

# **Mobilisation civile, moyens digitaux et espace public: conséquences des attentats terroristes du 11 mars 2001 de Madrid**

Victor Fco. Sampedro Blanco  
(Université Rey Juan Carlos de Madrid)

Guillermo López García  
(Université de Valence)

## **Résumé :**

Cet article part de l'analyse de la **consommation** des médias et des usages télématiques que les espagnols ont déployés entre le 11 et le 14 Mars. Nous prenons en considération les jours en corrélation de la semaine précédente, la première de la campagne électorale, pour établir quels médias ont augmenté leur audience et lesquels ont subi un flux majeur d'information. Nous verrons comment s'est altérée la sphère publique espagnole dans le but d'engendrer un nouveau processus de formation d'opinion: rapide, depuis le bas, diffusé horizontalement et depuis la périphérie du système de médiation journalistique et de représentation politique. Au fil des données du cas analysé et des caractéristiques spécifiques de la communication digitale, nous esquissons un écosystème médiatique et une sphère publique, pour le moment débutants, mais singulièrement différenciés des traditionnels.

**Mots-clés :** communication digitale / sphère publique      procédés électoraux / terrorisme  
opinion publique espagnole

## **1. De l'audience au public : consommation médiatique en Espagne du 11M au 14M.**

En à peine 72 heures (celles qui marquèrent le laps de temps entre l'attentat islamiste du 11 Mars 2004 et l'ouverture des collèges électoraux du 14) la citoyenneté espagnole a tenté de se forger une opinion sur ce qui s'était passé. L'ampleur de la tragédie, les doutes sur la perpétration et l'imminente campagne électorale ont suscité la consommation des médias *conventionnels*. Par ce terme nous entendons les médias généralistes non spécialisés ; lorsqu'ils sont privés, leur principal objectif réside dans le lucre économique ; lorsqu'ils sont de notoriété publique, leur fonction est d'engendrer un espace qui promeuve la cohésion sociale et l'approbation politique.

Il s'avérait impérieux débarrasser le public espagnol de ses doutes au sujet de qui avait réalisé les attentats avant de se rendre aux urnes. Et les médias conventionnels ont engendré un climat de sur-information qui ne faisait qu'augmenter la confusion. Ce grand volume de nouvelles engendrées en un si bref laps de temps n'a pourtant pas provoqué de saturation. Toutes les contradictions que les grands médias espagnols ont commises, l'ambiguïté avec laquelle certains remettaient en question la version initiale de la perpétration de l'E.T.A et la partialité avec laquelle ils présentèrent la responsabilité islamiste des attentats ont converti une partie de l'audience, passive par définition, en une constellation de publics actifs.

Les citoyens ont consommé et contrasté une multitude de moyens conventionnels. Au fur et à mesure que s'approchait la journée électorale les plate-formes digitales plus critiques envers le

Gouvernement gagnaient de l'audience. Une partie significative de la population, celle qui comptait sur les ressources technologiques et montrait plus d'implication politique, a eu recours aux moyens télématiques. Les forums de discussion, les *weblogs* et la contre-information se sont érigés, peut-être pour la première fois en Espagne, en médias alternatifs ayant une importance au niveau des urnes. Seul l'accès aux sondages quotidiens (*tracking*) que le Gouvernement et les principaux partis manipulaient au cours de la dernière semaine de campagne, après l'attentat, pourrait confirmer grâce à des données empiriques l'impact électoral du 13 Mars. Cependant, vu le degré élevé de participation (environ 77%, huit points au-dessus des Elections Générales de l'année 2000), on a supposé une augmentation de la participation électorale qui jouait en faveur de l'opposition et, concrètement, du PSOE. Les études sur l'abstention lors de convocations préalables (généralement en relation avec des positions critiques de gauche) donnent aussi leur aval à cette hypothèse.

Par *médias alternatifs* nous entendons ceux qui sont plus spécialisés que les conventionnels. Destinés à un secteur concret du public, défini par des intérêts ou des lignes idéologiques, ils articulent et renforcent la liberté d'expression des utilisateurs grâce à une relation entre émetteurs et récepteurs plus horizontale que dans les médias conventionnels. Ces publics sont des agents autonomes, capables d'intervenir au sein des messages et, par conséquent, au niveau de l'orientation du média. Les plate-formes d'Internet qui ont montré une majeure indépendance (ou antagonisme) par rapport aux centres de pouvoir politique et économique ont connu un flux majeur d'information, plus de visites et plus de contributions de la part du public.

Dans les conclusions nous faisons référence à des concepts présentés dans un texte antérieur (Sampedro, 2000). La *sphère publique centrale*, dominée par les médias conventionnels, a été contrastée et remise en question depuis les *sphères publiques périphériques* de la communication alternative. Les journalistes et les politiciens professionnels essayaient de mener la citoyenneté aux urnes, en faveur ou contre le Gouvernement. Cependant, les publics, qui remettaient en question les fonctions du système politique informatif, se manifestaient dans les sphères périphériques. Grâce aux nouvelles technologies un processus de « délibération accélérée » s'est déchaîné, à un rythme soutenu. Un courant d'opinion qui se détachait de la croyance initiale en la perpétration de l'attentat par l'E.T.A s'est engendré. Ce courant a évolué jusqu'à parvenir à s'exprimer dans les protestations de certains manifestants lors de la convocation institutionnelle du 12 Mars. Et il a atteint son paroxysme dans les concentrations des désobéissants de la journée de réflexion politique.

Vu que nous employons des données d'*audience*, il semble adéquat d'expliquer ce concept. Malgré le fait que les journalistes tendent à l'équiper du *public*, nous parlons de notions antithétiques. Leurs différences se basent sur le fait que pendant que l'audience *consomme* des médias conventionnels, les publics *utilisent* les médias qui sont à leur portée. Les médias corporatifs, en agissant comme des entreprises, poursuivent avant tout le bénéfice économique. Cela conditionne le fait que l'audience s'entende comme seul groupe de consommateurs de publicité ou de potentiels votants de l'allié politique voisin, indispensable pour atteindre l'expansion multimédia grâce aux futures faveurs législatives qui seraient concédée par le Gouvernement. En revanche, les secteurs plus actifs de la citoyenneté *utilisent* les médias alternatifs et, concrètement, les moyens digitaux plus liés au tissu social. Ils leur permettent d'exercer le droit à la liberté d'expression « sans intermédiaires » et répondre aux distorsions des moyens conventionnels.

Nous avons qualifié l'audience de consommatrice passive parce qu'il s'agit d'une construction-quelque chose élaboré par les systèmes de mesure et de sondage d'opinion- avec un seul but : assigner les tarifs publicitaires. Ceux-ci se fixent grâce à des sondages ou des analyses d'échantillons de la population qui demandent seulement combien d'individus consomment la presse, la radio, la télévision et leur capacité d'achat. Les résultats, par exemple, ne vont pas outre le fait d'affirmer que tant d'hommes, de femmes et d'enfants regardent certains espaces télévisés et peuvent acquérir des produits haut de gamme, de gamme moyenne ou basse. Il s'agit, par conséquent, d'une donnée qui est le résultat de la somme des préférences individuelles qui sont supposées être déjà établies : je suis ce programme et je dépense tant par mois, comme si mes goûts ne changeaient pas. L'opinion sur l'information reçue n'importe pas non plus et on écarte les arguments en faveur ou contre les programmes ou « la demande non effective » : celle de ceux qui n'ont pas d'argent ou celle qui n'est pas rentable pour l'entreprise.

Les taux d'audience, ainsi que les sondages politiques et les résultats électoraux, sont l'expression maximale de *l'opinion publique agrégée*. Mais comme l'expérience le démontre, l'opinion publique est une réalité changeante. Les médias gagnent et perdent de l'audience. Les sondages préélectoraux ne coïncident pas toujours avec le résultat final. Dans le cas qui nous concerne, le Centre d'Investigation Sociologique (CIS) a indiqué qu'un 10 pour cent des enquêtés ont affirmé avoir décidé de leur vote après le 11-M. Dans des questions plus spécifiques, le 4 pour cent des votants de IU-IV, 9,4 pour cent du PSOE (Parti Soc. Ouvrier Esp) et 1,5 pour cent du PP ont manifesté avoir voté ces candidatures, surtout, « pour les attentats du 11-M de Madrid et ses conséquences »

Le public, ou mieux au pluriel, les publics sont les agents sociaux qui développent l'autre modalité de l'opinion publique, *l'opinion publique discursive*. Celle-ci n'est pas un résultat, mais un processus continu de délibération et de mobilisation sociale, qui se manifeste au sein de débats collectifs, des déclarations et des protestations pas toujours institutionnalisées. Ainsi, le public démontre son autonomie et lutte pour rendre manifeste son identité et ses demandes au front des institutions. Entre le 11-M et le 14-M, le droit à la liberté d'expression et à l'information véridique étaient des exigences essentielles pour exercer la souveraineté démocratique. C'était un moment de maximale concentration de débat public et de majeure transcendance : la trame ultime d'une campagne électorale. Et la désobéissance civile du 13 mars (au sein de laquelle se sont produites dans toute l'Espagne des concentrations de citoyens face aux sièges du Parti Populaire, alors au Gouvernement, pour protester contre sa gestion communicative de la crise) a été la réponse devant l'absence de conditions pour délibérer et décider du vote avec des garanties suffisantes.

Entre les différentes options pour examiner la consommation de médias, nous avons opté pour la présentation des accroissements des consommateurs et utilisateurs dans différents médias. C'est-à-dire, nous avons déterminé l'augmentation du pourcentage et, dans les cas les plus extrêmes, par combien se sont multipliées les audiences conventionnelles et les publics alternatifs entre le 11 et le 14 mars par rapport aux mêmes jours de la semaine précédente (du 4 au 7). De cette façon nous enregistrons dans quelle mesure la population a eu recours à des médias précis, bien que de forme inusuelle, vu que la situation l'était aussi. Nous avons déterminé quels médias ont eu des plus grands pics, constatant une restructuration de la sphère publique et d'un nouveau modèle de formation d'opinions collectives.

Dans l'analyse des médias conventionnels nous nous sommes intéressés aux différences entre la presse écrite, la radio et la télévision ; pour ensuite observer le changement de leadership informatif de la télévision publique face à la chaîne privée *Telecinco*, qui s'est montrée ou a été perçue comme encore plus critique avec le Gouvernement espagnol. En observant les versions digitales des médias conventionnels, nous avons constaté le leadership radiophonique, quelque peu incompréhensible si on ne prend pas en considération le rôle antagoniste qu'a joué la *Cadena SER* devant la gestion informative du Gouvernement.

Les graphiques pourraient être trompeurs. Nous avons insisté sur le fait qu'ils ne reflètent pas les taux d'audience totaux, mais de combien ils se sont multipliés en une semaine. Ainsi nous pouvons observer le changement dans les règles de comportement dans une période atypique, en profilant des publics nouveaux et d'importance unique. Bien qu'il eut fait recours à des médias télématiques de forme ponctuelle et en grand volume non comparable à l'audience des médias conventionnels, il a constitué un public actif, qui a réclamé de l'information critique face à la version que le Gouvernement avait réussi à imposer le 11-M. Le lecteur peut contraster les nombres totaux d'utilisateurs dans les tables que nous incluons dans les Annexes.

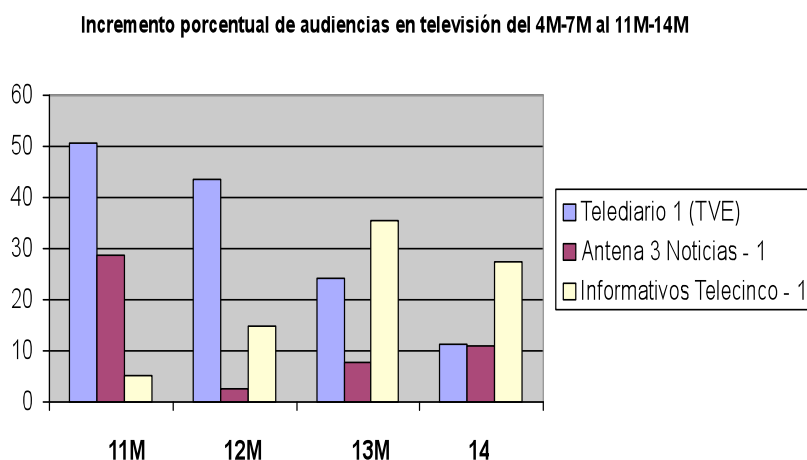
## **2. Moyens de communication conventionnels**

Les études disponibles, comme l'Etude Générale des Médias (EGM), tendent à recouvrir plusieurs mois. Leur première vague de 2004 comprend notre période d'étude, mais recouvre une période de trois mois, de janvier à mars. Même avec des précautions, nous pouvons observer un progrès modéré de la consommation de la presse, qui, pendant les principaux mois de référence oscille entre un 4% (*El Periódico*) et 10% (*ABC* et *La Vanguardia*). L'augmentation est d'autant plus forte à la radio ( d'un 24.1% sur la chaîne *Cadena COPE*, 18.1% sur *Onda Cero*, et 16% sur la chaîne *Cadena SER*). Cette augmentation, bien qu'arrondie au bénéfice de toute la radio généraliste, consolide la fait que la chaîne *Cadena SER* prédomine ( avec 5.702.000 auditeurs, face aux 2.551.000 d'*Onda Cero* et les 1.972.000 de *Cadena COPE*). Pour autant, l'émettrice leader, en termes absolus, coïncide avec l'émettrice s'étant mise en évidence pour avoir déroulé la ligne critique la plus significative. Et l'émettrice leader en incrémentation de pourcentage, qui est la *COPE*, s'avère être celle qui a le plus appuyé le Gouvernement, entrant dans une spirale d'attaques avec l'émettrice antérieure (De la Fuente, 2004). Le média radiophonique reflète deux processus parallèles au sein des moyens conventionnels et un résultat commun : la saturation et la polarisation débouchent en une confusion générale.

Avec les précautions nécessaires pour la limitation des données, il paraît évident que la nécessité d'acquérir l'information rapidement s'est répercutée en préjugé pour la presse. La vitesse des événements aurait bénéficié à la radio, de par son immédiateté et son ubiquité. Il s'agit d'un canal qui permet d'offrir de l'information nouvelle, simultanée au déroulement des faits, y compris avec plus de flexibilité que la télévision. Et écouter la radio est compatible, quel que soit le contexte et le moment, avec la réception parallèle d'autres médias. Ceci s'avère relevant en période de sur-information et de mobilisation comme ce qui nous occupe. La radio apportait au public des stimulations pour confirmer quelques informations critiques, et accompagnait les manifestations des jours 12 e 13 Mars. Comme nous le verrons, les versions digitales des journaux, étrangères aux limitations réelles de l'édition en papier, oui, ont

expérimenté une augmentation substantielle d'audience. Mais ses incréments d'audience sont inférieurs à celui qu'a connu le *web* de la chaîne *Cadena SER*.

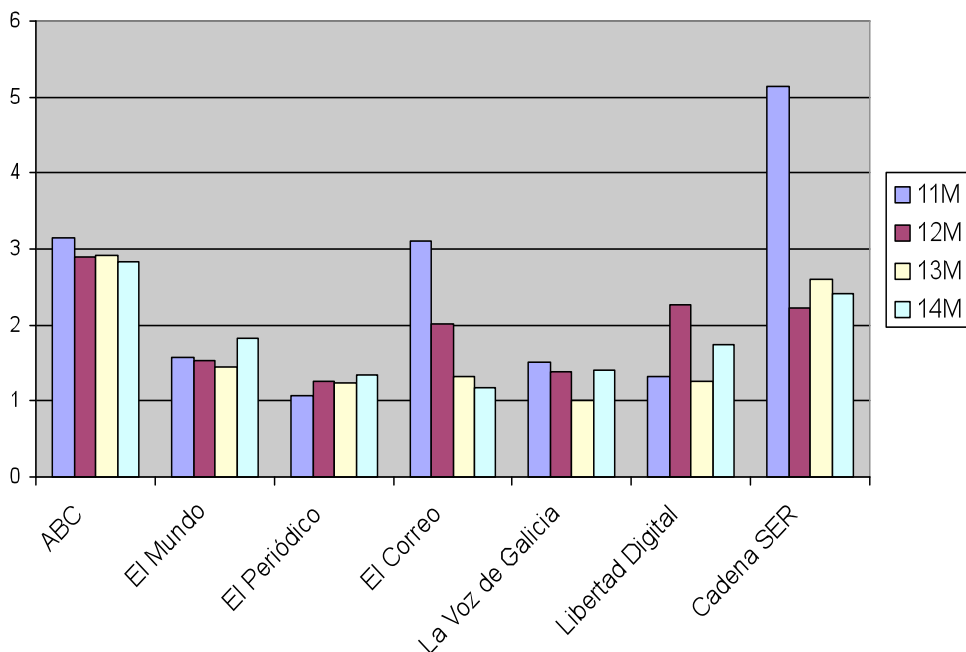
Dans le cas de la télévision, nous disposons de données quotidiennes qui montrent des taux d'audience plus élevés que d'habitude. Nous nous centrons sur l'édition de midi des informations des trois principales chaînes : *TVE-1*, *Antena 3* et *Telecinco*. Les taux d'audience totaux figurent dans les Tables 1 et 2 de l'Annexe.



Graphique 1. Fuente: Sofres

Comme l'on peut le voir dans le Graphique 1, l'augmentation des téléspectateurs a été considérable par rapport à la semaine précédente. Nous devons considérer que, au-delà des informations habituelles, toutes les chaînes ont offert des programmes spéciaux à la suite ainsi que des anticipations informatives, toutes avec un taux d'audience élevé. L'intérêt de dissiper les doutes n'a pas diminué, si ce n'est qu'il a même augmenté chaque jour, par rapport à la semaine précédente. A partir du 13 mars, quand on a commencé à remettre en question la gestion informative du Gouvernement, le taux d'audience de la chaîne la plus critique, *Telecinco*, a augmenté. Et les télévisions expérimentent des descentes d'incrément des taux d'audience globaux. Nous verrons que, malgré le recours croissant aux moyens de communication plus critiques, les médias conventionnels ont fait l'expérience d'une croissance plus réduite que les alternatifs.

Multiplicación de la audiencia en medios digitales del 4M-7M al 11M-14M

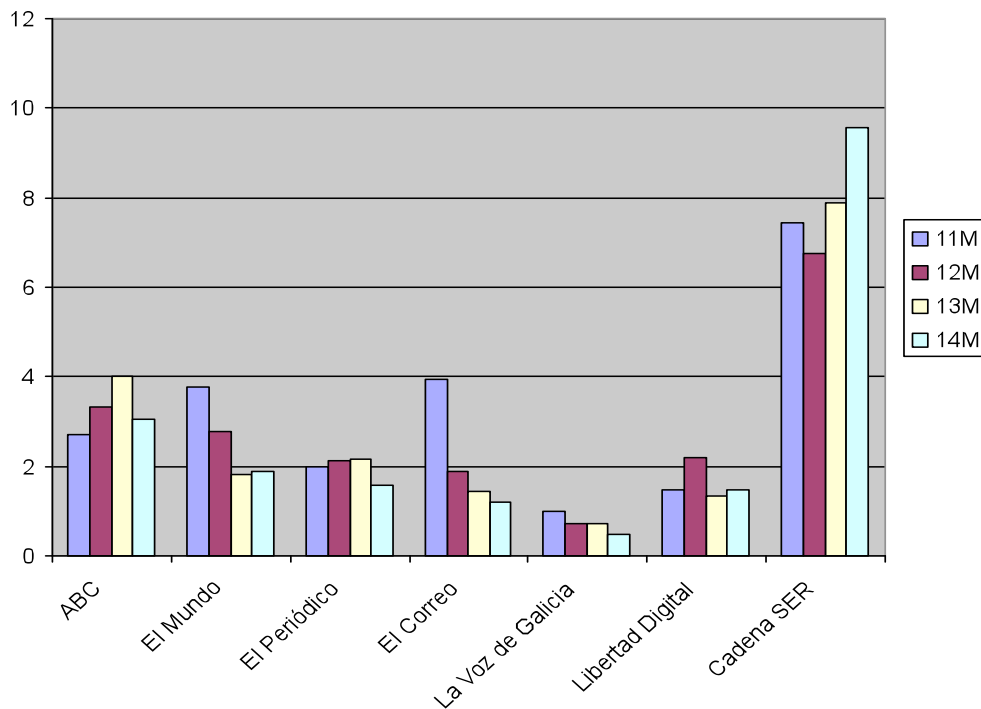


Graphique 2. Source: OJD

Nous devons rappeler que les utilisateurs d'Internet diminuent habituellement pendant les week-end, ce qui affecterait le samedi 13 et le dimanche 14, étant donné que la moitié des accès (46,9 pour cent) se réalise depuis le lieu de travail ou d'étude. Malgré la diminution signalée, dans tous les cas, les médias digitaux atteignent des niveaux nettement supérieurs à l'habituel. L'augmentation de la diffusion des nouvelles de la chaîne *Cadena SER* apparaît encore plus élevée si nous prenons en considération les données de OJD à propos des pages visitées. Nous nous référons au nombre de documents consultés sur chaque site web et qui reflète l'intérêt qu'ont suscité leurs contenus. Les données totales du Graphique 3 figurent dans les Tables 5 et 6 de l'Annexe.

Les médias digitaux maintiennent dans l'ensemble – même si avec des incréments quelque peu supérieures – l'accentuation générale marquée par les données de visite. Il se produit une grande augmentation de diffusion le 11 mars, qui ensuite se modère, même si toujours au-dessus des données de la semaine précédente. Les pages visitées dans les médias régionaux décroissent, plus éloignés du centre madrilène des nouvelles (voir l'évolution de *El Correo* et *La Voz de Galicia* dans la table 6 de l'Annexe). Cependant, la chaîne *Cadena SER* montre des chiffres de pages visitées très ressemblantes pendant les quatre jours qui font l'objet de notre étude (autour des 3.000.000 de pages quotidiennes) et, de ce fait, elle bénéficie de sa majeure augmentation pendant la journée électorale.

**Multiplicación de páginas vistas en medios digitales del 4M-7M al 11M-14M**



Graphique 3. Source : OJD

L'interprétation la plus plausible est simple ; elle réside dans les données apportées par la Table 6 de l'Annexe. Le public qui visite le site web de la chaîne *Cadena SER* consomme toujours plus d'informations relative aux attentats, si ce n'est à la perpétration de ceux-ci. La tendance contraire est celle du média conventionnel le plus affirmé, *El Mundo*, qui maintenant, avec les données des pages visitées, montre clairement une diminution quotidienne, par rapport à l'intérêt que suscitaient ses informations.

La plus grande utilisation de la chaîne *Cadena SER* souligne le rôle antagonique qu'il a joué par rapport à la stratégie informative du Gouvernement. Elle passe de 380.000 pages visitées le 4 mars à 3.200.000 comptabilisées pour le 11 Mars. Ces chiffres se maintiennent et qui plus est augmentent le 14 Mars. Nous insistons sur le fait que les médias digitaux les plus stables, comme le journal *El Mundo*, ont souffert d'une baisse d'information consultée : des presque 37.000.000 de pages consultées le jour des attentats il passe à bien moins que la moitié, autour des 13.500.000 lors de la période électorale.

Les médias plus critiques à l'encontre du Gouvernement se démarquent par rapport à la consommation et à l'utilisation que la population en a faite. Nous le constatons avec les télévisions et maintenant avec les médias conventionnels sur Internet, indépendamment de leur degré de consolidation antérieur. La flexibilité de réponse des médias digitaux se confirme face aux réactions et aux nécessités des publics. Il est aussi très significatif que le jour de la

désobéissance civile, le site web de la chaîne *Cadena SER* reflétait son deuxième jour de majeur incrément des pages visitées.

En somme, les données présentées soutiennent que sur Internet il n'est pas facile aux médias conventionnels de se blinder de la concurrence ou de maintenir leur hégémonie face à des compétiteurs inattendus. Au moins le public plus actif considère que les médias digitaux sont plus indépendants face au contrôle étatique ou des gouvernements. En dernier lieu, nous confirmons l'insuffisante capacité de réponse de la presse écrite. Selon le dictat du Président du Gouvernement, les éditions spéciales du 11 Mars ont attribué la responsabilité des attentats à L'E.T.A. À partir de là, ils ont inclus toutes les 24 heures des versions contradictoires au sein d'une même édition. Et au fil des jours (dans le cas des journaux «plus critiques») lesdites versions contredisaient la version initiale du 11 Mars.

### **3. Médias digitaux alternatifs**

Nous passons à l'analyse des médias sans but lucratif, plus spécialisés, avec une ligne éditoriale ou un propos politique ou expressif déterminé, et qui octroient le rôle principal majeur à leurs publics. Nous nous sommes jusque-là référés à des médias qui, avant tout, font primer l'opinion publique agrégée : leur objectif prioritaire est d'accaparer des taux d'audience et de s'adresser à celle-ci, avant tout, dans l'enjeu électoral. À partir de maintenant, nous nous occupons des plate-formes digitales de l'opinion publique discursive. Elles ont servi à diffuser, contraster et débattre l'information de ces jours-là avec le propos de mobiliser leurs publics aux urnes (point qu'ils pourraient partager avec les médias conventionnels, bien que moins dépendants d'un intérêt qui implique une prise à parti tendancieuse) ou jusqu'à la contestation (autre point qui a été privatif des médias alternatifs).

Les portails de contre-information, les forums de débats, les cahiers de bord ou *weblogs* ont canalisé la communication interpersonnelle jusqu'à la convertir en un dialogue de portée collective. Ils ont été des plate-formes d'expression des mouvements citoyens et de la gauche sociale. Les nouvelles des grands médias espagnols se diffusaient et étaient sujettes à débat par le biais de ces médias, mais aussi à travers d'autres plus distants du grand public (par exemple, la presse et les télévisions internationales). Ainsi se sont constitués des espaces de discussion, légitimés pour l'échange d'opinions personnelles qui, en dernière instance, ont acquis une dimension collective et ont contribué à la formation accélérée de l'opinion publique.

Les principales fonctions de ces types de médias ont été :

- a) sélectionner et reproduire les nouvelles les plus pertinentes autour de la perpétration des attentats, qui apparaissaient dans les grands médias ;
- b) interpréter les stratégies des différents acteurs politiques en ce qui concerne les attentats et la perpétration de ceux-ci ;
- c) engendrer un flux multidirectionnel d'informations et d'opinions ;
- d) alimenter et accélérer la formation d'opinions par rapport aux mobilisations et aux préférences électorales.

Nous nous devons de mettre en évidence le fait que ces plate-formes ont reflété, dans nombre de cas, une prise à parti élevée, plus évidente dans le cadre de voies de participation (les forums, par exemple) que dans la publication d'articles. Même ainsi, à de nombreuses reprises, l'on



perçoit un haut degré de pluralisme et l'on détecte un changement évident de l'opinion majoritaire. On a passé d'un apparent consensus sur la version officielle du 11 Mars, mise en scène dans les rues le 12, à sa dénonciation comme tentative de manipulation. Et l'opposition a mobilisé le public pour tenter de la controverser.

Il apparaît très complexe analyser ces publications qui, dans la plupart des cas, se situent dans l'ombre des études d'audiences. Cependant, nous avons tenté de présenter un panorama représentatif, en réunissant des données de caractère public sur le trafic de cybernautes et de messages ou en les sollicitant aux administrateurs de chaque site.

### 3.1. Forums de débats

Les forums de débats sont les domaines de communication interpersonnelle les plus accessibles par rapport à son étude, de par leur caractère public et par le fait de rester enregistrés sur le Web même ultérieurement à leur publication. Cependant (et cela sert également pour les *weblogs* et la contre-information), les difficultés sont multiples :

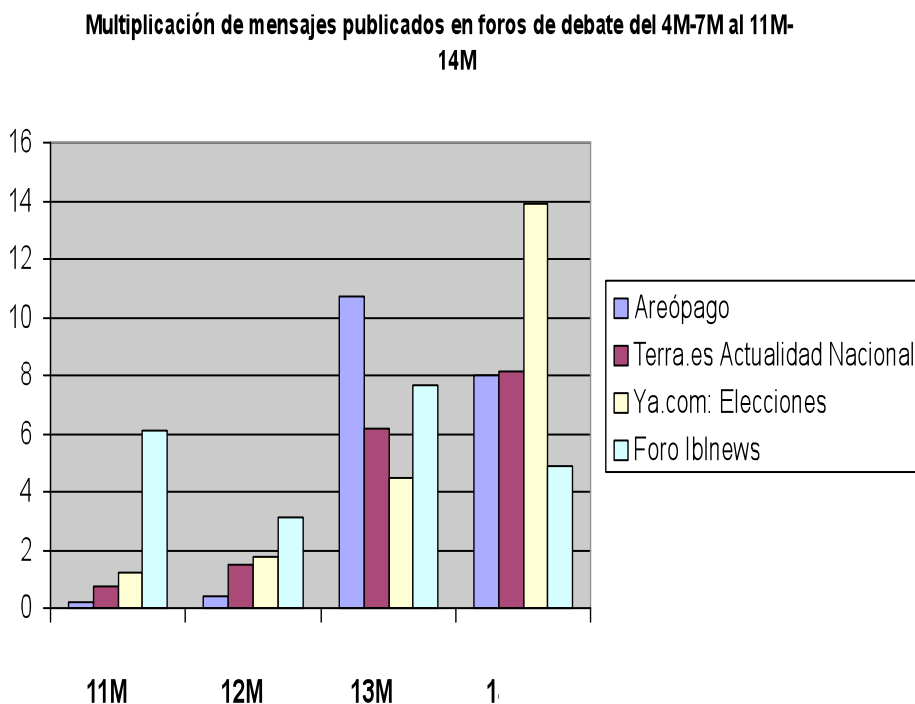
1. De nombreux forums effacent les messages de la base de données après publication ;
2. Nombreux autres, de par leur caractère minoritaire ou leur spécificité, présentent une fréquence de publication de messages trop insuffisante (malgré le fait que leur augmentation pendant cette période a été spectaculaire) ;
3. Et les systèmes de publication sont très variés, de sorte que pour nos analyses nous avons opté pour l'établissement de certains paramètres génériques, à partir desquels il était possible d'établir des comparaisons.

Par conséquent, nous mettrons en évidence des données spécifiques d'audiences, en les remplaçant par le nombre de messages publiés jour après jour. De cette façon nous nous centrons plus sur l'étude de l'opinion publique discursive. Le Graphique 4 (qui comprend les tables 7 et 8 de l'Annexe) se circonscrit à quatre forums de débats, que nous pouvons à leur tour subdiviser en :

1. Portails généralistes : « Actualité Nationale » de *Terra.es* et « Elections Générales » de *Ya.com.* ;
2. Et des portails d'information alternative : « Aéropage » de *La Página Definitiva* et « Le Débat », des portails des nouvelles *Iblnews* ; qui sont davantage marqués par la ligne idéologique ou le service qu'ils offrent.

Les pages visitées au sein des médias conventionnels d'Internet ont dépassé celles de la semaine antérieure. L'augmentation des messages dans les forums parvient à multiplier par 14 le chiffre habituel desdits messages. Les chiffres absolus ne sont pas élevés (voir les Tables 7 et 8 de l'Annexe), mais les augmentations donnent une idée du niveau de délibération que ces plateformes ont fourni. L'acte d'écrire un message suppose une implication et un effort beaucoup plus importants que la simple lecture.

Les forums maintiennent un patron commun avec les médias digitaux conventionnels : il se produit également une importante augmentation à la suite des attentats. Mais les messages publiés après le 11 Mars ne diminuent pas, au contraire ils augmentent. Par ailleurs c'est le cas à une magnitude supérieure le 13 (cas de l' "Aéropage") et le 14 ("Ya.com : Elecciones"). Ces médias sont étroitement liés à la participation politique de la citoyenneté, aussi bien pour la mobilisation que pour le vote.



Graphique 4. Source : élaboration propre

Nous constatons ainsi la naissance d'un nouveau modèle de communication et de formation de l'opinion publique. Les taux d'audience, dans un premier temps, ont privilégié les médias conventionnels au-delà d'un quelconque autre support digital. Leur intérêt prioritaire était d'obtenir de l'information rapide et efficace sur les attentats. A cela s'ajoute quelque chose de très important qu'ils ne pouvaient obtenir au sein des médias plus grands, imperméables aux nouveaux courants d'opinion : la perception de ce que d'autres pensaient. Après la manifestation du 12, face à la confusion qui régnait, le public le plus intéressé a eu tendance à multiplier et diversifier les sources informatives et a manifesté un énorme intérêt pour l'échange d'idées et d'opinions. Un processus collectif de formation d'opinions s'est mis en marche, celles-ci centrées, presque exclusivement et de manière séquentielle, sur les attentats, leur perpétration ainsi que les conséquences électorales. Dans ce cas, on a évité la dispersion qui habituellement caractérise les forums de discussion, un trait franchement commun de ceux qui manifestent un contenu général.

Les termes de la discussion ont varié en fonction du forum. Dans les grandes lignes, les forums plus fréquentés des portails généralistes sont beaucoup plus crispés et apportent moins

d'information, mais ils dénotent une trajectoire très similaire dans tous les cas. L'analyse qualitative qui suit tente d'en rendre compte, telle qu'elle s'est produite :

1. Dans un premier temps, le public, ébahi par la gravité des attentats, a manifesté sa stupeur et s'est essouffée dans la tentative de fournir des données au sujet des victimes et des explosions.
2. Cependant, déjà le matin même du 11 Mars, à partir de l'apparition de Arnaldo Ortegi (porte-parole de Batasuna) qui condamnait l'attentat, se sont manifestés les premiers doutes. La majorité des participants dans les forums ont conféré toute la crédibilité au Gouvernement et ont eu tendance à accepter l'hypothèse de la responsabilité de l'E.T.A. Même si quelques-uns ont commencé à noter que les attentats auraient pu être l'œuvre du terrorisme islamiste.
3. Dans la même matinée du 11 Mars ont surgi les premières lectures politiques. En partant de la perpétration de l'E.T.A., celles-ci ont assumé un préjudice électoral pour le PSOE et les partis nationalistes. Les participants du forum qui se sont déclarés voisins de ces partis ont peu participé, et lorsqu'ils l'ont fait cela a été pour mettre en évidence la nécessité de ne pas varier la décision de vote, puisque celle-ci aurait supposé « de se laisser influencer par les terroristes ».
4. Si les premières interprétations électorales ont eu des résultats favorables au PP, des lectures contraires sont surgies rapidement, très crispées à certaines occasions, depuis qu'étaient apparues des données qui remettaient en question la perpétration de l'E.T.A. Cela s'est produit après l'apparition du ministre de l'intérieur. A 20h19 le 11 Mars, Angel Acebes a annoncé l'apparition d'une fourgonnette munie de sept détonateurs et une K7 avec des versets du Coran en arabe. Ça a été le premier moment d'inflexion. Avant que se termine la journée, nous avons trouvé dans les forums des associations directes entre les attentats (lorsqu'ils s'attribuent à Al Qaeda) et la participation espagnole dans le cadre de l'occupation en Irak. Les critiques personnelles commençaient à se centrer sur José Maria Aznar.
5. A chaque instant les informations de médias très différents ont eu une répercussion immédiate, en parallèle avec nombre d'autres qui n'ont pas été confirmées ou qui étaient directement fausses. Il faisait appel à ces sources pour donner de l'aval aux hypothèses invoquées par les uns et par les autres. L'anonymat, possible pratiquement dans la totalité des forums, a donné naissance à un nombre incommensurable d'abus, aussi bien dans l'information que dans l'opinion. Dans les deux, la forme insultante pour le rival idéologique prédominait et, en revanche, il manquait la mention de faute de rigueur, par la publication de nouvelles sur lesquelles on tergiversait.
6. Nous pourrions conclure, au fil de ces observations, que les forums n'ont pas tant été un lieu de recherche d'information véridique mais plutôt d'interprétation et de débat. De plus, par le biais de certaines études empiriques préventives, l'on constate que les paramètres délibératifs ne sont pas ceux de la rationalité mais ceux de l'expressivité. La qualité des dialogues virtuels ne dépend pas tant des outils des cybernautes si ce n'est de la culture politique du pays, ce qui confirme par conséquent l'analyse réalisée dans d'autres pays (Papacharissi, 2004). Nous observons un niveau de partialité et de radicalisation proportionnelle au degré de politisation des participants au forums, caractéristiques que la population espagnole plus politisée partage.
7. Les discussions ont procédé le 12, toujours plus favorables à l'hypothèse d'Al Qaeda, et plus critiques encore par rapport au Gouvernement. La question de la perpétration

- s'est retrouvée placée au premier plan, avec une profusion de données et d'opinions, et spéculant sur les résultats électoraux. Ceux-ci commençaient déjà à se pressentir de façon défavorable pour le PP (y compris pour les participants plus voisins).
8. Le 13 s'est généralisée la conviction de la perpétration d'Al Qaeda, résumée en trois points : a) les révélations de la chaîne *Cadena SER* à la première heure de l'après-midi au sujet du fait que le CNI (services d'intelligence espagnols) abandonnait l'hypothèse de E.T.A. ; bien qu'elles eussent été démenties peu après par son directeur ; b) les apparences de manipulation gouvernementale, qui ont dénoncé bon nombre de participants ; et c), les déclarations de Angel Acebes, à 14h44 le 13 Mars, lorsque la police s'apprêtait à arrêter divers citoyens marocains et indiens. Dans ladite comparution, le Ministre plaidait pour la collaboration des ressortissants de E.T.A et des islamistes. A une 1h passée de la matinée du 14 Mars se sont confirmés les doutes, après confirmation ministérielle des arrestations et l'apparition d'une vidéo dans laquelle un supposé représentant d'Al Qaeda revendiquait les attentats.
  9. En rapport à ce qui précède, on assumait l'usure du PP, et de plus on considérait comme acquise la victoire du PSOE. Les mobilisations dans la fin de soirée du 13 M ont été durement critiquées par les participants aux forums qui se sont identifiés comme des personnes qui allaient voter le PP. Les votants socialistes ou appartenant à des partis minoritaires, les interprétaient comme une répulsion à « l'imposture informative » du Gouvernement.
  10. En dernier lieu, le 14 a été le jour d'assise d'une tendance en état de larve pendant les jours précédents : l'utilisation des forums comme un espace de propagande. Les appels de se rendre aux urnes et de voter un certain parti (ou mieux encore, «à l'encontre» de certaines options politiques) ont été constants. L'instigation à un vote de punition a primé, coïncidant avec les groupes de discussion de jeunes. Les spéculations sur les résultats, qui se percevaient comme préjudiciables pour le PP, étaient majoritaires.
  11. Dès le moment où la victoire du PSOE a été officielle pendant les élections, deux interprétations contre-posées ont surgi des résultats électoraux. Dans les jours qui ont suivi, y compris des mois plus tard, ils ont continué à être objets de débat. Les partisans de l'opposition présentaient les élections comme «une victoire face à la manipulation informative » du Gouvernement, et les partisans du PP, comme une « victoire des terroristes d'Al Qaeda ».

Nous nous devons de noter que ce dernier argument, se référant à E.T.A., était celui que les adeptes du PSOE du 11 Mars ont invoqué. Ce qui signale une chose évidente : les calculs électoraux ont eu du poids dans le débat au sujet de la perpétration dès le premier instant. En un certain sens, le débat que nous avons identifié dans les forums a été celui que les médias conventionnels ont alimenté. La perpétration des attentats a focalisé l'attention en faisant primer le vote de punition.

Nous pouvons tirer la conclusion que les forums n'ont pas fourni un espace délibératif rationnel : le côté émotif, le côté partisan et de la propagande semblent s'être consolidés tout au long de ces journées. L'anonymat a favorisé les excès par rapport à « l'adversaire », aussi bien au niveau du ton que dans le manque de rigueur de nombreux messages. Les forums ont été le reflet de la culture politique de ceux qui y ont participé et ne l'ont pas transformée. Comme au sein de la population espagnole des plus politisée (et nous ne

nommons pas ses porte-parole partisans et médiatiques), les participants aux forums paraissent plus enclins à la dispute qu'au fait d'accéder à des données réelles ; même ceux qui se sont référés aux faits survenus et aux règles du jeu démocratique. N'oublions pas que la campagne électorale a été déclarée achevée le matin du 11 M; précisément, pour que les terroristes n'influencent pas les votations.

Tout ce qui précède n'influence pas, cependant, d'autres arguments, pour ce qui est de la valeur du processus de formation des opinions auxquelles nous faisons référence. La rapidité des débats n'a pas empêché de contraster les versions contradictoires que les journalistes espagnols apportaient au sujet de la perpétration des attentats, en ajoutant par ailleurs des nouvelles provenant de l'étranger. De cette façon se brisait le monopole de l'information publique arrêtée aux mains des grands médias et sous contrôle gouvernemental. Les participants aux forums ont dénoncé sans entraves la politique informative du Gouvernement, contrairement à ce qu'ont fait presque tous les journalistes espagnols jusqu'à ce que le PSOE s'élève en force gouvernementale. Les critiques à la « concurrence médiatique », à « l'adversaire » politique ne trouvaient pas non plus d'abris dans les forums. Les pronostics électoraux soupèsent les choses avec plus de clarté et de force que dans les colonnes d'opinions publiées les jours en question et par conséquent, les forums ont mieux récolté l'opinion publique discursive que les médias conventionnels.

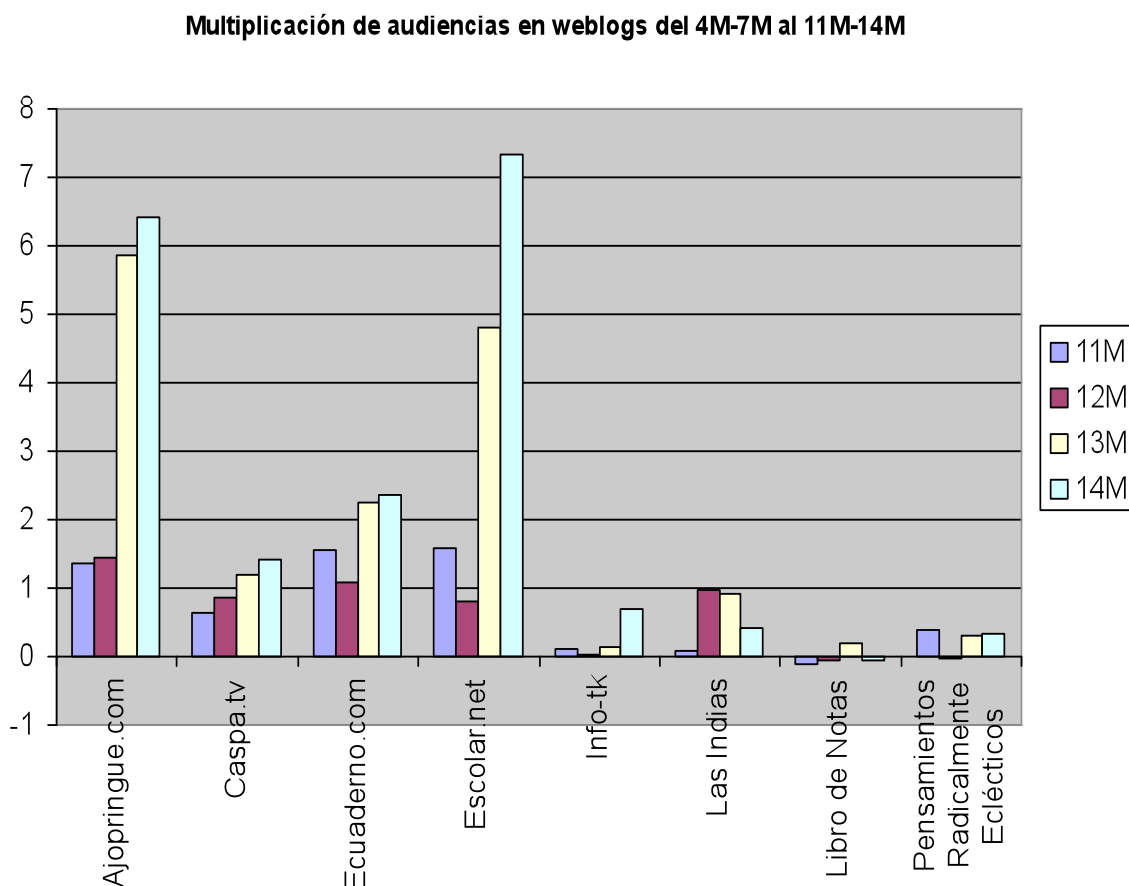
### 3.2. Weblogs

Les *weblogs* ou cahiers de bord sont des sites Internet à la charge d'un individu ou d'une collectivité, qui l'utilise comme moyen d'expression et de dialogue. Nous en avons sélectionné huit pour leur centralisme au sein de la « blogosphère » espagnole, en prenant en considération son incidence en termes de visites. Nous nous centrons sur les *weblogs* de thématique exclusive ou principalement politique, pour montrer un échantillon représentatif de sa diversité.

1. *Ajopringue* (<http://www.ajopringue.com>): *weblog* collectif de thématique politique depuis la perspective de postures voisines au néo-conservatisme.
2. *Caspa.tv* (<http://www.caspa.tv>): *weblog* dédié à l'impact des moyens de communication, avec une emphase particulière pour les nouvelles technologies.
3. *E-cuaderno* (<http://www.ecuaderno.com>): un des centres de la « blogosphère » espagnole et le *weblog* qui contient le plus de *links* (c'est-à-dire, qui contient le plus grand nombre de liens depuis d'autres *weblogs*) de l'Internet espagnol. A la charge de José Luis Orihuela, professeur à l'Université de Navarre.
4. *Escolar.net* (<http://www.escolar.net>): cahier de bord de Ignacio Escolar, journaliste des Informations Telecinco, de thématique fondamentalement politique.
5. *Info-tk* (<http://infotk.blogs.com/infotk/>): *weblog* de contre-information politique.
6. *Bitácora de Las Indias* (<http://www.lasindias.com/bitacora/>): *weblog* collectif dédié à l'analyse des NTIC.
7. *Libro de Notas* (<http://www.librodenotas.com>): *weblog* collectif qui sélectionne les articles d'opinion plus pertinents des médias espagnols.

8. *Pensamientos Radicalmente Eclécticos* (<http://tierraylibertad.f2o.org>): *weblog* d'analyse politique situé dans le cadre de positions sociaux-démocrates.

Le graphique 5, développé à partir des tables 9 et 10 de l'Annexe, montre une évolution comme suit :



Graphique 5. Source: Nedstat et élaboration propre (fournie par les auteurs)

1. Il s'est produit une augmentation de publics très disparates, qui répondent sans doute à des profils uniques. *Le Libro de Notas* ( Livre de Notes) y compris a souffert une légère baisse par rapport à la semaine antérieure sur la base des attentats du 11 Mars. Dédié à la sélection d'articles d'opinion quotidiens, il reflétait le désintérêt des cybernautes de connaître (ou d'approfondir) les versions des chroniqueurs et la préférence d'engendrer des interprétations propres.
2. Comme il s'est produit dans les médias conventionnels, nous n'avons rencontré qu'un seul cas, *Pensées Radicalment Eclectiques*, qui a expérimenté la majeure augmentation du public du 11 Mars, à cause peut-être de son implication dans les affaires politiques, de même que le grand nombre de messages publiés par son auteur tout au long des quatre jours qui font l'objet de notre analyse.
3. Dans ces *weblogs* où l'augmentation n'est pas substantielle, le public tend à une certaine stabilité, reflétant un profil minoritaire.

4. Plus l'augmentation initiale de public est élevée, plus le public augmente avec le temps. Ce que nous pouvons constater surtout dans les *weblogs* *Ajopringue.com* et *Escolar.net*, et, de manière plus globale, dans *Caspa.tv* et *E-cuaderno.com*.
5. On perçoit également une augmentation considérable dans la génération de liens (links), depuis et jusqu'aux *weblogs* analysés (López, Merelo y Tricas, 2004), et dans la participation des lecteurs à travers les systèmes de commentaires (quand les *weblogs* en disposent). Conséquemment à la dispersion des données, nous ne pouvons pas déterminer avec clarté une augmentation parallèle de la participation active du public.
6. La thématique de tous les *weblogs* s'est à nouveau centrée, avec une exclusivité absolue, sur les attentats de Madrid et sur ses conséquences électorales.
7. Cependant, l'intérêt et la participation du public ont été de plus grande envergure en fonction du volume des actualisations, publication de nouveaux messages de l'auteur du *weblog* et en fonction de l'intérêt porté sur l'identité des auteurs des attentats.

En ce sens, *Escolar.net* apparaît plus emblématique, vu qu'il a expérimenté une augmentation de public beaucoup plus importante que les autres *weblogs* analysés, étant donné qu'il a passé de 2.489 visites le 11 Mars à 6.410 le 14 Mars. Son public a quasiment triplé, le 11 étant le jour pic par rapport à la normale. Le volume d'actualisations a été supérieur à la moyenne et s'est centré sur les attentats; en particulier la perpétration, mais avec un ton critique.

*Escolar.net*, oeuvre d'un journaliste de télé-journaux de *Telecinco*, démontre les synergies qui se génèrent dans d'autres pays entre les médias conventionnels et les *weblogs* de ses employés. Ces derniers acquièrent une certaine visibilité grâce à leur travail dans les entreprises mères, mais conservent une certaine indépendance vis-à-vis de celles-ci, ce qui leur confère un certain intérêt. Cette position intermédiaire leur permet d'atteindre un plus grand public et de développer des pratiques d'information plus professionnelles. Le succès de *Escolar.net* manifeste bien clairement quel type d'information recherchait le public, une fois le choc initial surmonté: des nouvelles sur la perpétration du massacre, des références continues à la presse internationale et aux articles d'opinion se référant à ce thème central, débattu largement par les lecteurs.

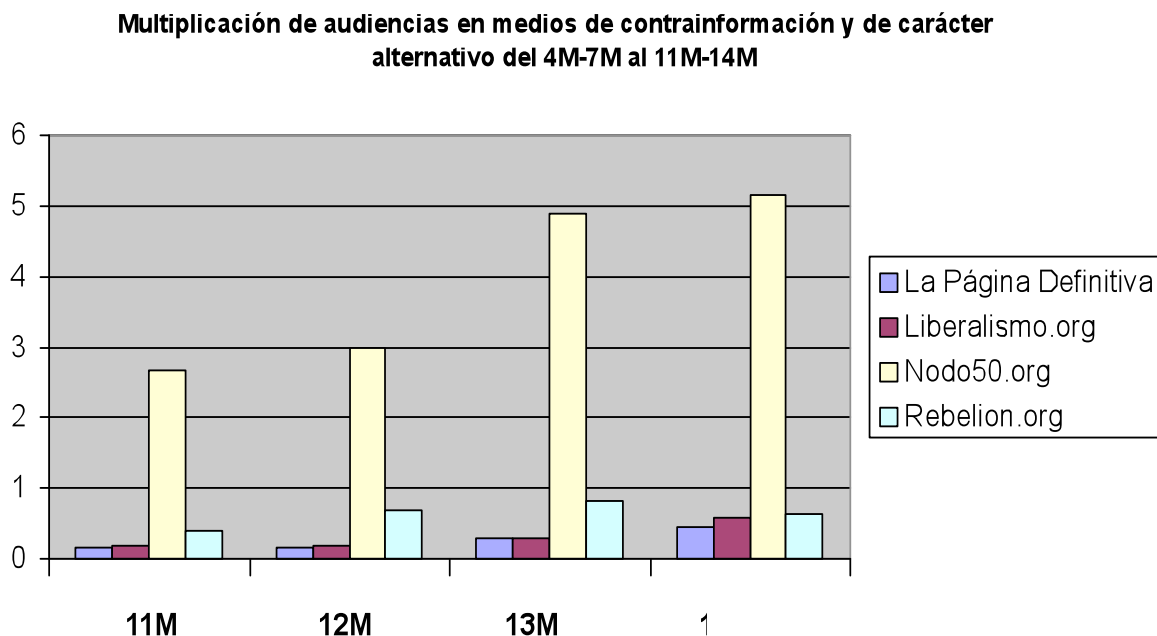
### **3.3 Médias de débats idéologiques et portails de contre-information**

En dernier lieu, nous nous occupons des médias qui non seulement sont étrangers aux conventionnels, mais qui maintiennent également des objectifs comparables à ceux de la presse des Lumières du XVIII<sup>e</sup> siècle ou à la contre-information classique du mouvement ouvrier et, aujourd'hui, des nouveaux mouvements sociaux. Les publications analysées ont en commun le fait que les objectifs idéologiques ou expressifs d'un individu ou d'une collectivité éditoriale priment et manquent d'esprit de lucre. Elles se différencient dans leur orientation et leur rattachement au tissu social. Nous tentons de présenter un panorama diversifié à l'aide de quatre publications :

1. *La Página Definitiva* (<http://www.lapaginadefinitiva.com>): portail d'analyse de divers domaines de l'actualité, maintenu par ses rédacteurs. Il compte, par ailleurs, dix *weblogs*, sept se rapportant à la période de notre analyse, de thématique fondamentalement politique, comme le forum de débat que nous avons étudié précédemment.

2. *Liberalismo.org* (<http://www.liberalismo.org>): portail espagnol de caractère collectif, dédié à l'analyse des fondements du libéralisme comme idéologie politique. Il comprend également divers *weblogs* et forums de débats.
3. *Nodo50* (<http://www.nodo50.org>): le portail de contre-information qui regroupe le plus grand nombre de pages web d'associations et de particuliers, liées à sa grande majorité à la gauche sociale (et que nous étudierons de manière plus approfondie dans les deux chapitres suivants).
4. *Rebelión.org* (<http://www.rebelion.org>): portail de contre-information, de structure plus centralisée que *Nodo50*. Il diffuse des nouvelles et des opinions de la gauche extra-parlementaire et des mouvements sociaux d'Europe et d'Amérique Latine.

Le graphique 6, qui traite de l'augmentation des visites dans les médias de contre-information, a été développé à partir des Tables 11 et 12 de l'Annexe.



Graphique 6. Source: élaboration propre (fourni par les auteurs)

Les conclusions que nous pouvons extraire des données sont diverses.

1. Prenant en considération les chiffres totaux de l'audience qui figurent dans les Tables 11 et 12 de l'Annexe, on constate l'important impact des webs de la gauche sociale. Nous pouvons affirmer que, du moins en Espagne, ils sont devenus le principal média de la gauche extraparlamentaire, non liée à des partis (bien qu'elle n'en soit pas non plus détachée, parlementaires ou non) et présente dans les mouvements sociaux. *Nodo 50* dépasse largement les 15.000 visites et *Rebelión.org* dépasse les 40.000 pendant les jours d'affluence du public.



2. Les portails de la gauche sociale, comme le démontre le Graphique 6, connaissent les plus grandes augmentations. La donnée révèle un volume significatif de citoyens qui, pendant ces jours, n'ont pas trouvé dans les médias conventionnels une ligne informative et éditoriale commune; parce que si nous additionnons les audiences de *Rebelión.org* et *Nodo.50* nous atteignons près de 50.000 cybernautes chaque jour, entre le 11 Mars et le 14 Mars. Et ceci sans prendre en compte des autres webs de contre-information alternative et de gauche, celle dont malheureusement nous ne sommes pas en possession des données d'audience. Les chiffres peuvent sembler insignifiants (et en dissimulant le nombre des cybernautes), mais nous devons considérer que nous parlons d'un public "activiste", visant à transcender le plan communicatif, tel que le démontrerait le 13 Mars.
3. Au sein de cette "gauche digitale", nous pouvons distinguer les plates-formes de réflexion, *Rebelión.org* étant la plus relevante, de celles qui offrent une information actualisée. Il s'agit de nouvelles engendrées par un tissu social qui, de plus, prétend se coordonner et se mobiliser au sein de ces portails. Le cas de *Nodo50*, qui hébergeait les webs de presque 900 organisations dans la période de décembre 2004. Comme le démontre le Graphique 6, est le média qui a eu la plus grande ascension pendant la période d'étude et à la différence *Rebelión.org*, faite de manière soutenue. Les causes proviennent d'une période pendant laquelle l'information primait sur la réflexion. *Nodo50* a offert une plate-forme d'information du tissu social, contraire aux dynamiques dominantes dans les médias conventionnels. Et cette contre-information a alimenté des débats entre les organisations sociales et les tentatives de coordination et de mobilisations.

Quant aux contenus, tous les médias digitaux de cet épigraphe se sont (également) centrés sur l'analyse de l'attentat et sur ses conséquences politiques, bien qu'avec des perspectives spécifiques. Les deux portails de contre-information se distinguent par leur appel explicite à la mobilisation dans le contexte du 13 Mars, ce qui permet d'expliquer son rôle dans la genèse des mobilisations.

#### **4. Conclusions sur la consommation des médias conventionnels et les usages télématiques entre le 11 M et le 14 M**

Les données que nous avons présentées donnent leur aval au fait que les attentats ont engendré une nécessité impérieuse de réclamer, qui n'est pas descendue jusqu'au jour des élections. L'on démontre ainsi le désarroi de la population face aux versions contradictoires sur les attentats et l'énorme effort de consommation et de contraste médiatique réalisé par les citoyens. De même l'on confirme que ni la gestion informative du Gouvernement, ni la manifestation institutionnelle ont comblé la soif de nouvelles (la première) ni l'anxiété émotionnelle (la deuxième). Malgré la relevance qu'acquière les déclarations officielles en contexte de crise, tous les médias que nous avons analysés et qui se sont limités à suivre leur sillage ont perdu de l'audience à mesure que les élections approchaient. *Telecinco* a observé des augmentations pendant que *TVE* rétrocédait. Et le web de la chaîne *Cadena SER* a dépassé en croissance le reste des versions digitales des médias conventionnels. Mais la plus forte augmentation d'audience s'est produite dans les médias étrangers au flux de la communication de masse.

Dans le milieu digital, ni même le média le plus antagoniste au Gouvernement, la chaîne *Cadena SER*, n'a expérimenté une augmentation de visites comparables aux forums de débats et

aux forums de contre-information. Les publics les plus impliqués politiquement ne se sont pas saturés avec le flux d'informations contradictoires qui circulaient dans la sphère centrale publique. Au contraire : ils se sont rendus, toujours en plus grand nombre, aux sphères périphériques d'Internet qui leur permettaient de contraster et de débattre des messages qu'ils recevaient, en échappant ainsi au contrôle gouvernemental qui pesait sur les entreprises de communication. Les forums thématiques sur les élections et les *weblogs* plus critiques, et liés à des professionnels de la communication, ont servi de plates-forme, bien que minoritaires, de cette délibération collective.

Le débat digital (concrètement dans les forums généralistes) a été loin de suivre des paramètres rationnels ou d'atteindre des consensus. Au contraire, à plusieurs occasions ont primé la prise de parti, l'intoxication et le pro-élitisme propagandiste. Ce ne sont pas des caractéristiques étrangères à la culture des espagnols plus politisés ni, malheureusement, à de nombreux médias de référence qui se définissent indépendants. Mais sur Internet s'est manifestée une opinion publique discursive qui n'avait pas d'hypothèque sur le pouvoir politique, ni de disputes publicitaires vis-à-vis d'autres médias. C'est pourquoi elle pouvait réaliser une auto-critique et par la même occasion critiquer à son tour « la concurrence » pour avoir assumé mécaniquement la perpétration initiale de l'attentat par l'E.T.A. Les publics digitaux, comme nous l'avons déjà signalé, ont aussi mis en évidence les barrières étatiques de l'information et ont perçu l'énorme contraste entre les versions des médias espagnols et étrangers.

Aucun média conventionnel, à part la chaîne *Cadena SER*, n'a vécu une augmentation de l'audience le 13, que nous avons observée dans les webs de contre-information. Aucun média conventionnel n'a collaboré de façon consciente et explicite lors de la convocation désobéissante. Au moment de son début, devant le siège central du PP à Madrid, seuls la chaîne catalane TV3 et le canal thématique satellite *CNN+* ont réalisé des connexions en direct ; deux médias pourtant limités géographiquement et socialement. Toutes les chaînes généralistes espagnoles ont fui ou limité la couverture au maximum. Pendant ce temps, *Euronews*, *BBC News* ou *CNN International*, parmi une multitude de médias étrangers, faisaient des transmissions en direct. Y compris la chaîne *Cadena SER*, selon les termes de Daniel Anido, directeur de la chaîne, s'est limitée à « raconter qu'il y en avait (des concentrations) et que nous avons fait des appels pour qu'ils rentrent chez eux, puisque ça pouvait brûler ».

En termes généraux, tous les médias alternatifs digitaux ont servi à évaluer et discriminer les flux d'information, pour débattre des stratégies politiques qui faisaient leur promotion de façon intéressée et pour élucider les conséquences électorales. Les citoyens ont agi au sein des forums, des *weblogs* et de la contre-information comme des authentiques journalistes et commentateurs, sources de deuxième ordre qui discriminaient et rabaissaient le travail des « professionnels ». Les forums électoraux et les *weblogs* ont augmenté au fur et à mesure que s'approchaient les élections, pour élucider comment voter. Pendant ce temps, la contre-information mobilisait l'opinion discursive la plus critique. C'est-à-dire, les médias qui ont vécu une plus grande augmentation de publics actifs ont promu la participation citoyenne : la plus formelle (aux urnes) et la moins conventionnelle (la protestation).

## 5. Délibération rapide depuis la périphérie

Nous avons révisé la consommation des médias qui forment la *sphère publique centrale* (médias conventionnels) et l'utilisation de plates-formes digitales d'expression et de mobilisation dans la *sphère périphérique* (médias alternatifs). En adaptant le schéma théorique sur lequel nous nous sommes basés, nous sommes en mesure de représenter de façon spatiale lesdites sphères :

Schéma 1. Source: adaptée de Sampedro (2000:42)

Dans le noyau de la sphère publique centrale on retrouvait les médias conventionnels, publics et privés, qui ont maintenu un faux consensus pendant dix ans. À part quelques exceptions, on a attribué les attentats à l'E.T.A. et tous ont convoqué à l'unisson la manifestation institutionnelle. De ce fait, s'ils n'avaient pas diffusé de fausses informations, ambiguës et intéressées, ils auraient accompli une fonction démocratique: assurer la cohésion et le consensus. Les médias conventionnels ont fait primer, comme il leur revient, l'opinion publique agrégée; c'est-à-dire, les taux d'audiences et les stratégies informatives qui ont tenté d'influencer les gens qui se rendaient aux urnes depuis des positions antagoniques, mais sur un même pivot: la victoire électorale dépendait de l'auteur des attentats. Pour des impératifs économiques (et peut-être même par conviction, bien que sans détails qui appuyât cela), presque tous les directeurs des journaux espagnols n'ont hésité en aucune façon à titrer les éditions spéciales du 11 Mars au dictat de Présidence de Gouvernement. Il s'agissait des "journaux de référence", ceux qui, comme en cascade, ont marqué l'agenda des médias les "moins prestigieux". Cette attitude du journalisme espagnol a contrasté avec celle des correspondants étrangers, comme l'exemplifie le correspondant de *The Guardian*: "L'appel était si bizarre, si extravagant, si précipité, qu'il a eu un effet contraire. À ce moment-là je compris non seulement que le Gouvernement croyait en la perpétration de l'E.T.A., mais qu'en réalité il voulait qu'elle le fut" (Rodriguez, 2004: 84).

Cela ne convenait pas aux grands médias, en termes d'audience, de s'opposer à la croyance généralisée dès les premières heures du 11 Mars du fait que l'E.T.A. était responsable. Croyance qui, nous insistons, avait pourtant déjà été démentie, ou, du moins, mise en doute par de nombreuses données. Ne serait-ce que par des pressions politiques, des intérêts économiques ou des préjugés idéologiques, les médias conventionnels espagnols ont à peine reflété, et, dès lors, n'ont pas mobilisé l'opinion discursive critique. L'inexistence de sources parlementaires, qui puissent remettre en question la pancarte qui servait d'en-tête à la manifestation du 12 Mars, les a amenés à collaborer de manière unanime à leur convocation, avec une devise imposée par le Président Aznar: "Avec les victimes, avec la Constitution et pour la défaite du terrorisme". Sauf la référence aux victimes, le reste de l'appel répétait surtout les devises de la campagne électorale du PP. Celle-ci s'est basée sur l'opposition à une quelconque réforme constitutionnelle, sur la lutte antiterroriste du Gouvernement (contre E.T.A) et sur l'«inconsistance» que, évidemment, le PSOE démontrait dans les deux devises. Ni un seul éditorial, ni une seule colonne d'opinion des médias conventionnels les plus diffus, a remis en question un appel qui n'avait pas été soumis au consensus de l'opposition et qui, au minimum, mettait en marge les candidatures du nationalisme périphérique (et, au passage, les fédérations catalane et basque du PSOE et les post-communistes de IU-IV, respectivement, qui co-gouvernaient avec des partis nationalistes).

Les forums, les *weblogs* et, avec une plus grande incidence, les médias alternatifs et les portails de contre-information ont aidé au fait que les publics les plus actifs aient débroussaillé les nouvelles sur les attentats, les intérêts des acteurs politiques en le promouvant, en même temps qu'ils échangeaient des opinions pour participer aux urnes et au sein de la protestation. En suivant le texte qui nous sert de champ théorique (Sampedro, 2000), nous pouvons appliquer certains des concepts et théories qui s'y présentent. Le secteur le plus participatif de la population a réalisé toutes et chacune des tâches qu'Anthony Down signale comme étant des coûts d'informations: choisir les messages pertinents, les contraster avec les faits et les mettre en relation. Trois tâches qui auraient dû être réalisées par les communicateurs professionnels, qui reçoivent de l'argent pour le faire. Du moment que ça n'a pas été le cas, c'est le public qui a dû les réaliser, "avec ses propres moyens", dans le sens littéral de l'expression. Ce public existait déjà, qui ne se conformait pas avec un menu informatif préfixé, et qui sélectionnait les sources informatives par leur crédibilité et par leur notoriété. Des faits comme la mobilisation contre la guerre leur avait donné des raisons de se méfier. Une partie de cette méfiance provient de la pluralité des médias auxquels l'on avait accès.

La consommation plurielle prime au sein des nouveaux publics, habitués au *zapping* télévisuel. Généralisé à d'autres médias, à mesure que s'étend l'offre et les versions digitales, permet de configurer une vision *personnalisée* des événements. Ce type de public se caractérise par:

- a) un degré d'implication dans les affaires politiques au-dessus de la moyenne;
- b) sa facilité pour exercer en tant que "leader d'opinion" dans son entourage;
- c) un sain scepticisme, au sens large, en rapport au journalisme conventionnel. En conséquence, il s'oppose au modèle classique de l'audience passive, qui tendait à assumer comme certaines les informations transmises hiérarchiquement, depuis un nombre limité de médias.

Dix ans avant le 11 Mars, la citoyenneté espagnole n'aurait pas pu contraster les télévisions nationales avec les chaînes thématiques, nationales et étrangères, qui se regroupent en les offres des câbles et satellites. Elle n'aurait pas pu non plus chercher des actualisations dans les versions digitales de la presse, de la radio et de la télévision. Elle n'aurait non plus pu accéder aux forums, aux *weblogs* ni aux médias alternatifs sur Internet. Ces plate-formes, de plus, reproduisent la communication interpersonnelle, en l'amplifiant et en l'accéléralant. Avec la communication "face à face" et sa reproduction téléphonique, il est actuellement possible d'établir des systèmes digitaux de communication interpersonnelle. Les réseaux interpersonnels se tissent sur Internet (chaînes de chat, restreintes ou publiques, forums de débats, courriers électroniques) et en dehors (téléphones mobiles). De là que le 13 Mars devenait le moment possible pour faire le pas de l'échange de messages écrits critiques aux "réseaux de mobilisation".

Lors de contextes de crise comme celui engendré par le 11 Mars il semble obligatoire de se référer au modèle de "diffusion en J" de l'information (Dader, 1992: 264-265), le propre d'"événements de haut intérêt général et en même temps une grande généralisation à titre personnel" (1992:265). La diffusion de messages est au début très lente et s'accélère ensuite de façon exponentielle, comme le profil d'un J. Ces événements "impliquent une utilisation plus intense d'autres canaux informatifs ... différents des "mass médias". Dans les premiers instants, au moins, de telles situations, la possibilité d'influence sociale ou d'impact direct d'hypothétiques conduites persuasives correspondra beaucoup plus à des médias interpersonnels de communication qu'aux "mass médias"(1992:264).

Les sphères périphériques que nous avons étudié configurent un espace public plus diversifié, moins hiérarchisé et multidirectionnel. Pour petit que soit l'impact de chaque média alternatif, ils prolifèrent en grand nombre et sont capables de s'articuler en structures de communication plus amples. Ils compensent ainsi leur faible "poids" individuel. Ces médias développent le pluralisme (Boix, 2002: 135) depuis une double perspective: ils augmentent la quantité d'espaces et d'acteurs communicatifs, en les connectant transversalement. Les médias conventionnels ne monopolisent déjà plus l'espace public et cela s'entrelace aussi à une échelle globale. En résumé, les faits comme le 11 Mars démontrent l'affaiblissement de la sphère publique centrale et la prolifération et l'influence de très diverses sphères publiques périphériques, complémentaires et même opposées à la communication conventionnelle.

En d'autres occasions, la consommation plurielle des médias peut être redondante dans la systématique réaffirmation des points de vue définis par les lecteurs. Mais la disponibilité des sources et la capacité de décision, complétées par la communication interpersonnelle (Romero, 2004), nous permettent de mettre en lumière un panorama plus ouvert. Pour le moment cela paraît circonscrit aux grands événements, comme celui qui nous occupe. Mais le rôle grandissant des procédés discursifs de caractère horizontal se confirme au sein de la configuration de l'opinion publique.

Benjamin Page définit comme "délibération populaire directe", celle dans laquelle le public, grâce aux NTIC, s'exprime sans l'intervention ou en marge des communicateurs professionnels. Ses conditions de possibilités se sont accomplies entre le 11 Mars et le 14 Mars: des faits simples, clairs et incontestables; qui démontrent les différences entre l'élite et le public; et qui se diffusent avec ampleur. Dans le texte original dans lequel nous présentions ce modèle nous l'appliquions déjà à un événement comme les manifestations en réprobation de l'assassinat du conseiller municipal du PP Miguel Ángel Blanco sous la main de l'E.T.A. (Sampedro, 2000: 119-123, 164). Comme alors, le public s'est confronté le 11 Mars à un fait tragique "incontestable"; devant lequel l'élite politique et journalistique réagissait avec des positions antagoniques, pendant que la société exigeait une réponse unanime et une réaction au-delà des accusations mutuelles entre les partis et les médias. Les manifestations de Miguel Ángel Blanco n'ont pas non plus été convoquées en 1997 par les médias conventionnels, qui se sont limités à leur donner de la couverture informative une fois commencées. Les désobéissants du 13 Mars n'ont même pas réclamé ce soutien.

Du 11 Mars au 14 Mars les médias conventionnels et les leaders politiques ont prêté attention, surtout, à *l'opinion publique agrégée*, entendue comme audience qui allait émettre le vote trois jours plus tard. Pourtant, l'obsession pour les "résultats où le public qui importe est la majorité qui fait la somme de volontés déjà déterminées" primait. Et n'oublions pas que presque tous les sondages assuraient la victoire du PP (López, 2004). Le modèle répond à une communication hiérarchique et unidirectionnelle, qui engendre une représentation étatique de la citoyenneté. En revanche, les médias alternatifs ont mobilisé l'opinion publique discursive: "un processus où le public représente un collectif de volontés individuelles qui délibèrent entre elles, en se conditionnant mutuellement" (Sampedro, 2000: 20). Le comportement du public par rapport aux uns et aux autres médias suggère qu, de même que la sphère publique perd du poids, *l'opinion publique agrégée* le fait aussi. En revanche, l'opinion publique discursive que les technologies digitales augmentent assume de la présence au sein et en dehors du Réseau.

Dans un contexte de crise, le modèle traditionnel de communication se configure de manière hiérarchique, depuis un émetteur, le média conventionnel. Celui-ci signale à l'audience les thèmes et les leaders d'opinion auquel il doit répondre. Ces effets sont connus comme la théorie de la fixation ou de la canalisation de l'agenda public (McCombs y Shaw, 1972).

De cette façon s'est configurée, dans les grandes lignes, la sphère centrale et de même s'est déroulée la délibération publique les 11 et 12 Mars. Les médias conventionnels ont suivi le dictat des sources possédant le plus grand pouvoir politique. Le parti du Gouvernement, d'après tous les pronostics, aurait revalidé sa victoire le 14 Mars. Et les médias ont accepté leur version des attentats et ont convoqué par ailleurs la manifestation du 12 Mars pour le jour suivant.

La théorie de la canalisation de l'agenda s'est adaptée au fil des années en ce qui concerne le concept de public. Maxwell McCombs (2004) distingue entre a) les « chercheurs d'information », qui consomment de nombreux et variés médias ; b) les « réviseurs », orientés vers une connaissance superficielle de l'actualité, mais capables de s'impliquer dans des événements relevant ; et c) les « spectateurs occasionnels », citoyens de peu d'intérêt. Les données d'audience indiquent que les deux premiers types de public –chercheurs et réviseurs- se sont multipliés de façon exponentielle ; surtout au sein des médias digitaux alternatifs. Il y a à peine eu des spectateurs occasionnels, de par l'énormité des attentats et l'imminence des élections. Mais les versions digitales des médias conventionnels ont été, surtout, un instrument pour augmenter la diffusion de messages institutionnels, obtenir de l'information de la part du public et filtrer de façon sélective ses voies de participation ; de sorte qu'ils confirmaient bien plus et ne démentaient presque jamais la version du média-même.

Ce modèle traditionnel n'existe plus. Avec les médias conventionnels en naissent d'autres. Certains, comme la presse et la télévision internationales, ont suivi ce modèle mais sans restrictions de la part du Gouvernement espagnol. En s'orientant vers un public différent et avec d'autres sources officielles, ils signalaient depuis le 11 la perpétration islamiste comme étant prioritaire. Cette version ne s'est pas consolidée au sein des médias espagnols « de référence » ; ceux-ci, y compris pendant la campagne électorale, renouvelaient la possible collaboration de Al Qaeda et de l'E.T.A. , avec certitude ou en tant que déclaration plus ou moins discutables par le Gouvernement. De par cette hypothèse ( qui continue à être proférée par les médias voisins du PP et ses leaders un an plus tard) les médias espagnols ont convoqué la citoyenneté à exprimer son appui à la Constitution et au désir de vaincre le terrorisme (celui de l'E.T.A, on suppose, en fonction de la référence constitutionnelle qui précède).

Sans faire abstraction de la consommation médiatique conventionnelle, le public plus actif a diversifié ses sources parce qu'aucune de celles qui était disponible dans la sphère centrale ne clarifiait « la vérité » de façon manifeste. Il a utilisé de multiples canaux pour vaincre et redistribuer l'information critique, que l'on considérait étrangère aux contrôles gouvernementaux et aux intérêts des différents partis. D'autant plus, il les a dénoncés et a réussi à leur faire face.

Au sein d'une crise comme celle qui nous concerne, la nécessité d'obtenir des informations atteint tous les strates du public et se concentre sur les médias conventionnels. Les professionnels devaient sélectionner les nouvelles et les diffuser pour leur vérification, commentaires et analyse au sein des sphères périphériques digitales que nous avons analysé ici : les *weblogs*, les forums de débats et les pages de contre-information. Mais nous parlons d'un modèle en ligne dans lequel les

sources, les émetteurs ne doivent pas provenir, directement ou indirectement, des médias conventionnels ou des institutions.

La métaphore du réseau nous renvoie à un nombre indéterminé de nœuds ou de centres de communication, qui obtiennent et distribuent des messages sans relation exclusives ni prédéterminées. Bien que les médias conventionnels occupent toujours le centre de la sphère publique, leur hégémonie serait inférieure dans les circonstances propres d'une « délibération populaire directe » comme celle que nous avons décrite. Certains faits incontestables qui dénoncent les alliances entre politiciens et journalistes pourraient s'introduire dans les médias de référence sans intermédiaires, de bas en haut.

L'opinion publique discursive agit, dans ce modèle en ligne idéal, comme une source directe ou envoie une information aux médias pour améliorer ou modifier la « couverture informative depuis le terrain ». Cela ne s'est pas produit le 13 Mars, car la sphère publique centrale a à peine visualisé la protestation de ceux qui ont posé en premier la question : « Qui était-ce ? », et plus tard ils ont réclamé « La vérité avant de voter ». Leur mise en marge du contexte du débat légitime a été double : ceux qui ont perdu les élections leur ont imputé le fait d'être les pièces de « la conspiration » ; et ceux qui sont parvenus au Gouvernement ont paré au fait de les mentionner, comme s'ils reconnaissaient leur responsabilité dans les accusations antérieures.

\* \* \*

## ANNEXE

**Table 1 : Audience de programmes informatifs de TV du 4 au 7 Mars. Sources : Sofres**

Informativo	4-M	5-M	6-M	7-M
Telediario 1 (TVE)	3.220.000 (25'7%)	3.057.000 (24'5%)	3.195.000 (25'7%)	3.287.000 (27'5%)
Antena 3 Noticias – 1	2.630.000 (21'1%)	2.727.000 (21'8%)	3.508.000 (28'2%)	2.865.000 (24%)
Informativos Telecinco 1	2.535.000 (21.1%)	2.481.000 (20'7%)	2.284.000 (19'7%)	2.313.000 (20'8%)

**Table 2: Audience de programmes informatifs de TV du 11 au 14 Mars. Sources: Sofres**

Informativo	11-M	12-M	13-M	14-M
Telediario 1 (TVE)	4.857.000 (35'1%)	4.385.000 (32'9%)	4.003.000 (29%)	3.659.000 (28'8%)
Antena 3 Noticias – 1	3.386.000 (23'4%)	2.799.000 (20'4%)	3.776.000 (26'7%)	3.177.000 (24'9%)
Informativos Telecinco 1	2.669.000 (18'8%)	2.846.000 (21'4%)	3.094.000 (23'2%)	2.949.000 (24'4%)

**Table 3: Audience de médias digitaux du 4 au 7 Mars. Source: OJD**

Medio	4-M	5-M	6-M	7-M
ABC	91.616	76.195	51.507	58.715
El Mundo	1.173.088	1.036.220	697.402	766.793
El Periódico	128.304	113.356	80.798	103.006
El Correo	53.268	50.873	30.510	31.933
La Voz de Galicia	41.527	40.170	24.777	26.788
Libertad Digital	45.554	27.902	26.027	28.342
Cadena SER	73.910	72.565	59.967	67.679

**Table 4: Audience de médias digitaux du 11 au 14 Mars. Source: OJD**

Medio	11-M	12-M	13-M	14-M
ABC	379.450	296.223	202.106	225.242
El Mundo	3.010.535	2.616.505	1.710.159	2.169.994
El Periódico	265.665	256.126	180.636	241.666
El Correo	218.322	153.514	70.766	69.769
La Voz de Galicia	104.446	95.833	49.882	64.664
Libertad Digital	105.673	91.227	59.004	77.641
Cadena SER	453.539	234.033	216.251	231.574

**Table 5: Pages vues de médias digitaux du 4 au 7 Mars. Source: OJD**

Medio	4-M	5-M	6-M	7-M
ABC	1.255.524	731.632	430.892	512.907
El Mundo	7.767.819	7.128.084	4.327.515	4.676.851
El Periódico	610.724	574.865	338.697	417.952
El Correo	609.680	562.915	267.123	280.285
La Voz de Galicia	271.749	265.523	203.633	216.284
Libertad Digital	326.388	206.167	163.717	177.785
Cadena SER	383.099	379.419	296.477	312.019

**Table 6: Pages vues de médias digitaux du 11 au 14 Mars. Source: OJD**

Medio	11-M	12-M	13-M	14-M
ABC	4.666.080	3.165.398	2.158.553	2.076.293
El Mundo	36.992.043	27.023.038	12.253.452	13.442.112
El Periódico	1.835.543	1.802.337	1.070.647	1.081.978
El Correo	3.007.307	1.627.041	650.825	614.143
La Voz de Galicia	540.927	453.734	352.087	322.710
Libertad Digital	809.876	660.039	385.344	439.779
Cadena SER	3.229.913	2.937.666	2.635.520	3.293.034

**Table 7: Messages (initiaux et totaux) dans les forums de débats du 4 au 7 Mars. Source: élaboration propre**

Foro	4-M	5-M	6-M	7-M
Areópago (La Página Definitiva)	21/256	17/183	3/30	7/35
Terra.es: Actualidad Nacional	108/375	79/338	47/238	42/197
Ya.com: Elecciones	267/587	267/499	204/488	200/334
Foro Iblnews	80/201	66/314	58/251	44/269



**Table 8: Messages (initiaux et totaux) dans les forums de débats du 11 au 14 Mars. Source: élaboration propre**

Foro		11-M	12-M	13-M	14-M
Areópago (La Página Definitiva)		48/302	48/259	63/352	58/315
Terra.es: Actualidad Nacional		217/653	282/848	526/1.706	557/1.797
Ya.com: Elecciones		513/1.313	467/1.374	1.091/2.669	2.389/4.938
Foro Iblnews		234/1.423	236/1.283	332/2.182	289/1.974

**Table 9: Audience dans les weblogs du 4 au 7 mars. Source: Nedstat et élaboration propre (fournies par les auteurs)**

Weblog		4-M	5-M	6-M	7-M
Ajopringue.com		144	95	78	86
Caspa.tv*		1.816	1.952	1.490	1.312
Ecuaderno.com		569	543	257	284
Escolar.net		962	1419	855	768
Info-tk		2.166	2.330	1.805	1.777
Las Indias*		958	880	746	716
Libro de Notas*		2.439	2.386	1.692	2.105
Pensamientos		725	894	755	699
Radicalmente Eclécticos					

**Table 10: Audience dans les weblogs du 11 au 14 mars. Fuente: Nedstat et élaboration propre (fournies par les auteurs)**

Weblog		11-M	12-M	13-M	14-M
Ajopringue.com		339	233	535	638
Caspa.tv*		2.975	3.654	3.268	3.184
Ecuaderno.com		1.447	1.137	832	953
Escolar.net		2.489	2.577	4.958	6.410
Info-tk		2.413	2.403	2.049	3.011
Las Indias*		1.030	1.733	1.432	1.009
Libro de Notas*		2.185	2.231	2.011	1.971
Pensamientos		1.003	863	978	924
Radicalmente Eclécticos					

**Table 11: Audience dans les médias de contre-information et de caractère alternatif du 4 au 7 Mars. Source: élaboration propre (fournies par les auteurs)**

Medio		4-M	5-M	6-M	7-M
La Página Definitiva*		4.851	4.215	3.374	3.615
Liberalismo.org*		2.858	2.681	2.019	1.806
Nodo50.org*		3.586	3.493	2.534	2.550
Rebellion.org*		25.815	23.786	17.940	18.308

**Table 12: Audience dans les médias de contre-information et de caractère alternatif du 11 au 14 Mars. Source: élaboration propre (fournies par les auteurs)**

Medio		11-M	12-M	13-M	14-M
La Página Definitiva*		5.560	4.952	4.397	5.234
Liberalismo.org*		3.354	3.198	2.623	2.844
Nodo50.org*		13.166	13.910	14.930	15.687

Rebellion.org\*

36.159

40.158

32.659

30.135

---

**Link to Spanish Version**

[http://www.ciberdemocracia.es/victorsampedro/index.php?option=com\\_content&view=article&id=57&Itemid=54](http://www.ciberdemocracia.es/victorsampedro/index.php?option=com_content&view=article&id=57&Itemid=54)