.

La partie institutionnelle, que nous appellerons le contenu passif, présente le site, son nom ou son titre, ses missions et sa description. Dans les quotidiens électroniques elle peut être l'occasion de présenter le groupe auquel le journal appartient.

La partie connexe, que nous désignerons sous le terme de contenu actif, est l'élément de différenciation du site qui doit donner envie aux internautes de revenir. Lorsqu'elle est bien conçue, cette partie inclut un sommaire (détaillé ou synthétique) qui donnera une vue d'ensemble du contenu et amorcera les outils de navigation, un élément visuel (logo, image, icône symbolique) pour l'aspect attractif, le nom de l'auteur et un lien vers son adresse électronique, et la date de réalisation ou de dernière mise à jour.

⁴⁸ VAN LANCKER L., *Architecture d'un site web*, La page d'accueil, <http://www.ccim.be/ccim328/archi/paccueil.htm>

⁴⁹ *Webmarketing : comment créer du trafic sur son site internet*, 4. 1 Elargissement du contenu, <http://membres.lycos.fr/davideichholtzer/>

⁵⁰ BRESSON J. s'intéresse particulièrement à cette question dans *Grille d'analyse d'un site web*, 2. 2 La page d'accueil : premières impressions, http://www.reims.iufm.fr/ressources_pedagogiques/produits/analyse_site.pdf

Liens vers d'autres sites : la présence de liens, qui permettent de croiser les informations disponibles avec celles contenues sur d'autres sites, fait partie des éléments qui confèrent plus de crédit au contenu : « sans aller jusqu'à tenir pour meilleur [le site] qui crée le plus de liens, il semble qu'[un site] qui fait vivre ses informations en les reliant avec d'autres aura une démarche plus fiable que celui qui fournit des informations que rien n'authentifie» ⁵¹.

Dans cette section nous vérifierons si le site offre un résumé de chacun des liens, le cas échéant nous les évaluerons pour être sûre qu'ils sont pertinents, fiables et opérationnels. Cette évaluation permettra également de savoir si les intitulés des liens respectent les titres des pages auxquelles ils renvoient.

Mise à jour : on s'intéressera à la mise à jour régulière des informations car elle révèle si le contenu est dynamique, actif, et vivant, des qualités qui stimulent les visiteurs du site. « En effet, un internaute qui trouvera une information similaire deux semaines de suite ne reviendra pas sur le site et ce dernier aura perdu un visiteur » ⁵². La fréquence de la mise à jour dépendra du type de site sur un site d'information elle doit être au moins quotidienne.

Accès aux documents : il peut arriver que l'accès au contenu d'un site soit plus ou moins restreint c'est-à-dire protégé par un mot de passe ou uniquement accessible aux personnes ayant déjà ouvert un compte d'utilisateur du site. Une telle précaution est souvent visible sur les sites commerciaux mais on la trouve également sur des quotidiens en ligne. Elle permet aux visiteurs les plus fidèles, c'est-à-dire ceux qui créent du trafic sur le site, de bénéficier de certains avantages en exclusivité.

Langues : ici il s'agira de tester l'accessibilité du point de vue de la langue dans laquelle le site est édité. Sur le réseau mexicain les journaux électroniques sont en espagnol, ce qui est logique car il s'agit d'abord de cibler la population mexicaine. Mais de nombreuses autres personnes, simples flâneurs ou visiteurs à la recherche d'informations et probablement originaires d'une multitude de pays, passent par ces sites.

⁵¹ *L'exploitation d'un site, Vérifier les informations*, <http://users.skynet.be/ameurant/francinfo/validite/exploiter.html>

⁵² *Webmarketing : comment créer du trafic sur son site internet*, 4. 2 La mise à jour, <http://membres.lycos.fr/davideichholtzer/>

Pour un site d'information ne privilégier qu'une langue peut non seulement être un frein pour les internautes qui ne sont pas familiarisés avec cette langue et souhaitent cependant accéder à un maximum d'informations, mais prive également le site concernés d'un grand nombre de visiteurs. Un contenu disponible en plusieurs langues est donc souvent un avantage non négligeable qui contribue à l'accessibilité des informations et par conséquent à rendre le site plus populaire.

Illustrations/animations : dans cette sous-section nous répertorierons les divers types d'illustrations/animations qui apparaissent dans le site (photos, dessins, logo, animations flash...) et leur emplacement. Nous veillerons à déterminer si le site arbore un logo clairement visible et qui permet de l'identifier tout de suite.

Si nous mettons l'accent sur la présence ou pas d'un logo c'est qu'à l'instar d'une entreprise, un site doit pouvoir être reconnu tout de suite par l'internaute car un logo est un condensé de l'image du site, il résume son contenu et son design, et permet de faire passer le message du site instantanément.

b) NAVIGATION

La navigation vient en complément du design et du contenu. Le système de navigation d'un site web est le système qui organise les liens utilisés pour passer d'une page à l'autre. Cette section contient cinq sous-sections.

Type de parcours : cette sous-section sera dédiée à l'étude du parcours de navigation. Ce parcours peut être considéré comme un chemin que l'internaute doit suivre pour accéder à l'information. Pour être efficace, un site doit proposer une navigation intuitive et cohérente.

Par navigation intuitive on sous entend qu'elle doit être *simple à comprendre, facile à mémoriser, et offrir des parcours adaptés aux différents types de visiteurs*⁵³. Ainsi, les internautes doivent faire un minimum d'efforts pour se repérer dans le site et trouver les informations qu'ils recherchent. Car si l'information est de qualité mais trop difficile d'accès, beaucoup iront consulter d'autres sources.

⁵³DEMAZIERE E. , *Conception, suivi et animation d'un site web associatif*, 3. Les éléments de l'architecture, 3. 3 Navigation intuitive et adaptée, http://www.vn.refer.org/vietn_ct/uvf/sources/serveurs/3_3.html

Un parcours de navigation cohérent permet de savoir où l'on se trouve quelle que soit la page par laquelle on arrive sur le site : beaucoup de visiteurs, après une recherche par un moteur de recherche, arrivent sur un site en tapant l'URL obtenu, qui peut être celui d'une page intérieure. Ils s'attendent à savoir immédiatement sur quel site ils sont, à repérer facilement les choix de navigation qui leurs sont offerts, et à distinguer clairement les zones dédiées au contenu actifs à celles destinées au contenu passif ⁵⁴.

Un parcours de navigation peut être explicite ou caché. Un parcours de navigation explicite permet d'identifier dès la page d'accueil comment est organisé le contenu, quelles sont les différentes options et liens de navigation ⁵⁵. Quand le parcours est caché tout le contenu n'est pas accessible de la page d'accueil. La page d'accueil conduit à des pages secondaires qui à leur tour donnent accès à des sections plus détaillées.

Outils d'orientation et de navigation : Ce sont les outils dont disposent les visiteurs pour se déplacer et s'orienter dans un site. Il est essentiel que les utilisateurs soient toujours capables de revenir à tout moment vers la page d'accueil ou vers les principaux points de navigation (les barres de navigation). Car lorsqu'un visiteur se perd il y a peu de chance qu'il désire à nouveau consulter le même site.

Il y a plusieurs types d'outils d'orientation et de navigation les premiers relèvent de la navigation fonctionnelle, les seconds de la navigation contextuelle ⁵⁶.

La navigation structurelle (fonctionnelle) concerne les liens qui seront invariants tout au long du site, qui servent de repère permanents à l'internaute tels que la barre de navigation, les boutons « précédent », « suivant », « sommaire » ou « accueil ».

La barre de navigation est un élément fondamental, elle joue plusieurs rôles importants dans l'usabilité d'un site, en particulier lorsqu'un internaute arrive sur un site par une page isolée. Si cette page ne possède pas ses propres éléments de navigation, l'internaute ne pourra pas

⁵⁴ *Vue d'ensemble de l'ergonomie sur Internet*, <http://sznajderman.developpez.com/articles/ergonomie>
DEMAZIERE E. , *Conception, suivi et animation d'un site web associatif*, 3. Les éléments de l'architecture, 3.3.1 Ou suis-je ?, http://www.vn.refer.org/vietn_ct/uvf/sources/serveurs/3_3.html

⁵⁵ TARDIEU C., *L'ergonomie d'un site internet*, 3. Navigation, 3.3. Recherche et accès facile à l'information, <http://perso.wanadoo.fr/cybermarketing/Ergonomie.htm>

⁵⁶ *A quoi sert le graphisme sur le web*, Le design graphique: source d'ergonomie, www.veblog.com/fr/2000/1122-graphismeweb.html
Barre de navigation: faut-il les jeter?, <http://www.veblog.com/fr/2001/0223-navbars.html>

visiter le reste du site. En outre, grâce à ses liens explicites, la barre de navigation permet au visiteur de savoir tout de suite ce qu'il y a à voir dans les autres parties ou dans les autres pages du site. De plus, grâce à des liens qui changent de couleur lorsqu'on les a visités, la barre de navigation permet au visiteur de savoir ce qu'il a déjà vu et ce qui lui reste à voir. Enfin, la barre de navigation conserve le lien vers la page dans laquelle le visiteur se trouve. Elle permet ainsi à l'internaute de savoir où il se situe.

La navigation contextuelle ⁵⁷ est en rapport avec le contenu. Elle inclut par exemple les ascenseurs qui se situent au bord de la page et permettent de remonter au début de la page, et les sommaires internes qui permettent de connaître le contenu des pages secondaires.

Ces outils de navigation qui se retrouvent de pages en pages contribuent aussi à créer l'identité graphique du site⁵⁸. Cette idée est liée à celle de l'uniformité de la navigation, avec un menu de gauche qui sera toujours identique, quelle que soit la sous-page sur laquelle on se trouve, afin de permettre à l'internaute de toujours se situer sur le site.

Outils indexant le contenu : dans cette sous-rubrique nous chercherons à répertorier les différents « outils de secours » du site c'est à dire les fonctionnalités qui viennent en aide aux visiteurs du site soit dans leur recherche d'information, soit dans l'accès aux différentes parties du site. Parmi ces outils figurent les moteurs de recherche internes qui permettent au visiteur du site d'affiner la recherche d'une information si le menu général ne leur paraît pas assez explicite.

Enfin, le lien couramment appelé « foire aux questions » ou FAQ offre tout un ensemble de réponses aux problèmes auxquels les visiteurs sont le plus souvent confrontés (problèmes d'accès à une page, problèmes de téléchargement, mode d'emploi d'une rubrique, etc)⁵⁹.

Interactivité : Par interactivité nous entendons le rôle que la fonction et la structure du site assignent au visiteur : sur un site le visiteur peut n'être qu'un passant (interactivité de navigation) c'est à dire qu'il n'intervient en rien sur le contenu du site, il ne fait que consulter des informations, ou acheter et s'en va. A l'inverse, le visiteur peut être acteur de sa propre

⁵⁷ Barre de navigation : faut-il les jeter ?, <http://www.veblog.com/fr/2001/0223-navbars.html>

⁵⁸ L. VAN LANCKER, *Architecture d'un site web*, Outils de navigation, <http://www.ccim.be/ccim328/archi/outils.htm>

⁵⁹ VR architecte.net, *Un menu typique*, Les liens contextuels, <http://www.vrarchitect.net/ManyPage/navigation.en.html>

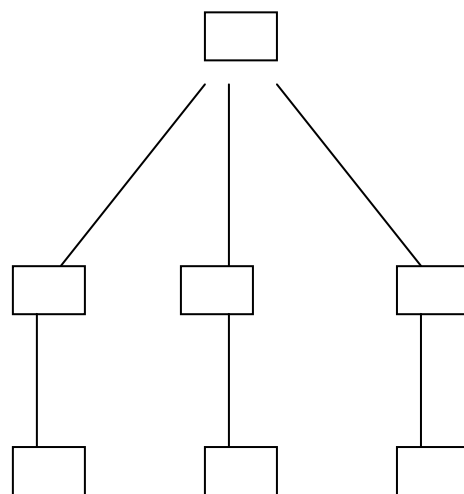
navigation (interactivité de contenu) quand il dispose d'outils lui permettant d'enrichir le contenu, de donner son avis, de communiquer avec d'autres utilisateurs du site, etc⁶⁰.

Structure : le but d'une bonne structure est de fournir l'information souhaitée en un minimum d'étapes et donc de temps. Pour autant que des normes existent en la matière, on parle de la « règle des 3 clics » selon laquelle toute information d'un site doit être disponible en 3 clics de souris maximum⁶¹.

Ici nous nous pencherons donc, sur l'arborescence des répertoires, c'est-à-dire *l'organisation physique des fichiers qui constituent le site web ; un répertoire étant un fichier contenant d'autres fichiers, ayant en principe une destination ou thématique commune*⁶². Pour l'étude de notre quotidien numérique nous nous intéresserons à deux types de structures

➤ La structure hiérarchisée

Figure 15 : La structure hiérarchisée



La structure hiérarchisée ou pyramidale est une des meilleures façons d'organiser des blocs d'informations complexes. Ce schéma d'organisation centralisée s'adapte particulièrement

⁶⁰G. ZAUGG, Dispositif de communication éducative médiatisée, *Les médias et l'interactivité sur internet*, http://tecfa.unige.ch/etu/riat140/etu0001/zaugg/recherche/medias_interactivite.html

⁶¹ Projet webmaster PHP, *Navigation et arborescence*, Arborescence des répertoires, http://phortail.org/articles_pwm-pg4-item0027.html

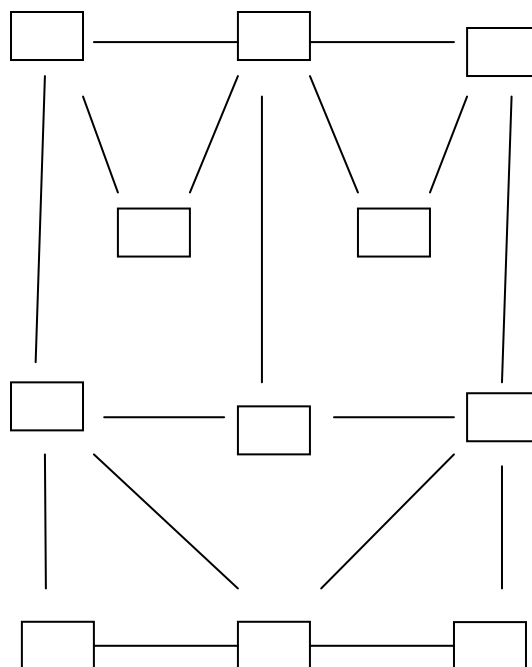
⁶² Idem

bien aux portails dans lesquels les différents thèmes abordés dépendent d'une seule et unique page (la page d'accueil).

En outre, les utilisateurs sont souvent familiarisés avec les diagrammes hiérarchisés comme les organigrammes et trouveront la métaphore facilement compréhensible pour les aider dans leur navigation.

➤ La structure en réseau

Figure 16 : La structure en réseau



La structure en réseau s'adapte parfaitement aux sites spécialisés, destinés à des utilisateurs en quête d'enrichissement ou de perfectionnement plutôt qu'à la compréhension basique d'un sujet.

Chaque visiteur parcourra le site de façon unique selon ses propres intérêts et sa propre démarche vers l'information, sans avoir l'impression d'être dirigé. Ce type de structure

exploite la pleine puissance des liens vers des informations à l'intérieur du site et vers des informations situées dans d'autres sites de la toile.

c) PRESENTATION VISUELLE

Il ne faut surtout pas réduire la présentation visuelle à la présence d'illustrations. On entend ici par présentation visuelle tous les éléments participant à l'impression visuelle laissée par le site au sens large (*gabarit*⁶³ général des pages, présence d'illustrations statiques ou animées, design de la navigation, couleurs, fond de page et bordures, polices...).

Illustration et animations :

Cette sous-section sera consacrée à la description des illustrations et animations présentes sur le site. Nous nous intéresserons à leur typologie et à leurs fonctions, à leur forme, à la place qu'elles occupent sur la page, leur pertinence, etc. Dans un souci de précision, il nous paraît pertinent de développer ci-dessous tous ces thèmes.

Une des catégories d'images que nous retrouverons sur notre site comprend les icônes, les logos, les liens actifs qui sont des images composant le graphisme et qui servent de support et de repère à la navigation⁶⁴. Lorsqu'elles sont similaires sur chaque page, elles permettent à l'internaute d'identifier le site sur lequel il se trouve (logo du site par exemple).

Il faut garder à l'esprit qu'une affluence d'icônes ou de symboles inutiles brouille le message et instaure la confusion dans la navigation. Cette confusion vient du fait de savoir si l'image comporte ou non un lien et si ce lien s'inscrit dans la suite logique de la navigation⁶⁵.

Les animations *flash*, javascript, les *gifs* animés, etc qui ont un but décoratif et attractif constituent une autre catégorie. Pour être efficaces, ces animations doivent être symboliques afin de conférer un sens et une homogénéité au site.

⁶³ Le gabarit, aussi nommé template et layout, est une mise en page préformatée, vide de contenu, qui sert de modèle pour la structure des pages d'un site internet. <http://aide.meabilis.fr/glossaire/g/definition-gabarit.html>

⁶⁴ ZAUGG G., Dispositif de communication éducative médiatisée, *Structure et récurrences dans un site web (normes et ergonomie du web)*, 3. Le graphisme, l'iconographie et les images, <http://tecfa.unige.ch/etu/riat140/etu0001/zaugg/recherche/structure.html>

⁶⁵ *A quoi sert le graphisme sur le web?*, 3. Le côté obscur du design graphique : source de perturbation, 3.3 Les images non compréhensibles ou induisant en erreur, www.veblog.com/fr/2000/1122-graphismeweb.html

La dernière catégorie est celle des images illustratives (photos, dessins) qui accompagnent un texte. Elles sont un plus quel que soit le type d'image utilisée, car elles permettent soit de clarifier une idée, soit de l'illustrer.⁶⁶

Il faut de plus noter que les internautes ont tendance à moins lire les textes s'ils sont en présence d'images. Ainsi, un site trop ou mal illustré risque de faire passer l'internaute à côté de l'information.

Texte : dans cette sous-section nous étudierons la place qu'occupe l'écrit dans le site. Par écrit nous entendons la partie rédactionnelle par opposition aux illustrations et animations.

La plupart des personnes qui naviguent sur internet sont pressées et il est indispensable de garder à l'esprit que ce média ne se prête pas aussi bien à la lecture que les journaux ou les magazines papiers.

Ici plus qu'ailleurs, il faut savoir s'adresser à chaque personne selon son niveau d'intérêt, faciliter la lecture des pages en offrant un texte clair, aéré et hiérarchisé.

Nous citerons ci-dessous quelques éléments⁶⁷ dont la présence ou l'absence nous permettra d'évaluer le contenu rédactionnel :

- Texte rédigé de manière factuelle car les internautes recherchent avant tout la crédibilité de l'information et préfèrent aller directement au fait.
- Article précédé d'une amorce d'introduction qui en résume le contenu, afin de capter l'attention des visiteurs intéressés qui vont décider par eux-mêmes de continuer à lire ou pas.
- Version imprimable des articles, disponible sur une seule page pour faciliter la consultation «off-line».
- Paragraphes courts traitant chacun d'une idée. Si un visiteur doit lire le texte sur un écran, il aura besoin de «respirer» à intervalles réguliers. Un visiteur sera plus enclin à

⁶⁶ *A quoi sert le graphisme sur le web?*, 2. Quand le design graphique donne plus de force au contenu, www.veblog.com/fr/2000/1122-graphismeweb.html

⁶⁷ Idem

commencer la lecture s'il se rend compte dès le premier instant que le texte est bien structuré et aéré.

Fond de page :

Le fond de page est l'arrière plan de la page sur lequel se détachent le texte et les illustrations qui composent le contenu du site. En général, le fond de page est uniforme, ce qui ne veut pas dire qu'il doit être unique. En effet, un site peut avoir un fond de page différent pour chaque rubrique, afin de les distinguer, mais le style doit rester uniforme pour permettre à l'internaute de savoir avec certitude qu'il est toujours sur le même site.

Notons qu'un des éléments qui participent habituellement à l'animation de la plupart des fonds de page est la bannière publicitaire.

La bannière publicitaire est la plus ancienne forme de publicité sur Internet. Il existe plusieurs formes de bannières :

- La bannière classique : 468 x 60 pixels. Elle est de moins de 15K
- Les petits boutons et petits formats : 120 x 90 - 125 x 125 - 88 x 31 - 120 x 60 pixels
- La bannière verticale : 120 x 240 pixels
- Les skyscrapers

Mais il n'y a pas que la forme qui varie dans une bannière, il y a aussi le format technologique⁶⁸. On en distingue plusieurs (JPEG, GIF, Flash, HTML) mais celui que nous rencontrerons sur notre site est le format Flash.

Le format Flash est né de la Technologie de Macromedia apparue voici quelques années, aujourd'hui c'est un format devenu standard et lu par tous les nouveaux navigateurs. Ce format a la particularité d'offrir une meilleure qualité graphique que le GIF, avec une animation beaucoup plus fluide, et la possibilité d'inclure des sons. Les bandeaux en flash peuvent être « clicables » à plusieurs endroits et diriger l'internaute sur le site de l'annonceur à plusieurs adresses différentes.

⁶⁸ Les abréviations JPEG, GIF, HTML et Flash sont détaillées en annexe

Couleurs :

La couleur est un des outils les plus importants en matière d'habillage de site, elle met en valeur le contenu et participe à la construction de l'identité du site au même titre que le logo. Ici plus qu'ailleurs, l'assemblage des couleurs est un élément capital mais reste difficile à réussir car, lorsqu'elles sont juxtaposées, les couleurs jouent des tours à l'œil : dès qu'elles sont assemblées, elles semblent changer.

Sur internet, l'association des couleurs obéit à un usage qui veut que les couleurs choisies correspondent au domaine traité par le site.⁶⁹ Cette conception fortement inspirée du monde de la publicité véhicule l'idée selon laquelle chaque couleur a une histoire et se marie mieux avec tel ou tel contenu (ou thématique). Nous développerons cette idée dans les lignes qui suivent en expliquant pour chaque couleur contenue dans la charte graphique de *La Crónica de Hoy* pourquoi elle est associée à telle ou telle thématique.

Blanc : L'image du blanc est si positive qu'elle prête à l'ironie. Ainsi, la magie blanche et les mensonges blancs sont inoffensifs, le drapeau blanc signifie la reddition, etc⁷⁰. Dans de nombreuses cultures, des vêtements blancs constituent la tenue des prêtres et symbolisent la pureté, la foi et la vérité, mais aussi la sagesse.

Le blanc, le mélange parfait de toutes les couleurs du spectre lumineux, la luminosité maximale et symbolise l'union et la fidélité, la compassion, l'ouverture aux autres. Par conséquent, le blanc est une couleur qui se marie avec toutes les thématiques et permet de mettre en valeur les autres couleurs par contraste. Pourtant le blanc comporte aussi en symbolique des traits négatifs, en premier lieu parce qu'il rappelle la froideur, le silence, la pâleur de la mort et souffre d'une certaine inhumanité⁷¹.

Gris : union de deux couleurs le gris va d'un extrême à l'autre, couvrant toute la surface entre le noir et le blanc⁷². Du blanc le gris a gardé l'efficacité et la neutralité, c'est pourquoi il suggère la sagesse, une pensée clairvoyante. Du noir il tient sa sobriété et une connotation

⁶⁹ MILON M. , *Ergonomie des interfaces web*, Choix des couleurs, <http://www.int-evry.fr/dsi/enseignement/ergo/couleurs.htm>

⁷⁰ PASTOUREAU M. *La couleur : nature, histoire et décoration*, 1993, Temps apprivoisé, p. 178

⁷¹ M-F. CYR, université du Québec (Montréal), *Psychologie des médias visuels*, 1. Psychologie des couleurs et des formes, <http://www.er.uqam.ca/nobel/k23421/psycho.html>

⁷² PASTOUREAU M. *La couleur : nature, histoire et décoration*, 1993, Temps apprivoisé, p. 178

artistique voir de modernisme qui est particulièrement apprécié des sites dédiés au design et à la photographie.

Noir : le noir est l'état le plus sombre de la couleur. Il est au même titre que le blanc une couleur qui symbolise l'absolu : elle absorbe toutes les autres couleurs. Un caractère de mauvais présage est inhérent à cette couleur et la plupart des associations liées au noir sont négatives (liste noire, marché noir, série noire, etc) car il représente l'inconnu, trait qu'il a en commun avec la nuit, les ténèbres et la mort⁷³.

Paradoxalement, c'est aussi la couleur qui évoque le processus de la combustion, prélude à la régénération et à ce titre elle renferme une idée de résurrection, d'éternité, de puissance inépuisable et mystérieuse⁷⁴. Symbole d'austérité et de rigueur, le noir ramène toujours à la réalité et exclut l'illusion. La solidité, la stabilité, et le respect sont également des valeurs traditionnellement attribuées à cette couleur⁷⁵. Elle renferme une idée de « valeur sûre » qui séduit surtout le monde du cinéma, de l'art, de la culture.

Rouge : les attributs du rouge sont presque tous des superlatifs. Le rouge possède la plus grande longueur d'onde et la plus faible énergie de toutes les lumières visibles. Parmi les couleurs chaudes c'est la plus chaude et celle dont la longueur d'onde est la plus proche de l'infrarouge, qui produit une réelle sensation de chaleur. C'est la couleur la plus rapidement perçue par l'œil, et celle qui possède le plus grand impact émotionnel⁷⁶.

En général, les diverses significations du rouge commencent par son association la plus frappante, le sang. On assimile le rouge au cœur, à toutes les formes de vitalité et de puissance, à la chair et à l'émotion.

A l'instar du noir, le rouge peut être ressenti comme une couleur repoussante et importune. Cette couleur possède des significations symboliques différentes et parfois même opposées. Le rouge représente la joie de vivre, l'action, la passion, l'optimisme, la vigueur mais a aussi

⁷³ PASTOUREAU M. *La couleur : nature, histoire et décoration*, 1993, Temps apprivoisé, p. 178

⁷⁴ BILIK Y., *Les couleurs nous parlent*, <http://www.dynalum.com/dico/symbolisme-couleurs.htm> article tiré de son site consacré à la couleur : www.pourpre.com

⁷⁵ PLANTE L. et BUISSON J., *Théorie de la couleur*, 1. Symbolique de la couleur, <http://www.paintcafe.com/fr/couleur/langage/symbolique/index.asp>

⁷⁶ PASTOUREAU M. *La couleur : nature, histoire et décoration*, 1993, Temps apprivoisé, p. 186

valeur de l'interdit. Le rouge est aussi bien un signe d'amour que de guerre et représente aussi bien la couleur de la vie que celle de l'agressivité et de la mort⁷⁷. Ainsi le danger, l'action et l'émotion qui lui sont très fortement associés font d'elle la couleur phare des médias et de la publicité.

Longueur des pages : dans cette sous-section, nous évaluerons la longueur moyenne des pages, un critère essentiel à la lisibilité.

En effet, si l'on se réfère aux propos de Christian Bastien dans *Quelques recommandations pour la rédaction de contenus Web* : « [...] les internautes ne semblent pas aimer le défilement des pages longues. Cela implique que les contenus doivent être courts et bien organisés, l'information importante devant être présentée en haut des pages »⁷⁸.

Etant donné la diversité des écrans et de leurs dimensions, il est assez difficile de déterminer de façon définitive quand un texte peut être considéré comme long. Pour contourner cette question, la longueur généralement préconisée par les ergonomes ne doit pas dépasser trois feuilles A4.

Rapport illustration/texte : il nous a semblé pertinent de nous intéresser au rapport entre les illustrations et le texte qui les accompagne. D'abord parce que nous cherchons à déterminer si ce rapport a un effet sur l'apparence des pages, ensuite parce qu'il pourrait nous permettre de déduire la fonction des illustrations (illustrative ou informative ?) et pourquoi pas, de la renforcer.

Différentes sortes de rapports sont envisageables quand l'image fonctionne en antiphrase avec le texte. De toutes façons, dans le rapport texte/image il subsiste toujours *une rupture liée à deux modes de lecture opposés : linéaire, en mouvement, pour le texte ; global pour l'image qui nécessite un temps de contemplation, de pause*⁷⁹. Pour le lecteur, un double décryptage est nécessaire : sémiotique d'une part (pour l'image : interprétation des signes visuels) et herméneutique d'autre part (pour le texte : interprétation des signes textuels).

⁷⁷ Y. BILIK, *Les couleurs nous parlent*, <http://www.dynalum.com/dico/symbolisme-couleurs.htm> article tiré de son site consacré à la couleur : www.pourpre.com

⁷⁸ *Présenter des textes longs sur le web : la lecture facile à l'écran*, <http://www.uzine.net/article1738.html>

⁷⁹ ROSSIGNOL M-F., *Etude de l'image*, Rapport image / texte, I. Image et légende, http://www.ac-creteil.fr/lettres/pedagogie/lycee/terminale/nadja_yeux.htm

Les deux rapports que nous nous attacherons à rechercher sont la rupture (ou tension) et la complémentarité :

- Rapports de tension, rapport de force

Ce rapport s'établit quand l'image gouverne le texte : la légende se situe au-dessous de l'illustration ou de l'animation. Celle-ci elle se donne à voir avant le texte. Elle fait concurrence au texte, qui dit autre chose que l'image.

- Rapport de complémentarité

Ici la légende remplit une fonction d'ancrage et décrypte une partie de la valeur dénotative de l'image.

d) MULTIMEDIA

Il est très courant de rencontrer sur un journal électronique des éléments multimédia (vidéo, son...). Bien qu'ils ne semblent pas jouer un rôle primordial dans la compréhension du contenu strictement informationnel, ils contribuent tout de même à la mise en valeur d'un site.

Type de documents :

Les trois types d'images qui ont été décrites dans la sous-section consacrée aux illustrations et animations sont des images statiques, mais il existe également des images « mobiles », c'est le cas des fichiers vidéo qui peuvent être inclus sur un site. Le son peut également figurer sur internet, au même titre que les images et le texte. Ce sont en général des bruitages ou de la musique, le son servant à créer une ambiance ou à illustrer.

« [...] La contrainte que l'on rencontre avec les documents multimédias est la même que celle décrite plus haut, à savoir qu'ils ne doivent pas être indispensable à la navigation ni rendre les

pages trop longues à charger. [...] La présence de fichiers multimédias à l'avantage de rendre le site plus attractif et dynamique »⁸⁰

e) ACCESSIBILITE

Par accessibilité nous entendons ici le positionnement sur internet du site. Nous noterons s'il est bien référencé, c'est-à-dire la place qu'il occupe dans les moteurs de recherches.

Compatibilité avec l'environnement de navigation :

En nous attardant sur la compatibilité avec notre environnement de navigation, nous tenterons d'évaluer si le site est lisible directement ou s'il nécessite un logiciel ou une application particulière. Evidemment, ces applications/logiciels nécessaires doivent être proposées au téléchargement sur le site ; dans le cas contraire, un tel manquement ne peut que nuire au trafic.

Présence dans les principaux annuaires et moteurs de recherche :

Nous évaluerons la qualité du référencement en notant si le site est régulièrement cité dans les annuaires et les moteurs de recherche (Google, yahoo, Lycos...).

⁸⁰ G. ZAUGG, Dispositif de communication éducative médiatisée, *Structure et récurrences dans un site web (normes et ergonomie du web)*, 3. Le graphisme, l'iconographie et les images, <http://tecfa.unige.ch/etu/riat140/etu0001/zaugg/recherche/structure.html>

f) COMMENTAIRE ET CONCLUSION

Cette section nous permet de faire un bilan de tous les éléments étudiés, de les commenter, et de donner notre opinion en tant que visiteur du site. Ainsi nous reviendrons brièvement sur :

- Le contenu informationnel qui doit être clair, varié, et en quantité suffisante. Ce qui nous permettra de déterminer le public visé (grand public).
- L'homogénéité graphique qui est le gage d'une présentation visuelle harmonieuse et d'une bonne identification visuelle du site.
- Le contenu graphique et textuel qui doit être utile et pertinent par rapport au nom du site, à son thème, à sa description, aux mots clé utilisés pour sa recherche sur un moteur de recherche, etc. Nous relèverons tout élément qui nous paraîtra hors sujet.
- La structure du site et son organisation qui doivent être efficaces et adaptées à l'objectif du site.
- Les outils d'orientation et de navigation qui doivent être simples à utiliser.
- L'impression générale laissée par le site en spécifiant ce qui à éveiller notre intérêt et nous donne ou pas envie de revenir.

2- La *Crónica de Hoy* comme entité de contenu

Nous faisons figurer ci-dessous les résultats que nous avons obtenus une fois que les champs de la grille ont été remplis.

Tableau 7 : Grille de lecture de la Cronica de Hoy

Nom du site /page web : *La Crónica de Hoy*

Adresse URL : www.cronica.com.mx

Concepteur :

CONTENU
Identification : journal d'information générale appartenant à Kawaghi, articles de presse, dépêches, articles d'opinion, services, publicités
Organisation du contenu : contenu passif (institutionnel) est contenu sur une page réservée à l'intérieur du site et résumé au dessus du logo (noms et fonctions des responsables du journal), le contenu actif est largement plus répandu.
Liens vers d'autres sites : pas de liens vers d'autres sites d'information, ou agences de presse, juste des liens promotionnels pour des offres commerciales (produits publicitaires, logiciels, moteurs de recherche)
Mise à jour : quotidienne
Accès aux documents : restreint uniquement pour les versions PDF de la Une papier
Langue : espagnol (site accessible uniquement aux hispanophones)
Illustrations / animations : photos, animations flash, dessin
navigation
Type de parcours : explicite, intuitif, facile à comprendre
Boutons d'orientation et de navigation : deux barres de navigation (une pour les articles d'information et une pour les services) toujours visibles, liens permanents vers les articles les plus lus dans un menu à droite. La navigation est très rigide, dans certaines sections impossible de sortir (forum, galerie photos, les barres disparaissent) on doit utiliser les outils du navigateur pour revenir à la page d'accueil
Outils indexant le contenu : moteurs de recherche, archives

Interactivité : faible interactivité de contenu (forum, petites annonces : le lecteur ne peut agir sur le contenu) et de navigation (consultation des articles)
Structure : hiérarchisée avec cependant possibilité de passer d'une section à l'autre sans revenir en page d'accueil (combine la hiérarchisation et le réseau)
présentation visuelle
Illustrations et animations : chaque article de la une a une photo, le reste sont des images publicitaires une animation flash au dessus des barres de navigation, petit logo de la une papier en haut à droite s'agrandit quand on passe dessus. La section « fotogaleria » est réservée à des photos d'actualité(plus de 350) réparties dans 38 catégories
Texte : titres noirs en gras (liens actifs), textes en gris ou noir, en rouge quand il s'agit de bouton pour renvoyer à un page détaillée ou de préciser l'heure de la dépêche
Fond de page : généralement blanc, parfois gris
Couleurs : rouge, blanc, noir, gris
Longueur des pages : deux pages A4
Rapport illustration / texte : texte omniprésent même les publicités sont des hypertextes, quand il y a une photo elle est mise en avant (grand format, en couleur, de bonne qualité, légende en dessous en petite taille)
multimedia
Type de document : aucun
ACCESSIBILITE
Compatibilité avec l'environnement de navigation : bonne
Présence dans les principaux annuaires et moteurs de recherche : forte présence d'annonces pour google, plusieurs liens dans le site vers google.
commentaire et conclusion navigation parfois rigide multimédia pas assez développé hypertextualité satisfaisante site en cours de mutation vers portail d'information

a) LE CONTENU

➤ L'organisation du contenu et le rubriquage

La thématique de www.cronica.com.mx est l'information d'actualité. En tant que quotidien électronique, son but est d'informer mais aussi de divertir. Le contenu est donné sous forme d'articles factuels, d'articles d'opinion, de photos, et de dessins répartis sur la page d'accueil et dans les rubriques. Les émetteurs sont journalistes, le site est donc crédible.

Nous présentons ci-dessous la page d'accueil du site. L'organisation du contenu y est claire. Le logo du journal, la date du jour, et les noms de ses dirigeants, visibles tout au long du site, figurent en en-tête. La partie institutionnelle du site est réduite au maximum : elle se résume à un listing des différents collaborateurs du journal dans une page intérieure. En dessous sont disposées deux barres de navigation : l'une (en rouge et rose) regroupe les rubriques du journal, et l'autre (en rouge et blanc) les options de services.

Figure 17 : Page d'accueil de *La Crónica de Hoy*



La page d'accueil est divisée en deux dans le sens de la longueur. En haut, un article fait office de « Une », sous la forme d'une amorce de texte accompagnée d'une grande photo, il occupe tout le centre de la page. Cette partie est séparée du reste de la page par « crónica al momento », une rubrique qui regroupe des dépêches et par la rubrique « especial » dédiée aux encarts des publicitaires. Notons que celle-ci n'apparaît sur le site que s'il y a des publicités.

Reconoce Abreu Sierra desventaja en Yucatán 08:41	narcos en Michoacán 08:39 Deplora UNAM paro de actividades 08:01	Lo más leído de hoy 1 Aplausos para Miss Brasil y rechifa para Miss EU 2 Mitofsky: Ivonne con 4 puntos 3 Las incongruencias del príncipe... 4 PRI y PAN cantan victoria; ventaja de Ivonne: PREP 5 A fin de acallar protestas por el cierre de RCTV, Chávez saca versión de complot EU-Colombia para derrocarlo el TOP TEN
Crónica al momento		
China lanzará su primer programa lunar en segundo semestre 2007 08:54 Monta UAM exposición "Bulimia y Anorexia" en metro Candelaria 08:51		
Nacional Si México mantiene su ritmo actual, no alcanzará sus metas: Calderón El presidente Felipe Calderón alertó que si México sigue "al ritmo al que ha venido prosperando hasta ahora, no alcanzaremos nuestras metas", pues no basta el impulso inercial, se deben hacer cambios profundos en la estructura del país. Presentará Calderón el Proyecto Visión 20-30 En sesión pública vía internet y Tv la Corte consulta hoy a expertos de UNAM e IPN sobre aspectos técnicos de la ley Televisa	Mundo Se incendió el famoso velero londinense "Cutty Sark" del siglo XIX El famoso velero "Cutty Sark", una de las principales atracciones turísticas de Londres y considerado el último barco de té del siglo XIX, se incendió hoy en Greenwich, al sureste de esta capital, informó el servicio de bomberos británico. Requiere Bangladesh estrategia a largo plazo contra gripe aviar: FAO Recuerda el Papa matanza de 1994 en Ruanda Destituyen a diputada afgana por comparar el Parlamento con un "establo"	Opinión Pepe Grillo (<i>Pepe Grillo</i>) Mitofsky: Ivonne con 4 puntos En Corto (<i>Guillermo Ortega</i>) El discurso mudo Ricardo Becerra (<i>Ricardo Becerra</i>) La Suprema Corte y la "contrademocracia" Escenario Político (<i>Ubaldo Díaz</i>) Carísima democracia para el país

La deuxième partie contient le reste des titres répartis dans différentes rubriques (nacional, mundo, ciudad, negocios, deportes, espectáculos). A droite, une colonne, qui court tout le long de la page d'accueil, regroupe : « la esquina » où figure l'avis d'un lecteur sur un thème d'actualité, « lo más leído de hoy », une sélection des articles les plus lus, une série d'articles d'opinion sous la rubrique « opinión », une rubrique qui figure déjà dans une barre de navigation, viennent ensuite une enquête d'opinion, et une publicité.

Ciudad

► Cae roba bancos que operaba a través de notas intimidatorias

► Muere sujeto tras ser impactado por un vehículo pesado en Iztapalapa

► Destinará GDF 400 millones de pesos para reparar baches

► Muere joven arrollado tras concierto de rock en Álvaro Obregón

Deportes

► América paga la deuda

© Derrotó 1-0 a Chivas y avanza a la gran final al cobrar venganza de la eliminatoria sufrida en el torneo pasado © Se alistan para recibir al Pachuca

Negocios

► Compran fondos de inversión de operadora Altel por 27 mil 500 mdd

► Abre Bolsa Mexicana de Valores con ganancia de 0.14 por ciento

► Venden dólar en 10.94 pesos

Espectáculos

► Buscará Naomi Campbell ayuda profesional para dominar su cólera

► Britney Spears concluyó gira de miniconciertos por Florida

► Muchas luminarias asistieron a la premier mundial de "Piratas del Caribe"

► Harry Potter estará en sellos postales en Reino Unido

(*Arturo Damm Arnal*)

Crecimiento: ¡a la baja!

• **El Cristalazo (Rafael Cardona)**

La canción del forajido

• **(Rogelio Carbajal Tejada)**

Tres reformas tres

• **Ricos y Poderosos**

(*Marco A. Mares*)

Ocho votos definirán la Lryt

• **Sin Afán de Molestar**

(*Laura Estrada*)

Las incongruencias del príncipe...

[más OPINION](#) 

Encuesta

Día de Internet: ¿Cree que la Red indispensable en su vida?

- ☐ Sí, totalmente
- ☐ Sí, parcialmente
- ☐ No, no lo creo

[Enviar opinión](#)

D'Alessio IROI
International Research Online - Latin

En nous basant sur cette description détaillée, nous avons constaté que la disposition des rubriques nous permettait d'identifier dix « régions » différentes sur la page d'accueil :

1 Région « identification du site »

2 Région « barre-menu »

3 Région « accès libre aux prestations de *Cronica.com.mx* »

4 Région « recherche d'information sur le site »

5 Région principale de la mise en scène des titres composant la «Une »

6 Région « accès libre aux informations fournies par d'autres prestataires »

7 Régions « accès libre aux rubriques composant les suppléments en ligne du journal papier »

8 Région « accès libre aux rubriques principales du journal en ligne »

9 Région « accès libre aux titres les plus pertinents du site selon *La Crónica de Hoy* »

10 Région « accès libre aux articles d'opinion »

Ces zones sont identifiées par leurs numéros sur l'exemple ci-dessous :

Figure 18 : Organisation de la page d'accueil de *La Crónica de Hoy*



Elles peuvent être classées en deux catégories : les régions liées à l'espace de représentation du site et l'espace de représentation de la Une, qui par extension est aussi celui du quotidien papier, les principaux titres étant identiques sur les deux supports (papier et numériques).

Sur la page d'accueil de *Crónica de Hoy* les zones concernant l'espace de représentation du site sont disposées en haut et le long de la bordure droite, la Une du jour et ses articles occupent le reste de la page comme résumé dans la figure 1 ci-dessous.

Reconoce Abreu Sierra desventaja en Yucatán 08:41

narcos en Michoacán 08:39

Deplora UNAM paro de actividades 08:01

Crónica al momento

China lanzará su primer programa lunar en segundo semestre 2007 08:54

Monta UAM exposición "Bulimia v Anorexia" en metro Candelaria 08:51

Lo más leído de hoy

- Aplausos para Miss Brasil y rechiffa para Miss EU
- Mitofsky: Ivonne con 4 puntos **9**
- Las incongruencias del príncipe...
- PRI y PAN cantan victoria; ventaja de Ivonne: PREP
- A fin de acallar protestas por el cierre de RCTV, Chávez saca versión de complot EU-Colombia para derrocarlo

el TOP TEN

Nacional

8

Si México mantiene su ritmo actual, no alcanzará sus metas: Calderón

El presidente Felipe Calderón alertó que si México sigue "al ritmo al que ha venido prosperando hasta ahora, no alcanzaremos nuestras metas", pues no basta el impulso inercial, se deben hacer cambios profundos en la estructura del país.

Presentará Calderón el Proyecto Visión 20-30

En sesión pública vía internet y Ty la Corte consulta hoy a expertos de UNAM e IPN sobre aspectos técnicos de la ley Televisa

Mundo

Se incendió el famoso velero londinense "Cutty Sark" del siglo XIX

El famoso velero "Cutty Sark", una de las principales atracciones turísticas de Londres y considerado el último barco de té del siglo XIX, se incendió hoy en Greenwich, al sureste de esta capital, informó el servicio de bomberos británico.

Requiere Bangladesh estrategia a largo plazo contra gripe aviar: FAO

Recuerda el Papa matanza de 1994 en Ruanda

Destituyen a diputada afgana por comparar el Parlamento con un "establo"

Opinión

Pepe Grillo (*Pepe Grillo*)

Mitofsky: Ivonne con 4 puntos

En Corto (*Guillermo Ortega*)

El discurso mudo **10**

Ricardo Becerra (*Ricardo Becerra*)

La Suprema Corte y la "contrademocracia"

Escenario Político (*Ubaldo Díaz*)

Carísima democracia para el país

Figure 19 : Espaces de représentation organisant la page d'accueil



Nous allons à présent identifier l'organisation générale des rubriques du quotidien. A titre d'illustration nous avons choisis la rubrique « Negocios ». Elle comprend un article mis en avant accompagné d'une photo, une amorce de l'article et les titres des autres articles de la rubrique.

Figure 20 : Rubrique « Negocios » dans *La Crónica de Hoy*

Presidente: Jorge Kahwagi Gastine / Vicepresidente: Jorge Kahwagi Macari / Director Gral.: Guillermo Ortega Ruiz 21 de Mayo 2007 | Año Once

LA CRÓNICA DE HOY

Noticias Nacional Ciudad Mundo **Negocios** Salud Academia Espectáculos Opinión Deportes Cultura

Especiales dEscape Fotogalería Opinión Foros Clasificados Servicios Cartón RSS BÚSCAR Búsqueda Avanzada



► Bajan 3,322 mdd los ingresos por exportación de crudo: Pemex

© En sus indicadores cuatrimestrales reporta captación de divisas por 10,081 millones de dólares © La producción de gas natural aumentó 14% respecto a igual periodo de 2006 08:20

21 - May - 2007
Portada del día en PDF
Versión Impresa

Lo más leído de hoy

- 1 Bajan 3,322 mdd los ingresos por exportación de crudo: Pemex
- 2 Competitividad en México ya tocó fondo: Sojo
- 3 Beneficiará a los usuarios portabilidad numérica
- 4 Ferrovial, principal reordenador del tráfico ferroviario metropolitano
- 5 Déficit de 36 mil empleos en enero-abril: Hacienda

el TOP TEN

[+] Negocios

Ferrovial, principal reordenador del tráfico ferroviario metropolitano
Modernización 2 Con una inversión de 79 millones de dólares, monto no erogado desde que se privatizó el transporte de carga por tren, el nuevo puerto interior en Pantaco contará con bodegas y talleres, pero sobre todo con un sistema de interconexión que facilitará la transportación al país de todas las compañías ferroviarias 00:09

Déficit de 36 mil empleos en enero-abril: Hacienda
© La cifra, comparativa con igual periodo de 2006
© Se crearon 305 mil plazas, afirma la secretaria 00:09

Opinión
• Pepe Grillo (*Pepe Grillo*)

Descarta Slim riesgos por "izquierdización" o "derechización" en América Latina 00:09

Beneficiará a los usuarios portabilidad numérica 00:09

Busca el G-11 aliviar deudas 00:09

De même que sur la page d'accueil, on distingue plusieurs zones à l'intérieur de cette rubrique.

1 Région « identification, résumé, accès au titre le plus important selon *La Crónica de Hoy* »

2 Région « identification, résumé, accès aux titres traités par *La Crónica de Hoy* »

3 Région « accès aux titres les plus pertinents pour cette section selon *La Crónica de Hoy* »

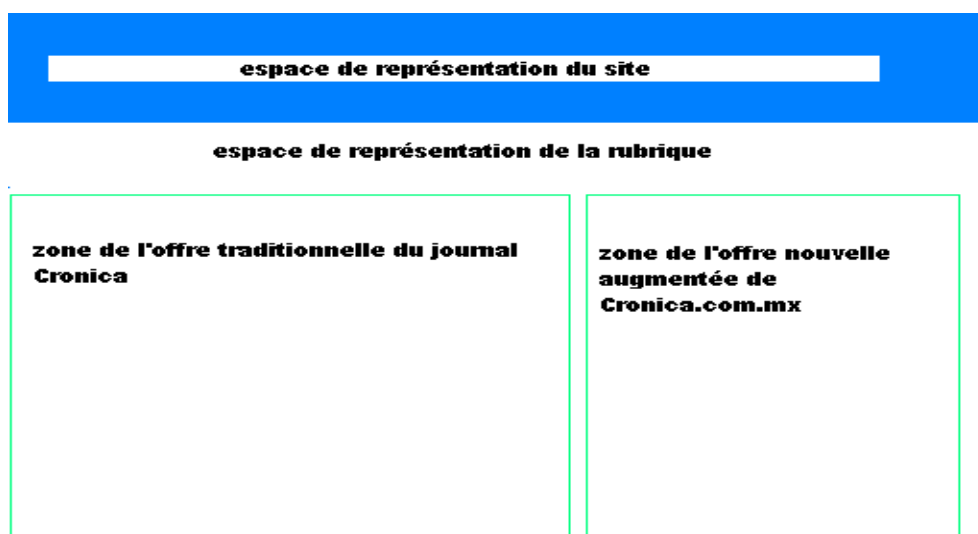
4 Région « accès libre aux articles d'opinion »

Figure 21 : Organisation de la rubrique « Negocios »



Ces zones appartiennent soit à l'espace de représentation du journal, soit à celui de la rubrique. Comme le montre la figure 2 l'espace de représentation de la rubrique se divise en deux avec d'un côté les éléments propres au journal (les articles de la rubriques) et ceux qui sont exclusivement disponible sur le site (les services et les options telles que « lo más leído de hoy »).

Figure 22 : Espaces de représentation organisant les rubriques



Le rubriquage nous permet également de constater que l'hypertextualité est l'essence de ce site. Ainsi, chaque résumé d'article est un lien actif qui renvoie à l'article complet et dont le texte est souligné sous le passage de la souris. Comme ci-dessous, dans la rubrique « Opinión ». Nous constatons que ce n'est qu'en accédant par exemple au texte d'un éditorial de Guillermo Ortega que l'on découvre la photo du journaliste.

Figure 23 : Rubrique « Opinión »

Presidente: Jorge Kahwagi Gastine / Vicepresidente: Jorge Kahwagi Macari / Director Gral.: Guillermo Ortega Ruiz 21 de Mayo 2007 | Año Once

LA CRONICA DE HOY

Noticias Nacional Ciudad Mundo Negocios Salud Academia Espectáculos Opinión Deportes Cultura

Especiales dEscape Fotogalería Opinión Foros Clasificados Servicios Cartón RSS

BUSCAR Búsqueda Avanzada

El discurso mudo

Por: Guillermo Ortega | Opinión Lunes 21 de Mayo de 2007 | Hora de publicación: 00:10



Apremiante
Desde hace varios años se dio a conocer la apremiante situación financiera por la que pasaba el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores del Estado (ISSSTE). Se ha dicho hasta el cansancio que las nuevas cargas que se generaban cada año por concepto de pensiones de los trabajadores, iban deteriorando gravemente las finanzas del instituto, llevándolo lentamente por el camino hacia la extinción. El ISSSTE, ha estado técnicamente quebrado desde hace años y cada mes que transcurre su situación financiera empeora. Las últimas administraciones del instituto no pudieron hacer mucho más que tratar de mantenerlo a flote, mediante la toma de decisiones drásticas en materia de reducción del gasto. La reducción en el cuadro de medicamentos, la parálisis en el crecimiento de la infraestructura, el congelamiento de plazas, servicios deficientes por falta de recursos, son algunos ejemplos de los costos que los trabajadores del Estado han debido pagar por su incredulidad. Aunque todo esto ha sido tomado por las autoridades y el público en general con toda la seriedad que amerita, los beneficiarios directos de los servicios y prestaciones del ISSSTE han insistido en no ver lo evidente, y hacer de cuenta que nada sucede, y conducidos por líderes irresponsables y por intereses partidistas populacheros, se han negado a darle el oxígeno que tanta falta le hace. Esto, como decíamos, lo hemos sabido desde hace tiempo todos los demás, pero da la impresión de que todas las explicaciones sobre la urgencia de reformar la ley, constituyen un discurso mudo, pues los más interesados en conservar sano al instituto no lo escuchan.

Bola de nieve
Aunque lo ideal para el instituto hubiera sido modificar el esquema de retiro de todos los trabajadores, modernizándolo y adecuándolo a las nuevas expectativas de vida de los mexicanos, el gobierno decidió proponer una iniciativa de reforma que no los afectara en lo absoluto. De manera que las modificaciones que fueron aprobadas por el Congreso y que entraron en vigor, sólo tendrán efecto sobre quienes sean

21 - May - 2007
Portada del día en PDF
Versión Impresa

Lo más leído de hoy

- 1 Mitofsky: Ivonne con 4 puntos
- 2 Las incongruencias del príncipe...
- 3 La canción del forajido
- 4 El discurso mudo
- 5 Carísima democracia para el país

el TOP TEN

Les articles sont rédigés dans un style direct et moderne. On peut déplorer le peu d'articles de fond (interviews, reportages, dossiers) offerts sur le site. Cependant, dans la deuxième barre de navigation, une section intitulée « dEscape » est consacrée à la revue du même nom publiée en supplément du quotidien papier. Il s'agit d'une revue d'information sur l'actualité culturelle (cinéma, festivals, concerts, art de vivre).

Figure 24 : Rubrique « dEscape »



➤ La navigation

Le parcours de navigation est explicite, la navigation intuitive et cohérente. Comme on le voit sur les pages qui précèdent, les outils de navigation sont variés (icônes, liens actifs, barre de navigation) mais leur apparence reste identique dans tout le site ce qui leur confère une homogénéité graphique.

Le site combine une structure hiérarchisée à partir de la page d'accueil avec une structure en réseau par l'association des deux barres de navigation et de la colonne de droite. Cette combinaison convient à la fonction du site : informer rapidement et permettre au lecteur d'approfondir le sujet par une recherche interne ou externe.

La navigation contextuelle (à l'intérieur d'un document ou d'une section) prend la forme d'un ascenseur à droite de la page ou de boutons permettant de passer à la page suivante. Elle est

efficace et fonctionnelle. La navigation structurelle (entre les différents types de contenu) est plus rigide, pour ne pas dire figée. La plupart du temps, le lecteur jouit d'une certaine liberté, grâce aux deux barres de navigation qui lui permettent de passer de la consultation des articles à la consommation de services. Mais dans certaines sections (comme ci-dessous dans la rubrique « Fotogaleria »), il est impossible de sortir parce que les deux barres de navigation disparaissent : on doit utiliser les outils du navigateur pour revenir à la page d'accueil.

Figure 25 : Navigation dans la Rubrique « Fotogaleria »



➤ Le visuel

L'apparence des pages est monotone en raison de l'omniprésence du texte. Mise à part les encarts publicitaires en milieu de page d'accueil, le site ne contient pas beaucoup d'animations, juste des icones et des boutons de navigation. Même certains liens promotionnels sont faits de texte (liens vers Google par exemple). Le site pêche non par absence de photos, mais à cause d'une mauvaise répartition de celles-ci.

En effet, les pages intérieures contiennent beaucoup de photos : chaque article en a une et la section « fotogalería » en contient des centaines. Lorsqu'elle accompagne un article, la photo est même mise en avant. Grande, en couleur, elle se voit en premier. Pourtant, le rapport entre texte et image reste tendu et déséquilibré car la concentration des photos dans la section « Fotogalería » ne fait que renforcer leur absence dans le reste du site.

Figure 26 : Aspect visuel des articles

Presidente: Jorge Kahwagi Gastine / Vicepresidente: Jorge Kahwagi Maani / Director Gral.: Guillermo Ortega Ruiz 21 de Mayo 2007 | Año Once

LA CRONICA DE HOY

Noticias Nacional Ciudad Mundo Negocios Salud Academia Espectáculos Opinión Deportes Cultura

Especiales dEscape Fotogalería Opinión Foros Clasificados Servicios Cartón RSS

BUSCAR Búsqueda Avanzada

Bajan 3,322 mdd los ingresos por exportación de crudo: Pemex

Por: Cecilia Higuera | **Negocios** Lunes 21 de Mayo de 2007 | Hora de publicación: 08:20



Durante los primeros cuatro meses del año Petróleos Mexicanos (Pemex) obtuvo un ingreso de divisas por 10 mil 81 millones de dólares por exportaciones, lo que equivale a 3 mil 322 millones de dólares menos respecto a igual periodo del año pasado.

En cuanto a la producción de petróleo crudo Pemex reportó que fue de tres millones 164 mil barriles al día (menor en 623 mil barriles diarios contra el primer cuatrimestre de 2006), lo que permitió colocar en el mercado internacional un volumen de un millón 703 mil barriles diarios entre los diversos clientes de la paraestatal.

Lo anterior, debido a que en el periodo de referencia el precio promedio ponderado de la mezcla mexicana de exportación se ubicó en los 49.34 dólares por barril, es decir, un incremento de 6.54 dólares por barril (15.28%), respecto a los 42.80 dólares contemplados para el presente año dentro del Presupuesto de Ingresos y Egresos de la Federación.

Asimismo, en el periodo de referencia, el promedio de producción de gas natural ascendió a cinco mil 854 millones de pies cúbicos al día, con un incremento en sus volúmenes de producción del 14% respecto a la extracción reportada en igual lapso de 2006, lo que representó un nuevo récord.

Al respecto, con base en información de los Indicadores Petroleros de la paraestatal, tan sólo en el periodo enero-abril pasados la producción de gas natural promedió los cinco mil 816 millones de pies cúbicos diarios, en tanto que en el mismo lapso del año pasado, la producción promedio al día se ubicó en los cinco mil 92 millones de pies cúbicos, lo cual significó un incremento de 15.35 por ciento.

De acuerdo con estadísticas operativas de la empresa, la elaboración de petrolíferos registró un promedio al día de un millón 577 mil 800 barriles de gasolinas, querosenos, diesel, combustóleo y otros productos.

21 - May - 2007
Portada del día en PDF
Versión Impresa

Lo más leído de hoy

- 1 Bajan 3,322 mdd los ingresos por exportación de crudo: Pemex
- 2 Competitividad en México ya tocó fondo: Sojo
- 3 Beneficiará a los usuarios portabilidad numérica
- 4 Ferrovial, principal reordenador del tráfico ferroviario metropolitano
- 5 Recomiendan segundo lugar para Zorrita

el TOP TEN

La lisibilité des textes est moyenne pour ne pas dire médiocre. Certes, le fond de page est uni et clair, et les bannières publicitaires discrètes et peu nombreuses (deux ou trois par page), mais les articles sont souvent d'un seul bloc. Il n'y a pas de structuration visuelle des articles, les paragraphes ne sont pas espacés par des alinéas ou des intertitres. Les articles donnent aux pages un aspect monotone qui n'incite pas à la lecture.

En contrepartie, les couleurs qui prédominent (noir, blanc, gris, rouge) confèrent une image de modernité et de rigueur tout en procurant une sensation de d'efficacité, d'action, et d'émotion.

b) L'INTERACTIVITE

➤ L'enrichissement du contenu

Dans la seconde barre de navigation, la section « Especiales » contient l'option « Fotodenuncia » et permet aux lecteurs de venir transmettre des images pour rapporter un fait dont ils seraient témoin. Il s'agit d'une option récente qu'apparemment aucun lecteur n'a encore utilisée. Toujours dans la même barre, la section « Clasificados » connaît plus de succès. Ici les lecteurs laissent leurs annonces et peuvent trouver des produits d'occasion répartis en 8 catégories.

Figure 27 : Section « Clasificados »

Domingo 3 de Junio 2007



YA TIENE AVISOS CLASIFICADOS

[Noticias](#)
[Nacional](#)
[Ciudad](#)
[Mundo](#)
[Negocios](#)
[Salud](#)
[Academia](#)
[Espectáculos](#)
[Estilo](#)
[Deportes](#)
[Cultura](#)

[Especiales](#)
[dEscape](#)
[Fotogalería](#)
[Opinión](#)
[Foros](#)
[Clasificados](#)
[Servicios](#)
[Cartón](#)



[Búsqueda Avanzada](#)

Clasificados

Palabras de búsqueda

Tipo

Categoría

Estado

[¡PUBLICA ANUNCIO!](#)

Ahorita
46,096 anuncios
5,658 coches

En colaboración con
ANUMEX

¡PUBLICA SU ANUNCIO AQUÍ!
El anuncio se publica por 60 días.
El anuncio también se verá en Anumex.com.
Encuentre en los clasificados
Escriba una palabra de búsqueda o escoja una categoría. Escoja un estado para encontrar artículos cerca de usted.

Ultimos 20 anuncios

Publicado	Título	Precio	Estado
03 jun	 Juegos para XBOX360 y chip virtual	300	Coahuila
03 jun	 Juegos para XBOX360 y chip virtual	300	Coahuila
03 jun	 Compaq Presario	5,500	Coahuila
03 jun	 Monitor VX2025 20.1"	5,500	Jalisco
03 jun	 Tacometro fotoelectronico, sin hacer contacto	1,750	Jalisco
03 jun	 Macho Beagle Tricolor 1 año y medio, busca novia		Jalisco
03 jun	 Disco Duro Serial ATA 60 GB para LAPTOP 2 1/2"	550	Jalisco
03 jun	Busco mujer hermosa que le guste ser tratada como una reyna		Jalisco

➤ L'enquête d'opinion

Dans la colonne de droite une petite section est dédiée au sondage du jour. En général, la question porte sur un sujet d'actualité (les élections, la légalisation de l'avortement, les mouvements sociaux). Les lecteurs donnent leur avis en cliquant la réponse qui leur convient parmi celles qui sont proposées en dessous de la question.

➤ Le forum de discussion

Sur la page d'accueil un lien dans la deuxième barre de navigation donne accès au forum de discussion. Les lecteurs peuvent participer à des débats sur des thèmes déjà proposés ou en proposer des nouveaux.

Figure 28 : Section « Foros de Debate »

Foros de Debate y Esgrima Verbal
Cronica de Hoy

FAQ | Buscar | Miembros | Grupos de Usuarios | Registrarse | Perfil | Entre para ver sus mensajes privados | Login

Fecha y hora actual: Lun May 21, 2007 10:51 am
Foros de discusión

Ver mensajes sin respuesta

Foro	Temas	Mensajes	Ultimo Mensaje
Foros			
Política Nacional	5601	56231	Lun May 21, 2007 10:46 am EL APRENDIZ ➡
Política Internacional	203	1799	Sab May 19, 2007 6:52 pm demetrio_sanchez ➡
Deportes	45	526	Sab May 19, 2007 10:12 am Mexcarlos ➡
Arte, Cultura y Entretenimiento	34900	170493	Lun May 21, 2007 10:50 am rolex oyster perpetual da ➡
Tecnología y Computación	28716	64391	Lun May 21, 2007 10:50 am abbykvv ➡

Marcar todos los foros como leídos

Todas las horas son GMT - 6 Horas

Quien está Online

Nuestros usuarios han publicado un total de **384209** mensajes
Tenemos **12744** usuarios registrados
El último usuario registrado es [Klipzdude](#)
En total hay **24** usuarios online :: 0 Registrados, 2 Ocultos y 22 Invitados [[Ver lista](#)] [Moderador]
La mayor cantidad de usuarios online fue **152** el Lun Nov 06, 2006 12:04 pm
Usuarios Registrados: Ninguno

Estos datos estan basados en usuarios activos durante los últimos 5 minutos

Login

Nombre de Usuario: Contraseña: Entrar automáticamente en cada visita ☐

➤ L'indexation du contenu

Le contenu est indexé de quatre façons différentes. La section « Servicios » contient l'option « Números anteriores » grâce à laquelle le lecteur peut effectuer une recherche globale dans les archives du site qui remontent à sa création. La recherche se fait par date.

La page d'accueil propose également une recherche préconfigurée avec, dans la colonne de droite, une section « lo más leído de hoy », un classement des articles les plus lus. Il y a ensuite, dans la deuxième partie de la page, des liens vers le moteur de recherche Google ce qui permet au lecteur une recherche externe. Enfin, le site offre une recherche personnalisée par auteur, contenu, ou titre dans un moteur de recherche avancée situé en haut à droite de la page d'accueil.

Figure 29 : Le moteur de recherche de *La Crónica de Hoy*

Presidente: Jorge Kahwagi Gastine / Vicepresidente: Jorge Kahwagi Macari / Director Gral.: Guillermo Ortega Ruiz 3 de Junio 2007 | Año Once

LA CRÓNICA DE HOY

Noticias Nacional Ciudad Mundo Negocios Salud Academia Espectáculos Opinión Deportes Cultura

Especiales dEscape Fotogalería Opinión Foros Clasificados Servicios Cartón RSS

BUSCAR Búsqueda Avanzada

Búsqueda avanzada

► Ingrese las palabras para iniciar su búsqueda:

Buscar en: Título

En la sección: Todas las secciones

Mostrar: 10 resultados.

Encontrar sólo notas de: Cualquier tiempo atrás.

Ordenar por fecha: ☐ más antiguo primero | ☒ más reciente primero

Buscar

3 - Jun - 2007
Portada del día en PDF
Versión Impresa

Lo más leído de hoy

- 1 Parodias políticas, germen del enojo de Chávez contra RCTV, cuenta a Crónica ex-corresponsal en Caracas; en Ecuador, el presidente Correa sigue el ejemplo y amenaza con cerrar medios
- 2 Lo que se ve no se juzga
- 3 Rechillas y definiciones
- 4 Se entregan
- 5 Calderonistas ganan la mayoría en el Consejo Nacional panista

el TOP TEN

Opinión

- **Pepe Grillo (Pepe Grillo)**
Rechillas y definiciones
- **Cristalazo semanal (Rafael Cardona)**
Ríos de sangre roja, gotitas de sangre azul

c) LE MULTIMEDIA

➤ La version papier en PDF

Juste en dessous de ce moteur de recherche une icône permet de télécharger la version PDF de la « Une » papier. Ce qui permet de maintenir le lien entre le media numérique et le media papier. On remarque que la ressemblance entre les deux est marquante (la charte graphique est la même, les titres aussi).

Figure 30 : La « Une » en PDF



➤ Les galeries photos

La section « Fotogalería » est réservée à des photos d'actualité (plus de 350) réparties dans 38 catégories. Elle est située dans la deuxième barre de navigation.

Le multimedia est la grande faiblesse de *www.crónica.com.mx*. La tendance actuelle sur les sites de journaux électroniques est à l'intégration de la photographie, de l'infographie, du son, et de la vidéo dans la production du contenu informatif. Alors que les outils permettant cette intégration se perfectionnent, on ne peut que déplorer le fait que *Crónica* ne se limite qu'à des photos dont la fonction est d'illustrer un contenu textuel prédominant. Pour évoluer vers un portail d'information il sera indispensable que le site améliore son offre multimédia.

d) L'ACTUALISATION DU SITE

➤ La Une

Le renouvellement de l'information du site se révèle d'abord à travers la Une, où plusieurs titres sont mis en avant, chacun avec une photo d'illustration. Contrairement à la Une papier, celle du site change toutes les heures environ : chacun des principaux titres de la journée occupe la page d'accueil par alternance. Cette page est donc particulièrement vivante, de son contenu découle le renouvellement des autres sections du site (photogalerias, el cartón del día).

➤ Les dépêches

Entre le haut et le bas de la page d'accueil, des dépêches de dernières minutes défilent dans la section « Crónica al momento ». Notons que pour chaque article l'heure à laquelle il a été publié est signalée en rouge.

Figure 31 : L'Actualisation en temps réel

Reconoce Abreu Sierra desventaja en Yucatán 08:41

Deplora UNAM paro de actividades 08:01

marcos en michuacari 08:39

Lo más leído de hoy

- 1 Aplausos para Miss Brasil y rechifa para Miss EU
- 2 Mitofsky: Ivonne con 4 puntos
- 3 Las incongruencias del príncipe...
- 4 PRI y PAN cantan victoria; ventaja de Ivonne: PREP

Crónica al momento

China lanzará su primer programa lunar en segundo semestre 2007 08:54

Monta UAM exposición "Bulimia y Anorexia" en metro Candelaria 08:51

➤ Les dessins satiriques

Dans la deuxième barre de navigation (dédiée aux services et au divertissement) une section « Cartón del día » est réservée à un dessin satirique qui est différent chaque jour. Une fois dans la section, le dessin, agrandi et parfois encadré, occupe le centre de la page.

Figure 32 : Section « Cartón del día »

Presidente: Jorge Kahwagi Gastine / Vicepresidente: Jorge Kahwagi Macari / Director Gral.: Guillermo Ortega Ruiz 21 de Mayo 2007 | Año Once

LA CRONICA DE HOY

Noticias Nacional Ciudad Mundo Negocios Salud Academia Espectáculos Opinión Deportes Cultura

Especiales dEscape Fotogalería Opinión Foros Clasificados Servicios Cartón RSS

BUSCAR Búsqueda Avanzada

Cartón del Día

21 - May - 2007
Portada del día en PDF
Versión Impresa

Lo más leído de hoy

- 1 Aplausos para Miss Brasil y rechifa para Miss EU
- 2 Mitofsky: Ivonne con 4 puntos
- 3 Las incongruencias del príncipe...
- 4 PRI y PAN cantan victoria; ventaja de Ivonne: PREP
- 5 A fin de acallar protestas por el cierre de RCTV, Chávez: saca versión de complot EU-Colombia para derrocarlo

el TOP TEN

Opinión

- Pepe Grillo (*Pepe Grillo*)
Mitofsky: Ivonne con 4 puntos
- En Corto (*Guillermo Ortega*)
El discurso mudo
- Ricardo Becerra (*Ricardo Becerra*)
La Suprema Corte y la "contrademocracia"
- Escenario Político (*Ubaldo*)

Dans *La Crónica de Hoy* cette section est l'une des plus réussie. Il s'agit d'une véritable chronique de la société mexicaine contemporaine et en particulier de sa classe politique. Dans ce pays où la presse est encore souvent sous la coupe du pouvoir, le dessin satirique est une arme de démolition dans laquelle le rire dénonce et rabaisse les puissants. Les hommes et femmes politiques, l'argent, les travers de la société constituent ses thèmes de prédilection.

C) IDENTITE ET SPECIFICITE DU SITE DANS UN CONTEXTE DE SITES WEB CONCURRENTS

Si l'on se réfère à la définition de Ramon Salaverría,⁸¹ le site de *La Crónica de Hoy* est effectivement un *cybermédia* au sens où il est un outil de médiation entre des émetteurs qui souhaitent rapporter des faits et le public qui veut s'informer, en utilisant des techniques journalistiques et le langage multimédia, il est également interactif, publié et mis à jour sur le web.

Cependant, si grâce à sa version électronique le journal a renforcé sa position de grand quotidien national, la description que nous venons de faire dévoile que le degré d'adaptation du journal à la technologie d'internet est encore insuffisant, dans le processus de création bien sûr, mais surtout de mise en scène de l'information : pas assez de variété dans le contenu (multimédia, article de fond), interactivité peu développée, peu d'animations. Il s'agit d'un site où le lecteur ne se sent pas impliqué.

Nous avons vu dans le chapitre précédent que la plupart des grands journaux d'information avaient également franchi le pas en créant un site, avec plus ou moins de succès. La majorité d'entre eux nous sont apparus plus intéressants du point de vue interactif. Il était donc indispensable pour nous de montrer comment, *La Crónica de Hoy*, sans tomber dans la simple

⁸¹ SALAVERRÍA R. et CORES R. "Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos", in *Cibermedios, el impacto de internet en los medios de comunicación en España*, Séville, éd. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, p. 40

réplique, avait su créer un site ayant son identité propre qui lui permettrait de se différencier des autres.

En comparant *La Crónica de Hoy* aux trois autres sites décrits dans le chapitre II nous constatons que l'élément qui le singularise de ses confrères numériques est l'usage du texte comme vecteur de publicité.

1- Publicité sur internet : élément de perturbation

Omniprésente, débordante, envahissante... les qualificatifs ne manquent pas pour évoquer la place sans cesse croissante de la publicité dans la presse. Cette tendance se reflète également sur les trois sites de quotidiens numériques que nous avons présentés dans le chapitre II de notre première partie. Comme sur la plupart des sites commerciaux et d'information, les liens promotionnels s'y présentent sous la forme d'une bannière sur laquelle il est proposé à l'internaute de cliquer afin d'accéder au site de l'annonceur, à une offre de produit ou de service.

Comme nous le mentionnions dans le chapitre précédent, la publicité est l'une des sources privilégiées de revenu sur internet. Sa part dans le chiffre d'affaires des sites d'information est telle que de nombreux titres cèdent à la tentation de favoriser le développement de leurs ressources publicitaires ou des « galeries marchandes » qui permettent d'acquérir livres, voyages, services, en plaçant l'activité rédactionnelle sous la dépendance des services de la publicité et du marketing. Sur *El Universal Online* par exemple la publicité est souvent animée et occupe tous les espaces (aussi bien sur la page d'accueil que dans les pages intérieures). Sur *Milenio.com* et *El norte.com* il y a moins de liens promotionnels (deux ou trois animations flash en haut de page) mais ils sont tout aussi animés et interactifs.

Si l'intérêt financier est indéniable pour les sites et les annonceurs, on peut s'interroger sur la valeur informative du contenu rédactionnel pour les lecteurs. En voulant s'inspirer à l'échelle d'internet des pratiques des magazines papier ou de la télévision, fondées sur la prépondérance de l'image sur le texte et la diffusion de masse des messages, les éditeurs commettent peut être l'erreur de reproduire les schémas intellectuels de ces "vieux" médias, et privilégient une publicité fondée sur l'affichage massif de graphisme ou d'animations, en

oubliant les spécificités de l'internet : attirance naturelle de l'utilisateur pour le texte, focalisation sur un but précis.

Lorsque l'internaute surfe à la recherche d'informations, sa démarche est active : il a un but, et ne veut pas en dévier, sauf si l'occasion qui se présente à lui est plus attractive que son but initial. Les bannières de publicité étant rarement reliées à ses objectifs de visite, leur affichage peut être vécu comme une perturbation par l'internaute.

En optant pour une publicité moins intrusive les éditeurs de *La Crónica de Hoy* semblent avoir compris combien la qualité de l'expérience de navigation pouvait en être améliorée pour le lecteur.

2- Le choix de *La Crónica de Hoy*

Le site *cronica.com.mx* diffère de ceux-ci par la quasi absence de publicité animée : on ne compte que deux animations sur la page d'accueil. En privilégiant la publicité textuelle le site a trouvé un moyen de faire coïncider les affichages de pub et les préoccupations des internautes. Le site affiche des pubs fournies par Google sous forme de liens textuels gris ou rouges de format standard et soulignés, elles sont réparties dans la seconde partie de la page d'accueil, parmi les titres du jour. Il en résulte des publicités qui se fondent dans la page et évitent à l'internaute de subir un fond sonore (extrêmement désagréable...) ou de se battre avec des "bannières intrusives".

De plus, ce système est particulièrement astucieux car il transfère à l'annonceur tout le travail anciennement effectué par la régie publicitaire : saisie par l'annonceur des mots clé de recherche par lesquels l'annonce s'affichera, rédaction du message et du lien, facturation automatique permettant à l'annonceur de moduler en continu le rythme et le contenu des messages en fonction de l'efficacité des annonces précédentes...

Cette mise en avant de l'information d'actualité sur l'information commerciale est également renforcée par la structure de la barre de navigation. En effet, *La Crónica de Hoy* est le seul site dont le page d'accueil offre deux barres de navigation dont l'une est exclusivement dédiée au traitement de l'information.

CHAPITRE II

CADRE CONCEPTUEL ET PROBLEMATIQUE

Dans ce chapitre, la première partie sera dédiée aux différentes approches théoriques relatives à notre problématique afin de lui donner un sens. Il s'agit de théories concernant, non seulement, la construction sociale de la réalité, mais également les représentations sociales. L'objectif n'est pas d'être exhaustif mais d'en faire ressortir le plus possible afin d'avoir une vision nette de notre problématique. Dans cette perspective, des réflexions et des commentaires seront faits sur chacune d'elles relativement à leur pertinence par rapport à la problématique. La seconde partie du chapitre sera consacrée aux relations entre le Mexique et l'Espagne, puis à la formulation de la problématique et des hypothèses.

A) LA CONSTRUCTION SOCIALE DE LA REALITE

De façon générale le constructivisme repose sur l'idée que « *la conception que tout individu a du monde est toujours une construction de son esprit [...]* »⁸²

Les auteurs les plus cités dans la littérature n'adhèrent pas tous à la même conception du constructivisme. En effet, on distingue plusieurs approches constructivistes, chacune représentant des « points de vue », des perspectives librement traduites d'après un ensemble de travaux présentant des cas particuliers. Certains auteurs appréhendent la socialisation de l'acteur dans une perspective historique (Philippe CORCUFF), alors que d'autres basent leurs travaux sur l'étude des structures sociales (Pierre BOURDIEU). Certains s'intéressent davantage aux interactions (Erving GOFFMAN) alors que d'autres s'interrogent sur le sens que chaque acteur social donne à la réalité (Alfred SCHÜTZ, Peter BERGER et Thomas LUCKMANN).

En ce qui concerne notre travail, et bien que les autres approches constructivistes n'entrent pas en contradiction avec notre approche théorique, nous allons particulièrement nous inspirer du constructivisme phénoménologique de SCHÜTZ, BERGER et LUCKMANN.

⁸² Erwin SCHRÖDINGER, « L'esprit et la matière », cité par Paul WATZLAWICK (dir.), *L'invention de la réalité*, Paris, Seuil, 1988, p.7.

1- Le constructivisme phénoménologique

Le constructivisme phénoménologique est présenté par BERGER et LUCKMANN dans leur livre *The Social Construction of Reality*⁸³. Dans cet ouvrage les auteurs cherchent à découvrir la manière dont la réalité sociale et les phénomènes sociaux sont « construits » c'est-à-dire la manière dont ces phénomènes sont créés, institutionnalisés et transformés en traditions.

Selon eux, ce que les individus tiennent pour être la « réalité », dans leur vie quotidienne, découle d'une construction sociale, c'est-à-dire qu'elle est le produit d'une expérience intersubjective, des différentes interactions entre les individus. La réalité est donc d'abord subjective plutôt qu'objective, telle que nous pouvons la percevoir plutôt que séparée de nos perceptions.

SCHÜTZ va dans le même sens lorsqu'il dit que la construction de la réalité provient de la socialisation de chacun : « *Toute interprétation de ce monde (intersubjectif) est basée sur une réserve d'expériences préalables, les nôtres propres ou celles que nous ont transmises nos parents ou nos professeurs ; ces expériences, sous forme de "connaissances disponibles", fonctionnent comme des schèmes de référence.* »⁸⁴

Pour les trois auteurs, la « réalité socialement construite » est vue comme un processus dynamique : la réalité est « re-produite » par les personnes qui agissent en fonction de leur interprétation et de leur connaissance (qu'elle soit consciente, ou inconsciente) de celle-ci. Si nous appliquons cette conception à notre sujet, nous pouvons dire qu'un journaliste mexicain se forgera une image de l'Espagne essentiellement à partir de ce qu'il aura appris, lu et/ou entendu tout au long de son éducation parentale et de sa formation scolaire. Par conséquent, deux journalistes de nationalités différentes n'auront pas la même conception de l'Espagne car leurs « *expériences préalables* » sont différentes.

Néanmoins, au sein d'une même réalité sociale les acteurs se doivent d'adhérer aux schémas de pensée établis, pour garantir leur intégration et la légitimation des institutions. BERGER et LUCKMANN reconnaissent qu'« *il n'existe pas de "fonctionnalité" ou de cohésion "systémique" à*

⁸³ BERGER Peter & Thomas LUCKMANN, *La construction sociale de la réalité*, Paris, Meridiens Klincksieck, 1986

⁸⁴ SCHUTZ Alfred (1987), *Le chercheur et le quotidien*, Paris, Meridiens Klincksieck, 1987, p.12

*priori au sein des institutions ou entre institutions d'une même société, mais un travail symbolique pour leur attribuer une cohérence. »*⁸⁵

La réalité se construit essentiellement dans les relations quotidiennes de proche en proche, par la socialisation continue des individus. Ce sont les conversations quotidiennes, les micro-interactions qui forment et revitalisent cette réalité socialement construite. Bien des institutions plus globales – l'Ecole, l'Etat, les médias, etc. – jouent un rôle fondamental, qui ne doit pas être négligé. Mais la socialisation qu'ils exercent a besoin de relais : nous aurions plus de mal à croire ce que nous dit le présentateur du journal télévisé si tout le monde autour de nous répète et nous convainc qu'il ne faut pas le croire. BERGER et LUCKMANN nomment ce processus « institutionnalisation ».

La réalité est, en quelque sorte, *solide*. Une fois construite, elle parvient, aussi longtemps qu'elle trouve des individus ou des groupes pour la relayer, à s'imposer à d'autres. Elle constituera un schéma incorporé par les individus, que ceux-ci vont mobiliser pour interpréter tout nouveau fait, toute nouvelle information. C'est ainsi que l'on passe du subjectif à l'objectif. L'activité humaine est marquée par une «routinisation» qui tend à se perpétuer et à se spécialiser en un système de rôles (on ne réinvente pas tous les jours les rôles familiaux ou les manières de rendre la justice).

En d'autres termes pour reprendre l'exemple du Mexique, tant que les journalistes mexicains se reconnaîtront dans les normes et les valeurs que véhicule leur presse et que cette institution leur permettra de conserver une identité sociale gratifiante les générations suivantes la percevront comme inhérente à la nature des choses. Ceci favorise l'intériorisation d'un certain nombre de schèmes locaux notamment par rapport à l'Espagne et conduit à la formation de stéréotypes et de clichés qui sont ensuite véhiculé, dans les journaux mexicains.

Nous nous référerons à cette théorie pour tenter de faire voir comment par une suite d'articles ayant la même logique et décrivant plus ou moins la même réalité, le site de *La Crónica* tente de construire un regard sur l'Espagne.

⁸⁵Berger et Luckmann, 1986, op. cité p.92

2- L'approche constructiviste dans le journalisme

a) INFLUENCE ET FONCTION SOCIALE DES MEDIAS

« L'acte journalistique est inévitablement le résultat d'une construction mais, pour être reconnu comme une information journalistique, il doit être reçu comme étant l'équivalent exact de la réalité. » (DELFORCE)⁸⁶

En effet, dans l'imaginaire collectif le journaliste apparaît comme un détenteur de vérité. Proche du lieu où se passent les événements et où se prennent les décisions, il semble le plus apte à en rendre compte et à juger les faits et les événements. Ce discours autorisé légitime sa prise de parole et le pose comme détenteur d'une parole forte. Certes le pouvoir dont le journaliste est investi est essentiellement d'ordre symbolique, mais il lui donne à sa parole une valeur authentique.

Cette position privilégiée dans la hiérarchie culturelle fait du journaliste le dépositaire d'un savoir supérieur à celui qui le lit. Le texte de presse est donc inscrit dans un enjeu discursif et procède selon une mise en scène particulière : on parle de contrat langagier. La notion de contrat renvoie au consensus sur le statut et le rôle du journaliste et du lecteur : d'un côté le journaliste investit par sa parole le territoire de la presse, et de l'autre le lecteur dont l'attente et l'achat du journal légitime la prise de parole journalistique. À cause de l'existence de ce consensus initial le journaliste est pris dans ce que CHARAUDEAU appelle des « contrats énonciatifs » : il s'engage à rapporter les événements tels qu'ils se sont produits dans la réalité (contrat d'authenticité), il s'oblige également à transmettre l'information avec la plus grande objectivité (contrat de sérieux).⁸⁷

Cependant, il convient de noter que le circuit dans lequel sont inscrits les protagonistes est assez ambigu. D'abord, en raison du rapport langagier indirect qui est établi entre eux ; ensuite parce que la production et la réception du message n'ont jamais lieu simultanément ; enfin, et surtout, parce que pour le journaliste le destinataire de son message est toujours virtuel -celà est encore plus vrai sur Internet-.

Le contrat langagier est donc déterminant pour le texte de presse en particulier pour la réception du discours et pour l'expression de sa force performative; car il ne faut pas oublier

⁸⁶ DELFORCE Bernard (1996), «La responsabilité sociale du journaliste : donner du sens », *Les Cahiers du journalisme*, n°2, p. 17

⁸⁷ CHARAUDEAU Patrick, *Langage et discours, éléments de sémiolinguistique*, Paris, Hachette, 1983, pp.102-103

la visée pragmatique que recèle tout article de presse : même si le journaliste prétend rester neutre et objectif, les contenus médiatiques (titres, métaphores, vocabulaires, images, etc.) façonnent nos perceptions.

Le journaliste détient l'information, la prend à son compte pour ensuite la rendre plus accessible ; en éclairant le sujet par sa propre expérience, il rend le lecteur plus *compétent*. Les médias, en augmentant le niveau d'information des individus, modifient le stock de connaissances dont ces derniers disposent, influencent la façon dont ils appréhendent le monde et dont ils raisonnent, etc. et ainsi façonnent leur vision du monde, construisent la réalité dans laquelle ils vivent. La légitimité et le statut de la presse, garantis par la reconnaissance sociale, donnent au texte de presse une portée illocutoire certaine. Voyons en détails les fonctions qui la soutiennent.

➤ Faire savoir ce qui se passe

L'important dans les médias est ce qu'ils disent important : ce qu'ils font apparaître comme significatif, prestigieux, représentatif, urgent, ce qui est ou qui *fait événement*. Le pouvoir des médias étant d'abord d'occuper le temps des gens et de diriger leur attention, il nous semble important de savoir de quelle façon se fait le tri entre ce qui sera retenu, et ce qui restera dans le silence ou dans l'ignorance.

Pour Gregory DERVILLE⁸⁸, ce processus de construction de la réalité par les médias, s'opère de diverses façons. D'abord par le phénomène du cadrage des débats publics c'est-à-dire que les médias contribuent à fixer, pour chaque enjeu dont ils traitent un cadre de référence à l'intérieur duquel tous les événements relatifs à cet enjeu sont interprétés.

⁸⁸ Gregory DERVILLE, *Le pouvoir des médias : mythes et réalités*, 2e édition PUG, Saint-Martin-d'Hères (Isère). Coll. Le politique en plus, 2005, p.69

La fonction d'agenda

L'idée que les médias imposent leur « agenda » est née en 1972 année au cours de laquelle McCOMBS et SHAW ont publié un article intitulé *The agenda-setting fonction of mass media*⁸⁹. En quelques mots, ce modèle explique les relations qui existent entre les medias et leurs publics. D'après McCOMBS et SHAW, les medias exercent une influence sur l'opinion publique en attirant l'attention du public sur certains évènements plutôt que sur d'autres. Cette influence est d'autant plus exercée que les medias disposent de peu de temps et d'espace pour diffuser leurs nouvelles. Ils doivent donc s'en tenir à un agenda précis des évènements qu'ils vont aborder et développer. Ainsi, ils ne disent plus au public ce qu'il doit penser, mais ce « à quoi » il doit penser.

La spirale du silence

Une autre théorie, formulée par NOELLE-NEUMAN, complète la fonction d'agenda et suggère que les thèmes et questions que négligent les médias s'enfoncent dans une « spirale du silence »⁹⁰ en suivant le processus suivant:

A cause de leur nature sociale, les individus scrutent constamment leur environnement, observent sans cesse ce que les autres pensent. Ils recherchent dans la société des signes de soutien ou d'absence de soutien à leurs opinions dans le but de savoir avec quel comportement et avec quelles opinions ils se feront accepter et avec quel comportement et avec quelles opinions ils seront exclus du champ social, et en conséquence isolés. En effet, la conviction est répandue que plus une opinion est partagée par un grand nombre de personnes, plus elle est « légitime » et vraie.

Alors, lorsque des membres de la société remarquent que leur opinion sur une question controversée et moralement chargée rencontre l'approbation, ils la revendiquent haut et fort, en parlent beaucoup. Les médias auront tendance à relayer leur opinion qui passera pour être l'«opinion légitime ». Dans le cas contraire, c'est-à-dire lorsque les individus ont l'impression que leur opinion diffère de celle exprimée par les medias (opinion qu'ils croient majoritaire), ils deviennent prudents, en parlent de moins en moins. La conséquence immédiate est que

⁸⁹ Mc COMBS M.E. et SHAW D.L. *The agenda setting fonction of mass-media* in *Opinion Quaterly* n° 36, 1972

⁹⁰ Noelle-Neuman E., *La spirale du silence* in *Hermès* n°4 P.181-189, Paris, éditions du CNRS 1989

parce que ces individus renoncent à faire connaître leur opinion, réelle les médias l'évoquent, de moins en moins. C'est le début de la spirale : moins les médias en parlent, moins les gens s'en préoccupent, moins cela devient important, et moins les médias en parlent. C'est ainsi qu'une partie de la société est réduite au silence.

➤ Faire percevoir qui est l'autre

Par ailleurs, la construction médiatique de la réalité passe aussi par le fait que les médias contribuent à populariser, à amplifier ou à cristalliser les stéréotypes sociaux qui circulent dans le corps social à propos de certaines catégories de personnes et en particulier les stéréotypes négatifs.

BERGER et LUCKMAN soutiennent que nous décodons tous le monde à partir de la « typification » c'est-à-dire de représentations simplifiées que nous formons à propos de certaines catégories d'individus et qui nous permettent de les appréhender de façon rapide et systématique. Les médias participent à la naissance, au maintien et au renforcement et parfois à la transformation de ces typifications, de ces « étiquettes » en particulier de celles qui sont négatives.⁹¹

➤ Faire croire à une vision du monde

En outre, les médias contribuent à construire la réalité dans laquelle nous vivons parce qu'ils ne répercutent évidemment pas *tout ce qui se passe dans le monde*. Comme dans le mythe de la caverne de Platon où le manipulateur projette des silhouettes sur une paroi, si bien que les spectateurs forcés prennent les ombres chinoises pour l'univers tout entier. Chaque jour, les journalistes font le tri parmi tous les événements qui nous viennent de par le monde, selon des critères professionnels et techniques (n'est répercuté que ce que DERVILLE appelle « Newsworthy » c'est-à-dire « intéressant », mais aussi facile à illustrer et à commenter).

En jouant sur les lieux communs, les représentations qu'ils font, défont, et bousculent, les journalistes ne posent pas leurs discours comme vains ; ces procédés sont un moyen de créer une réaction chez le lecteur. La première étant l'adhésion au discours qu'ils nous proposent. De ce fait, les médias deviennent des propagateurs de conviction. En effet, nous n'avons pas

⁹¹ BERGER LUCKMAN, cité par G. DERVILLE, op. cit, p.70

toujours conscience que nous ne sommes pas en contact, par l'intermédiaire des médias, avec « le monde », mais seulement avec certains fragments du monde qui sont abordés sous un angle bien particulier. En mettant en lumière d'une façon partielle certains faits et discours, et en occultant d'autres, les médias font accepter au public une image tout à fait particulière de la réalité.

➤ Faire adopter un comportement

L'influence des médias passe aussi par le fait qu'une grande partie des discours qu'ils nous adressent ont pour but de nous amener à faire quelque chose : acheter, voter, ou simplement approuver dans les sondages. Ils contribuent à structurer l'environnement c'est-à-dire le nombre et la qualité des informations que reçoit le public, et sur lesquelles se fonde le public pour penser et agir au quotidien. Influencer, ne revient pas ici à titiller l'esprit du public en matraquant un message, mais à faire en sorte que l'autre voie le réel comme eux le voient, du même point de vue, à travers les mêmes « lunettes ».

b) UNE INFLUENCE RELATIVE

Donc, que les médias négligent ou mettent en valeur une part de la réalité est incontestable. Néanmoins il convient de relativiser cette influence à la lumière du contexte mexicain. Dans le contexte des années 2004-2006, la grande majorité des journalistes ressent très profondément la précarité de son statut, qui place le vécu quotidien à des années lumières de la question du pouvoir ou de leur capacité à influencer sur le cours des choses.

Les entretiens que nous avons menés auprès de Monsieur Del Rio, journaliste de formation et chargé de la communication à l'Ambassade du Mexique à Paris, et de Madame Monica Delgado correspondante du quotidien *Reforma* à Paris, font ressortir qu'au-delà des violences qu'ils subissent dans l'exercice de leur métier, les journalistes mexicains souffrent du chômage car le nombre de diplômés dépasse largement celui des postes disponibles dans les médias. De plus, leurs moyens de subsistance sont relativement médiocres : ils ne bénéficient d'aucune sécurité sociale, leurs salaires sont généralement bas (entre 6000 et 9000 pesos soit 360 à 540 euros par mois) et parfois même le salaire minimum est fonction des entrées publicitaires ! Nombreux sont ceux qui, dans les journaux de province, subsistent grâce à des

ressources complémentaires (ils sont pigistes pour des magazines). A cause de cette gêne matérielle plus ou moins criante, le métier n'est pas très prisé.

Les journalistes sont globalement respectés mais pas toujours pris au sérieux car leur statut est considéré comme instable et dangereux. A cela s'ajoute une mauvaise division technique et sociale du travail, la subordination à un pouvoir hiérarchique, gestionnaire ou commercial, au sein des entreprises de médias. Désormais, comme nous l'avons vu dans la première partie, la direction de la plupart des entreprises de médias échappe aux journalistes, au profit de financiers, de gestionnaires, voire de spécialistes du marketing, qui décident –comme dans le cas de *La Crónica de hoy*– des « unes », des illustrations, et aussi parfois du contenu rédactionnel.

Il faut donc reconnaître que l'influence des médias ne s'exerce pas unilatéralement. Elle résulte rarement d'une décision expresse prise en quelque point de la chaîne par un censeur. Ce qui ne se dit pas et ce qui ne se voit pas dépend d'une équation compliquée où interviennent non seulement la nature du média (qui détermine ce qui est visible, énonçable, prestigieux, mémorisable, nouveau, intéressant, etc., qui fait intervenir un facteur temps, un mode d'usage des messages, etc.), mais aussi une pluralité d'institutions ou de groupes allant du bureau de censure, à un réseau intellectuel informel. Ils exercent tous une influence directe (pression des annonceurs, communiqué de protestation..) ou indirecte (conformisme du milieu journalistique qui fera qu'on se trouvera spontanément d'accord sur ce qu'il est convenable de dire, sur « ce qu'attendent les gens »), etc

De toute façon, l'information ne peut se passer de filtres. En amont, la nature du média commande des choix : ainsi, il est certes frustrant, mais inévitable que dans la presse on n'ait pas la place de tout dire, qu'à la télévision toute image soit sélectionnée en fonction d'une intention ou que toute séquence soit montée de façon à suivre un commentaire qui impose une interprétation précise. En aval, il y a ce qu'il faut bien appeler la complicité ou la paresse des lecteurs, leur goût pour la répétition, pour ce qui confirme leurs stéréotypes (ce que « nous savions bien »), pour ce qu'ils veulent entendre. Les médias reflètent cette contradiction entre besoin de stimulation et besoin de sécurité.

Là réside également la contradiction entre l'information, au sens de ce qui est nouveau, et la communication, au sens de l'euphorie communautaire, très bien décrite par Daniel

BOUGNOUX⁹² : « Nous ne demandons nullement à nos médias une ouverture infinie sur le monde, mais d'abord une circonscription sécuritaire et identitaire, la production et la stabilisation d'un monde miroir qui donne le sentiment d'être chez soi, où le réel ne filtre qu'à petites doses, et où la question de la vérité au fond se pose assez peu ».

Cette influence des médias nous amène à nous interroger sur la nature et le fonctionnement des schémas de pensée qu'ils nous transmettent.

B) DEFINITION ET ORGANISATION INTERNE DES REPRESENTATIONS SOCIALES

1- Les origines

Il y a plus de cent-vingt ans, DURKHEIM introduisit la notion de « *représentations collective* » qu'il distinguait des « *représentations individuelles* »⁹³. Ces représentations « collectives » ou « sociales » naissent, selon lui, de l'interaction entre les « *consciences élémentaires* » à l'intérieur de la société. Elles sont donc plus que la somme des représentations de chaque individu. Ces représentations collectives peuvent s'exprimer dans l'« *opinion publique* » et ainsi influencer les actions de la vie sociale.

DURKHEIM donne le primat aux représentations collectives face aux représentations individuelles en ce que les premières ont une stabilité et une fixité qui leur facilite la transmission et la reproduction dans la société. « *C'est que les représentations collectives sont plus stables que les représentations individuelles, car tandis que l'individu est sensible même à de faibles changements qui se produisent dans son milieu interne ou externe, seuls des événements d'une suffisante gravité réussissent à affecter l'assiette mentale de la société.* »⁹⁴

En effet, pour lui les représentations individuelles ne sont qu'images et perceptions du monde, variables d'un individu à un autre, ce n'est que dans un cadre plus large (la société) que l'individu peut exprimer sa perception du monde. De plus les représentations

⁹² BOUGNOUX D., *La communication contre l'information*, Paris, Hachette, Questions de Société, 1995

⁹³ DURKHEIM E., 1898, « *Représentations individuelles et représentations collectives* », *Sociologie et Philosophie*, Paris, PUF, 1967

⁹⁴ DURKHEIM Emile, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris : PUF, réed. 1968 (1912), p. 821

individuelles peuvent être très éphémères car elles sont constamment en changement du fait même de leur variabilité et donc leur instabilité.

Chez DURKHEIM la notion de représentation est donc étroitement liée au critère de stabilité, c'est ce critère qui lui permettrait de se mouvoir, de se transmettre, et de s'imposer à l'intérieur de la collectivité, du groupe social. En ce sens que la fixité confère une certaine objectivité qui permet à la représentation d'être partagée et reproduite de manière collective.

L'évolution des sociétés, des procédés et surtout des objectifs liés à l'étude de tel ou tel phénomène, a conduit à reconsidérer le concept selon une autre perspective qui inclut la communication en lui accordant un rôle important dans la constitution des représentations. En mettant l'accent sur la communication sociale et en reconnaissant la prédominance des interactions et leurs effets sur la formation des représentations, les représentations ont cessé d'être « collectives », elles sont devenues « sociales ».

C'est à MOSCOVICI⁹⁵ que l'on doit la formulation d'une véritable théorie des représentations sociales dans son ouvrage *Représentations de la Psychanalyse*. Il y propose la représentation comme étant « une organisation psychologique, une modalité de connaissances particulières, un processus de médiation entre concept et perception ». Il s'attache à montrer comment la psychanalyse, une nouvelle théorie scientifique à l'époque, est diffusée dans le corps social, comment elle est transformée au cours de ce processus et comment elle change à son tour la vision que les gens ont d'eux-mêmes et du monde dans lequel ils vivent.

Par sa théorie, MOSCOVICI a lancé un nouveau mouvement qui sera poursuivi avec vigueur par des auteurs comme ABRIC⁹⁶ et DOISE⁹⁷ et donnera lieu, dans les années 1980, à deux directions de recherche : la théorie du *Noyau central* (ABRIC, FLAMENT, etc.) et celle des *Principes organisateurs* (DOISE, CLEMENCE, etc.). La première insiste sur le caractère

⁹⁵ Moscovici, S., *La psychanalyse, son image et son public*, Paris, PUF, 1961, p. 302

⁹⁶ ABRIC, Jean-Claude, *Coopération, compétition et représentations sociales*, Cousset, Delval, 1987

⁹⁷ DOISE, WILLEM, Alain CLÉMENCE et Fabio LORENZI-CIOLDI, *Représentations sociales et analyses de données*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1992

consensuel de certains éléments des représentations sociales (ABRIC)⁹⁸, et la deuxième sur les différences à partir des *Principes organisateurs d'une représentation sociale* (DOISE)⁹⁹.

La théorie du noyau central élaborée par Jean-Claude ABRIC est une approche structuraliste de l'organisation et du fonctionnement de la représentation sociale, nous nous attarderons sur cette perspective car elle répond à l'orientation de notre recherche.

2- Définition

Représenter vient du latin *repraesentare*, rendre présent. Le dictionnaire Larousse précise qu'en philosophie, « la représentation est ce par quoi un objet est présent à l'esprit » et qu'en psychologie, « c'est une perception, une image mentale dont le contenu se rapporte à un objet, à une situation, à une scène (etc.) du monde dans lequel vit le sujet ». La représentation est « l'action de rendre sensible (un objet absent ou un concept) au moyen d'une image, d'une figure, d'un signe »¹⁰⁰

Ces différentes définitions contiennent des mots clés tels que sujet et objet, image, figure, symbole, signe, perception et action, qui permettent d'approcher la notion de représentation :

- Le **sujet** peut être un individu ou un groupe social.
- L'**objet** « peut être aussi bien une personne, une chose, un événement matériel, psychique ou social, un phénomène naturel, une idée, une théorie, etc. ; il peut être aussi bien réel qu'imaginaire ou mythique, mais il est toujours requis »¹⁰¹.
- Le mot **perception** suggère le fait de se saisir d'un objet par les sens (visuel, auditif, tactile ...) ou par l'esprit (opération mentale).
- Le terme action renvoie à l'appropriation de l'objet perçu par le sujet.
- **Image**, figure, symbole, signe sont des représentations de l'objet perçu et interprété.

Ainsi, les représentations sociales s'élaborent à partir de matériaux très divers : images, formules sémantiques, réminiscences personnelles ou souvenirs collectifs (événement historique, mythes, contes), clichés dérivés de la connaissance vulgaire (blagues, dictons,

⁹⁸ ABRIC, Jean-Claude, *Pratiques et représentations sociales*, Paris, Presses Universitaires de France, 1994.

⁹⁹ DOISE, Willem, « Les représentations sociales », in *Traité de psychologie cognitive*, vol. 3. *Cognition, représentation, communication*, Rodolphe Ghiglione, Claude Bonnet et Jean-François Richard (dirs), Paris, Dunod, 1990, 111-174.

¹⁰⁰ Le nouveau Petit Robert de la Langue Française 2009

¹⁰¹ Denise JODELET, *Les représentations sociales*, Paris, PUF, 1991, p. 37

croyances, superstitions), idées reçues (préjugés, stéréotypes). Leur émergence est contingentée par le contexte politique et sociohistorique. Cette notion, se retrouve donc au croisement des sciences humaines et sociales: sociologie, psychologie, anthropologie, histoire, linguistique, etc. Une richesse qui la rend d'autant plus difficile à aborder et à définir.

Selon nous, parmi les définitions les plus complètes figurent celles données par Denise JODELET, auteur de plusieurs ouvrages sur la question. JODELET définit la représentation sociale comme un type particulier de pensée générée par le groupe et les acteurs sociaux : « Il s'agit d'une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social. [...] »¹⁰²

Pour JODELET c'est aussi un système dynamique : « On reconnaît généralement que les représentations sociales, en tant que système d'élaboration régissant notre relation au monde et aux autres, orientent et organisent les conduites et les communications sociales [...], la diffusion de connaissances, le développement intellectuel et collectif, la définition des identités personnelles et sociales, l'expression des groupes et les transformations sociales.»¹⁰³

La représentation sociale est donc à la fois un produit et une activité : en tant que produit, elle renvoie à des contenus, s'organise en thèmes et en discours sur la réalité et en tant qu'activité mentale, elle prend la forme d'un processus, d'un mouvement d'appropriation de la nouveauté et des objets.

¹⁰² Denise JODELET, *Les représentations sociales*, Paris, PUF, 1991, p. 36

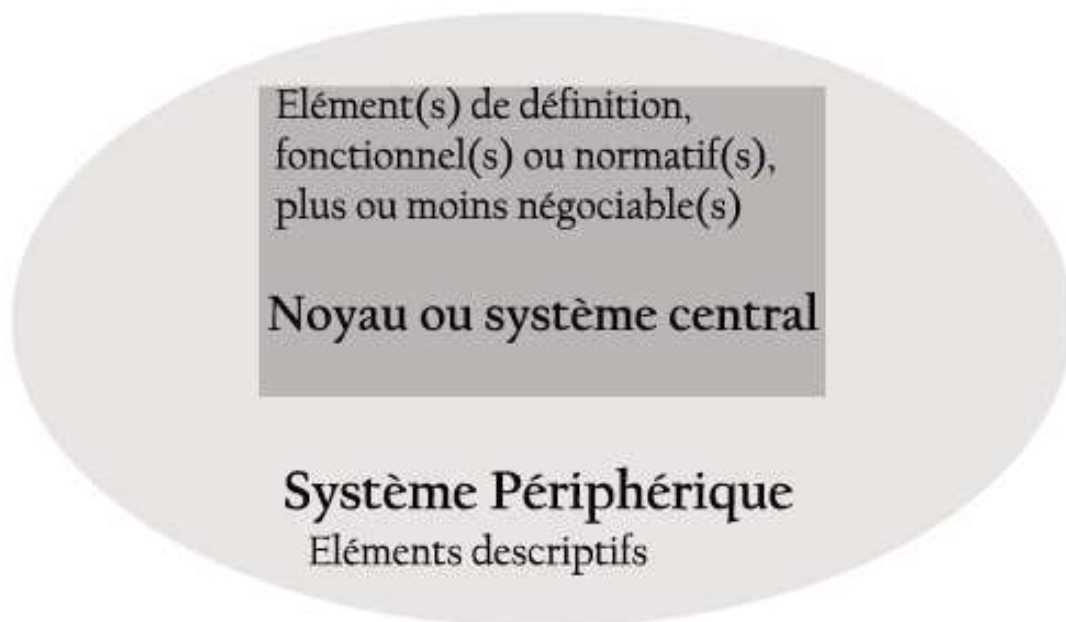
¹⁰³ Denise JODELET (Ed.), *Les représentations sociales*, Paris, PUF, 1989.

3- Structure

a) LE NOYAU CENTRAL

Selon nous, si tous les auteurs s'accordent pour définir les représentations sociales comme un ensemble structuré, cohérent et organisé d'opinions, d'attitudes, de stéréotypes, c'est ABRIC qui en donne la description la plus fouillée avec *La théorie du noyau central* : « Toute représentation est organisée autour d'un noyau central, constitué d'un ou de quelques éléments qui donnent à la représentation sa signification »¹⁰⁴. Cette théorie divise la représentation en deux éléments constitutifs comme illustré dans la figure ci-dessous :

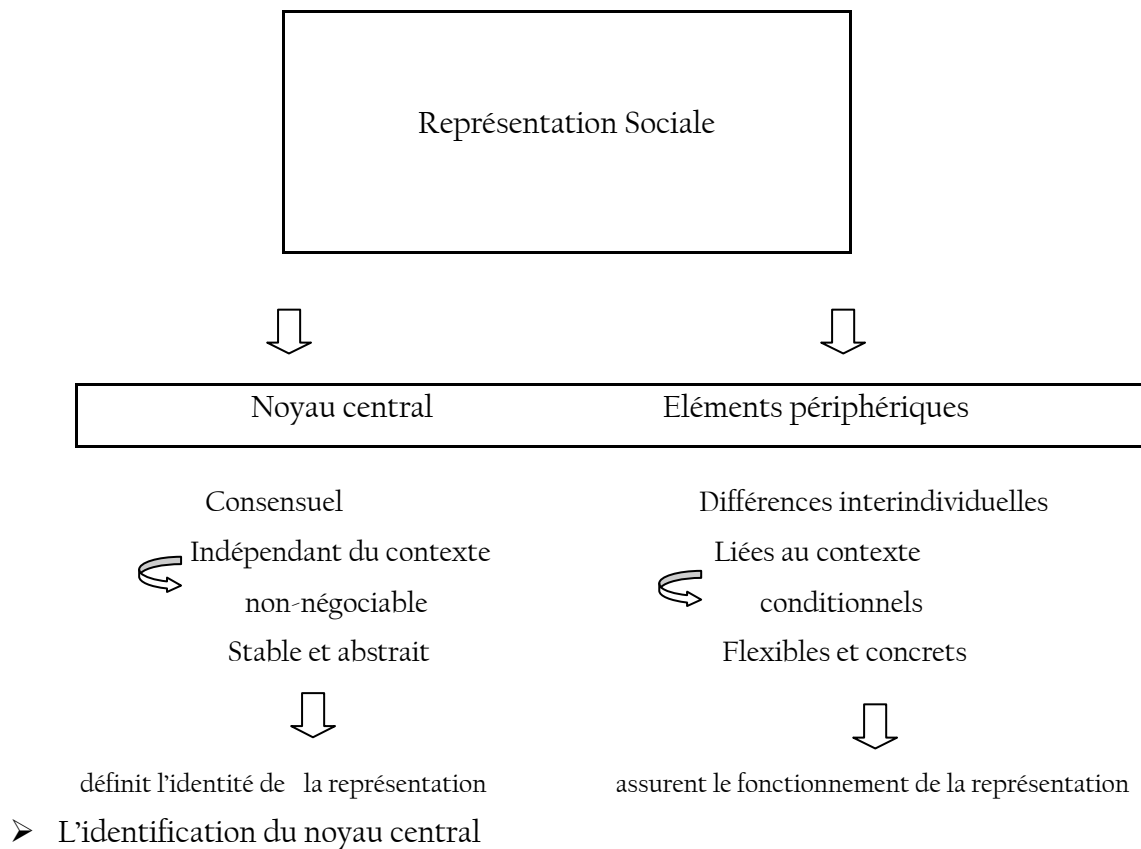
Figure 33 : Structure d'une représentation (D'après Jean-Marie Seca)¹⁰⁵



¹⁰⁴ABRIC, J.-C., *Pratiques sociales et représentations*, Presses Universitaire de France, Paris, 1994, p19

¹⁰⁵Jean-Marie SECA, *Les représentations sociales*, Paris, Armand Colin, 2002, p.80

Figure 34 : Identification des éléments constitutifs d'une représentation sociale



L'identification du noyau est essentiellement qualitative : la fréquence d'apparition d'un ou de plusieurs éléments dans le discours des sujets, ne suffit pas à affirmer qu'il s'agit d'éléments constitutifs du noyau central. Par contre, lorsque ces éléments entretiennent un nombre élevé de relations avec l'ensemble des autres éléments de la représentation et surtout leur donnent leur signification, on considère que l'importance quantitative de ces liaisons est un indicateur pertinent de la centralité (BOYER 2007)¹⁰⁶. L'étude des différents items d'une représentation doit donc prendre en compte les relations, les liaisons entretenues entre les éléments pour pouvoir déterminer le noyau central, tout en gardant à l'esprit cette question fondamentale : de quel(s) élément(s) découle la signification de la représentation ?

¹⁰⁶ Henri BOYER Stéréotypage, stéréotypes: Fonctionnements ordinaires et mises en scène Tome 2 : Identité(s), L'Harmattan, 2007 (332 pages) p. 120

➤ Les fonctions du noyau central

Ce noyau structurant est l'élément fondamental de la représentation. Il a deux fonctions principales :

Une fonction génératrice

Le noyau central est à l'origine des différents éléments de la représentation ; il leur donne sens et valeur et c'est par lui que peuvent se transformer ces éléments.

Une fonction organisatrice

Il « détermine la nature des liens qui unissent entre eux les éléments de la représentation. Il est en ce sens l'élément unificateur et stabilisateur de la représentation. »¹⁰⁷ Ce n'est que lorsque le noyau central est modifié que la représentation se transforme.

➤ Le contenu du noyau central

Il est constitué des éléments qui donnent sens à la représentation :

- la nature de l'objet représenté
- la relation de cet objet avec le sujet ou le groupe
- le système de valeurs et de normes (le contexte idéologique).

➤ Les dimensions du noyau central

La nature de l'objet et la finalité de la situation définissent le ou les éléments centraux qui prennent alors deux dimensions :

Soit une dimension fonctionnelle où les éléments centraux sont ceux qui concernent directement la réalisation d'une tâche. ABRIC cite ainsi une étude de LYNCH, en 1989, sur l'environnement urbain, qui a mis en évidence que le noyau central de la représentation de la ville était formé des éléments relatifs au repérage et au déplacement urbain.

¹⁰⁷ Jean-Claude ABRIC, *Pratiques sociales et représentations*, sous la direction de J.-C. Abric, PUF, 1994, 2ème édition 1997, p.26

Soit une dimension normative où les éléments centraux sont constitués par une norme, un stéréotype ou une attitude dominante envers l'objet de la représentation. Les représentations sociales sur l'Espagne nous paraissent s'inscrire dans ce cadre.

b) LES ELEMENTS PERIPHERIQUES

ABRIC insiste sur l'importance des éléments périphériques qui permettent l'adaptation, la modulation et la protection de la représentation. « *[ces éléments] comprennent des informations retenues, sélectionnées et interprétées, des jugements formulés à propos de l'objet et de son environnement, des stéréotypes et des croyances [...] Ils constituent [...] l'interface entre le noyau central et la situation concrète dans laquelle s'élabore ou fonctionne la représentation.* »¹⁰⁸

➤ Les fonctions des éléments périphériques

Ces éléments fonctionnent comme « *une grille de décryptage d'une situation* », selon l'expression employée par Claude FLAMENT¹⁰⁹, qui leur assigne trois fonctions essentielles :

Une fonction de protection du noyau central (ou fonction de défense chez ABRIC) :

Le système périphérique fonctionne comme *pare-chocs* de la représentation, d'après l'expression de FLAMENT. Il permet d'intégrer à la périphérie des informations susceptibles de remettre en cause les fondements de la représentation, soit en les réinterprétant, soit en les considérant comme des exceptions. Il sert donc de « *pare-chocs* », contre des transformations qui pourraient entraîner des bouleversements.

¹⁰⁸ Jean-Claude ABRIC, *Pratiques sociales et représentations*, op. cité, p.25

¹⁰⁹ Claude FLAMENT, in *Les représentations sociales*, sous la direction de Denise JODELET, 1991, op. cité, p. 212

Une fonction prescriptive

Les éléments périphériques indiquent ce qu'il convient de faire (quels comportements adopter) ou de dire (quelles positions prendre) selon les situations. Ils donnent des règles qui permettent de « *comprendre chacun des aspects d'une situation, de les prévoir, de les déduire, et de tenir à leur propos des discours et des conduites appropriés* »¹¹⁰

Une fonction d'adaptation

Les éléments périphériques autorisent une certaine souplesse dans les représentations, qui tient compte de l'appropriation individuelle et du contexte dans lequel elles s'élaborent.¹¹¹ En effet, ces éléments peuvent être modifiés sans que la représentation ne change. Ils permettent la modulation des représentations en fonction des expériences et des différences individuelles. Ils servent donc d'interface entre le noyau et la situation concrète.

Ainsi, ils permettent d'ancrer le noyau dans la réalité, de l'habiller en fonction des circonstances (personnalisation des représentations et des conduites qui lui sont rattachées). Cette fonction rejoint la fonction de régulation définie par ABRIC, selon laquelle les éléments périphériques permettent l'adaptation de la représentation aux évolutions du contexte.

Cette description montre à quel point le noyau et les éléments périphériques jouent un rôle complémentaire dans la représentation sociale. Il s'agira donc dans notre étude de chercher, identifier et décrire ce noyau central. Cependant, cette découverte ne pourra se faire sans une analyse parallèle des éléments périphériques, et de l'influence des informations extérieures sur ceux-ci.

¹¹⁰ Michel-Louis ROUQUETTE et Patrick RATEAU, *Introduction à l'étude des représentations sociales*, Presses Universitaires de Grenoble, 1998, p. 38

¹¹¹ FLAMENT, Claude, 1994 « Structure, dynamique et transformation des représentations sociales », in *Pratiques sociales et représentations*, Jean-Claude ABRIC (dir.), Paris, Presses Universitaires de France, 37-58.

4- Fonctions des représentations sociales

a) DES FONCTIONS COGNITIVES

Les représentations sociales permettent aux individus d'intégrer des données nouvelles à leurs cadres de pensée, c'est ce que MOSCOVICI a mis en évidence à propos de la psychanalyse. Ces connaissances ou ces idées neuves sont diffusées plus particulièrement par certaines catégories sociales : les journalistes, les politiques, les médecins, les formateurs...

b) DES FONCTIONS D'INTERPRETATION ET DE CONSTRUCTION DE LA REALITE

Elles sont une manière de penser et d'interpréter le monde et la vie quotidienne. Les valeurs et le contexte dans lequel elles s'élaborent ont une incidence sur la construction de la réalité. Il existe toujours une part de création individuelle ou collective dans les représentations. C'est pourquoi elles ne sont pas figées à jamais, même si elles évoluent lentement.

c) DES FONCTIONS D'ORIENTATION DES CONDUITES ET DES COMPORTEMENTS

Les représentations sociales sont porteuses de sens, elles créent du lien ; en cela elles ont une fonction sociale. Elles aident les gens à communiquer, à se diriger dans leur environnement et à agir. Elles engendrent donc des attitudes, des opinions et des comportements. La représentation sociale a aussi un aspect prescriptif : « Elle définit ce qui est licite, tolérable ou inacceptable dans un contexte social donné »¹¹²

d) DES FONCTIONS IDENTITAIRES

« les représentations ont aussi pour fonction de situer les individus et les groupes dans le champ social...[elles permettent] l'élaboration d'une identité sociale et personnelle gratifiante, c'est-à-dire compatible avec des systèmes de normes et de valeurs socialement et historiquement déterminés. »¹¹³

¹¹² Jean-Claude ABRIC, *Pratiques sociales et représentations*, sous la direction de J-C Abic, PUF, 1994, 2ème édition 1997, p.17

¹¹³ MUGNY et CARUGATI, 1985, p. 183, cités par J-C ABRIC, op. cité, p. 16.

e) DES FONCTIONS DE JUSTIFICATION DES PRATIQUES

Elles nous semblent très liées aux fonctions précédentes. Elles concernent particulièrement les relations entre groupes et les représentations que chaque groupe va se faire de l'autre groupe, justifiant a posteriori des prises de position et des comportements. Selon ABRIC, il s'agit d'un « nouveau rôle des représentations : celui du maintien ou du renforcement de la position sociale du groupe concerné. »¹¹⁴

Arrêtons-nous un instant sur le processus imageant, qui découle précisément du concept de représentation collective.

5- De l'information brute à l'image véhiculée : histoire d'une fabrication

Comment définir une image ? Quels éléments participent à sa fabrication ? Le Robert¹¹⁵ définit une image comme une reproduction visuelle d'un objet sensible, une représentation collective d'une institution, d'une personne. C'est donc une projection mentale d'un objet que l'on se serait approprié et que l'on aurait interprété selon le schéma psycho-social auquel on appartient.

MOLINER la définit comme un mélange d'informations, de croyances, et de suppositions¹¹⁶. Cette définition implique hormis l'information, deux autres paramètres : les croyances et les suppositions, qui viennent peser de tout leur poids dans le processus de construction de l'image. La croyance est un assentiment donné à un fait ou à une affirmation considérée comme vraie sans qu'intervienne une démonstration rationnelle communicable à tous¹¹⁷. Au-delà du caractère rationnel de l'information, la croyance comprend tout un pan qui tient de l'abstrait, mais cette abstraction n'est pas sans lien avec la réalité. La supposition bien que rejoignant le domaine de l'hypothétique, correspond bien au point de départ d'une réflexion¹¹⁸.

Il apparaît que la rationalité est au centre des trois dimensions qui déterminent la fabrication d'une image.

¹¹⁴ Jean-Claude ABRIC, op. cité, p. 18.

¹¹⁵ Le Nouveau Petit Robert de la Langue Française 2009

¹¹⁶ P. MOLINER, *Image et représentations sociales, de la théorie des représentations à l'étude des images sociales*, Paris, PUG, 1996, p.5

¹¹⁷ Le dictionnaire Larousse, www.larousse.fr

¹¹⁸ Le dictionnaire Larousse, www.larousse.fr

Réfléchir sur l'élaboration d'une image ne peut s'envisager sans prendre en compte le concept de représentation collective. Toutes deux se répondent et se complètent. MOLINER les relie de la façon suivante : « *les représentations sont de véritables systèmes d'interprétation de l'environnement social. Il y a donc entre les notions de représentation et d'image le même lien de dépendance que celui qui existe entre l'art pictural et l'image graphique. De même que l'art produit des images du réel, le processus de représentation produit des images sociales des objets auxquels il s'applique.* » ¹¹⁹

L'information brute, les mots choisis pour la modeler et l'image qui en découle représentent les composants fondamentaux d'un système précis et vivant qui évolue continuellement. Le paramètre du choix humain est donc présent dès le début du processus. Vient ensuite la phase d'ajustement de l'information, forcément empreinte de subjectivité, avec en arrière plan tout un environnement socio-culturel. En d'autres termes, l'image de l'Espagne véhiculée dans *La Crónica de Hoy* repose en partie sur les relations diplomatiques, politiques, sociales, culturelles et historiques qu'entretient la société mexicaine avec l'Espagne. Au bout de la chaîne se trouve le destinataire, le public et dans le cas du site *cronicadehoy.com.mx*, l'ensemble des internautes hispanophones. Chaque lecteur assimile le message en l'interprétant, ici encore, selon des critères individuels. Donc, ce long processus est rythmé par des étapes dans lesquelles le paramètre du choix et de la sélection joue un rôle clé.

L'ensemble de ces théories a permis d'avoir une vision plus nette des éléments composant notre problématique, notamment la formation d'une représentation. En effet, elles permettent de comprendre sa nature, ses composantes et son mode de fonctionnement. C'est maintenant le moment d'aborder l'autre élément de la problématique qui est la politique de l'Espagne en Amérique Latine au cours des quarante dernières années.

¹¹⁹ P. MOLINER, *Image et représentations sociales, de la théorie des représentations à l'étude des images sociales*, Paris, PUG, 1996, p.6

C) LA POLITIQUE EXTERIEURE DE L'ESPAGNE EN AMERIQUE LATINE (1970-2006)

D'une manière globale, pendant le régime franquiste les relations entre l'Espagne et l'Amérique Latine ne sont pas particulièrement étroites bien qu'à l'époque l'Espagne tiennne à donner l'image de la proximité pour rompre son isolement international. A cette fin elle crée *El Instituto de Cultura Hispánica* et tout un ensemble d'autres structures pour promouvoir les relations et la coopération culturelle avec ses anciennes colonies. Ce n'est qu'à la fin des années 60, à la faveur de son entrée dans différents organismes régionaux tels que la l'Organisation des Etats Américains (OEA), la Banque Interaméricaine de Développement (BID) , etc, en tant que membre ou simple observateur, que seront élaborés des programmes de coopération économique et technique.

Le retour de la démocratie marque le début d'un changement progressif. L'Espagne s'attache à tisser un réseau de relations bilatérales, sanctionné par les conférences ibéro-américaines. Dans un premier temps, les relations sont surtout axées sur le plan politique, en raison de la transition démocratique, l'Espagne espère alors pouvoir exporter son nouveau modèle démocratique dans les pays d'Amérique Latine qui sont encore dirigés par des régimes autoritaires.

Malgré ses vertus, cette forme de coopération reste assez superficielle et limite l'action d'autres acteurs, notamment dans le domaine économique. Dès la fin des années 80, la privatisation d'entreprises publiques favorise la création d'énormes consortiums industriels, financiers, et de services. Tandis qu'en Espagne ces consortiums restent entre les mains de capitaux nationaux, en Amérique latine ils doivent s'ouvrir - à cause du manque de liquidité- aux investisseurs étrangers.

En effet, pendant la décennie des années 80 l'Amérique Latine traverse une grave crise économique qui la laissera exsangue. Tout commence à partir de la dépression qui débute en 1973, les pays de la région se lancent alors dans une politique d'emprunts, facilitée par le gonflement des déficits nord-américains et par les offres venues des institutions financières internationales (fmi, bid). Mais la crise s'aggrave, en août 1982 on passe alors brutalement du laxisme financier à la rigueur et les investissements étrangers se retirent rapidement. Le

Mexique est en cessation de paiement et toute la région se voit mise à l'écart des marchés internationaux : la dette extérieure s'élève à 317 milliards de dollars ¹²⁰.

Afin de d'attirer à nouveaux les capitaux étrangers et surtout d'honorer les obligations financières contractées, les dirigeants des pays latino-américains entreprennent des réformes de structure d'inspiration néo-libérale : les plans d'ajustement structurel. Ce modèle s'appuie sur la libéralisation des échanges, la privatisation et l'ancrage des monnaies nationales au dollar.

Dans le même temps, la perte de marchés intérieurs dont commencent à souffrir les toutes nouvelles multinationales espagnoles - conséquence de la libéralisation - finit par faire de l'investissement en Amérique Latine une question de survie. Ce qui équivaut à une rupture pour un pays où le capitalisme est de formation très tardive (postérieure à l'expérience coloniale et à la révolution industrielle) et où, jusqu'alors, les entreprises ont eu suffisamment à faire pour se concentrer uniquement et exclusivement sur l'Espagne.

On commence donc à réfléchir à des projets de plus grande envergure. Le plus ambitieux est le projet ibéro-américain dont l'ambition est de rassembler les pays de la péninsule ibérique et ceux d'Amérique Latine au sein d'une communauté sur la base de leurs liens historiques mais avec l'objectif de développer des échanges commerciaux. L'aventure, cependant, en tant que pari stratégique au-delà de la pure logique patronale, reçoit tout de suite l'aval des gouvernements successifs de Madrid. C'est ainsi qu'à partir de 1991 des sommets ibéro-américains de chefs d'Etat et de gouvernement sont organisés chaque année.

Au début, la structure s'inspire de celle par laquelle deux voisins européens de l'Espagne, la France et l'Angleterre, ont réussi à perpétuer un certain degré de parrainage de leurs ex-colonies. Celle qui, au fil des ans, est finalement devenue l'Organisation des États ibéro-américains (OEI) s'est constituée sur la base d'expériences bien rodées telle que le Haut Conseil de la Francophonie (HCF) ou le Commonwealth.

Cependant toute structure a besoin d'être accompagnée par une superstructure qui la garantisse. Peut-être pour cette raison, et sans doute parce que les vieux schémas

¹²⁰ Pierre VEYSSIERE, *l'Amérique Latine de 1890 à nos jours* p. 223

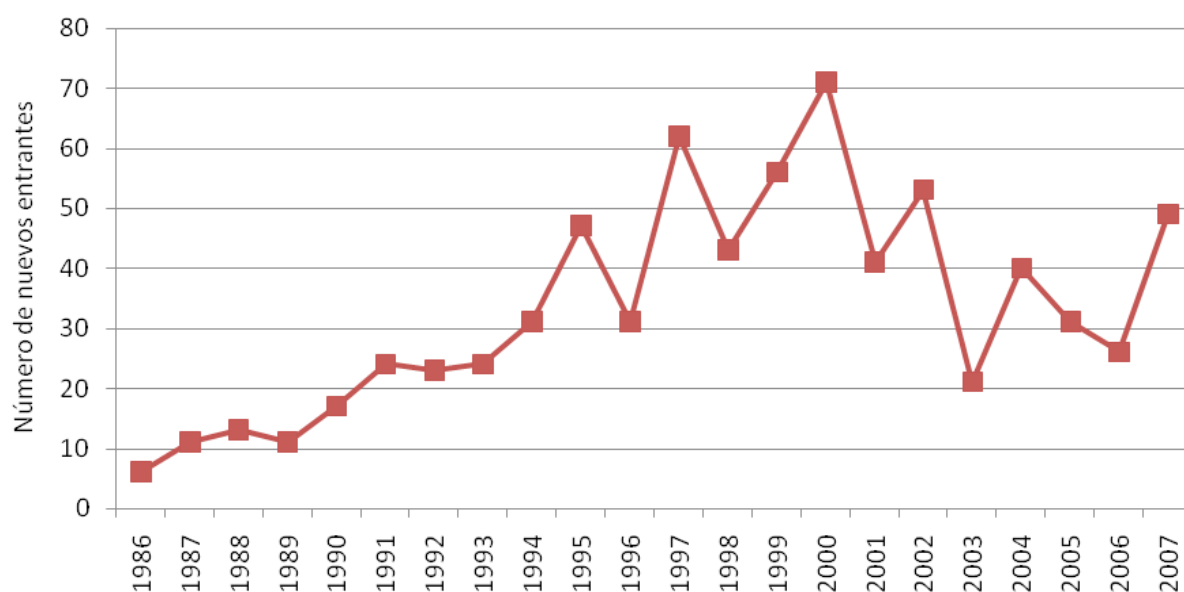
paternalistes du franquisme ne servent plus ses intérêts, à partir du milieu des années 90, le patronat espagnol pousse de plus en plus résolument les gouvernements successifs vers une redéfinition de la politique extérieure du pays. Mais les socialistes alors en place à Madrid refusent d'abandonner complètement une orientation où les facteurs politiques conservent un poids important.

Finalement, la logique économique réussit tout de même à se faire entendre : des *Tratados de Amistad y Cooperación* seront signés incluant pour la première fois des clauses de financement pour encourager le commerce et les investissements. Ces accords seront à l'origine de la vague d'investissements espagnols en Amérique Latine au cours des années 90, que Ramón Casilda Béjar appelle « *la década dorada* »¹²¹. On peut supposer que pour l'Espagne faire partie de la CEE constitue un facteur clé dans la stratégie d'expansion économique. En effet, la Communauté Européenne a permis au pays d'augmenter sa capacité d'investissement sans avoir à faire des efforts budgétaires massifs.

Dans ce contexte, il sera relativement facile pour les gouvernements espagnols successifs d'arriver à des accords favorables à leurs intérêts, mais surtout de se transformer en chantre de la démocratie en Amérique Latine et garant de l'application "correcte" des plans d'ajustement structurel. L'effet le plus important de ces derniers sera la libéralisation de secteurs entiers des différentes économies nationales qui, dépourvus de capitaux, n'auront d'autre remède que de continuer à s'ouvrir aux investissements étrangers. Les investissements espagnols, dans ce cadre, jouent un rôle essentiel. Pour preuve, un exemple : en 1998, à peine six ans après la célébration du Vème Centenaire, l'Espagne est devenue le second investisseur en Amérique latine, juste derrière les États-Unis.

¹²¹ Ramón Casilda Béjar, *LA DÉCADA DORADA: ECONOMIA E INVERSIONES ESPAÑOLAS EN AMÉRICA LATINA*, Universidad de Alcalá de Henares, Madrid, 2002

Tableau 8 : Nombre d'entreprises présentes pour la première fois en Amérique Latine
(1985-2007)

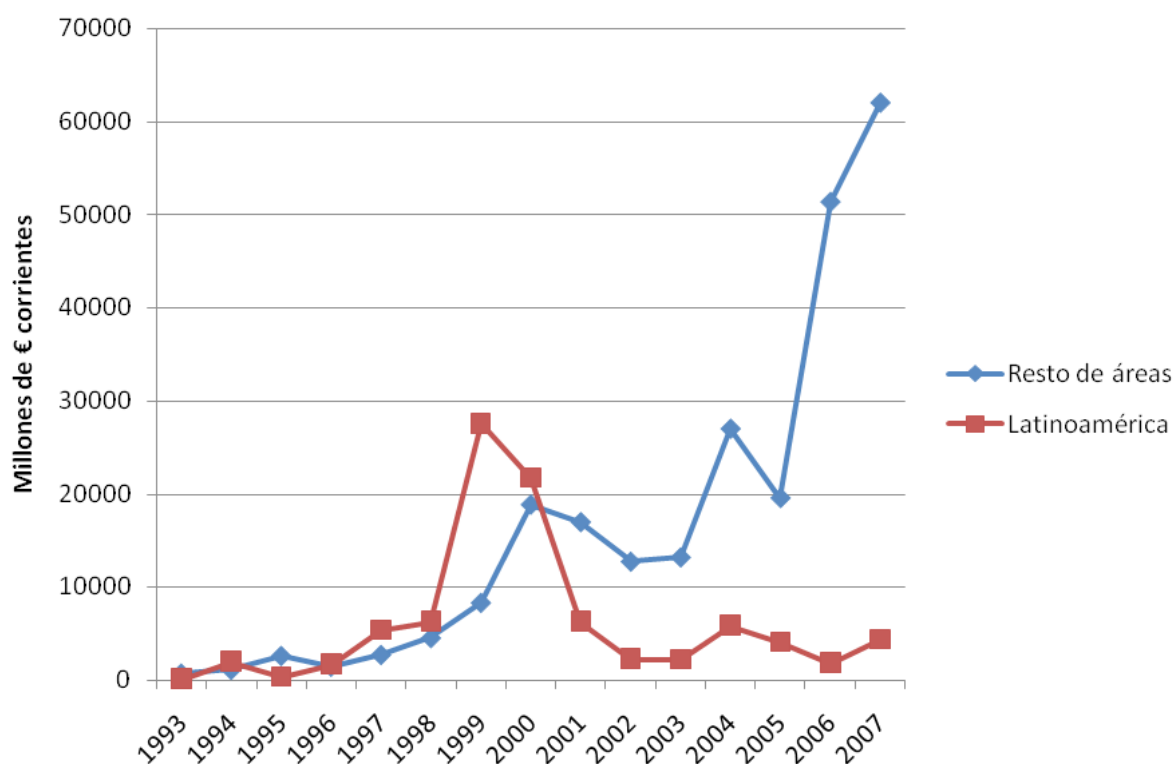


Source : Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), Datos Sistemática sobre las Operaciones Internacionales de las Empresas Españolas

Remarquons que ce ne sont pas des facteurs exclusivement exogènes qui déterminent l'arrivée de multinationales étrangères, notamment espagnoles, en Amérique latine à partir des années 90. Au cours de cette période, le besoin d'investissements en Amérique latine n'existe pas seulement dans l'ancien secteur public mais aussi dans les florissants empires privés, (comme celui des Azcárraga au Mexique) qui se sont créés dans la région au cours de la « décennie perdue » des années 80 marquées par l'argent facile et l'endettement¹²². Les subventions et prébendes, dont ces derniers ont joui durant la Guerre froide de la part des différents gouvernements nationaux, ne faisant plus bon ménage avec le nouveau dogme libéral, ils doivent eux aussi recourir aux capitaux étrangers.

¹²² Pierre VEYSSIERE, *l'Amérique Latine de 1890 à nos jours* p. 222

Tableau 9 : Volume net des investissements directs à l'étranger des entreprises espagnoles (1993-2007)

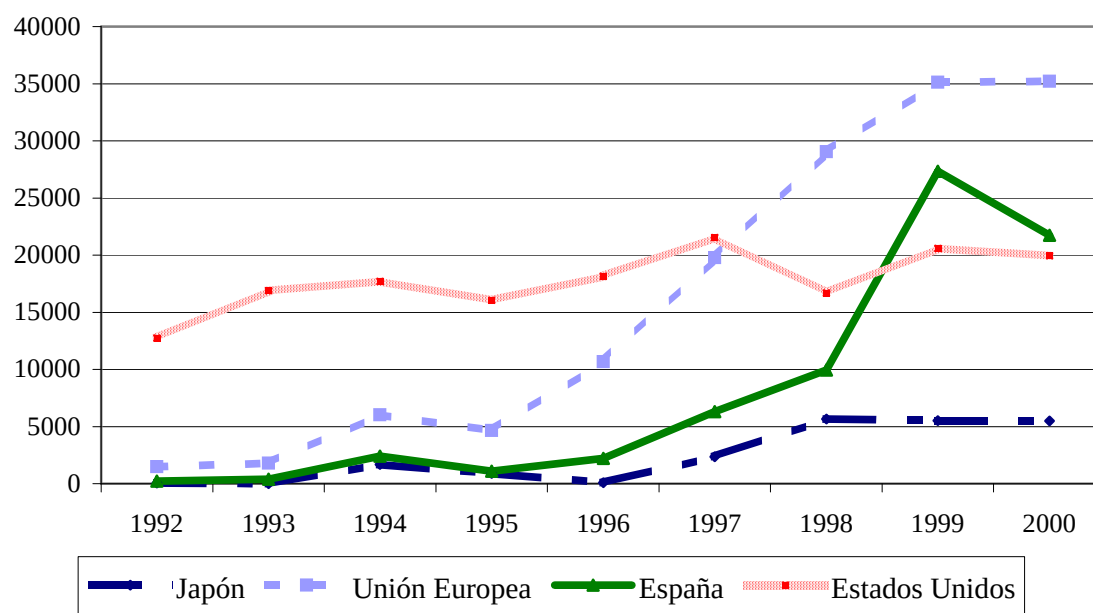


Source : Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), Datos Sistemática sobre las Operaciones Internacionales de las Empresas Españolas

En terme quantitatif, l'Amérique Latine représente environ 60% du volume total de la politique de coopération économique espagnole au début des années 90, reflet de la priorité donnée à cette région. Cependant, en raison du retard de l'Espagne dans la mise en place d'une politique globale d'investissement, la qualité des échanges reste assez médiocre : sous la forme de petits investissements irréguliers et à la rentabilité faible.

La politique latino-américaine de l'Espagne sera radicalement redéfinie à partir de la victoire électorale de la droite en 1996. Plusieurs éléments reflètent ce changement de cap : d'abord la constitution de l'Organisation des États ibéro-américains sera suivie de la réorganisation du vieil Institut de la Coopération Ibéro-américaine (ICI, organe catalyseur de la politique latino-américaine de l'Espagne). Ensuite, le boom des investissements directs dans la région et l'augmentation rapide du nombre d'immigrants latino-américains en Espagne.

Tableau 10 : Amérique Latine et Caraïbes, Investissements directs étrangers par origine
1990-2000 (millions de Dollars)



source : réalisé à partir de la base de données du CEPAL

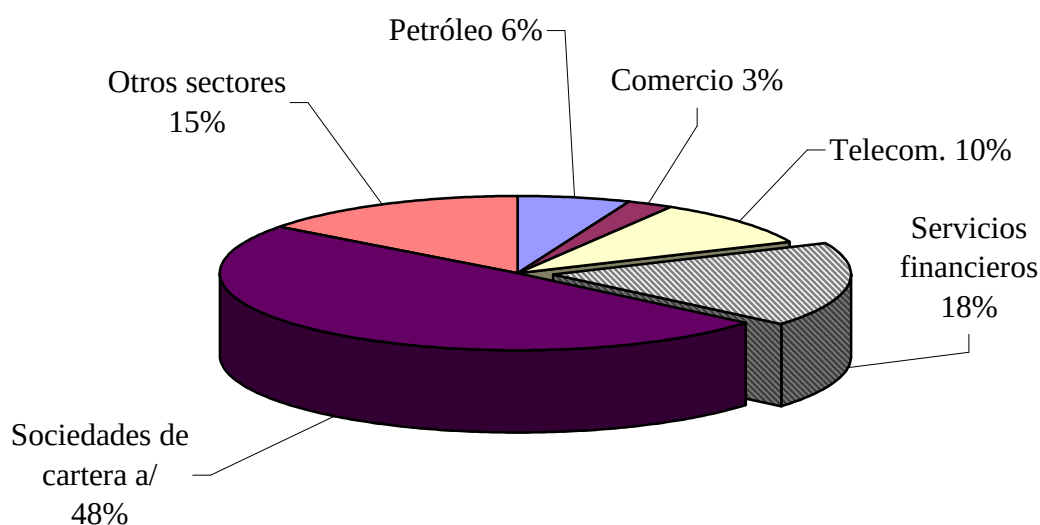
En 1999, l'Espagne est devenue le principal investisseur direct en Amérique latine. Les investissements directs de ce pays sont passés de 4,5 millions de dollars en 1990 à plus de 25 milliards de dollars en 1999.

Les entreprises espagnoles se sont placées en position de leadership dans la région, même sur des marchés habituellement dominés par Washington. En quelques années, des entreprises à base nationale du secteur financier, de l'énergie et des communications se sont transformées grâce à la reconquête espagnole en consortiums transnationaux : SCH, BBVA et Mapfre (banque et assurances) ; Repsol, Endesa, Iberdrola, Fenosa et Gas Natural (énergie) ; Iberia (transports) ; Dragados, ACS et FCC (construction) et enfin Telefónica et le groupe Prisa (moyens de communication, médias).

Les sept plus grosses d'entre elles, essentiellement tournées vers les services (Telefónica, Endesa, Repsol, Iberdrola, Iberia, BBVA et BSCH) ont investi entre 1991 et 2000 près de 50

milliards de dollars en Amérique Latine¹²³. Notons que de façon globale le secteur des services est le premier investisseurs à l'étranger, comme illustré ci-dessous :

Tableau II : Investissements directs espagnols à l'étranger par secteur 1993-2001 (en % du total)¹²⁴



source : réalisé à partir de la base de données de la Dirección general de Comercio e Inversiones, Secretaria de Estado de Economía y Comercio.

Au Mexique, selon le Secrétariat à l'Economie, au mois de décembre 2003 on recensait 1,657 sociétés avec des participations espagnoles dans leurs capital ; ce qui constitue 5.8% du total (28,717) des entreprises bénéficiant d'investissements étrangers directs (IED).

Entre janvier 1999 et décembre 2003, les entreprises espagnoles ont investi 13 876 millions de dollars,¹²⁵ ce qui représente 13,8% des IED du total des investissements reçus par le Mexique

¹²³ UNCTAD, *World Investment Report 2000*

¹²⁴ Les *sociudades de cartera* (holdings) sont des entreprises dont la majorité des actifs sont des valeurs.

¹²⁵ site du secrétariat à l'Economie www.economia.gob.mx

pendant cette période (101 milliards de dollars)¹²⁶. Ce qui place l'Espagne au premier rang des investisseurs européens au Mexique.

Pendant cette période, les investissements espagnols se font essentiellement dans le service bancaire (38.6%), le transport et les communications (25.9%), le commerce (24.9%), l'industrie des produits manufacturés (13.3%), l'électricité et l'eau (11.3%). Elles sont principalement implantées dans le Distrito Federal et l'Etat de México (85.5%), les Etats de Quintana Roo (3.8%) et Querétaro (3.7%).

L'entreprise Repsol peut être considérée comme l'exemple type du nouveau capitalisme espagnol au Mexique. Il s'agit d'une entreprise pétrolière géante née dans un pays qui ne possède pratiquement pas de pétrole : sur les 68 millions de barils de pétrole obtenus en 1997 par l'entreprise, seul un million a été extrait sur le sol espagnol. La même chose s'est produite avec le gaz : sur 13 millions de production totale, seuls 800 000 barils sont issus du sol espagnol.

Repsol est née en 1986 d'une initiative visant à intégrer les domaines pétroliers de l'Etat espagnol en un seul groupe. Sa croissance a lieu dans un marché sans concurrence. Entre 1989 et 1997, elle entre dans un processus de privatisation. En 1999, elle acquiert l'entreprise argentine Yacimientos Petrolíferos Argentinos (YPF). A partir de là, elle se convertit en *« principale entreprise espagnole en ce qui concerne les revenus, en la principale entreprise privée du secteur énergétique en Amérique latine en termes d'actifs et en une des dix premières entreprises pétrolières du monde »*. En 2000, elle comptait environ 5 milliards de barils de réserve.

Les banques Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) et Santander Central Hispano ont pris le contrôle d'un tiers des actifs étrangers sur le territoire mexicain. Rien que pendant les neuf premiers mois de 2004, BBVA a doublé ses bénéfices au Mexique : 580 millions d'euros selon le quotidien *La Jornada* du 26 octobre 2004.

Le besoin de conquérir de nouveaux marchés a converti l'Espagne en 1996 en sixième investisseur au niveau mondial, ce qui ne l'a pas empêchée de mettre en pratique des mesures protectionnistes comme celles permettant d'empêcher qu'une entreprise publique d'un autre pays puisse acquérir des entreprises privées espagnoles.

¹²⁶ INEGI, Reporteador de los flujos de inversion extranjera directa en Mexico

Il en résulte un lobby patronal puissant qui, n'a cessé de peser sur l'action politique de l'Espagne dans la région car le volume des investissements est tel que tout ce qui affecte la région touche aussi directement l'économie espagnole.

Enfin, un nouveau modèle de relations bilatérales s'est établi entre Washington et Madrid. Le gouvernement de José María Aznar, conscient du pouvoir des États-Unis en Amérique Latine, préférera rompre avec le vieux modèle européen de collaboration critique avec Washington et se rallier à une coopération transatlantique de tradition plus anglo-saxonne. Les résultats ne se feront pas attendre : les États-Unis feront de l'Espagne l'un de leurs interlocuteurs privilégiés en Europe et, en échange, le Plan Colombie - axe de la nouvelle politique latino-américaine de Washington - recevra un appui quasiment inconditionnel de la part de Madrid.

Malgré l'ALENA et les pressions américaines, le Mexique sera un des pays les plus critiques envers Aznar. Notamment en ce qui concerne l'appui inconditionnel de l'Espagne au États-Unis dans la guerre en Irak. Partisan d'un désarmement de l'Irak par des voies diplomatiques, il condamnera la décision des États-Unis et de ses alliés, dont l'Espagne, de recourir à la force.

Sur le plan économique, les gouvernements Aznar orientent surtout leur action en faveurs des intérêts des entreprises et du contrôle strict de l'immigration. Une action profitable économiquement mais dommageable du point de vue de l'image. Contrairement à ce que les entreprises espagnoles mettent en avant, le corollaire de la nouvelle stratégie espagnole en Amérique Latine sera le renforcement des liens entre les oligarchies espagnole et latino-américaine. Par ailleurs, bien des acquisitions espagnoles d'entreprises publiques offriront des services de mauvaise qualité, une augmentation des tarifs et des pressions politiques indues sur les gouvernements qui prétendent réguler leur activité. Ainsi, malgré le demi million de latinos vivant en Espagne l'écart culturel, économique, et social ne cessera de se creuser.

Pour ces raisons, l'opinion publique latino-américaine gardera une vision négative de ces opérations commerciales. Une attitude qui pour Ramón Casilda Béjar ne serait pas exempte de nationalisme, voire dans certain cas d'un opportunisme électoral.

Selon le Latinobaromètre 2003, 27% des sondés pensent « *que l'investissement de capitaux espagnols a été peu ou en rien bénéfique, et les plus critiques proviennent des pays où les investissements ont été les plus*

*importants ; 77% des sondés affirment qu'ils étaient plus satisfaits avec les services offerts par les entreprises privatisées avant qu'elles ne passent dans des mains espagnoles ».*¹²⁷

L'arrivée de José Luís Rodríguez Zapatero au pouvoir en 2004 laisse espérer une amélioration des relations hispano-américaines. Mais soulignons que l'activisme politique auquel s'est livré Aznar pendant son mandat, a été un frein au rétablissement d'un vrai dialogue.

La stratégie diplomatique du gouvernement de José Luís Rodríguez Zapatero est de chercher à être un intermédiaire dans l'amélioration des relations entre les Etats-Unis et les pays que Washington qualifie de problématiques ou d'ouvertement hostiles (en particulier le Venezuela, Cuba, la Bolivie et l'Argentine). Si cette initiative permet un rapprochement entre l'administration Bush et le gouvernement de José Luís Rodríguez Zapatero, dont les rapports se sont refroidis après le retrait des troupes espagnoles d'Irak en 2004, elle n'a pas favorisé l'amélioration des relations latino-américaines. Pire, ce rapprochement de l'Espagne avec certains pays de la région, sous l'œil bien veillant des Etats-Unis, a été préjudiciable au gouvernement espagnol. Car pour les décideurs de certains pays cela signifie que l'indépendance de la politique extérieure de l'Espagne se réduit encore et suggère aussi une continuité de la politique menée par Aznar.

A ce propos, il est intéressant de mentionner l'attitude de José Luís Rodríguez Zapatero à l'issue de l'élection présidentielle mexicaine de 2006, une attitude qui a provoqué une rupture avec la gauche mexicaine et soulevé des doutes sur la volonté du gouvernement espagnol de soutenir des élections transparentes et justes sur le continent. La profonde satisfaction affichée par le premier ministre espagnol à l'annonce de la victoire du candidat de droite (Felipe Calderón) a provoqué une vague de protestations de la gauche mexicaine, un mécontentement qui par extension s'est exprimé envers plusieurs entreprises espagnoles. Etant donné la couverture médiatique énorme qui a été faite sur les affrontements entre les deux camps à la suite des résultats des élections (contestés par la gauche), soutenir aussi ouvertement un candidat qui se disait garant du maintien des conditions favorables aux investissements espagnols, a été interprété par certains comme un exemple du retour à une logique purement commerciale de la politique étrangère espagnole dans la région.

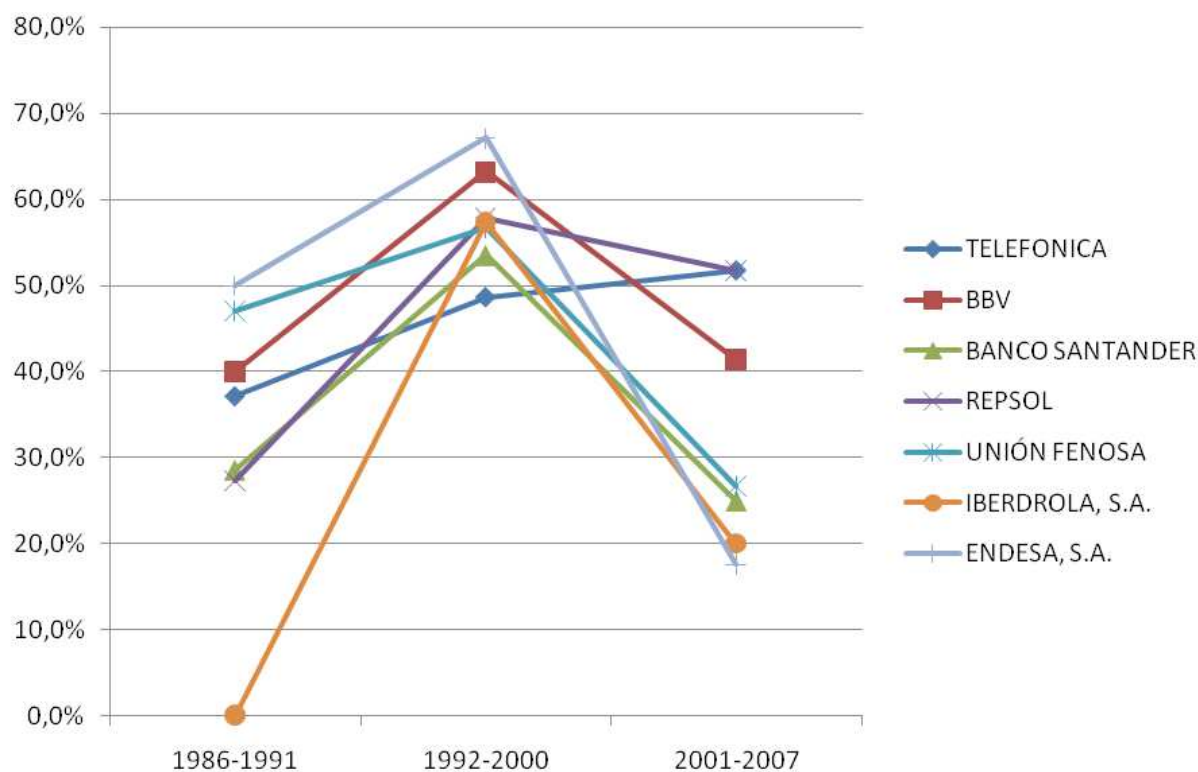
¹²⁷ *La imagen de España en América Latina. Resultados del Latinobarómetro 2003* consultables sur www.latinobarometro.org

Dans le domaine des relations économiques, José Luís Rodríguez Zapatero promet de continuer de défendre les intérêts des entreprises espagnoles mais loin de la logique purement économique de son prédécesseur, en favorisant la stabilisation de la démocratie, l'aide au développement, la cohésion sociale, et la participation de l'Union Européenne.

Ainsi, beaucoup de membres de la société civile s'attendent à ce que le nouveau gouvernement influe d'une certaine manière sur le comportement des entrepreneurs espagnols afin de garantir que ceux-ci ne suivent pas l'exemple des entreprises américaines ou chinoises. Cependant, dans les entreprises espagnoles locales, les pratiques patronales, les méthodes de travail, les standards appliqués dans le respect de l'environnement et les services diffèrent encore énormément de ceux pratiqués en Espagne et dans les pays de l'Union Européenne. A cela s'ajoute une autre source de conflits dus à l'arrivée au pouvoir dans certains pays de mouvements politiques opposés aux stratégies adoptées par certaines entreprises espagnoles. Surtout quand le capital espagnol s'est introduit dans des secteurs stratégiques pour ces nouveaux gouvernements (gaz, pétrole, électricité, eau, entre autres) ou qu'il a un impact fort sur le développement économique (comme le secteur financier).

De plus, les résultats obtenus par le gouvernement de José Luís Rodríguez Zapatero en termes d'investissement et d'échanges économiques avec l'Amérique Latine sont mitigés. Le graphique ci-dessous illustre bien cette baisse de l'activité des entreprises espagnoles dans la région entre 2001 et 2007.

Tableau 12 : Pourcentage des opérations effectuées en Amérique Latine sur le total des opérations réalisées par les 7 plus grandes entreprises espagnoles (1986-2007)¹²⁸



Source : Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), Datos Sistemática sobre las Operaciones Internacionales de las Empresas Españolas

Selon le Ministère espagnol de l'Industrie, du Tourisme et du Commerce, le montant cumulé des investissements espagnols en Amérique Latine entre septembre 1996 et septembre 2007 atteignent 110 milliards d'euros, dont 93, 859 milliards investis entre 1996 et 2003. Si le volume des investissements espagnols a diminué progressivement pour se situer autour de 2,200 milliards en 2006 et 2,600 milliards en 2007, les exportations elles se sont remises de leur chute mémorable enregistrée à la fin du mandat d'Aznar. Pendant la période 2004-2007 les exportations n'ont cessé d'augmenter, jusqu'à égaler 30 milliards d'Euros en novembre 2007 (entre 2000-2003 elles représentaient en tout 27 milliards d'euros)¹²⁹.

Dans ce contexte, l'idée selon laquelle l'Espagne est en train de mettre en place une « reconquête » économique de ses anciennes colonies est devenue de plus en plus crédible.

¹²⁸ Achats et fusions

¹²⁹ statistiques du Ministerio de Industria, Turismo y Comercio consultables sur <http://www.comercio.es/>

Surtout lorsque l'on prend en compte le fait que l'Espagne intègre également la culture en tant qu'élément stratégique de sa politique internationale, dans une Amérique Latine très sensible à la question de la domination espagnole et alors que se profilent les commémorations du bicentenaire de l'Indépendance prévues en 2010 dans une grande partie des pays de la région.

Les relations entre l'Espagne et le Mexique dépassent en effet le cadre des simples relations politico-diplomatiques et des relations économiques. Elles sont fortement imprégnées de l'Histoire, et par le partage des cultures qui prévaut depuis si longtemps entre ces deux pays. Les échanges fructueux qui en découlent favorisent une diversité culturelle riche en créations et en découvertes. La politique culturelle poursuivie par l'Espagne vise à les favoriser et à les mettre en valeur en s'appuyant sur le réseau culturel espagnol, composé d'institutions telles que *La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo*, *La Oficina Cultural de España en México* et *El Centro Cultural de España en México*, qui constituent de véritables carrefours de l'échange culturel.

L'action conjuguée des ces acteurs à pour but de promouvoir les créations artistiques espagnoles, souvent en partenariat avec des acteurs locaux (publics et privés) par l'organisation et le parrainage de spectacles, concerts et festivals. *Las Semanas Culturales de España* sont un bon exemple de ces manifestations où se conjuguent action auprès des distributeurs, des médias et du public. Cette politique permet par exemple à l'Espagne de soutenir la présence du cinéma espagnol dans les salles mexicaines, leur sélection dans les festivals locaux et leur diffusion non commerciale par les institutions publiques mexicaines. Par ailleurs, dans le domaine du livre, plusieurs partenariats entre des éditeurs espagnols présents au Mexique (Santillana, Planeta, Randon House Mondadori et Tusquets) et des acteurs publics mexicains comme *El Fondo de Cultura Económica*, *Educal* y la *editorial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA)* ont conduit à des actions ciblées permettant d'améliorer l'accès des populations rurales aux œuvres littéraires.

La politique culture de l'Espagne comprend également un volet éducatif et scientifique. Les relations très denses entre les systèmes universitaires espagnols et mexicains en matière de formation se traduisent par de nombreux partenariats qui concernent toutes les universités et de nombreuses grandes écoles permettant la mobilité des étudiants, des enseignants-chercheurs et personnels administratifs des établissements concernés. La coopération

scientifique est structurée autour de formations d'excellence entre universités et par des partenariats de haut niveau entre les organismes de recherche des deux pays et des entreprises privées. Ils portent notamment sur la biotechnologie, les technologies informatiques, les mathématiques fondamentales et appliquées, les changements climatiques, les sciences sociales et humaines. Enfin, très nombreux sont les accords de coopération entre des établissements publics mexicains (universités, écoles de commerce) et des établissements d'enseignement supérieur espagnols qui prévoient la validation conjointe de diplômes.

D) DEFINITION DE LA PROBLEMATIQUE

I-Problématique

Les relations entre l'Espagne et l'Amérique Latine présentent donc un caractère singulier, complexe, et multidimensionnel, qui dépasse le cadre des simples relations politico-diplomatiques et des relations économiques pour inclure une large gamme de relations sociales de toutes sortes, impliquant des acteurs gouvernementaux et non-gouvernementaux, de tous bords.

Les raisons de ce caractère particulier des relations Espagne-Amérique Latine ne sont pas seulement d'ordre stratégique ou sécuritaire, étant donnée l'éloignement géographique de l'Espagne, ni d'ordre strictement économique, en dépit du rôle croissant de l'Espagne dans l'économie du continent, ces raisons sont davantage dues à l'identité linguistique commune, aux liens culturelles et historiques, et aux affinités divers qui unissent l'Espagne et l'Amérique Latine.

Depuis le début des années 90, ces liens privilégiés ont contribué de manière décisive à l'amélioration de l'image de l'Espagne dans le monde. Jusqu'en 1992 l'image de l'Espagne s'est surtout affirmée grâce à l'Union Européenne, à ses efforts pour s'intégrer dans l'union. Une fois intégrée, l'Espagne était surtout considérée comme un pays européen parmi d'autres, pour ne pas dire un peu en dessous de la moyenne européenne, car elle était parfois assimilée à un pays en retard technologique. C'est grâce aux investissements espagnols en Amérique Latine que le pays s'est peu à peu forgé l'image d'une puissance économique mondiale.

D'ailleurs, les récentes enquêtes de l'OPIEX¹³⁰ sur la présence de l'Espagne dans la presse internationale indiquent que l'évocation de l'Espagne comme grande puissance est toujours associée à l'Amérique Latine.

Paradoxalement, cette amélioration de l'image de l'Espagne au niveau international, s'est accompagnée d'une détérioration de celle-ci auprès de ses partenaires latino-américains, conséquence directe de la politique extérieure initiée par le gouvernement Aznar à partir de 1996 : une politique de coopération au développement qui, au lieu de s'orienter vraiment vers ce but lointain, a plutôt été conçue comme un élément essentiel d'une stratégie purement partisane.

Dix ans plus tard, et malgré les réajustements opérés dans la politique de coopération par les gouvernements de José Luís Rodríguez Zapatero pour sortir les relations hispano-américaines de l'impasse, il semble que beaucoup en Amérique Latine ne considèrent plus ce pays comme un modèle. Il est alors logique de se demander si cette remise en cause de l'image traditionnellement favorable de l'Espagne transparaît dans les médias hispano-américains.

Notre recherche se propose d'apporter un début de réponse à cette question en se penchant sur l'exemple de la presse numérique mexicaine. En tant que premier partenaire commercial de l'Espagne sur le continent et pays d'accueil des immigrants Espagnols pendant la guerre civile et pendant le régime franquiste, le Mexique est un pays où l'Espagne occupe naturellement une place privilégiée dans la conscience du public. Un public qui vit aussi au rythme de la mondialisation de l'information.

Au Mexique, comme nous l'avons décrit dans notre première partie, le contexte socio-médiatique est marqué par la vulgarisation des outils informatiques qui bouleversent les modes de travail et de pensée. Le journalisme fait partie des métiers que le multimédia est en train de révolutionner et la presse est l'un des supports traditionnels qui s'ouvrent à ce nouveau monde grâce à la modification des techniques de diffusion traditionnelles.

¹³⁰ *Observatorio Permanente sobre la Imagen de España en el Exterior* (rapport 2006-2007), organisme dépendant du *Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos*. Son rapport annuel *La imagen exterior de España en la prensa internacional* est consultable sur www.realinstitutoelcano.org

Actuellement, en plus de leur version imprimée, plusieurs journaux, tels que *La Crónica de Hoy*, ont une variante électronique : La publication *online*.

L'arrivée de ce nouveau mode de diffusion confère une image de modernité aux versions papier car il devient possible d'adjoindre à l'écrit, pour le rendre plus attractif, plus réactif, le son et les images. Grâce à sa facette arborescente, la version en ligne donne à l'information une nouvelle profondeur. Néanmoins, les sites web que nous avons visités proposent des contenus informatifs très proches de leurs médias d'origine et selon un schéma de transmission « vertical » somme toute très classique.

Les codes du journalisme traditionnel ne disparaissent donc pas mais s'accommodent de formes et de règles nouvelles. Ainsi, sur *cronicadehoy.com.mx* l'une des fonctions du journalisme, qui est de *raconter des histoires* pour informer mais aussi pour donner du sens au monde, perdure, car si cette publication utilise un support virtuel, les informations qu'elle véhicule s'enracinent dans le réel. Le site *cronicadehoy.com.mx* participe donc à la circulation et à la production de valeurs et d'opinions au sein de la société mexicaine.

Quelles sont les valeurs et les opinions qui sont diffusées à travers le discours de ce site ? Et surtout, **quelle image de l'Espagne renvoient-elles au public mexicain ?** La vérification des hypothèses suivantes devrait nous permettre de répondre à ces questions.

2- Hypothèses

Sur la base des chapitres précédents, nous avons établi ce qui suit :

- Au cours de la période 2004-2007, la société mexicaine est en mutation : alternance politique, développement de la société de consommation, vulgarisation des nouvelles technologies. La presse accède peu à peu à la liberté mais les journalistes sont encore peu payés et travaillent parfois pour plusieurs médias afin d'améliorer leur revenu.
- Du point de vue économique, le pays connaît une forte croissance grâce, entre autre, aux investissements espagnols. Dans ce contexte marqué par des enjeux financiers énormes pour les entreprises espagnoles mais aussi pour les milieux d'affaires mexicains, la logique économique l'emporte sur d'autres considérations.

- En Espagne cette période est marquée par le retour au pouvoir des socialistes, et par un assouplissement de la politique extérieure. Une alternance qui laisse espérer une amélioration des relations entre l'Espagne et l'Amérique Latine.
- Le quotidien *Crónica* connaît aussi des bouleversements. A cause de difficultés financières, un nouveau propriétaire prend les rênes du journal. Peu à peu, il impose une ligne éditoriale plus consensuelle. Le contenu du journal est également modifié pour accorder davantage de place au divertissement. Le site *cronicadehoy.com.mx* reste assez proche de sa version papier dans le fond et dans la forme.

Nous pouvons à présent formuler trois hypothèses :

H1 : le discours de *cronicadehoy.com.mx* sur l'Espagne est plutôt formaté et peu critique.

- a) L'information produite par le site étant minoritaire, *cronicadehoy.com.mx* se pose comme un acteur secondaire dans la formation de l'opinion publique.
- b) Le discours de *cronicadehoy.com.mx* sur l'Espagne est majoritairement informatif (sous forme de dépêches, de brèves ou d'interviews).

H2 : les thèmes économiques et politiques sont traités de façon plus critique en raison de la place de l'Espagne dans l'économie mexicaine et de la politique extérieure qui fut celle du gouvernement Aznar.

- a) Les sections du site les plus concernées par l'actualité espagnole sont « negocios », « mundo », et « cultura », on peut supposer que l'information sur l'Espagne est cantonnée dans une partie du site.
- b) Dans la section « opinión », la proportion d'articles consacrés à la politique et à l'économie est supérieure à celle des articles culturels.

H3 : les personnes les plus traitées sont les acteurs de la culture et du sport, parce que ce sont les plus connus du public.

a) A l'intérieur de ces thématiques, les acteurs individuels et collectifs les plus souvent mis en scène dans les articles, et les événements rapportés le plus fréquemment appartiennent plutôt à la sphère sportive qu'artistique.

CHAPITRE III

LE CADRE METHODOLOGIQUE

Dans la perspective des études sur les images respectives que se renvoient différents peuples, nous nous sommes donné comme ligne de recherche l'étude de la représentation de l'Espagne dans la presse mexicaine sur internet, en particulier sur le site du quotidien *La Crónica de Hoy*.

Nous avons choisi d'analyser des textes médiatiques car nous pensons qu'ils sont un lieu privilégié pour le déploiement du discours. C'est à travers eux que se font les opinions et les représentations. Une question se pose alors, comment doit-on aborder l'analyse d'un texte de presse ? La réponse à cette question ne peut se faire sans cerner ses caractéristiques.

A) DEFINITIONS

1- Caractéristiques des textes de presse

Parler de typologie des discours reviendrait d'une part à réduire le discours à une succession de phrase formant un énoncé simple, repérable et linéaire; et d'autre part à nier la richesse et la complexité qui caractérise le discours.

En effet, le discours n'est jamais homogène, il combine plusieurs catégories discursives en fonction de l'approche par laquelle on veut l'aborder. CHARAUDEAU propose dans langage et discours¹³¹, une typologie inscrite dans une perspective sémiologique. Selon lui, la typologie d'un discours reposerait sur une double composante : situationnelle et discursive.

¹³¹ CHARAUDEAU P., *Langage et discours. Eléments de sémiolinguistique (Théorie et pratique)*, Paris, Hachette, rééd. 1994, p. 88

Tableau 13 : Typologie d'un discours

Composante situationnelle	Composante discursives
genre discursif	stratégie discursives
publicitaire	didactique
politique	propagandiste
scolaire	démonstrative
scientifique	etc

Cette approche est intéressante à plus d'un titre. Elle souligne le fait que la typologie des discours est liée aux contraintes qui ont précédées ces discours, d'où la notion de genres discursifs. C'est le genre à l'intérieur duquel s'inscrit le discours qui impose ses stratégies en fonction des buts visés par ce discours. Il y a donc autant de types de discours que de genres de discours.

Un genre peut interpellier plusieurs stratégies à la fois, c'est le cas notamment du genre journalistique puisqu'il fait intervenir non seulement des stratégies propres à l'écrit (construction grammaticale, logique textuelle, cohérence syntaxique...), mais aussi les contraintes dictées par les stratégies propres aux textes de presse (le choix du titre, la mise en page...) qui s'avère être plus déterminantes, parce qu'elles se révèle par un réel jeu sur la langue dont l'enjeu est non seulement textuel mais surtout communicationnel.

En somme dans un texte journalistique, l'auteur alterne constamment entre le statut de scripteur et celui d'auteur. Une double composante qui permet au journaliste une grande liberté de ton. Le texte devient alors ce que BOYER¹³² appelle « un principe d'écriture » à travers lequel le journaliste nous offre un « spectacle » à lire.

¹³² BOYER Henri, *L'écrit comme enjeu*, Paris, CREDIF, 1988, p.75

2- Choix de la méthode d'analyse

La méthode retenue pour réaliser cette étude sera celle de l'analyse de contenu informatif. Selon HANSEN¹³³, l'analyse de contenu est une méthode quantitative qui a pour objectif d'identifier et de compter l'occurrence de certaines caractéristiques dans un contenu, permettant ensuite d'en déduire certaines données relatives au message, aux images et aux représentations ou à leur signification sociale. Le choix de cette méthode est justifié tant par l'orientation constructiviste qui guide la présente recherche que par la nature des hypothèses que nous avons formulées dans le chapitre I.

D'ailleurs, cette méthode est plébiscitée par les chercheurs travaillant sur les questions de représentation sociale, de transmission de clichés ou de normes sociales. Nous pouvons souligner à titre d'exemple que c'est en utilisant l'analyse de contenu appliquée au matériel télévisuel que GERBNER¹³⁴ et ses collègues en sont venus à croire que la télévision « cultive » une certaine vision du monde chez les téléspectateurs. Cette technique a également été appliquée à l'analyse quantitative des journaux par LANDRY¹³⁵.

Nous inspirant des règles énoncées par DE BONVILLE¹³⁶ d'une part, et HANSEN d'autre part, nous avons divisé notre démarche en cinq étapes :

- l'énoncé des objectifs de la recherche et le rappel des hypothèses;
- la constitution du corpus ;
- la construction de variables et catégories analytiques;
- la construction d'une grille d'analyse;
- le pré-test de la grille d'analyse et la vérification de sa validité:

¹³³ HANSEN A., COTTIE S., NEGRINE R., et NEWBOLD C. *Mass Communication Research Methods*. New-York, New York University Press, 1998

¹³⁴ GERBNER G. Deviance and Power. Symbolic Functions of "Drog Abuse". In C. Winick (Éd.), *Deviance and mass media*, Beverly Hills, London, Sage, 1978 pp. 13-30

¹³⁵ LANDRY R. L'analyse de contenu. In B. Gauthier (Éd.), *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données*, Sainte-Foy, Québec, Presses de l'Université du Québec, 1995, pp. 337-359

¹³⁶ BONVILLE (DE) J. *L'analyse de contenu des médias. De la problématique au traitement statistique*, Bruxelles, Editions DE BOECK, 2006

B) ENONCE DES OBJECTIFS DE LA RECHERCHE ET RAPPEL DES HYPOTHESES

I- Les objectifs de la recherche

a) mettre en évidence les caractéristiques du site de *La Crónica de Hoy* en tant que sujet institutionnel qui contribue à la formation de l'opinion publique, et en tant que source potentielle pour l'étude en sciences sociales (sociologie, histoire, politique et science de la communication), à travers la description de sa structure discursive et de l'influence du contexte historique dans lequel il est immergé.

b) décrire le rôle que *La Crónica de Hoy* attribue aux différents acteurs collectifs et individuels dans le contexte des relations entre l'Espagne et l'Amérique Latine durant la période 2004-2007, les situations dans lesquelles ces acteurs sont mis en scène et les actions auxquelles ils sont associés.

c) examiner plus particulièrement la version de la réalité politique économique et sociale de l'Espagne qui est véhiculée par ce quotidien au cours des années 2004-2005-2006, dans le but de **comprendre la représentation qu'il fait de l'actualité espagnole** alors que le pays connaît une prospérité économique dont les effets se font sentir sur tout le continent (à travers un investissement massif des entreprises et de l'Etat espagnol dans les pays latino-américains en général et au Mexique en particulier).

Nous rappelons ci-dessous les hypothèses que nous avons pu dégager de notre problématique et qui nous permettront de remplir ces objectifs.

2) Le rappel des hypothèses

La lecture exploratoire du site nous a permis de constater que les articles d'opinion et les articles de fond ne sont que rarement consacrés à l'Espagne. Ce constat nous conduit à certaines hypothèses :

a) Le discours du site *www.cronicadehoy.mx.com* sur l'Espagne est surtout **informatif** (sous forme de courts reportages, de brèves ou d'interviews).

b) Le site *www.cronicadehoy.mx.com* se pose comme un **acteur secondaire** dans la formation de l'opinion publique : le discours sur l'Espagne est construit à partir d'une information diffusée par des agences de presse internationales (espagnoles ou autres) et non produite par le journal.

c) L'image présentée par le site *www.cronicadehoy.mx.com* est **plutôt favorable**. Elle repose sur le rayonnement culturel de l'Espagne dans le monde.

d) Les domaines où l'influence espagnole apparaît sont la culture et dans une certaine mesure la politique et l'économie, on peut donc supposer que **l'information sur l'Espagne est surtout cantonnée dans certaines sections du site**

e) La proportion d'articles consacrés à la culture et aux loisirs est **supérieure** à celle des articles politiques et/ou économiques.

f) A l'intérieur de cette thématique culturelle, les **acteurs individuels et collectifs** les plus souvent mis en scène dans les articles, et les événements rapportés le plus fréquemment appartiennent plutôt à la **sphère sportive qu'artistique**.

C) ETAPES DE LA CONSTRUCTION DU CORPUS

Reprenant la subdivision proposée par HANSEN et ses collaborateurs, nous avons procédé pour l'élaboration du corpus à analyser en trois étapes :

- la sélection du journal et du site ;
- la période couverte par l'étude et le choix des numéros à analyser ;
- la sélection des données du corpus.

1- La sélection du journal et du site

Divers journaux auraient certes pu se prêter à pareille analyse mais nous avons préféré limiter notre recherche à un quotidien national d'information générale. Pareille restriction, justifiée par des contraintes techniques, est fréquente lors de l'exécution d'analyses de contenu dans le secteur des médias de masse (Hansen et al... 1998)¹³⁷.

La sélection du quotidien, dans une analyse de contenu comme celle que nous souhaitons entreprendre, tient à de nombreuses considérations : géographique, de tirage, de clientèle, de format et surtout d'accessibilité (Hansen et al.. 1998). Dans le cas présent, nous avons retenu le site www.cronicadehoy.mx.com , version numérique d'un quotidien publié dans le District Fédéral.

Ce choix a été fortement dicté par la présence et l'accessibilité du matériel de recherche - « en pratique un des facteurs les plus décisifs » (Hansen et al., 1998)¹³⁸. En effet, contrairement à d'autres sites de journaux cités dans la première partie de ce travail, sur *cronicadehoy.mx.com* l'accès aux articles ainsi qu'aux archives est gratuit et le site, relativement petit, n'est pas encore envahi par la publicité ce qui en facilite l'exploration (temps de chargement plus rapide, pas de perturbation pendant la navigation, donc plus de confort).

¹³⁷ HANSEN A., COTTIE S., NEGRINE R., et NEWBOLD C. *Mass Communication Research Methods*. New-York, New York University Press, 1998

¹³⁸ Op. cit p.101

2- La période couverte et le choix des articles à analyser

L'analyse de la couverture médiatique qui n'est pas liée à des événements occasionnels exige l'utilisation d'un matériel qualifié de « raisonnablement représentatif » par HANSEN et ses collaborateurs¹³⁹. Les données considérées peuvent ainsi échapper à un possible biais du chercheur ou à des variations saisonnières.

Une période de trois ans nous a semblé permettre une lecture du discours médiatique moins influencée par l'actualité ponctuelle (saison sportives, déclarations politiques...) ou périodique (vacances, fins de semaine...). La période de 36 mois consécutifs du 1er janvier 2004 au 1er janvier 2007, a été retenue comme permettant de constituer un échantillonnage adéquat. Le contenu relatif à l'Espagne a été considéré dans son ensemble, nous avons retenu les articles traitant d'une personne de nationalité espagnole (Zapatero, Nadal), tout comme ceux concernant des institutions (le gouvernement, l'ETA), des groupes (l'équipe nationale de football) ou des questions sociales (l'insémination artificielle, le mariage homosexuel).

3- La sélection des données du corpus

Cette dernière étape de la construction du corpus consiste à préciser les modalités d'identification du contenu pertinent (Hansen et al., 1998, p. 104). Ce choix est lié à celui de l'unité d'analyse - ou unité d'enregistrement - qui correspond à la « portion du texte qui sera caractérisé par les catégories analytiques et les règles d'énumération » (Landry. 1995)¹⁴⁰.

Dans la recherche en cours, utilisant le repérage d'unités physiques (les titres), l'article de journal a été choisi comme unité d'analyse. La recherche d'information sur le discours portera donc sur les articles dont on questionnera le contenu en y identifiant et en y comptabilisant la présence d'éléments jugés significatifs.

Un des objectifs de la sélection des données est de permettre la construction d'un corpus de taille limitée- considération prosaïque et technique mais pertinente (Hansen et al.. 1998)

¹³⁹ HANSEN A., COTTIE S., NEGRINE R., et NEWBOLD C. *Mass Communication Research Methods*. New-York, New York University Press, 1998, p.10

¹⁴⁰ LANDRY R. L'analyse de contenu. In B. GAUTHIER (Éd.), *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données*. Sainte-Foy, Québec, Presses de l'Université du Québec, 1995. p.345

quant à la bonne exécution de l'analyse- sans toutefois que cette taille n'entache la signification des observations qui y seront faites.

Préférant à la recherche ciblée par chronique le choix d'un autre critère de sélection, le *lead*, c'est-à-dire la portion d'un article englobant son titre et ses premiers paragraphes, nous avons décidé de procéder à l'identification des articles du corpus dans l'ensemble des pages du quotidien. L'examen s'est donc étendu aussi bien aux pages internationales, culturelles qu'aux pages sportives.

Ce choix repose sur la perception que l'information sur l'Espagne, tant dans les pages d'actualité que dans les pages sportives ou culturelles, contribue au discours global du quotidien à ses lecteurs. Le choix de publier sous une forme ou une autre demeure une prérogative du journal et fait partie de l'activité discursive étudiée ici

Nous avons retenu la recherche par mot clé dans le *lead* des articles. La recherche à partir du *lead* journalistique, nous a semblé une technique efficace pour identifier les articles pertinents. C'est en faisant appel à notre question de recherche, touchant au discours médiatiques sur l'Espagne que nous avons précisé le principal critère de sélection du matériel retenu : la présence des mots « *España* » « *español(es)* » et « *española(s)* ».

En résumé, les critères de sélection des articles ayant servi à constituer le corpus sont :

- l'article doit être paru sur le site de *Crónica*
- avoir été publié entre le 1er janvier 2004 et le 1er janvier 2007 inclus
- contenir les mots « *España* », « *españoles* », et *españolas* » dans le *lead* ou se référer à l'Espagne ou aux Espagnol(e)s

Utilisant ces critères de sélection, un corpus de 559 (chiffre modifié ultérieurement) articles a été constitué. Ces données ont été recueillies sur le site selon une procédure que nous détaillons ci-dessous.

4- Procédure d'enregistrement des données

Pour la constitution de notre corpus nous avons retenu les douze mois des années 2004, 2005, 2006. Pour chacun d'entre eux nous avons pris en compte les quatre semaines de parution du journal. Nous avons parcouru toutes les éditions quotidiennes au jour le jour ou dans les archives et constitué deux répertoires : un pour les images et un autre pour les textes.

A l'intérieur de ces répertoires, nous avons créé douze dossiers par an dans lesquels les données ont été enregistrées par ordre alphabétique selon le nom de la personne ou le sujet dont traite l'article ou la photo. Nous avons créé un codage de ces données permettant d'identifier le nom de la personne, la rubrique dans laquelle l'article est paru, et la date de parution, exemple pour un article sur José Luis Rodrigues Zapatero : zapatero_mundo_30_06_06 .

D) CONSTRUCTION DES VARIABLES ET DES CATEGORIES ANALYTIQUES

HANSEN et ses collaborateurs (1998) notent que les caractéristiques des documents devant être mises en évidence aux fins d'analyse doivent être liées directement aux hypothèses énoncées. Se demandant quelles sont les variables à utiliser dans l'analyse des médias, les auteurs soulignent la nécessité de choix liés aux objectifs de la recherche, au cadre théorique et à l'énoncé initial du problème.

Le choix des variables a été opéré à partir des hypothèses, des objectifs de recherches et de la problématique. Nous avons sélectionné six variables qui nous permettront de décrire les articles et de les apprécier.

Le tableau synthétique qui suit énumère les diverses variables qui ont été utilisées regroupées selon leur type général. Les variables étant liées aux hypothèses de recherche, l'hypothèse à laquelle se rattache chaque variable est mentionnée en regard de chaque item. Chaque variable fait l'objet d'une présentation dans les paragraphes qui suivent le tableau.

Tableau 14 : Variables et catégories

Hypothèses	Variables	Catégories
D,E, F	Date de parution	
B, D, E	Sections du journal	mundo, espectaculos, cultura, estilo, salud, negocios
A, B, E	Genres d'article	Information, analyse, Opinion
	Longueur du texte	Court, moyen, long
E, C	Illustration	Oui, non
E, C	Sujet de l'article	Personne, groupe, autre
C, F	Evènement	Social, politique Economique, Culturel, Sportif

C	Contenu lexical	Noms, verbes, Adverbes, adverbe, adjectifs Expressions
---	-----------------	---

1- la date de parution

La variable « date », dont les douze catégories correspondent aux mois de l'année, précise le mois de parution de chaque article. Cette variable est la seule qui nous permettra de situer nos articles dans le temps chronologique, l'intérêt de ce temps extra-linguistique réside dans la comparaison des fréquences de parution. La comparaison des fréquences permettra de jauger les fluctuations de la place qu'occupe l'Espagne dans les sections du site. Une comparaison qui sera facilitée ultérieurement par le calcul d'un indice mensuel correspondant à la moyenne quotidienne d'articles dans un mois donné. La comparaison des fréquences est un indice de l'intérêt qu'accorde le site à l'Espagne.

2- les sections du journal

La variable « section du journal » se réfère à plusieurs catégories ayant une dénomination unique à l'intérieur du quotidien.

Un des facteurs les plus révélateurs de la variable « section du journal » tient au fait que les critères dictant le positionnement de chaque article demeurent une réalité inhérente à chaque quotidien. Les règles de positionnement faisant qu'un article est considéré « appartenir » à une section plutôt qu'à une autre sont donc propres à ce site. Nous avons recensé six catégories pour cette variable.

La comparaison des fréquences entre les catégories de cette variable permet de vérifier par exemple si les propos sur l'Espagne appartiennent aux sections d'actualité (locale, nationale,

internationale) ou aux questions culturelles ou s'il est possible de parler d'un discours transversal. Un discours général, élaboré grâce à la participation synergique de plusieurs sections du site.

3- Le genre d'article

Cette variable nous permettra d'identifier les articles selon leur typologie (article factuel, article de fond, ou article d'opinion). Ici aussi nous dénombrerons le nombre de fréquences pour déterminer quelle fonction est surtout assignée aux articles traitant de l'Espagne.

4- La longueur des articles

La variable « longueur des articles » offre trois catégories. Il y a 17 mots en moyenne par ligne.

Court : Moins de 20 lignes (moins de 300 mots)

Moyen : De 20 à 40 lignes (de 300 à 700 mots)

Long : Plus de 40 lignes (plus de 700 mots)

L'appartenance de chacun des 1700 articles à l'une ou l'autre catégorie a été déterminée par nous selon le nombre de mots contenus dans l'article.

Les données qui résulteront de l'analyse de cette variable auront une portée générale, ne permettant pas d'affirmer que les informations analysées sont jugées plus importantes que d'autres, par contre elles nous donneront tout de même une tendance hiérarchique de l'importance des articles au sein du corpus. Tendance qui se confirmera ou pas lors de l'analyse des autres variables.

5- L'absence ou la présence d'illustrations

La variable « présence d'illustration » est utilisée dans la présente recherche comme un autre indice de l'importance attribuée par les quotidiens aux articles observés.

Même si l'analyse du contenu graphique des illustrations peut se révéler plus éloquent, nous considérons la simple présence d'une photographie ou d'infographie comme indicateur d'une importance accrue. En effet la seule présence d'une photographie est une garantie de véracité, d'objectivité, et de crédibilité. La photo renseigne sur le contenu du texte sans que

l'énonciateur ait besoin de recourir à son identification, notamment en cas d'absence de légende. Elle pose l'énonciation comme vraie et permet au journaliste de s'effacer derrière une objectivité apparente pour développer son discours particulier.

La comparaison du nombre d'articles accompagnés d'illustrations relativement au nombre d'articles qui en sont dépourvus peut être liée à l'importance que les quotidiens accordent aux articles publiés - une importance pouvant parfois reposer, rien ne l'exclut, sur la valeur de l'élément graphique plus que sur le contenu textuel. Ainsi, lors de l'interprétation des résultats, nous considérerons que la présence d'illustrations accompagnant un article reflétera un intérêt plus grand du journal que pour les articles sans photo.

6- Le sujet/thème de l'article

Cette variable nous servira à identifier les divers paramètres concernant le sujet de chaque article. Elle se divise en trois catégories.

➤ Personne physique :

Pour identifier la personne dont traite l'article nous nous poserons les questions suivantes :

Quels sont le nom et l'âge du sujet (Jeune, Adulte, Aîné) ?

Est-ce un homme ou une femme ?

Est-ce une personne publique (Membre du gotha institutionnel, Star populaire, Célébrité) ou un simple citoyen ?

Quelle est la profession ou la fonction de la personne (Décideurs politique et économique, Intellectuel, Artiste, Sportif, Autre) ?

➤ Personne morale

Pour les personnes morales (les groupes) nous nous poserons les questions suivantes :

Quel est le nom de ce groupe ?

De quel type de groupe s'agit-il (Organisme officiel, un mouvement politique, une entreprise, un syndicat...) ?

Quel est son domaine d'activité et quel rôle joue-t-il ?

➤ Autre

Questions sociales par exemple : chômage, immigration... là encore nous chercherons à définir la situation actuelle du sujet.

7- L'évènement déclencheur

L'évènement déclencheur de la publication de l'article est la réponse à la question : « Qu'est-ce qui a provoqué la rédaction de cet article ? ». Les catégories possibles sont les suivantes :

✧ Actualité sociale : Fait divers, catastrophe, mouvements sociaux...

✧ Actualité économique

Déclaration d'un acteur de la scène économique : chef d'entreprise, représentant d'un organisme spécialisé, syndicaliste...

➤ Actualité culturelle ou artistique

Lancement d'un livre, première d'un film, promotion d'un album, cérémonie de remise de prix, festivals...

➤ Actualité politique

Déclaration gouvernementale, cérémonie officielle et commémorative, élections, manifestations, terrorisme...

8- Le Contenu textuel

a) LE PLAN D'ENONCIATION

L'énoncé c'est la langue verbalisée, une succession de d'unités linguistiques cohérente, c'est la base du discours. Cet énoncé est effectué par un sujet énonçant, et l'énonciation est l'acte de production de cet énoncé. Cette énonciation qui s'opère par une sélection à l'intérieur des unités linguistiques montre que l'énoncé est, pour l'énonciateur, un moyen de dire sa relation au monde, aux faits et même à la langue qu'il choisit de mettre en écriture.

L'article de presse relève de ce fonctionnement : il est d'abord une mise en langage d'une nouvelle, ensuite c'est une mise en langage associé à un énonciateur qui est le journal mais surtout le journaliste car il appose son nom, sa signature.

Benveniste¹⁴¹ parle de deux plans d'énonciation à savoir l'énonciation historique (que nous désignerons sous le terme de narration) et le discours.

➤ La narration

L'énonciation historique, selon Benveniste, caractérise le récit des événements passés. Il s'agit de la présentation des faits survenus à un certain moment du temps, l'intervention du locuteur se limite alors à la sélection des éléments qu'il rapporte. Pour qu'ils puissent être enregistrés comme s'étant produits, ces faits doivent appartenir au passé... c'est le mode d'énonciation qui exclut toute forme linguistique «autobiographique »... On constatera que la narration privilégie les formes de « 3ème personne ». Enfin, au niveau des temps verbaux, elle comporte trois temps : le passé simple, l'imparfait (y compris la forme en -ra) le plus-que-parfait...

En un mot, la narration (brève, compte rendu, reportage, enquête) se présente sous forme d'énoncés qui sollicitent la compétence du journaliste à présenter une synthèse factuelle et/ou à dégager la portée d'un événement pour en permettre la compréhension.

¹⁴¹ BENVENISTE, É. "Les relations de temps dans le verbe français", *Problèmes de linguistique générale*, Tome I, Paris, Gallimard, 1966, pp 238-239

➤ Le discours

Benveniste¹⁴² entend par discours, toute énonciation supposant un locuteur et un auditeur, et chez le premier l'intention d'influencer l'autre en quelque manière. Le discours suppose un JE qui se pose comme « *source des repérages personnels, temporels, spatiaux, et indique quelle attitude il adopte à l'égard de ce qu'il dit et de son co-énonciateur* »¹⁴³ (phénomène de modalité). Autrement dit, on peut appeler discours, tous les genres où quelqu'un s'adresse à quelqu'un, s'énonce comme locuteur et organise ce qu'il dit dans la catégorie de la personne. En outre, le discours se construit autour de trois repères : un énonciateur (je), un espace (ici) et un temps (maintenant). Les unités linguistiques destinées à situer le discours dans l'espace sont appelées déictiques. Nous verrons qu'elles permettent de voir le degrés d'implication de l'énonciateur et le jugement qu'il porte sur ce qu'il dit.

Le discours (interview, portrait, éditorial, tribune) emploie toutes les formes personnelles du verbe aussi bien je/tu que il. Au niveau de l'expression du temps, le discours est fondé sur trois temps principaux à savoir le présent, le futur et le parfait ou passé composé. D'une manière générale, tous les autres temps y sont admis sauf le passé simple.

L'identification de ces deux formes d'énoncés est fondamentale pour véritablement donner un sens à nos articles. Elle nous donnera un premier éclairage sur la linéarité du texte, l'effet que le journaliste veut produire sur le lecteur, l'attitude qu'il adopte par rapport à son énoncé, la manière dont la parole des acteurs du texte est mise en scène et rapportée, etc.

¹⁴²Ibid. pp 242-243

¹⁴³ MAINGUENEAU D. Analyser les textes de communication, Paris, Armand Colin, 2007, p32

b) L'EMBRAYAGE ENONCIATIF

On appelle embrayage énonciatif¹⁴⁴ l'ensemble des opérations par lesquelles un énoncé s'ancre dans sa situations d'énonciation (le moment et le lieu où il est formulé), et embrayeurs, les unités linguistiques qui dans l'énoncé marquent cet embrayage.

Dans un article de presse, ces embrayeurs qui déterminent et marquent l'énonciation, sont autant d'empreintes de subjectivité que laisse le journaliste dans son texte, même s'il veut donner à son discours un cadre objectif. L'étude de leur fonctionnement sera déterminant pour appréhender les textes de notre corpus car c'est à travers eux que pourra se lire la subjectivité leurs auteurs, condition sine qua non pour la compréhension du discours du site de *La Crónica de Hoy*.

➤ Les embrayeurs de personne

Ces embrayeurs permettent d'identifier les référents. En général l'article de presse semble ignorer le lecteur qui n'est pas censé se trouver dans le même environnement physique que le journaliste. On n'y trouve pas d'échange entre un « je » et un « tu », pas de formules phatiques, d'ellipses, etc. Ce sont les noms propres, les adjectifs possessifs (son, leur) et les reprises par des pronoms de troisième personne (il, elle, qui, dont...), des éléments qui ne dépendent pas de la situation d'énonciation, qui structurent la référence au texte.

La princesa Alexia, hija de los depuestos reyes Constantino y Ana María de Grecia, ha dado a luz a su tercer hijo, que se llamará Carlos.

(Efe en Barcelona Lunes 1 de Agosto de 2005)

El español Rafael Nadal, quinto favorito, derrotó al argentino Guillermo Coria (9), por 6-4, 3-6, 6-3, 4-6 y 7-6 (6), en 5:14' minutos, y ganó el Masters Series de Roma de tenis, su quinto título del año y ganó un premio de 340 mil euros por 170 mil de su rival.

(Lunes 9 de Mayo de 2005)

¹⁴⁴ MAINGUENEAU D. Analyser les textes de communication, Paris, Armand Colin, 2007, p.85

➤ Les embrayeurs temporels

Les textes de presse évoluent dans une situation où il n'y a pas d'interlocution direct car il est lu bien après qu'il ait été écrit, cette situation fait donc appel à deux notions : le temps extra-linguistique qui est chronologique et extérieur au texte; et le temps linguistique qui est grammatical. Le temps extra-linguistique que nous pouvons repérer à travers la date de publication de l'article ne sera étudié que dans l'évaluation de la variable « date de parution ». Ici nous n'envisagerons le temps que dans son existence à l'intérieur d'un texte, c'est à dire par rapport au rôle qu'il est susceptible de jouer dans sa construction. Sous cet angle, le choix d'un temps et d'une forme verbale est un « *point de cristallisation privilégié des traces d'énonciation* », ¹⁴⁵ un moyen de lire la subjectivité du journaliste, son rapport au discours et son rapport au monde.

Le temps des verbes :

On peut distinguer trois relations possibles entre le moment d'énonciation et le moment indiqué par le temps de l'énoncé : la coïncidence, marquée par le présent ; la différence temporelle marquée par le passé et le futur ; la rupture, qui permet d'évoquer un moment que l'énonciateur présente comme n'ayant pas de lien avec la situation d'énonciation.

Le présent est la base des énoncés embrayés mais ce présent déictique ne se révèle pas pertinent pour notre analyse. A cause du caractère différé de l'énonciation dans les textes journalistiques, il est quasiment impossible de le rencontrer dans notre corpus. Le présent qui nous intéresse est donc le présent non-déictique que l'on retrouve dans les énoncés non embrayés, nous consacrerons un passage à ceux-ci plus avant dans notre propos.

Les énoncés embrayés font aussi appel à l'imparfait, qui sera associé au passé composé ou au passé simple lorsque l'énonciateur procède à une mise en relief. Pour permettre une distinction entre premier plan et arrière-plan et donner de la profondeur à leurs textes, les journalistes ont souvent recours à cette association.

Le passé composé sert à installer le décor de l'énonciation, il présente des événements indépendants mais qui se suivent. L'imparfait donne les événements dans leur succession et

¹⁴⁵ MAINGUENEAU D. *L'énonciation en linguistique française*, Hachette, Paris, 1994 p.60

permet de voir leur déroulement, c'est un temps qui exprime un continuum, sans préciser le commencement ou la fin des événements.

Sin embargo, en 2004 un estudio realizado por la marca de condones Durex, arrojó que los italianos eran los mejores amantes, no sólo de Europa sino del mundo. Esta misma encuesta, que fue aplicada a mujeres consagró en su momento como “más ardientes” a los italianos, revelando que los franceses hacían el amor 137 veces al año, mientras los españoles en aquella ocasión no figuraban.

(Viernes 10 de Febrero de 2006)

Même utilisé seul par l'énonciateur pour rapporté des événements qu'il présente comme passés, le passé simple met l'accent sur la rupture entre ce passé et le présent d'énonciation. Le passé simple sert donc au journaliste à passer d'un plan d'énonciation à l'autre. Les événements mis au passé simple forment alors une chaîne de verbes par laquelle le texte avance vers sa fin en effaçant tout lien avec la situation d'énonciation. Ce temps est un moyen de prendre ses distances, un paravent derrière lequel le journaliste s'efface non pour remettre en cause le déroulement des événements, mais pour porter un jugement sur un événement passé.

À travers ces procédés implicites on peut déceler la subjectivité de l'auteur du texte. En effet le choix de ces formes verbales est dicté par la façon dont chaque journaliste envisage les événements qu'il rapporte : il peut considérer qu'ils sont achevés (passé simple) ou vouloir insister sur leur déroulement et la manière dont ils s'enchaînent (imparfait), il peut enfin donner plus de place à la durée et à l'actualité des faits (passé composé).

Le futur est le temps de la prédication. Il annonce un événement dont on a pas la possibilité de vérifier la réalité mais qui nous semble prévisible, que l'on peut anticiper. Les articles de presse évoluant dans l'univers du vrai et du certain, ils ne doivent en aucun cas susciter les doutes : mis au futur ces articles s'inscrivent donc dans la modalité du *certainement réalisable*, c'est le *futur proche*. Le futur proche n'est donc pas employé fréquemment et encore moins à la légère. C'est une succession d'événements du passé ayant des conséquences perceptibles dans le présent qui permettent de supposer tel ou tel dénouement logique dans l'avenir. Plus que les autres, l'usage exprime la subjectivité car il met en scène celui qui écrit en étroite relation avec ce dont il parle. C'est l'énonciateur qui tire ses propres conclusions et se projettent dans l'avenir, son engagement est donc total.

Les adverbes temporels :

hier, demain, aujourd'hui... ont pour repère le moment de leur énonciation.

« *Desde esta semana las discotiemdas de España y Latinoamérica muestran en sus estanterías el nuevo trabajo discográfico del artista madrileño, un viaje entre el pop, el hip hop, el funk y sus raíces flamencas del cual se desprende el sencillo A la primera persona.* »

(rédaction de *La Crónica de Hoy*, 15 de Noviembre de 2006)

La banda terrorista ETA se separa cada vez más de un eventual diálogo con el gobierno español después de que ayer colocara un coche-bomba en Madrid cargado con 20 kilos de explosivo, que lesionó a 53 personas y causó cuantiosos daños materiales.

(Agencias en Madrid, Jueves 26 de Mayo de 2005)

➤ Les embrayeurs spatiaux

Généralement, les textes de presse sont peu marqués par des embrayeurs spatiaux, parce qu'il est rare de rencontrer ceux qui se réfèrent à des situations partagées par le journaliste et les lecteurs. Néanmoins, ce sont des repères énonciatifs importants parce qu'ils sont une empreinte indéniable de l'énonciateur qui montre son degré de distanciation avec son texte et le sujet dont il traite.

Comme SIMONIN-GRUMBACH¹⁴⁶ qui soutient que « *l'espace du journal fait fonction de situation de référence implicite commune aux journalistes et aux lecteurs* » nous pensons que c'est d'abord le journal en tant qu'espace de rencontre du journaliste et du lecteur qui fait fonction d'espace principal utile à l'énonciation, viennent ensuite les embrayeurs spatiaux qui peuvent prendre deux dimensions déictiques ou non-déictiques. Les noms propres de lieu sont considérés comme non-déictiques. On retrouve également des démonstratifs dont l'étude semble ne pas être d'un grand intérêt dans le cas de notre corpus car leur usage paraît essentiellement anaphorique, dans le sens où leur référent est textuel.

¹⁴⁶ SIMONIN-GRUMBACH J. "Les repérages énonciatifs dans les textes de presse". dans A. Grésillon & J. L. Lebrave. (éds.). *La langue au ras du texte*, Lille, PUL, 1984, p.196

Les adverbes de lieu *ici, là-bas, loin, proche...* sont des embrayeurs déictiques, ils se distribuent à partir du lieu de l'énonciation. L'adverbe *ici* semble requérir une attention particulière. Il renvoie à une double référence : contextuelle d'abord dans la mesure où il renvoie au lieu où écrit le journaliste, cotextuelle ensuite dans la mesure où *ici* renvoie au texte lui-même.

On rencontre également des énoncés non embrayés, qui se présentent comme coupés de la situation d'énonciation. Ces énoncés s'efforcent de construire des univers autonomes bien qu'ils aient un énonciateur et qu'ils soient produits en un moment et un lieu particulier. Ce débrayage est fréquent lorsque l'article prend la forme d'une narration, d'un texte explicatif ou pédagogique comme dans cet extrait portant sur les documents à fournir par les couples homosexuels souhaitant se marier :

La documentación necesaria es la misma que para cualquier otra boda civil en España: certificado de nacimiento, certificado de empadronamiento de uno de los dos contrayentes y una declaración jurada del estado civil de los solicitantes.

(Agencias en Madrid Martes 5 de Julio de 2005)

Il n'en demeure pas moins que, même dans des articles supposés « neutres », la mise en mots n'est pas indifférente, qu'elle s'appuie souvent sur une opinion particulière, ou sur une opinion communément admise et non remise en cause.

Ces énoncés non-embrayés utilisent particulièrement, le passé simple, l'imparfait, et le présent non-déictique. Le présent non-déictique étant un présent soustrait au temps qui évoque des faits sans les fixer dans une opposition passé/présent/futur. Ce présent est souvent employé pour les légendes photographiques ou les titres d'articles :

ETA es la única banda terrorista de Europa que se resiste a desaparecer

(Fran Ruiz correspondant en Madrid Martes 2 de Agosto de 2005)

Joaquín Sabina invita a Reyli a cantar tema a dúo

(Domingo 29 de Mayo de 2005)

Nace el esperado príncipe en España

(Efe en Barcelona Lunes 1 de Agosto de 2005)

On notera que l'imparfait est commun au deux types d'énoncés. L'imparfait est en effet complémentaire du passé simple et du passé composé; il permet d'évoquer des faits qui ne contribuent pas à faire progresser l'action. Dans les articles de notre corpus ce temps ne peut donc être employé isolément, il s'appuie sur un énoncé au passé simple, au passé composé ou au présent non-déictique.

Il est rare qu'un article se développe sur un seul plan, la plupart du temps on voit se mélanger ou se succéder des passages narratifs et discursifs. Le passage de l'un à l'autre n'est pas aléatoire : il est lié à l'organisation du texte. Le journaliste peut faire des commentaires personnels par exemple au début et à la fin puis s'effacer quand il s'agit de raconter les faits.

c) LA MODALITE

Il faut rappeler que l'article de journal est un écrit informatif et /ou argumentatif dans lequel l'accent est mis sur les faits. Ces mêmes faits peuvent donner lieu à l'expression de la subjectivité du journaliste notamment à travers l'embranchement énonciatif comme nous venons de le voir. Cependant, MAINGUENEAU nous rappelle que « la manifestation de la subjectivité dans la langue n'est pas seulement une affaire de déictique, elle prend aussi en compte la modalisation ».¹⁴⁷

Le journaliste peut manifester sa subjectivité en indiquant, par des « indices », ses sentiments ou son avis par rapport à ce qu'il écrit, même dans un texte à la 3ème personne. On appelle modalisation l'ensemble de ces « indices », qui renvoient à un nombre de procédés linguistiques assez hétérogènes.

El diario vaticano L'Osservatore Romano criticó la aprobación de la ley, en los Parlamentos de España y Canadá, que permite el matrimonio entre personas del mismo sexo y aseguró con tristeza que en la ley aprobada por el Parlamento español se trata de “violentos ataques dirigidos contra la familia natural, aquella basada en la unión entre un hombre y una mujer”.

(Agencias en Madrid Viernes 1 de Julio de 2005)

¹⁴⁷ MAINGUENEAU D. Analyser les textes de communication, Paris, Armand Colin, 2007, p. 98

L'appréciation du journaliste par rapport à son énoncé peut se situer sur différents plans. Lorsque le journaliste s'exprime sur la probabilité d'une information, il évalue le degré de vérité, de certitude de l'énoncé : celui-ci peut être probable, obligatoire, certain, possible... L'information donnée est plus ou moins sûre.

Cette probabilité se traduit à travers l'usage de :

- ✓ Verbes : devoir, pouvoir, sembler, paraître, prétendre, affirmer, ignorer, croire...
- ✓ Temps : conditionnel (hypothèse, incertitude)
- ✓ Adverbes : peut-être, sans doute, probablement
- ✓ Expression mettant à distance l'information donnée : Selon des sources... D'après X...

[...] En varios medios de la prensa rosa se llegó a especular que la delgadez de la ex periodista convertida en princesa era consecuencia de la fuerte presión a la que estaba siendo sometida para que diera un heredero al futuro rey de España

[...] Esta presión habría aumentado en las últimas semanas, luego de que varias princesas europeas anunciaran sus respectivos embarazos

[...] Según la agencia EFE, la princesa de Asturias se ha quedado embarazada “por medios naturales, sin ningún medio de reproducción asistida”.

(Fran Ruiz, corresponsal en Madrid Lunes 9 de Mayo de 2005)

Le commentaire peut être appréciatif (évaluatif) ou affectif. Il exprime alors le jugement du journaliste, favorable ou défavorable, sur l'information qu'il nous donne.

Pour y parvenir il peut utiliser :

➤ Les noms

Pour ces indicateurs, nous reprendrons la distinction que Gauthier effectue entre les « noms prédicatifs » d'un côté et les « noms substantifs » de l'autre.

Les noms prédicatifs

Pour Gauthier, un prédicat est synonyme d'énonciation. Ainsi, dans la phrase "François est mon frère", le nom "frère" spécifie la relation de parenté du locuteur avec François¹⁴⁸. Pour cette catégorie, Gauthier précise que : « la prédication peut aussi être une qualification (les adjectifs exerçant souvent la fonction prédicative) ; c'est le cas dans l'exemple "Cet homme est un fourbe". Les noms prédicatifs, alors, peuvent aussi exprimer une certaine estimation et ainsi avoir un usage évaluatif »

Exemples de noms prédicatifs :

« Sin la máxima estrella y número dos del mundo Rafael Nadal pero con enormes expectativas[...] »

(Víctor J. Díaz, 15 de Enero de 2006)

« Roberto Carlos, campeón del mundo en Yokohama, ante Kahn, se decidió a lanzar con su cañón una falta desde unos 30 metros y el balón, tras rozar en la barrera, terminó en la red [...] »

(EFE en Munich, 25 de Febrero de 2004)

« En su discurso inaugural el Rey destacó la importancia de esta actividad como motor dinamizador de la economía de muchos países[...] »

(Agencias, 26 de Enero de 2006)

« Desde esta semana las discotiendas de España y Latinoamérica muestran en sus estanterías el nuevo trabajo discográfico del artista madrileño, un viaje entre el pop, el hip hop, el funk y sus raíces flamencas del cual se desprende el sencillo A la primera persona. »

(redacción de La Crónica de Hoy, 15 de Noviembre de 2006)

¹⁴⁸ GAUTHIER G. Critique du constructivisme en communication *Construction de l'actualité*, notes de cours de maîtrise en communication publique, Québec, Presses de l'Université de Laval, 2003, p. 6

« La respuesta de las autoridades vascas ha sido ponerse de parte del verdugo, al que consideran que tiene derecho a trabajar donde quiera, y dar una palmadita en la espalda a la viuda. »

(Fran Ruiz, 27 de Enero de 2006)

Les noms substantifs

La seconde catégorie de noms qui nous intéresse pour l'étude de notre corpus est celle des noms substantifs. Nous les comprenons au même sens que Gauthier¹⁴⁹ : « Ces noms, le plus souvent abstraits, désignent des actions, des états, des propriétés et autres "réalités" immatérielles, parfois même universelles. [...] Les noms substantifs, ainsi que les locutions nominales Jouant le même rôle peuvent dénoter des qualités comme dans l'exemple "son ardeur au travail". Quand c'est le cas, ils peuvent aussi exercer une fonction évaluative. »

Exemples de noms substantifs :

“Siendo indiscutiblemente un enemigo terrible, el terrorismo internacional no es la única gran amenaza, ni tal vez la más grave, a la que se enfrenta la humanidad en el siglo XXI”, recalcó. »

(Agencias en Montevideo, 5 de Noviembre de 2006)

« Así lo decidió ayer el gobierno local, en medio del enfrentamiento verbal entre radicales y los que apoyan a los Biglietto. Luego, todos se fueron a casa, Pilar sola, con la angustia de encontrarse con el asesino cada día. »

(Fran Ruiz, 27 de Enero de 2006)

« La piratería ha hecho que la gente le tenga menos aprecio o devoción a la música, pues la posibilidad de tenerla es cada vez más fácil [...] »

(Yair García, 30 de Noviembre de 2006)

« Solari encontró así de nuevo una plaza en el once inicial blanco y Zinedine Zidane quedó de salida como enganche para Raúl, pero ni siquiera la magia del francés servía para desequilibrar el perfecto entramado dispuesto por Joaquín Caparrós. »

¹⁴⁹ GAUTHIER G. Critique du constructivisme en communication *Construction de l'actualité*, notes de cours de maîtrise en communication publique, Québec, Presses de l'Université de Laval, 2003, p. 7

(José Antonio Pascual en Madrid, 5 de Febrero de 2004)

Concernant l'emploi des pronoms personnels, il est vrai que la nature des textes de presse fait qu'ils contiennent rarement cette empreinte individuelle. Le journaliste se fond dans le journal dans lequel il écrit, ce n'est pas sa parole uniquement qui est avancée mais aussi celle du journal. Cependant il y a un JE qui se profile derrière cette absence de surface, car le journaliste est parfaitement identifié comme référent, c'est lui qui signe l'article.

À l'inverse du JE le NOUS trouve un emploi plus fréquent dans les articles de presse. Il est dit exclusif lorsqu'il réfère directement à l'énonciateur il marque alors implicitement l'adhésion totale du journal. Il est inclusif lorsqu'il associe le journaliste aux lecteurs. Il suppose alors que le journaliste intègre ses lecteurs à son énonciation. NOUS est donc un repère énonciatif important parce que chacune de ses utilisations établit un rapport d'inclusion/exclusion des lecteurs selon que le journaliste souhaite jouer le rôle de porte parole ou de substitut.

Dans son usage inclusif NOUS se rapproche de la forme impersonnel (le ON français). Avec cette réserve que la forme impersonnelle permet au journaliste d'être moins explicite puisqu'il n'est pas identifié en tant que sujet direct de l'énonciation..

➤ Les verbes

Pour les verbes, Kerbrat-Orecchioni¹⁵⁰ nous rappelle que : « *toute unité lexicale, et les verbes n'échappent pas à la règle, peut en un sens, être considérée comme subjective, et même une assertion telle que "Pierre court" peut prêter à contestation ("mais non, il marche"). Cela étant admis, certains verbes (comme "aimer") sont plus nettement que d'autres ("acheter") marqués subjectivement (le caractère évaluatif du premier apparaissant ainsi dans le fait que "j'aime les coquelicots" n'impliquent nullement que "j'aime les fleurs" alors que si j'achète des coquelicots, cela veut aussi pour son hypéronymes).* » (op. cit., p. 100)

En d'autres termes, comme pour les adjectifs, il existe des verbes objectifs - acheter, prendre, poser, etc. - et des verbes subjectifs - aimer, déplorer, crier, etc. Kerbrat-Orecchioni (1997)

¹⁵⁰ KERBRAT-ORECCHIONI C., *L'énonciation : de la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin (1997 puis 2002, 4^e edi.)

distingue, dans ces verbes subjectifs, deux catégories : les verbes occasionnellement subjectifs et les verbes intrinsèquement subjectifs.

Les verbes occasionnellement subjectifs

Ils impliquent une évaluation « *de l'objet du procès, par l'agent du procès, en termes de bon/mauvais ; vrai/faux* » (Kerbrat-Orecchioni) ¹⁵¹. En termes de bon/mauvais, positif/négatif, Kerbrat-Orecchioni relèvent trois types de verbes.

Tout d'abord, les verbes de sentiment positif : « aimer », « apprécier », « souhaiter », « désirer », « vouloir », etc. Ensuite, les verbes de sentiment négatif : « détester », « déprécier », « craindre », « redouter », « appréhender », « reprocher », etc. Enfin, les verbes locutoires qui dénotent un comportement verbal. C'est-à-dire qu'à la différence des verbes de sentiment, « *les verbes locutoires signifient que l'état affectif de X (un sujet) s'explicite dans un comportement verbal* » ¹⁵².

Par ailleurs, selon Kerbrat-Orecchioni, il existe trois sortes de verbes locutoires : ceux qui le sont toujours comme « parler », « dire », « demander », « critiquer », « radoter », etc. ; ceux qui ne le sont jamais comme « marcher » ; et enfin, ceux qui le sont dans certains contextes comme « ressasser », « ajouter », « poursuivre », etc.

Exemples :

« *Los españoles, sea cual sea nuestra elección ideológica —agregó Gamoneda— advertimos en la reina una sensibilidad que sufre y se inclina a la vivencia de la paz [...]* »

(Efe en Madrid, 1 de Diciembre de 2006)

« *En tanto, el presidente George W. Bush expresó su preocupación de que otros países integrantes de la coalición sigan la decisión de España y retiren sus tropas de Irak [...]* »

(Fran Ruiz corresponsal en Madrid, Martes 20 de Abril de 2004)

« *[...] José Luis Rodríguez Zapatero, confió ayer en iniciar un diálogo de paz con el grupo extremista antes de julio próximo [...]* »

¹⁵¹ KERBRAT-ORECCHIONI C., *L'énonciation : de la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin (1997 puis 2002, 4^e edi.), p.102
¹⁵² op. cit. p. 103

(Agencias en Bruselas, 25 de Marzo de 2006)

Enfin, Kerbrat-Orecchioni note qu'il existe des « *verbes locutoires positifs comme faire l'éloge de, féliciter, encenser... et des verbes locutoires négatifs comme critiquer, condamner, accuser, se plaindre, déplorer...* »¹⁵³

Exemples de verbes occasionnellement subjectifs :

« *La canciller Ana Palacio descartó crear una comisión que estudie las informaciones sobre armas de destrucción masiva en Irak* »

(EFE en Madrid y Londres, 4 de Febrero de 2004)

El líder del Partido Popular (PP), Mariano Rajoy, aseguró ayer que ofreció al jefe del gobierno español, José Luis Rodríguez Zapatero, su apoyo y el de su partido “para acabar con ETA”

(Agencias en Madrid, 29 de Marzo de 2006)

« *También el líder del Partido Popular, Mariano Rajoy, felicitó a su máximo rival en las elecciones generales del pasado 14 de marzo [...]* »

(Agencias en Madrid, 17 de Abril de 2004)

Les verbes intrinsèquement subjectifs

Ils impliquent une évaluation ayant toujours pour source le sujet de l'énonciation. Avec ces verbes, l'évaluation peut s'effectuer de deux façons selon Kerbrat-Orecchioni : une évaluation de type bon/mauvais ou positif/négatif que nous retiendrons pour notre analyse et une évaluation de type vrai/faux (contenue dans les verbes perceptifs et d'opinion tels que sembler, estimer que...).

La première manière d'évaluer concerne les verbes intrinsèquement axiologiques. Par exemple, les verbes s'égosiller, ricaner, échouer sont intrinsèquement négatifs. En revanche, le verbe ou « sourire » à la forme affirmative est intrinsèquement positif.

¹⁵³KERBRAT-ORECCHIONI, 2002, pp. 116-117

Exemples de verbes intrinsèquement subjectifs :

« El cantante y compositor español Alejandro Sanz defendió en Caracas la inclusión de la común frase mexicana “vale madre” en uno de sus temas »

(NTX, 17 de Febrero de 2004)

El jefe del Ejecutivo, quien reiteró su respeto por las víctimas del terrorismo, lamentó ser el único gobierno que, tanto en España como en otros países democráticos, “no tiene el apoyo de la oposición en la lucha antiterrorista”.

(EFE en Madrid Jueves 9 de Junio de 2005)

➤ Les adverbes

Par définition, le sens d'un adverbe varie suivant le contexte dans lequel il est utilisé. Par conséquent, il est hétérogène. Gauthier considère que : « les adverbes et les locutions adverbiales servent de complément à un autre élément d'un énoncé, un verbe, un adjectif, un autre adverbe. Cette fonction complétive peut être relative à quelque aspect valorisant ou valorisé. C'est particulièrement vrai de certains adverbes de manière ("il travaille bien") et de degré ("il travaille beaucoup"). » ¹⁵⁴

Ainsi, en intégrant des adverbes dans leurs énonces, les journalistes transmettent aux lecteurs une certaine opinion ou appréciation du sujet décrit. Kerbrat-Orecchioni divise les adverbes en sous-classes. Pour elle, certains adverbes impliquent un « "jugement de vérité" (peut-être, vraisemblablement, sans doute, certainement, à coup sûr, etc.) et d'autres un "jugement de réalité" (réellement, vraiment, effectivement, en fait, etc.) » ¹⁵⁵.

Enfin, nous pouvons distinguer les adverbes de quantité (très, beaucoup, peu, etc.), de manière (lentement, rapidement, etc.), de négation (ne...pas, ni...ni, etc.), de lieu (ici, là-bas, etc.) et de temps (aujourd'hui, toujours, etc.). Dans notre analyse, nous n'avons retenu que les

¹⁵⁴GAUTHIER G., Critique du constructivisme en communication, *Construction de l'actualité*, notes de cours de maîtrise en communication publique, Québec, Presses de l'Université de Laval, 2003, p.9

¹⁵⁵KERBRAT-ORECCHIONI C., *L'énonciation : de la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin (1997 puis 2002, 4^e éd.) p. 133

adverbes de degré et de manière. A la différence des autres, ces adverbes renferment plus de valeur connotative.

Voici quelques exemples d'adverbes de manière et de degré extraits de notre corpus :

Según Domingo, una de las causas del carácter duradero de sus cuerdas vocales podría estribar en la técnica que su tipo de voz le obligó a desarrollar: “Yo no era un tenor natural. Tuve que trabajar duro diariamente y concentrarme muy mucho en mi técnica. Creo que eso me ha ayudado”.

(EFE, 23 de Abril de 2006)

Uno de los retoños de Julio Iglesias, el popular Enrique, ha sido demandado vía civil por un paparazzi chileno que lo imputa de “acusaciones falsas” para que fuera arrestado injustamente cuando intentaba fotografiar a su novia Ana Kournikova.

(Elvira Gómezturja, 11 de Abril de 2006)

➤ Les adjectifs subjectifs

Kerbrat-Orecchioni distingue deux types d'adjectifs : les objectifs et les subjectifs. Les premiers sont considérés comme des faits (exemples : adjectifs de couleur ou adjectifs décrivant une forme comme « rond », « carre », etc.) tandis que les seconds relèvent du « *niveau interprétatif du langage* »¹⁵⁶ comme, par exemple, « joli », « gourmand », « colérique », etc.

Les adjectifs peuvent donc être à la fois des énoncés de fait et des énoncés de valeur. Dans notre perspective, ce sont les adjectifs subjectifs ou évaluatifs qui nous intéressent en premier lieu. Comme le note Gauthier, les adjectifs subjectifs servent « *à exprimer une qualité de l'être ou de la chose désigné par le nom auquel il est rattaché* »¹⁵⁷. Ces adjectifs subjectifs, par leur utilisation, détournent donc le journaliste qui les utilise de son mandat d'objectivité. Autrement dit, si le journaliste utilise ce type d'adjectifs, c'est qu'il évalue la situation soit de manière négative, soit de manière positive.

¹⁵⁶ KERBRAT-ORECCHIONI C., *L'énonciation : de la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin (1997 puis 2002, 4^e edi.), p. 95

¹⁵⁷ GAUTHIER G., *Critique du constructivisme en communication, Construction de l'actualité*, notes de cours de maîtrise en communication publique, Québec, Presses de l'Université de Laval, 2003, p. 6

Voici quelques exemples d'adjectifs subjectifs extraits de notre corpus :

Sin embargo, en 2004 un estudio realizado por la marca de condones Durex, arrojó que los italianos eran los mejores amantes, no sólo de Europa sino del mundo. Esta misma encuesta, que fue aplicada a mujeres consagró en su momento como “más ardientes” a los italianos, revelando que los franceses hacían el amor 137 veces al año, mientras los españoles en aquella ocasión no figuraban.

(Viernes 10 de Febrero de 2006)

« Para él, las mujeres nacen con un instinto genético que las hace ser perfectas, “porque son el ser supremo de esta tierra” »

(Nora Torres Macías, 25 de Mayo de 2004)

« A través de sus películas, una audiencia de lo más variada que incluyó tanto al padre de Penélope, Eduardo, como al cantante Prince, disfrutó de una joven Cruz en ‘Belle Epoque’, una más sensual en ‘Jamón, jamón’ o una actriz en todos los idiomas, con filmes en italiano, inglés, francés o alemán. »

(efe, Sabado 4 de Noviembre de 2006)

« La congregación católica mexicana Legionarios de Cristo, del padre michoacano Marcial Maciel Degollado, ha perdido con la derrota del Partido Popular (PP) en las elecciones del 14 de marzo un fiel aliado en el poder [...]»

(Fran Ruiz, corresponsal en Madrid, 9 de Mayo de 2004)

➤ Les figures de style et expressions métaphoriques

Des deux auteurs consultés, seul Gilles Gauthier aborde et développe ces indicateurs comme étant partie prenante de l'évaluation d'un texte journalistique. Comme il le remarque d'entrée de jeu, « *en tant que telle, une métaphore n'est pas un nom, un adjectif, un verbe ou un adverbe mais une nouvelle élocution qui permet d'exprimer de manière figurée le sens d'un terme «initial» de l'une ou l'autre de ces sortes.* » ¹⁵⁸

¹⁵⁸GAUTHIER G., Critique du constructivisme en communication, *Construction de l'actualité*, notes de cours de maîtrise en communication publique, Québec, Presses de l'Université de Laval, 2003, p. 10

La figure de style est souvent un jeu sur la connotation ; elle a pour vocation de chercher l'alchimie, l'esthétique, la rhétorique entre *signifié* et *signifiant*. Elle joue aussi sur les règles de construction des phrases (syntaxe).

Les procédés cités ci-dessous sont généralement considérés comme devant donner « plus d'ornement », « plus de vivacité » au discours. Mais ils sont le plus souvent tirés de textes littéraires. Notre propos sera ici, prenant pour base certaines de ces « étiquettes » rhétoriques et leur description, de considérer quelques figures, mais au sein de notre ensemble de textes journalistiques.

Le détour : les figures d'analogie

Comparaison : Elle rapproche deux termes en explicitant leur élément commun. Elle utilise un mot de comparaison. Mise en relief d'analogies, de ressemblances, de rapports de supériorité, d'infériorité ou d'équivalence.

Métaphore : Comme la comparaison, elle rapproche deux termes, mais sans expliciter le lien de ressemblance ou d'analogie. Elle met en relief des relations analogiques. Dans notre situation, la métaphore devient évaluatrice lorsque : « *le sens littéral original d'un terme a une incidence appréciative qui en fait un indicateur évaluatif cette incidence appréciative est conservée dans la métaphore qui, elle aussi, est alors indicateur d'évaluations.* » ¹⁵⁹

Ainsi, dans l'expression métaphorique il a « le sang chaud », l'adjectif « chaud » peut être synonyme des adjectifs « irritable », « irascible », voire « violent » et prend alors une dimension évaluatrice qu'il n'a pas en son sens premier. Autrement dit, lorsque l'expression métaphorique « il a le sang chaud » est utilisée, elle signifie que le sujet en question est « irritable », « irascible », voire « violent ».

Métonymie : On ne nomme pas l'être ou l'objet. On utilise un autre nom qui lui est proche parce qu'il s'agit de : son contenant, sa cause, son origine, son instrument ou son symbole. La métonymie permet une désignation plus imagée et une concentration de l'énoncé. Elle est fréquente dans la langue parlée. Elle crée un effet de raccourci qui attire l'attention, frappe, émeut, persuade.

¹⁵⁹Op. cit. p.10

Hypallage : Une hypallage est la figure par laquelle on attache à un mot une caractéristique qui appartient à un autre mot de la même phrase.

Synecdoque : Variante de la métonymie. On emploie, pour parler d'un être ou d'un objet, un mot désignant une partie de cet être ou de cet objet. L'hypallage, comme la métonymie dont elle est voisine, permet une désignation plus imagée. Elle attire l'attention, frappe, émeut.

Allégorie : Elle consiste à représenter une idée abstraite par une représentation concrète pour en faciliter de compréhension. C'est une représentation figurée faisant appel à l'imagination.

Voici quelques exemples de figures d'analogie tirées de notre corpus :

« el Rey Juan Carlos I de España inauguró ayer “El Fórum Universal de las Culturas Barcelona 2004”, evento que durante los 141 días de su vigencia buscará ser una plataforma de diálogo para la defensa de la paz [...] »
(Agencias en Barcelona, 9 de Mayo de 2004)

Ignacio Aslarloa, responsable de Seguridad del PP, [...] dijo que la multitudinaria manifestación de ayer en Madrid contra la supuesta negociación del gobierno con ETA, prueba el “profundo divorcio” entre el gobierno socialista y la sociedad.
(Agencias en Madrid, Lunes 27 de Febrero de 2006)

El Premio Reina Sofía de Poesía Iberoamericana fue anunciado para Gamoneda el 11 de mayo pasado por “la huella ética que penetra toda su obra, marcada por una profundidad y una hondura inigualables”.
(Efe en Madrid, Viernes 1 de Diciembre de 2006)

Los hinchas chinos, irritados con los altos precios de las entradas (74 dólares), las lluvias torrenciales y la anunciada ausencia del astro David Beckham (lesionado), prefirieron quedarse en casa, y por ello el partido se disputó en un estadio ocupado apenas por la mitad.
(AFP en Pekin Domingo 24 de Julio de 2005)

La substitution : les figures de l'atténuation

Périphrase : Pour désigner un être ou un objet, on utilise une expression au lieu du mot précis. La périphrase crée une attente, attire l'attention sur une qualité.

Litote : On atténue une idée par une tournure moins forte, souvent la forme négative. Par la litote, on exprime implicitement beaucoup plus qu'il n'est dit ; on donne plus de force à une affirmation en paraissant l'atténuer.

Euphémisme : On emploie, à la place d'un mot, un autre mot ou une expression qui atténue son sens. L'euphémisme a pour effet de dissimuler une idée brutale ou jugée inconvenante.

L'accumulation : les figures d'insistance et d'exagération

Anaphore : On reprend plusieurs fois le même mot. Elle se situe en tête de vers, de phrase. L'anaphore rythme la phrase, souligne un mot, une obsession, ou provoque un effet musical.

Parallélisme : On utilise une syntaxe semblable pour deux énoncés. Le parallélisme rythme la phrase, met en évidence une antithèse ou une similitude.

Accumulation, gradation : On fait se succéder plusieurs termes d'intensité croissante ou décroissante. L'accumulation produit un effet d'amplification, la gradation dramatise.

Hyperbole : On emploie des termes trop forts, exagérés. L'hyperbole crée une emphase, elle abonde dans les textes de tonalité épique et chaque fois que l'auteur veut grossir les faits, grandir un personnage, provoquer chez le lecteur un effet d'admiration, d'enthousiasme ou de crainte. Elle est courante dans la langue familière.

Pléonasme : une expansion redondante. Le pléonasme développe une précision superflue, déjà contenue dans le sens d'un mot du même énoncé. Figure localisée, le pléonasme revêt deux formes principales. Soit un adjectif est redondant par rapport au nom qu'il caractérise, soit un groupe circonstanciel fait double emploi avec le verbe qu'il précise: « je l'ai vu, de mes propres yeux, vu ».¹⁶⁰

¹⁶⁰ MOLIÈRE *Le Tartuffe* Acte 5, Scène 3 éd. Flammarion, coll. Garnier Flammarion, 1999

En développant deux fois de suite la même idée, le pléonasme est peu informatif. Néanmoins, peut être considéré comme expressif lorsqu'il crée un marquage fonctionnel dans l'énoncé ou qu'il indique une insistance.

Tantôt derrière une redondance apparente, se cache une information à calculer par le lecteur, comme dans ces deux vers : « Vous ai-je dit ou non qu'il vous fallait parler français le français français ? ».¹⁶¹

Loin d'être répétitif avec le nom, l'adjectif met en évidence la langue valorisée de la métropole par rapport à sa variante d'Outre-mer. Faux pléonasme, il fait ressortir l'aliénation linguistique imposée au petit Léon-Gontran Damas par sa mère.

Le choc : les figures d'opposition

Antithèse : inverse de la redondance : elle fait coexister deux termes de sens contraire à l'intérieur du même énoncé. Elle met en relief la coexistence d'éléments opposés, elle produit donc un effet de renforcement du sens non par synonymie mais par antonymie.

Oxymore : juxtaposition de deux mots de sens différents.

Antiphrase : On dit le contraire de ce qu'on pense, tout en faisant comprendre ce qu'on pense. L'antiphrase provoque et soutient l'ironie.

Voici quelques exemples extraits de notre corpus :

Antithèse et pléonasme :

A pesar de su fama de no tener miedo para hablar a favor y en contra de la política y los nuevos modelos de la farándula y la vida social, Joaquín Sabina no se considera un ser libre, aunque espera que algún día pueda conseguirlo a través de “pelearse todos los días con el sospechosismo de los sospechosos, porque sospechoso es hasta uno mismo con su propia autocensura”.

(Victoria Martínez Enríquez Martes 26 de Abril de 2005)

¹⁶¹ L.-G.DAMAS "Hoquet" *Pigments*, Paris, Présence Africaine, 1962

➤ Le choix des titres

Les titres sont un indice privilégié de la subjectivité. C'est parce que le titre est la première chose qui s'offre au lecteur et celle qui va susciter sa lecture que le titre résume et condense les sens contenus dans l'article. Le titre vise à susciter les émotions du lecteur avant même qu'il ne lise l'article. Par des procédés typographiques tels que la ponctuation (!, ..., ?), les caractères en gras...les titres participent à la manifestation de la subjectivité dans le discours journalistiques. Ils affirment la capacité de dire du journal qui, à travers ses titres, plus qu'informer *montre* qu'il informe.

Le titre n'est qu'une partie modeste de l'information, mais c'est celle qui s'exhibe et donne l'essentiel de la substance de l'article en annonçant le sujet, l'angle du texte. A ce titre, nous pensons que les éléments sémantiques et morphologiques de la titraille sont d'une importance particulière. Nous nous intéresserons donc fréquemment aux titres des articles car tous les articles du corpus ne feront pas l'objet d'une analyse textuelle complète, l'étude des titres nous permettra de capter de façon instantanée les éléments de subjectivité les plus parlants.

➤ La typographie et la ponctuation :

Il est toujours intéressant de s'interroger sur les informations qu'apportent la ponctuation sur la prosodie et la mélodie du discours. Certains signes visualisent l'organisation syntaxique du message (point, point virgule, deux points, tiret, points de suspension). La virgule a un rôle séparateur, mais elle sert aussi à isoler des constituants qui ne sont pas sur le même plan : appellatif, apposition, détachement thématique, proposition liées par une relation logique etc. Les deux points annoncent une suite et soulignent la relation étroite qui unit des deux segments de discours. Les points de suspension traduisent le manque ou encore une allusion, un sous-entendu.

Certains types de ponctuation permettent l'identification d'un type de phrase. Le point est en général la marque de la fin d'une phrase assertive. Le point virgule est moins utilisé ; il est associé autrefois à la construction de la période rhétorique. À l'instar des points de suspension, le point d'interrogation et le point d'exclamation annonce d'ores et déjà, d'une manière implicite mais claire, un investissement de l'énonciateur, ils révèlent également son opinion

Nous porterons une attention particulière à certains signes plus spécifiquement destinés à attirer l'attention du lecteur : le tiret simple qui permet le détachement d'un constituant ou d'une phrase. Les points de suspension qui peuvent aussi jouer ce rôle, mais ils supposent en plus une pause. Les parenthèses, les doubles tirets et les crochets ont pour rôle commun d'encadrer un ajout pris en charge par l'énonciateur. Les guillemets, au contraire, marquent la distance de l'énonciateur vis-à-vis de ce qu'il dit, le fait qu'il n'assume pas la responsabilité de l'assertion faite.

La typographie et la macropunctuation d'un texte (alinéas et paragraphe), jouent également un rôle. On peut tout d'abord songer aux différents moyens employés par les journalistes pour introduire le discours rapporté direct, ensuite aux décalages entre la norme rhétorique, qui veut que la disposition des paragraphes et alinéas se fasse de la manière suivante : une seule idée par paragraphe, et l'usage qu'en fait le journaliste.

D) LA CONSTRUCTION DE LA GRILLE D'ANALYSE

Notre grille comporte deux parties : l'une consacrée à l'identification de l'article et l'autre à son évaluation. Dans la première partie, qui se veut la plus objective, nous précisons les variables et leurs catégories les plus saillantes. Cette identification nous permettra de mesurer nos variables et de fournir une évaluation quantitative du corpus.

La seconde partie a une orientation clairement subjective puisqu'elle nous amène à dégager, à l'intérieur du contenu lexical, les éléments caractérisant le discours du site sur l'Espagne. Ces éléments seront classés comme « favorables » ou « défavorables » selon qu'ils véhiculent une image avantageuse ou pas sur l'Espagne.

Tableau 15 : Grille d'analyse des articles

IDENTIFICATION DE L'ARTICLE		
Date		
Section du journal		
Sujet		
Titre		
Genre		
Evènement		
Illustration		
Longueur de l'article		
Nombre d'unités codées		
Nombre d'unités positives		
Nombre d'unités négatives		
EVALUATION DE L'ARTICLE		
Indicateurs relevés	Indicateurs favorables	Indicateurs défavorables
Adjectifs subjectifs		
Noms prédicatifs		
Noms substantifs		
Verbes occasionnellement subjectifs		
Verbes intrinsèquement subjectifs		
Adverbes de degré		
Adverbes de manière		
Expressions métaphoriques		

La présentation de cette grille appelle tout de même quelques remarques. Comme dans toute grille d'analyse, les éléments étudiés et les angles d'analyse adoptés sont restrictifs. Ils dépendent de choix et s'appuient sur un ensemble de postulats. Ainsi certains éléments pertinents ne seront pas mis en évidence. Cette grille comporte donc des limites. Cependant, elle reste en adéquation avec nos objectifs de recherche ; elle peut apporter un ensemble de réponses à notre questionnement. Elle nous permet de dégager des pistes de réflexion. De fait, nous la considérons surtout comme permettant un travail d'analyse exploratoire.

E) LE PRE-TEST DE LA GRILLE D'ANALYSE ET LA VERIFICATION DE SA VALIDITE

Nous vous présentons ici, un pré-test de la grille qui a été mené sur trois articles choisis au hasard dans le corpus, afin de vérifier le bon fonctionnement des paramètres de compilation et de repérage des unités significatives. Cet exercice a aussi permis de valider le choix des catégories retenues.

PREMIER ARTICLE

Rafael Nadal es el coco de Roger Federer

Por: AP en Montecarlo | **Deportes**

Lunes 24 de Abril de 2006 | Hora de publicación: 04:28

Rafael Nadal ratificó el domingo que le tiene tomada la medida a Roger Federer y con una victoria 6-2, 6-7 (2), 6-3, 7-6 (5) revalidó su título en el Masters de Montecarlo.

El suizo Federer sufrió apenas su segunda derrota con 35 triunfos en lo que va del año y el **verdugo** ha sido el mismo: Nadal.

Segundo cabeza de serie en Montecarlo, el español de 19 años estiró a 42 su racha de victorias en canchas de arcilla.

"Defender el título es muy especial para mí, y vencer a Federer en la final es especial también", afirmó Nadal, de lejos el único tenista del circuito que le **hace sombra** al suizo.

Nadal logró remontar un 3-0 en contra en el desempate del cuarto set y ganó el partido con un forehand que picó justo sobre la raya.

"Estuve muy **agresivo** con mi derecha y tuve buen toque", añadió cuando le preguntaron sobre **las claves del triunfo** en el polvo de ladrillo del principado.

Nadal le había ganado a Federer en la final del torneo de Dubai —en pista de cemento— a fines de febrero.

Su racha de victorias en arcilla es la tercera más prolongada en la historia y sólo le superan el argentino Guillermo Vilas (53) y el sueco Bjorn Borg (46).

"Un día perderé, pero espero que no sea la próxima semana", indicó Nadal, aludiendo al torneo de Conde de Godó en Barcelona, en el que irá a defender su título.

"Felicidades y bien jugado, Rafael", dijo Federer **con resignación**. "Para mí, fue un gran torneo pese que me voy sin la victoria. Se lo mereció totalmente".

"Es un zurdo, y siempre tendré problemas con él", añadió Federer, quien cometió 76 errores no forzados, el doble de los de Nadal.

Federer ha perdido cuatro de sus últimos cinco partidos ante Nadal, incluyendo además una semifinal en el Abierto de Francia el año pasado.

"Disfruté bastante esta **batalla**", declaró Federer. "Saqué algunas conclusiones sobre cómo jugar en arcilla". dijo Federer.

IDENTIFICATION DE L'ARTICLE		
Date de parution	24 avril 2006	
Section du journal	deportes	
Sujet	Rafael nadal	
Titre	Rafael Nadal es el coco de Roger Federer	
Genre	information	
Evènement	Victoire de Nadal au Masters de Monte Carlo	
Illustration	non	
Longueur de l'article	moyen	
Nombre d'unités codées	7	
Nombre d'unités positives	6	
Nombre d'unités négatives	1	
EVALUATION DE L'ARTICLE		
Indicateurs relevés	Indicateurs favorables	Indicateurs défavorables
Adjectifs subjectifs	agresivo	
Noms prédicatifs	Verdugo, coco, batalla	
Noms substantifs		
Verbes occasionnellement subjectifs		
Verbes intrinsèquement subjectifs		
Adverbes de degré		
Adverbes de manière		con resignacion
Expressions métaphoriques	hace sombra, las claves del triunfo	

L'expression la plus parlante de cet article est « las claves del triunfo ». Elle oriente l'article en mettant l'accent sur le talent du sportif, soulignant ses capacités techniques et physiques. Celles-ci sont explicitées à travers l'adjectif « agresivo » et le nom « batalla » qui renvoient à l'endurance et à la volonté de gagner.

Les noms « coco » « verdugo » qui sont attribués à Nadal renvoient à ses multiples victoires face au numéro un mondial. L'idée derrière ce nom est celle d'une défaite annoncée ou du

moins prévisible de Federer, maintes fois vaincu par le passé par l'Espagnol. Cette idée est clairement renforcée par l'adverbe de manière « con resignación » qui caractérise l'attitude de Federer à l'issue du match. Associée à l'expression «hacer sombra » elle suggère que Nadal ne se contente plus d'être le n°2, qu'il est en passe de ravir la première place.

DEUXIEME ARTICLE

Sofía de España clausura foro contra la pobreza

Por: EFE | Estilo

Sábado 1 de Abril de 2006 | Hora de publicación: 04:36



La reina clausuró el V Foro de la Alianza Mundial de las Ciudades contra la Pobreza (WACAP), que desde el pasado miércoles reunió en la ciudad española de Valencia (este) a un millar de personas, entre ellas representantes de los 49 países menos desarrollados del mundo.

La reina Sofía de España dijo que es un "compromiso moral ineludible" poner en acción todos los medios necesarios que faciliten la "erradicación definitiva" de la pobreza y sus consecuencias "más significativas", como "el hambre, la desnutrición y la miseria más degradante".

"El mantenimiento de situaciones de pobreza extrema no debe ni puede seguir afectando a millones de personas en el mundo", aseguró la reina, quien consideró que es un "compromiso moral ineludible" poner los medios necesarios, ya sean los tradicionales o los de nueva aplicación, como los microcréditos, que faciliten la erradicación definitiva de la pobreza".

Conseguir este objetivo es, dijo la reina Sofía, es una "cuestión de humanidad, fraternidad y dignidad" y animó a la Alianza, que este año cumple una década de existencia, a "consolidar" el espíritu y los objetivos que animaron la decisión de las Naciones Unidas de

establecer un mecanismo coordinado para potenciar el desarrollo económico y social de los países más desfavorecidos".

El premio Príncipe de Asturias Nicolás Castellano defendió la creación de un fondo mundial y un sistema fiscal que destine el uno por ciento del Producto Interior Bruto (PIB) mundial a satisfacer las necesidades básicas de alimentación, agua potable, educación básica, erradicación del analfabetismo y vivienda.

Durante su intervención en la clausura, Castellano denunció que los datos de la Organización Mundial de la Salud relativos al 2005 demuestran que "no se erradica la pobreza extrema, no disminuye el hambre ni la mortalidad infantil, y que no se avanza en la lucha contra el Sida", una enfermedad que "hipoteca el futuro de África".

En la lectura de las conclusiones y la Declaración Final del Foro, el coordinador de la Alianza Mundial, Mohand Cherifi, aseguró que la lucha contra la pobreza ha sido "muy desigual" y ésta sólo se ha reducido en aquellos lugares donde "se trabaja conjuntamente".

Es posible conseguir los Objetivos del Milenio si todos se movilizan, aseguró Cherifi, quien pidió a los Gobiernos que adopten las medidas legislativas y reguladoras necesarias para obtener los recursos necesarios de los que actualmente, dijo, "no se dispone".

"Queremos gobiernos locales que puedan acceder a la financiación, pedimos la solidaridad entre las regiones, el concurso de las empresas públicas y privadas y que mejore el diálogo político entre la ONU, las asociaciones y los gobiernos locales", reclamó.

La secretaria de Estado de Cooperación Internacional, Leire Pajín, anunció la voluntad del Gobierno español de destinar a la cooperación al desarrollo el 0,5 por ciento del PIB antes de que finalice el 2008 y el 0,7 por ciento en la segunda legislatura.

Atenas acogerá en 2008 la sexta edición del Foro de la WACAP.

IDENTIFICATION DE L'ARTICLE		
Date	1 avril 2006	
Section du journal	Estilo	
Sujet	La Reina sofia	
Titre	Sofia de España clausura foro contra la pobreza	
Genre	information	
Evènement	5 ^{ème} forum de la WACAP	
Illustration	oui	
Longueur de l'article	long	
Nombre d'unités codées	4	
Nombre d'unités positives	4	
Nombre d'unités négatives	0	
EVALUATION DE L'ARTICLE		
Indicateurs relevés	Indicateurs favorables	Indicateurs défavorables
Adjectifs subjectifs		
Noms prédicatifs	Foro/el foro	
Noms substantifs		
Verbes occasionnellement subjectifs	consolidar	
Verbes intrinsèquement subjectifs	Defendió, denunció, erradica	
Adverbes de degré		
Adverbes de manière		
Expressions métaphoriques		

Cet article est basé sur l'utilisation de verbes forts qui montrent l'engagement international de l'Espagne, des autorités espagnoles, dans les causes humanitaires. L'article révèle que cet engagement est largement porté par la famille royale.

Les verbes « defender » et « denunciar » sont intrinsèquement subjectifs, nous les avons classés comme favorables parce qu'ils traduisent la détermination qui pousse la Reina Sofia et Nicolás Castellano (et à travers eux l'Espagne) à lutter contre la pauvreté, leur désir de susciter une plus grande participation des pays les plus riches. Les verbes « consolidar » et

« erradicar » sont également favorables : ils renvoient à la volonté d'agir à long terme et en profondeur. Soulignons l'omission de l'article défini « el » devant le nom « foro » illustre l'utilisation du style télégraphique dans le titre et vise à renforcer l'idée d'action et d'efficacité.

TROISIEME ARTICLE

Segunda heredera al trono de España

Por: Agencias | **Estilo**

Domingo 8 de Enero de 2006 | Hora de publicación: 04:25



La llegada de la infanta a la Casa Real Española colmó de felicidad a España, ya que con su nacimiento, ese país tendrá en un futuro, una nueva reina.

Fue el pasado 31 de octubre cuando los Príncipes de Asturias se convirtieron en los padres de una niña que ocupa el segundo lugar en la línea de sucesión a la Corona de España, después de su padre, Felipe de Borbón. La infanta pesó al nacer tres kilos y 550 gramos y midió 47 centímetros.

Con su llegada se ha ampliado la línea dinástica de la monarquía española, reinstaurada hace treinta años, el 27 de noviembre de 1975 -una semana después de la muerte del dictador Francisco Franco que gobernó España desde 1939-, cuando Juan Carlos de Borbón fue proclamado Rey.

Desde entonces, la monarquía parlamentaria **ha vertebrado** la sociedad española, que ha reconocido al Rey Juan Carlos su labor en defensa de la democracia, el papel integrador y de cohesión de la Corona y los avances experimentados en España en estas tres décadas.

Fuerzas políticas y juristas **coincidieron** en la necesidad de esa reforma que **equiparará** a la mujer con el hombre en la sucesión, porque la Constitución aprobada en 1978 da prevalencia a los varones. Sin embargo, las posibilidades de que sea reina son altas, aún si tuviera un hermano.

IDENTIFICATION DE L'ARTICLE		
Date	8 janvier 2006	
Section du journal	estilo	
Sujet	La Infanta Leonor	
Titre	Segunda heredera al trono de Espana	
Genre	information	
Evènement	Naissance de la Infanta Leonor	
Illustration	oui	
Longueur de l'article	moyen	
Nombre d'unités codées	3	
Nombre d'unités positives	3	
Nombre d'unités négatives	0	
EVALUATION DE L'ARTICLE		
Indicateurs relevés	Indicateurs favorables	Indicateurs défavorables
Adjectifs subjectifs		
Noms prédicatifs		
Noms substantifs		
Verbes occasionnellement subjectifs	equiparará	
Verbes intrinsèquement subjectifs	Coincidieron, ha vertebrado	
Adverbes de degré		
Adverbes de manière		
Expressions métaphoriques		

Sur un ton très favorable, cet article rend compte de l'importance de la monarchie pour les Espagnols. La naissance de l'Infante Leonor est présentée comme une occasion de raviver cet attachement aux institutions. L'Espagne y apparaît aussi comme un pays progressiste, très concerné par les questions de droits et d'égalité (notamment l'égalité homme/femme).

Le verbe « coincidir » illustre l'unité des Espagnols, leur volonté commune de défendre leurs institutions ; associé au verbe « equiparar », qui laisse deviner un certain pragmatisme, il traduit la capacité des Espagnols à intégrer les changements de la société. Le verbe « vertebrar » véhicule une idée de stabilité, de continuité, il suggère que la monarchie est le socle sur lequel repose l'Espagne.

CONCLUSION

La Crónica de hoy est un quotidien du District Fédéral de México fondé le 17 juin 1996 par Pablo Hiriart Le Bert avec l'objectif d'offrir au public un quotidien moderne et proche des lecteurs. A l'origine sa ligne éditoriale était considérée comme proche du PRI, donc plutôt de tendance conservatrice, mais depuis son rachat par Jorge Kahwagi Gastine, il entretient des liens étroits avec le parti Nueva Alianza, d'orientation libérale, et son lectorat privilégié se situe dans l'élite économique et sociale de México.

Le quotidien a été créé dans un contexte politique et social où le désir de transparence politique s'exprimait par la critique du pouvoir politique. En effet, au milieu des années 90, la relation entre le monde politique et les médias était en train de changer. Sous l'impulsion du nombre croissant de citoyens exprimant le désir d'user de leurs droits démocratiques en demandant aux dirigeants politiques de rendre des comptes, on observa une évolution des mentalités dans le milieu de la presse en faveur d'un journalisme plus proche de sa fonction première, qui est d'informer et de jouer un rôle de contre-pouvoir.

Ce rejet populaire du système monolithique mis en place par le PRI a eu comme répercussions l'instauration du pluralisme politique au sein des diverses instances fédérales ou locales et une prise en compte du pouvoir de l'opinion publique.

Au sein du paysage médiatique local, le journal était autrefois connu pour ses critiques acerbes contre le PRD ; il jouit à présent de la notoriété des grands titres de la presse de la capitale, accorde davantage de place au divertissement et se positionne comme porteur d'un discours plutôt consensuel.

Nous avons également envisagé *La Crónica de hoy* en tant que dispositif formel alliant le texte et l'écrit au multimédia. L'observation des arborescences révèle l'alliance d'une structure hiérarchisée à partir de la page d'accueil et d'une structure en réseau au niveau des rubriques. Le site offre ainsi au lecteur de s'informer rapidement et d'approfondir le sujet par une recherche interne ou externe. L'accès gratuit aux archives est d'ailleurs révélateur de la volonté de développer une mémoire textuelle importante. Le site construit donc une

structure narrative mixte à la fois exogène et endogène se composant de multiples va-et-vient et impasses.

L'outil privilégié par le site est l'hypertextualité avec une profusion de liens transitifs (liens qui renvoient d'une page à une autre) qui semble montrer également une volonté d'ouverture sur l'extérieur. On note une tabularité abondante et variée qui souligne une grande richesse textuelle, bien que le parcours de navigation ne dévoile que deux niveaux de profondeur. Ce dernier point peut aussi être une stratégie visant à rendre le site de *La Crónica de hoy* très accessible dans le sens où le lecteur ne se perd pas dans un labyrinthe de pages. Cependant, le degré d'adaptation du journal à la technologie d'internet est encore insuffisant surtout dans le processus de mise en scène de l'information (peu de multimédia).

Dans le second chapitre nous avons porté notre attention sur la notion de représentations sociales. La représentation sociale est un discours sur la réalité, un système dynamique d'interprétation de l'environnement social. Elle prend aussi la forme d'un processus permettant aux individus d'intégrer des connaissances ou des idées nouvelles à leurs cadres de pensée.

En définissant la notion de constructivisme journalistique, nous avons évoqué les effets que les médias produisent sur la société. Grâce au cadrage de l'information, les médias orientent l'intérêt du public vers les idées et événements qu'ils jugent prioritaires. Ils contribuent ainsi à relayer des opinions qui passent pour être l'«opinion légitime», propagent des convictions et nous font croire à une vision du monde qui perpétue les lieux communs et les stéréotypes qui circulent dans le corps social. Enfin l'influence des médias passe aussi par leur pouvoir mobilisateur et prescripteur de comportements. Ils tentent de susciter l'adhésion au discours qu'ils nous adressent dans le but de structurer notre environnement social, faisant des valeurs qu'ils diffusent le fondement de nos pensées et de nos actions au quotidien.

Nous en déduisons que l'image de l'Espagne véhiculée dans *La Crónica de Hoy* sera donc forcément empreinte de subjectivité, avec en arrière-plan tout un environnement socio-culturel fait d'une identité linguistique commune, de liens culturelles et historiques très forts, et d'intérêts économiques divers. Le récit des événements devrait être influencée par la place privilégiée que l'Espagne occupe dans la conscience du public mais aussi par la détérioration

de son image consécutive à la politique extérieure menée par les gouvernements de José Maria Aznar jusqu'en 2004.

Nous pouvons à présent aborder la dernière partie de ce travail, nous y présenterons l'analyse des articles du corpus et commenterons les résultats obtenus.