

Un regard sur le journalisme en Espagne aujourd'hui

Contexte Social

On parle de l'Espagne saignée par les mesures d'austérité, l'Espagne avec 27% de chômage et le gouvernement de Mariano Rajoy, éclaboussé par un scandale de corruption. Il n'y a pas eu d'époque récente pendant laquelle les politiciens ont à ce point perdu la confiance des citoyens.

La crise n'est pas qu'économique, elle est aussi institutionnelle. Il semble que le modèle de la transition démocratique après la dictature soit en faillite: les institutions issues de ce projet sont- par conséquent en crise. Pensons, par exemple, à la monarchie. Les grands journaux traditionnels, piliers fondamentaux du processus que l'Espagne a vécu après Franco, sont aussi dans la même situation.

Quelques chiffres sur la publicité, les ventes et l'emploi pour se faire une idée plus particulière du marché des médias en Espagne.

Publicité :

Comme presque partout, les investissements publicitaires diminuent énormément depuis l'année 2008. En 2009 on a enregistré une chute record : -23,9 % par rapport à 2008. **Entre 2008 et novembre 2012, 197 médias ont disparu en Espagne.**

Cette année 2013 la chute continue dans le cadre d'un atterrissage en douceur : la baisse a été de 15,2 % le premier trimestre.

Cet atterrissage en douceur représente toujours le pire des scénarios pour les grands médias comme « El Pais », -qui perd pour la presse écrite 25% de la publicité- ou « El Mundo », qui en perd 22%.

Si nous parlons de Ventes :

On continue dans le chapitre des pertes. Les dernières données publiées (dans le dossier de l'agence AEDE Deloitte de juillet), nous indiquent des pertes de 12% dans le secteur des grands journaux pour le premier semestre de l'année.

« El Pais » est à nouveau un bel exemple : 249.000 exemplaires vendus en juillet alors qu'avant la crise, le journal vendait plus de 400.000 exemplaires et il s'agit, comme vous le savez, du journal de référence en langue espagnole.

Continuons avec l'Emploi :

Le chômage au sein du collectif des journalistes atteignait il y a un an, en septembre de 2012, 27.443 personnes (trois fois plus que l'année précédente)

(D'après l'étude de la FAPE, Fédération des Associations de Presse Espagnoles.)

L'Observatoire de la Crise qui comptabilise la destruction d'emploi dans le secteur a informé du fait que **les entreprises journalistiques se sont débarrassées de plus de 6.000 salariés dans les dernières 5 années.**

De plus, selon les résultats d'une enquête faite en juillet dernier, parmi ceux qui travaillent, 72% ont peur de perdre leur travail.

Pour poursuivre avec l'exemple de « El Pais » : un licenciement collectif en novembre 2012 a fait partir 129 journalistes sur un total de 440. Parmi les licenciés, se trouvent les professionnels plus expérimentés du journalisme espagnol.

Philosophie :

Si nous restons avec le quotidien « El Pais » et que nous examinons les propos d'un des fondateurs et actuel président du groupe Prisa, Juan Luis Cebrian, on trouve un net changement d'esprit.

Dans le premier éditorial publié par le journal en 1976, Cebrian écrivait :

« Depuis l'époque pendant laquelle un groupe de journalistes et d'intellectuels espagnols ont eu l'idée de fonder « El Pais », ce dernier a toujours rêvé d'être un journal indépendant capable de repousser les pressions que le pouvoir politique et le monde de l'argent exerce continuellement sur le monde de l'information » 4 mai 1976

Aujourd'hui, il dit :

« La presse, telle que nous la connaissons, est morte. Ce n'est pas qu'elle va mourir, c'est qu'elle est déjà morte. » Et encore: *« Ni les jeunes ni les moins jeunes n'achètent le journal à cause du numérique ».*

Maintenant, même si le président du groupe pense que le papier est mort, le quotidien « El Pais » n'a pas une politique claire sur le numérique.

En plus, le grand journal de référence qui se rêvait indépendant est aujourd'hui contrôlé à 57% par le fond d'investissement américain Liberty Acquisition Holding. L'opération a eu lieu sous la présidence de Cebrian, en 2010. Elle était présentée comme une stratégie pour apaiser la lourde dette du groupe PRISA. Le reste du groupe appartient à trois banques.

« El Pais » devient de nouveau le reflet d'un phénomène global : **la financiarisation des médias**, une théorie très bien étudiée aux Etats Unis mais pas pour l'instant en Europe. **Les objectifs des médias sont réduits à une seule raison : la compétitivité.** A la place des entreprises journalistiques, il y a maintenant des entreprises appartenant au secteur financier. Nous commençons à parler du journalisme de marché.*

*Kovach et Rosenstiel

Cependant, il faut souligner quelques points positifs

Un nouvelle étape-nouvel espoir?

La forte diminution des moyens économiques et humains que la crise a imposée à la majorité des médias en Espagne, a provoqué le désenchantement de la profession envers les grands journaux de référence. C'est pourquoi l'on observe une fuite de professionnels vers des aventures plus risquées mais aussi plus stimulantes. « Je préfère avoir moins d'argent et plus de liberté » - c'est une phrase récurrente quand on parle avec des journalistes qui ont fait le choix de cette aventure.

La vague de licenciements a suscité un désir ardent de créer des nouveaux médias et a provoqué une éclosion de nouvelles initiatives journalistiques moins liées aux intérêts politico-financiers. Parmi ces projets il y en a, sûrement, quelques-uns qui ne vont pas survivre et il y en a qui commencent à avoir un certain succès. C'est le cas d'Eldiario.es ou du magazine satirique « Mongolia », pour parler de deux cas bien différents.

Eldiario.es est un journal numérique qui vient de fêter son premier anniversaire et qui fait, comme il l'annonce en sous-titre : « **du journalisme malgré tout** ».

Le projet a réussi à créer un modèle économique assez soutenable : **ils n'ont perdu que 343 € leur**

première année.

Le journal Eldiario.es :

Appartient à plus des 50% à des personnes qui y travaillent tous les jours.

La source de financement la plus importante est la publicité.

Les abonnés peuvent bénéficier d'une lecture antérieure à la parution du journal. Chaque associée-abonné paie 5€ par mois. Le total de tous les apports représente 30% des revenus.

La rédaction est composée par 21 journalistes, dont quatre stagiaires: les salaires oscillent entre 1.071€ et les 2.029€.

Eldiario.es est un journal numérique qui continue à croire au papier. Ils publient le magazine trimestriel « Cuadernos » -Cahiers- et éditent des livres d'essais.

Un autre exemple de succès cette fois en version papier est la revue satirique mensuelle « Mongolia ».

Mongolia pratique l'humour absurde et sans limites et publie aussi des scoops, comme des messages privés du gendre du Roi Juan Carlos, le duc du Palma. Ils ont aussi publié des enquêtes et un livre sur la situation des médias.

Mongolia imprime 40.000 exemplaires

Exemplaires vendus: 28.000

Capital investi: 54.000€

Rédaction : 1 journaliste, 1 dessinateur, 1 concepteur graphique, 2 humoristes

Salaires : 1300€

La revue n'est pas dépendante de la publicité : comme affirme l'un de ses éditeurs, « il est possible de vivre sans publicité, mais c'est vraiment plus simple avec »

En conclusion :

Les grands journaux traditionnels survivent grâce à leur renommé, focalisés sur leur enjeux de gestion plutôt que sur la refonte de leur offre. **Faire du vrai journalisme indépendant en Espagne**

aujourd'hui passe -hélas- par une diminution des salaires, une augmentation des horaires et une énorme dose de volonté. Comme l'affirme Pere Rusinol, journaliste, ancien directeur adjoint dans le disparu « Publico » et fondateur de la sœur espagnole d'Alternatives Economiques : la bonne formule est dans le retour vers les basics. (Back to basics)

Octobre 2013
Cristina Rivas

Livre recommandé :

« Papel Mojado », de Pere Rusiñol

Sites web :

www.eldiario.es

www.revistamongolia.com

www.infolibre.es

www.lamarea.es

www.periodistas21.com