Le traitement médiatique du mouvement #YoSoy 132 dans les médias écrits mexicains, pendant la campagne présidentielle de 2012 : création d'un espace public sociétal ?

Claire Plisson

▶ **To cite this version:**

Claire Plisson. Le traitement médiatique du mouvement #YoSoy 132 dans les médias écrits mexicains, pendant la campagne présidentielle de 2012 : création d'un espace public sociétal ?. Sciences de l'information et de la communication. 2014. dumas-01081980

HAL Id: dumas-01081980

https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01081980

Submitted on 12 Nov 2014

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

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

Université Stendhal Grenoble 3
UFR LLASIC
Département Journalisme
Institut de la Communication et des Médias
11, avenue du 8 mai 1945
38 434 Echirolles

Mémoire de master professionnel Journalisme

Le traitement médiatique du mouvement #YoSoy 132 dans les médias écrits mexicains, pendant la campagne présidentielle de 2012 : création d'un espace public sociétal ?

Présenté par : Claire PLISSON
Sous la direction de M. Bertrand Cabedoche

Année universitaire 2013/2014

Université Stendhal Grenoble 3
UFR LLASIC
Département Journalisme
Institut de la Communication et des Médias
11, avenue du 8 mai 1945
38 434 Echirolles

Le traitement médiatique du mouvement #YoSoy 132 dans les médias écrits mexicains, pendant la campagne présidentielle de 2012 : création d'un espace public sociétal ?

Le 11 mai 2012, en plein cœur de la campagne présidentielle mexicaine, un des quatre candidats en lice, Enrique Peña Nieto, du PRI (Parti Révolutionnaire Institutionnel), est fortement chahuté par des étudiants lors d'une visite sur le campus de l'université ibéro-américaine (l'Ibéro, université privée). En cause : son passé trouble, sa collusion avec les médias, notamment les groupes médiatiques Televisa et TV Azteca, et ses méthodes politiques douteuses. Notamment lorsqu'il était gouverneur de Mexico (de 2005 à 2011), où, en mai 2006, un mouvement paysan avait été violemment réprimé dans le village de San Salvador Atenco (faisant partie de l'Etat de Mexico). Au bilan : deux morts, et autour de 200 arrestations sans motif ainsi que des agressions sexuelles commises par des policiers. Suite à cet événement, les critiques pleuvent sur lui mais il se contente de justifier ces actes dont la visée, selon lui, était de rétablir *« l'ordre et la paix »* face à ce soulèvement populaire.
De plus, durant les cinq ans que Peña Nieto a passés à la tête de l'Etat de Mexico, le nombre d'assassinats de femmes a augmenté drastiquement et le budget de la communication institutionnelle a explosé, pour lui promouvoir une image favorable. Depuis, cet Etat demeure l'un des plus inégalitaires du Mexique et la corruption y reste élevée.
Les étudiants de l'Ibéro avaient sans doute tout cela en tête lorsqu'ils ont protesté contre lui, le 11 mai 2012, en marge de sa venue dans cette université. Les premières revendications du mouvement #YoSoy 132, né à la suite de cette protestation, ont été la démocratisation des médias, la défense de la liberté d'expression et le droit à l'information pour chaque citoyen mexicain.
Ce mouvement a surgi dans une campagne présidentielle morne et a ainsi attiré l'attention des médias écrits mexicains (mais aussi internationaux) qui ont réalisé une couverture de ses principales actions et revendications, contribuant ainsi à le faire passer de la sphère strictement étudiante à une sphère plus sociétale. Nous nous attacherons, au travers de ce mémoire, à voir en quoi la médiatisation du mouvement dans les médias écrits mexicains a pu créer un espace public sociétal.

Présenté par : Claire PLISSON, sous la direction de M. Bertrand Cabedoche, 2013/2014

Epigraphe

« Peu de choses définissent un homme aussi bien que son appartenance à une génération. Et peu de choses définissent aussi bien une génération que la continuité de quelques idées dans le temps. » Carlos Fuentes

Dédicace

Je dédie ce mémoire à tous les journalistes mexicains ou étrangers, victimes innocentes du narcotrafic et du crime en bande organisée, morts sur le sol mexicain dans l'exercice de leur fonction et ayant eu pour seul credo d'informer en toute impartialité, dignité et liberté. A tous ceux qui, pour avoir *« remué la plume dans la plaie »*, ont payé de leur vie leurs mots et phrases écrits.

Enfin à tous les membres de #YoSoy 132, aux jeunes particulièrement, qui avec leur audace et leur créativité, ont contribué à faire naître un espoir : celui d'un changement politique et social au Mexique.

Avant-propos

Etant particulièrement intéressée par la société mexicaine et tout ce qui a trait au Mexique en général, j'ai choisi, pour mon mémoire de master journalisme, de me concentrer sur le traitement médiatique du mouvement #YoSoy 132 dans les médias écrits et en ligne mexicains pendant la campagne présidentielle mexicaine de 2012, campagne pendant laquelle certains médias, et plus spécifiquement la télévision, ont été accusés de collusion avec le pouvoir politique. Lors de ces élections, quatre candidats se sont présentés : Josefina Vazquez Mota, du PAN (Parti d'Action Nationale), parti chrétien social (centre-droit), Andrés Manuel Lopez Obrador, du PRD (Parti de la Révolution Démocratique) équivalent de la gauche, Gabriel Quadri, de la Nouvelle Alliance (libéral, centre-gauche) et Enrique Peña Nieto, du PRI (Parti de la Révolution Institutionnelle) équivalent du centre-gauche.

Remerciements

Je tiens à remercier toutes les personnes qui ont pu m'aider, directement et indirectement, pendant la réalisation de ce mémoire, en tout premier lieu mon tuteur : Bertrand Cabedoche, pour ses suggestions de lectures et pour m'avoir donné le contact de Farrah Bérubé, professeure régulière au département de lettres et communication sociale à l'Université du Québec à Trois-Rivières, et qui se trouvait au Mexique pendant la période électorale de 2012.

Je tiens aussi à adresser ma reconnaissance aux personnes que j'ai interrogées et qui m'ont accordé de leur temps, malgré leurs responsabilités prenantes et leurs emplois du temps chargés : Hélène Combes, professeure à Sciences-Po Paris, chercheuse au CNRS (centre national de la recherche scientifique), membre du CERI (centre d'études et de recherches internationales) et spécialiste des partis et mouvements sociaux en Amérique latine, Beelia Torres, étudiante en sociologie à l'université de Puebla (Mexique), Farrah Bérubé, professeure régulière au département de lettres et communication sociale à l'Université du Québec à Trois-Rivières et José Igor Israel González Aguirre, professeur chercheur au département d'études sur les mouvements sociaux (DESMOS) au sein du centre universitaire des sciences sociales et humaines (CUCSH) à l'université de Guadalajara (Mexique).

Mes remerciements vont aussi à mes amis mexicains qui ont pu m'aider dans la recherche de contacts au Mexique, ou pour expliquer des particularités culturelles liées à ce pays : Luis, Mario, Cristian, Cesar et Carlos.

Merci également à Yves, Julien et Josué.

Sommaire

Introduction : *p.7 à p.8*

Présentation des journaux et sites mexicains mentionnés : *p. 9 à p.12*

I) La relation entre médias et mouvements sociaux : p.13 à p.23

a) Les caractéristiques et ressorts de cette relation : p.13 à p.16

b) Ce qui peut expliquer l'intérêt des médias écrits mexicains pour #YoSoy 132 : p.16 à p.23

II) Le traitement médiatique de #YoSoy 132 comme vecteur du « réveil » de l'intérêt des Mexicains envers la campagne présidentielle : p.24 à p.35

a) La couverture des actions publiques de #YoSoy 132 : une immersion citoyenne dans la campagne : p.25 à p.28

b) Les revendications politiques de #YoSoy 132 comme un moyen pour parler de la campagne : p.28 à p.30

c) La couverture des requis sociaux de #YoSoy 132 : une représentation sociale du mouvement : p.30 à p.31

d) #YoSoy 132 vu par les médias sous l'angle citoyen : p.31 à p.33

e) La couverture médiatique de #YoSoy132, comme élément de débat entre les médias écrits mexicains : p.33 à p.35

III) La dimension « réseaux sociaux » de #YoSoy 132 : création d'un espace public sociétal ? : p.36 à p.46

a) Définition de l'espace public : p.36 à p.37

b) #YoSoy 132 sur les réseaux sociaux : développement endémique du mouvement et espace public virtuel : p.37 à p.39

c) Les réseaux sociaux : de l'espace public sociétal virtuel à l'espace public sociétal réel : forces et limites dans le cas de #YoSoy 132 : p.40 à p.41

d) #YoSoy 132 renforce sa présence sur les réseaux sociaux via ses comités locaux et internationaux : p.41 à p.42

e) Les médias de #YoSoy 132 : forces et limites pour créer un espace public sociétal : p.42 à p.45

f) #YoSoy 132 sur les réseaux sociaux : un espace public sociétal limité : p.45 à p.46

Conclusion : p.47 à p.48
Bibliographie : p.49 à p.51
Annexes : p.52 à p.70

Introduction

Le mouvement #YoSoy 132 (en français : « Je suis le 132ème ») est né à l'université Ibéro américaine de Mexico, université privée prestigieuse, suite à la visite « bousculée » d'un des candidats à la présidentielle du Mexique, Enrique Peña Nieto, sur ce campus le 11 mai 2012. Sa présence sur ce dernier n'a pas du tout été appréciée par les étudiants qui ont, dès lors, vivement protesté contre la venue du candidat. En cause : ses méthodes politiques douteuses, son passé trouble, sa collusion avec certains médias télévisuels et ses éventuels liens avec les cartels de la drogue mexicains.

Le mouvement est à l'origine un mouvement étudiant, issu d'un collectif de 131 étudiants, qui suite à la visite de Peña Nieto, ont montré leurs cartes d'étudiants, via une vidéo postée sur Internet, pour prouver que la protestation venait bien d'étudiants scolarisés à cette université. Partant de l'université Ibéro américaine de Mexico, il s'est ensuite propagé à d'autres universités publiques et privées du pays et s'est alors appelé #YoSoy 132.

Si, à l'origine, le mouvement s'est cantonné à la sphère étudiante, donc dans une partie jeune de la population du pays, il s'est peu à peu étendu au reste de la société, via la médiatisation et les réseaux sociaux, pour se transformer en un mouvement social ayant des revendications sociales et politiques. En effet, il dénonce, entre autres, la corruption politique, la partialité des médias et plus particulièrement de la chaîne de télévision : Televisa, accusée d'avoir favorisé le candidat Peña Nieto au détriment des autres aspirants à la présidentielle, ainsi que la collusion entre médias et politique. A la suite de l'élection présidentielle du 1er juillet 2012 qui a vu triompher Enrique Peña Nieto, le mouvement #YoSoy 132 a vivement dénoncé les élections, entachées par de forts soupçons de fraudes, et le processus électoral dans son ensemble, qu'il a jugé comme irrégulier.

Ce mouvement défend la transparence dans le champ médiatique et politique. Plus particulièrement, en ce qui concerne les médias, le mouvement prône leur démocratisation, la défense de la liberté d'expression et du droit à une information de qualité pour l'ensemble des Mexicains. Le mouvement se définit comme apolitique, c'est-à-dire étranger à toute posture partisane. Cependant, ce côté a été remis en cause du fait de la proximité du candidat de gauche, Andrés Manuel Lopez Obrador, avec les étudiants présents dans le mouvement.

Nous nous focaliserons donc, au travers de ce mémoire, sur le traitement médiatique qui a été accordé par les médias écrits mexicains à #YoSoy 132 pendant la campagne présidentielle. Comment la représentation sociale de ce dernier s'est-elle peu à peu formée dans les médias écrits mexicains (le mouvement étant passé d'un apanage uniquement étudiant à un ancrage sociétal fort) ? Comment l'évolution de cette représentation a-t-elle été exprimée dans les médias écrits mexicains pendant la période de la campagne présidentielle de mai à juillet 2012 (c'est-à-dire de la naissance du mouvement jusqu'à l'élection) ?

Plus généralement, nous sommes alors amenés à nous questionner sur le rôle des médias dans les mouvements sociaux. Notre hypothèse est la suivante : soit les médias ont un rôle de catalyseur et précipiteraient la réaction et la réactivation du mouvement social, en en faisant un traitement médiatique positif, notamment en mettant en avant ses qualités et les bénéfices qu'il peut apporter à la société ; soit les médias possèdent un rôle prohibitif en dénonçant le

mouvement social, en pointant ses dérives, abus et/ou violences qui lui sont liés et cela va contribuer à décrédibiliser le mouvement social, qui, avec le temps, va sans doute se disloquer, faute d'un appui médiatique. Nous voyons donc là que le rôle des médias dans le traitement médiatique d'un mouvement social peut être ambivalent.

Il s'agira de montrer, au travers de notre réflexion, la nature complexe de la relation entre médias et mouvements sociaux et l'interdépendance des deux entités mais aussi en quoi le traitement médiatique du mouvement #YoSoy 132 par les médias écrits mexicains a créé un espace public au sein de la société mexicaine. Peut-on réellement parler d'un espace public sociétal ? Si oui, dans quelle mesure ?

Pour tenter de répondre à ces questions, nous nous appuierons sur l'analyse d'articles issus de quelques-uns des principaux journaux du Mexique : *La Jornada*, *Proceso et Milenio*. Tous sont des journaux quotidiens, à l'exception de *Proceso*, qui est un hebdomadaire. Nous avons choisi de focaliser davantage notre attention sur des quotidiens, notamment pour constater l'évolution directe du traitement médiatique de #YoSoy 132 mais aussi de s'appuyer sur un hebdomadaire, pour tenter d'avoir un regard, peut-être plus distancié, sur le traitement accordé au mouvement. Il s'agit aussi de se rendre compte du traitement médiatique accordé à un mouvement social dans différentes temporalités : soit quotidienne, où l'information est soumise à la logique de l'instantanéité, de la rapidité ; soit hebdomadaire où l'information peut davantage être analysée, mise en perspective avec d'autres, discutée ou débattue.

Une présentation plus détaillée de chacun de ces journaux est établie dans les premières pages de ce mémoire (p.9 à p.12). Nous étayerons aussi notre réflexion à travers la collecte de témoignages, par le biais d'entretiens, de différents acteurs qui ont autorité dans le champ de notre recherche (acteurs du mouvement, professeurs spécialisés, etc.). Nous nous appuierons aussi sur des auteurs et sociologues dont les points de vue constituent un éclairage probant dans notre réflexion, en exposant et analysant leur pensée sur le thème de la relation entre médias et mouvements sociaux et le traitement médiatique de ces derniers.

Notre réflexion se mènera en plusieurs étapes.

D'abord, nous analyserons plus précisément la relation entre les médias en général et les mouvements sociaux et nous verrons les raisons qui ont pu pousser les médias écrits mexicains à s'intéresser au mouvement social #YoSoy 132, pendant la campagne présidentielle, c'est-à-dire pour la période de mai (naissance du mouvement #YoSoy 132) jusqu'au 1er juillet 2012, jour de l'élection du nouveau président.

Ensuite, nous verrons en quoi le traitement médiatique du mouvement a participé à réveiller l'intérêt des Mexicains pour la campagne présidentielle de 2012 dans leur pays.

Enfin, nous nous intéresserons à l'ancrage du mouvement dans les réseaux sociaux et nous regarderons en quoi cela a pu créer un espace public sociétal. Pour toute notre réflexion, nous considérons le traitement médiatique uniquement du point de vue de la presse écrite, pour laquelle nous sélectionnons les plus grands titres de journaux du Mexique, c'est-à-dire les journaux réputés les plus sérieux et fiables.

Présentation des journaux et sites mexicains mentionnés dans ce mémoire

La Jornada est un quotidien mexicain, publié depuis 1984 à Mexico, dont la ligne éditoriale est de gauche. Il est diffusé à 50 000 exemplaires, ce qui le place à la septième place au niveau national pour les tirages.

En 2010, les ventes de ce quotidien de presse nationale mexicaine, ont été de 35 000 à 40 000 exemplaires. En 2002, le nombre de lecteurs est donné à 287 000. Ces chiffres annoncés restent cependant des estimations, le Mexique ne disposant pas d'un organisme indépendant pouvant certifier de manière précise le tirage d'un journal, qu'il soit quotidien, hebdomadaire, de diffusion nationale ou locale (dans chacun des 31 Etats que compte le pays).

Le journal est très réputé pour ses caricaturistes et pour sa position critique à l'égard du PRI (Parti de la Révolution Institutionnelle, le parti de l'actuel président mexicain Enrique Peña Nieto). *La Jornada* relaie beaucoup les problèmes sociaux du pays.

En ce qui concerne sa position par rapport aux mouvements sociaux, le journal a toujours montré sa sympathie envers le mouvement zapatiste, en se faisant le relais de ses revendications. Au niveau politique, il a aussi montré son empathie pour le PRD (Parti de la Révolution Démocratique, issu d'une scission du PRI) et son leader Andrés Manuel Lopez Obrador (dit AMLO), qui s'était présenté à l'élection présidentielle de 2006 et plus récemment à celle de 2012.

Il convient de mentionner que plusieurs personnalités de l'altermondialisme contribuent régulièrement au journal en y écrivant des articles. C'est le cas par exemple de Rafael Guillén (connu au Mexique sous le pseudonyme de « sous-commandant Marcos »), le philosophe et linguiste américain Noam Chomsky (également professeur émérite de linguistique au Massachusetts Institute of Technology) qui considère ce titre comme le *« seul journal indépendant de l'hémisphère»* ou encore récemment l'écrivain et journaliste portugais, et seul auteur lusophone prix Nobel de littérature, José Saramago (décédé en 2010). A noter que Fidel Castro y publie aussi des articles.

Son site web apparaît en 1995 et il est hébergé par l'Université nationale autonome du Mexique (UNAM).

La Jornada

Las naves no tripuladas ubicaron con precisión al capo

Participó la DEA con *drones* en la caza de *El Chapo*

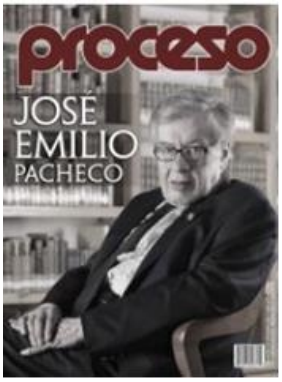
EU reactivará petición para extraditar a Guzmán Loera

El sitio de la captura, atracción turística

La Jornada, daté du lundi 24 février 2014

Proceso est un hebdomadaire généraliste mexicain, créé en 1976, par Julio Schreber García, avec un ancrage à gauche. Il est diffusé à 100 000 exemplaires chaque semaine. Le titre réalise de nombreux reportages, propose une analyse de l'actualité mais aussi des enquêtes très fouillées sur le trafic de drogues. Ces dernières se caractérisent par la qualité de leurs sources et abordent souvent des sujets peu traités par le reste de la presse mexicaine. Son lectorat est essentiellement composé d'universitaires et de fonctionnaires. Le magazine édite aussi une petite revue à 10 000 exemplaires, *Sur Proceso*, visant à informer un public plus jeune.

Son site web, conçu en 1997, offre un fil d'information en continu et donne accès aux principales rubriques que l'on retrouve dans l'édition papier. Le site permet aussi à l'internaute de consulter les archives de l'hebdo.



Proceso, daté de la semaine du 27 janvier au 2 février 2014

Milenio est un journal quotidien mexicain, fondé en 1974 dans la ville de Monterrey comme *Le Journal de Monterrey*, par Jesús Dionisio González. Dans la ville de Mexico, il a été diffusé à partir du 1er janvier 2000. Il est maintenant distribué dans tout le Mexique et appartient au groupe éditorial Milenio, qui imprime aussi des suppléments comme la revue *Chic*, l'hebdomadaire *M* mais aussi des livres, entre autres publications.

MILENIO

En 2013, 2 mil averiguaciones, 157 condenas

Priistas de Hidalgo y Edomex van por DF

Pagarán a vagoneros para dejar el Metro

Milenio, daté du 3 février 2014

Animal Político est un site d'information en ligne mexicain, lancé le 22 novembre 2010. Un compte Twitter avait été auparavant ouvert par quatre journalistes, en 2009. Sa ligne éditoriale est plutôt apolitique car son agenda met en exergue des sujets citoyens en insérant dans ses écrits des voix citoyennes, des ONG ou des acteurs sans appartenance politique. Les thèmes abordés sont ceux qui ont une incidence sur la vie publique et qu'on ne retrouvera pas forcément dans d'autres médias (radio, télé, presse écrite mexicaine).

Cependant, la politique y est aussi évoquée, via notamment l'analyse d'actions de députés et de sénateurs mexicains, par des experts. Le site propose huit rubriques principales : « National », « Sécurité », « Société », « International », « Tendances », « Investigations », « Opinion », « Multimédia » qui lui permettent d'aborder une certaine diversité de sujets.

En tant que publication numérique, *Animal Político* possède une forte présence sur les réseaux sociaux Facebook (plus de 900 000 « J'aime ») et Twitter (plus de 570 000 abonnés).

I) La relation entre médias et mouvements sociaux : p.13 à p.23

La relation entre médias, qu'ils soient écrits ou audiovisuels, et mouvements sociaux est complexe. En effet, les médias ont souvent un rôle à jouer dans le traitement qu'ils font des mouvements sociaux en question. Dans cette première partie, nous verrons quels sont les caractéristiques et les différents ressorts de cette relation et nous nous attacherons à montrer les raisons pour lesquelles les médias écrits mexicains ont pu s'intéresser au mouvement #Yo Soy 132. Nous nous focaliserons uniquement sur les médias écrits mexicains dans le cadre de ce mémoire.

a) *Les caractéristiques et ressorts de la relation médias/mouvements sociaux : p.13 à p.16*

Dans une étude (Lévêque, 2005)[1], il est souligné l'importance et la particularité de cette relation médias/mouvements sociaux. L'étude précise que *« la majeure partie des auteurs (Lipsky, Champagne, Neveu) s'accorde pour dire que les médias constituent un enjeu pour les mouvements sociaux »* (cités par Lévêque, 2005, p.1) et elle tend à expliquer l'analyse du traitement médiatique des mouvements sociaux comme contrôlée *« par la rhétorique des biais médiatiques »* (Lévêque, 2005, p.1). Cette dernière est en fait basée sur des arguments s'appuyant sur certains « défauts » journalistiques. C'est donc à partir d'une critique des médias que se développe cette théorie. Selon l'auteure, les *« biais médiatiques »* sont de deux sortes : les *« biais organisationnels »* (Lévêque, 2005, p.3) et les *« biais structurels »* (Lévêque, 2005, p.3). Les premiers tiennent essentiellement à l'organisation du travail des journalistes et à leur *« insertion dans un processus de travail »* (Lévêque, 2005, p.3). Selon Lévêque, *« le rapport aux sources, la hiérarchie de l'information, les contraintes de temps sont autant d'éléments qui permettent d'expliquer la couverture des mouvements sociaux »* (Lévêque, 2005, p.3). Les observations de Gans (cité par Lévêque, 2005, p.3) ont montré que *« dans ce cadre, c'est l'environnement, le système d'interactions dans lequel sont insérés les journalistes, qui influence leur mode de traitement de l'information »*. Ce sont là, pour elle, les biais qu'elle appelle *« organisationnels »* (Lévêque, 2005, p.3). Parmi les biais *« structurels »* (Lévêque, 2005, p.3), elle en distingue deux types :

- Les *« biais liés à l'insertion de l'entreprise de presse dans un environnement spécifique »* (Lévêque, 2005, p.3) : les observations d'Oliver et Maney (cités par Lévêque, 2005, p.3), ont montré qu'il pouvait s'agir des *« facteurs idéologiques »* et de *« la conjoncture politique »*, mais aussi selon Beyeler et Hubscher (cités par Lévêque, 2005, p.3) des *« spécificités nationales »* ou encore des *« liens des entreprises de presse au capitalisme »* (Lévêque, 2005,

[1] Lévêque, S. (2005). *Travail journalistique et mouvements sociaux : analyse d'une co-production médiatique. L'exemple du mouvement altermondialiste en France.* Toutes les références à Lévêque (2005) sont extraites de ce document.

p.3) qui peuvent expliquer le traitement accordé par les journaux aux mouvements sociaux.

- Les *« biais liés aux journalistes eux-mêmes »* (Lévêque, 2005, p.4) : ici, selon Niven (cité par Lévêque, 2005, p.4), les choix des journalistes en matière de sélection des informations et de leur traitement sont influencés par leurs *« orientations idéologiques »* (Lévêque, 2005, p.4) et leurs appartenances sociales. Par ailleurs, selon Marchetti (cité par Lévêque, 2005, p.4), *« la couverture des mouvements sociaux est biaisée par les affinités électives qu'entretiennent les journalistes et mouvements sociaux traités ou par la répulsion à leur égard ».*

Avec ces réflexions, nous voyons déjà que la relation médias/mouvements sociaux implique nombre de thématiques et de questions sous-jacentes : notamment celle du rapport aux sources, selon l'accès facile ou facilité, ou non, à certaines sources, peut-être plus alternatives, (associations, porte-paroles de collectifs, connaissances issues de réseaux…), le traitement médiatique des mouvements sociaux ne sera pas le même. D'autre part, selon la proximité des journalistes avec leurs sources, cela possédera aussi une influence sur le traitement médiatique final. La hiérarchie de l'information et la contrainte de temps expliqueront aussi, en partie, la couverture réalisée, ou pas, des mouvements sociaux. Si le temps vient à manquer ou s'il s'agit d'aller couvrir l'événement et de rédiger l'article dans un temps imparti, ce qui est souvent le cas en presse quotidienne, la couverture médiatique réalisée ne sera pas la même que si le journaliste dispose de plus de temps. S'il n'y en a pas assez, le journal peut même faire le choix de ne pas traiter le sujet, décidant de se concentrer sur d'autres sujets. Le sujet sera alors volontairement écarté de l'agenda médiatique de ce média. On voit donc que le traitement médiatique des mouvements sociaux dépend largement des choix éditoriaux, du temps dont disposent les journalistes pour traiter d'un sujet, mais aussi des sources de ces derniers. Pour le sociologue Erik Neveu (2011), la construction médiatique des mouvements sociaux n'est pas le fruit d'intentions politiques *« explicites des journalistes ou patrons de presse »* (Neveu, 2011, p.110)[2].

« Elle découle, de façon plus compliquée et moins intentionnelle, du réseau des interactions qui structurent le travail médiatique. S'y mêlent les impératifs de la vitesse et de l'information en temps réel, l'impossibilité fréquente d'une enquête sérieuse dans ces conditions, le peu de travail sur les dossiers d'une partie des journalistes, la pression à produire des images dotées d'une forte charge émotionnelle, elle-même liée à la quête des audiences et financements publicitaires. » (Neveu, 2011, p.110).

Nous constatons ici que ce sont les contraintes liées à l'activité journalistique, codifiée et cherchant la rentabilité, qui conditionnent, pour beaucoup, le traitement médiatique des mouvements sociaux.

La nature de la relation médias/mouvements sociaux est complexe, cependant on peut dire que sa caractéristique principale est l'interdépendance. D'une part, pour les médias,

[2] Neveu, E. (2011). *Sociologie des mouvements sociaux*. Paris : Editions la Découverte. Toutes les références à Neveu (2011) sont toutes tirées de *Sociologie des mouvements sociaux.* Paris : Editions la Découverte.

traiter d'un mouvement social leur permet d'avoir un sujet supplémentaire sur leur agenda et d'aborder des problèmes sociaux dont ils n'auraient peut-être pas pu parler autrement. Ainsi, les mouvements sociaux peuvent constituer pour les médias une « porte d'entrée » pour introduire des sujets de débat de fond en matière sociale ou politique. D'autre part, selon le sociologue Erik Neveu (2011), le mouvement social a besoin de trouver un relais pour transmettre ses messages et revendications. Or, bien souvent, les médias constituent le principal relais, car largement diffusés sur l'ensemble d'un territoire donné. Ces derniers sont alors un enjeu de taille pour le mouvement social qui façonnera une certaine image de ses revendications à l'intention des médias. L'idée exprimée ici est que le mouvement social essaie de faire passer une image précise de lui-même à destination des médias et, via ces derniers, au public[3]. C'est bien dans ce sens que le sociologue français Patrick Champagne, (cité par Neveu, 2011, p. 108) a exprimé l'idée que les mouvements sociaux, en plus des manifestations qu'il qualifie de *« traditionnelles »* (Neveu, 2011, p.108) et *« construites avant tout pour créer un rapport de forces, permettre l'expression du groupe, se sont ajoutées des manifestations de "second degré" »* (Neveu, 2011, p.108). Selon la pensée de Champagne, reprise par Neveu, elles ont pour but premier de construire *« une image valorisante du groupe et de ses revendications à l'intention des médias »* (Neveu, 2011, p.108). Il s'agit surtout de produire ce que Champagne appelle une *« manifestation de papier qui fasse voir et bien voir le groupe, suscite de la sympathie et d'épaisses revues de presse que liront ministres et hauts fonctionnaires. »* (cité par Neveu, 2011, p. 108).

On peut donc dire, à la lumière de ces remarques, que les mouvements sociaux font preuve d'une certaine stratégie de communication à l'égard des médias car ils recherchent avant tout un porte-parole qui pourra diffuser leur message ou une partie de ce dernier. Les médias sont alors vus par les mouvements sociaux comme une tribune par laquelle ils pourront faire passer leurs idées, d'où l'importance de déployer une stratégie de communication qui soit étudiée, développée et efficace. Il s'agirait, en effet, de séduire les médias et faire en sorte qu'ils parlent positivement du mouvement social, ou alors qu'ils en parlent tout simplement, même si cela est péjoratif ; le but étant d'éviter l'indifférence, le « blanc » médiatique à l'égard du mouvement. En effet, s'il n'y a pas de couverture réalisée sur le mouvement, celui-ci aura tendance à se disloquer et, à terme, disparaître et donc il n'existera plus aux yeux de l'opinion commune et dans l'esprit des citoyens.

Cette idée est aussi exprimée par Neveu (2011) : *« le déplacement de l'intérêt des médias vers d'autres dossiers va provoquer une chute rapide de l'impact de l'agitation »*. (Neveu, 2011, p.110).

Les médias jouent donc un certain rôle fédérateur dans les mouvements sociaux. C'est bien cette idée que l'on retrouve lorsqu'Anthony Oberschall, (cité par Neveu, 2011, p. 110), professeur de sociologie à l'Université de Caroline du Nord, à Chapel Hill, a montré en quoi *« le movement contestataire des années 1960 aux Etats-Unis avait instrumentalisé les médias»* et surtout en soulignant que *« ne disposant pas d'une organisation très structurée, ni même d'une grande cohérence idéologique, les contestataires ont utilisé les médias comme*

[3] Neveu, E. (2011). *Sociologie des mouvements sociaux*. Paris : Editions la Découverte.

substitut d'une structure de coordination ». Nous voyons ici que les mouvements sociaux comptent en grande partie sur l'appui médiatique, sans lequel ils ne pourraient continuer à exister durablement. Egalement, le fait que le mouvement soit médiatisé lui donne plus d'ampleur mais aussi plus de légitimité et de crédibilité auprès des citoyens et des institutions. On peut aussi souligner que le rôle des médias est différent selon le mode de traitement adopté pour couvrir les mouvements sociaux. Si ce dernier est favorable au mouvement social, alors les médias auront un effet « catalyseur », le mouvement reprendra de plus belle et sera ainsi réactivé. Il pèsera davantage dans le débat public. A l'inverse, si le traitement médiatique est négatif, cela contribuera à décrédibiliser le mouvement, et les médias auront un effet « destructeur » car le mouvement aura tendance à se disloquer avec le temps, faute d'un appui médiatique. Même si cette dernière affirmation peut être nuancée par le fait que, parfois, le mouvement pourra réagir à ces critiques négatives en s'unissant davantage, pour leur faire face et tenir tête à cet affront. Cependant, on peut constater que généralement, dans la réalité, c'est plutôt le premier cas évoqué qui a lieu.

Erik Neveu (2011), a fait remarquer que *« le rôle d'acteur des médias découle aussi des modes de "cadrage" que ceux-ci imposent à certains dossiers »* (Neveu, 2011, p. 111). Or, souvent, face à un sujet complexe ou qui regroupe plusieurs thématiques, les médias ont recours à la vulgarisation pour en donner une approche simple, et donc facilement compréhensible par le public. Ainsi, pour rendre compte de l'identité et des revendications d'un mouvement social donné, les médias essayent souvent d'en faire un « panorama » général simplifié. Cela peut amener parfois à le réduire à quelques idées et pas forcément à le représenter d'une manière juste ou qui prenne en compte ses spécificités mais aussi ses complexités. Cette vulgarisation peut donc poser problème car, parfois, elle peut induire des déformations, des raccourcis simplistes, voire des erreurs. Cela renvoie à la difficulté même du traitement journalistique du réel.

Autre aspect non négligeable qui rentre en ligne de mire dans la relation médias/mouvements sociaux : ce qui provoque l'intérêt des médias pour un mouvement social donné. Nous allons ici nous pencher sur les raisons qui ont pu pousser les médias écrits mexicains, mais aussi internationaux, à s'intéresser au mouvement social #YoSoy 132.

b) *Ce qui peut expliquer l'intérêt des médias écrits mexicains pour #YoSoy 132 : p.16 à p.23*

Ce mouvement, né sur les réseaux sociaux, suite à la visite contestée et mouvementée d'Enrique Peña Nieto sur le campus de l'université ibéro américaine de Mexico, le 11 mai 2012, est à l'origine un mouvement étudiant. La venue du candidat du PRI (parti de la révolution institutionnelle, très fortement critiqué pour ses collusions avec les médias télévisuels et notamment les chaînes monopolistiques TV Azteca et Televisa mais aussi soupçonné de corruption) avait déclenché une forte mobilisation des étudiants de l'Ibéro qui avaient alors contraint le candidat à sortir de l'enceinte de l'établissement. Ce dernier, croyant qu'il s'agissait d'une manipulation à son égard, avait alors déclaré aux médias venus sur

place, (essentiellement télévisuels) que ce n'était pas des étudiants de l'Ibéro et que les manifestants avaient été payés pour agir en tant qu'agitateurs. Le président national du parti (PRI), Pedro Joaquin Codwell qualifia même les étudiants de *« poignée de jeunes qui ne sont pas représentatifs de la communauté de l'Université Ibéro américaine »* et *« assumant une attitude d'intolérance »* par rapport aux engagements d'Enrique Peña Nieto.
Par la suite, un autre politique, Arturo Escobar y Vega, coordinateur des sénateurs du parti écologiste mexicain, et allié au PRI pour les élections, alla même jusqu'à déclarer dans une interview que les manifestants n'étaient qu'un groupe minoritaire proche d'Andrés Manuel López Obrador (candidat de la gauche avec le parti de la révolution démocratique : PRD), ne cherchant autre chose que de créer un scandale.

Suite à ces accusations, 131 étudiants ont immédiatement réagi en montrant chacun leur carte d'étudiant par l'intermédiaire d'Internet, via une vidéo parue sur Youtube pour prouver qu'ils étudiaient bien tous à l'Ibéro. Cette vidéo a été créée, à l'origine, pour exprimer leur mécontentement contre le traitement biaisé des médias à propos de l'événement (Enrique Peña Nieto chahuté au sein de l'Université). En effet, selon les étudiants, les médias télévisuels et certains journaux de la presse écrite, avaient présenté le fait en affirmant qu'il ne s'agissait pas d'une véritable expression d'étudiants. C'est aussi ce qu'atteste José Igor Israel González Aguirre, en affirmant que la couverture médiatique qu'ont donné les médias qu'il qualifie de *« partisans du gouvernement »* et ceux qui étaient proches du PRI, présentait ce qui s'était passé à l'Ibéro comme *« un triomphe de celui qui était alors candidat du PRI, quand ce qui s'était déroulé était précisément le contraire »*[4]. Il ajoute que, le jour suivant la venue d'Enrique Peña Nieto à l'Ibéro, ces journaux, *« cherchaient pratiquement à rendre opaques les manifestations de rejet contre Enrique Peña Nieto »* dans leurs unes.
Pour lui, l'usage des plateformes virtuelles, comme YouTube, Facebook ou Twitter, par les jeunes du mouvement, ont *« permis de faire un contraste entre la version des faits donnée par "l'Etat" et celle des étudiants »*.
Dans leur vidéo réalisée, les étudiants de l'Ibéro précisaient aussi leurs noms, leur numéro d'étudiants, leurs études et affirmaient n'appartenir à aucun parti politique en défendant le caractère étudiant de leur protestation. *« Le nom : #YoSoy 132 a une charge symbolique. C'était comme dire : je fais partie de, je vous soutiens, je suis avec vous*[5] *»*, précise Beelia Torres[6]. Le mouvement, né sur Internet, s'est vite propagé sur le terrain (passant ainsi du virtuel au réel), comme le souligne le début d'un article, paru le 31 mai 2012 sur le site

[4] Entretien réalisé le 4 mai 2014, avec José Igor Israel González Aguirre, professeur chercheur au département d'études sur les mouvements sociaux (DESMOS) au sein du centre universitaire des sciences sociales et humaines (CUCSH) à l'université de Guadalajara, Mexique. Annexe n°2. Toutes les citations depuis « c'est aussi ce qu'atteste… » jusqu'à *« …et celle des étudiants »* sont tirées de cet entretien.

[5] (Ceux qui faisaient partie du mouvement #YoSoy 132)

[6] Entretien réalisé le 7 juillet 2013, avec Beelia Torres, étudiante en master sociologie à l'université de Puebla, Mexique, et ayant participé au mouvement #YoSoy 132 dans l'Etat de Oaxaca.

internet du quotidien *Milenio*, et intitulé : « Declaratoria #YoSoy 132 ; resultados de la primera Asamblea » (« Déclaratoire #YoSoy 132 ; résultats de la première assemblée ») : *« El Movimiento #YoSoy132 evolucionó de tema viral en redes sociales a las marchas, y de ahí a una Asamblea Nacional Interuniversitaria en la que participan 54 centros educativos de todo el país. »*[7] *(« Le mouvement #YoSoy132 a évolué de manière endémique sur les réseaux sociaux jusqu'aux manifestations et de là à une assemblée nationale interuniversitaire à laquelle ont participé 54 universités du pays. »)*

Le caractère étudiant du mouvement est une de ses premières particularités et peut aussi être pris comme un des éléments qui peuvent expliquer l'intérêt des médias mexicains mais aussi internationaux, pour le mouvement #YoSoy 132. Pour Hélène Combes, les caractéristiques du mouvement ont énormément joué dans le traitement médiatique[8].

Tout d'abord, elle souligne que son côté *« atypique »* vient du fait que ce mouvement soit parti d'une université privée, *« ce qui était une grande nouveauté »* car *« jamais une université privée n'avait été à l'initiative d'un mouvement au Mexique »*[9], précise-t-elle. Ce caractère novateur du mouvement a pu contribuer à attirer l'attention des médias. Elle ajoute que le mouvement est parti avec *« une caractéristique sociale très forte »* dans sa composition puisque, du fait même d'être né dans une université privée, le mouvement était plutôt l'apanage des classes moyennes voire des classes moyennes/hautes de la ville de Mexico. Selon elle, la couverture médiatique du mouvement, lors de la campagne présidentielle, a été *« relativement importante par rapport à d'autres mouvements »* dans la presse qu'elle a pu lire, c'est-à-dire des journaux comme *La Jornada*, *Proceso* et *Reforma*. Ces journaux ont été précédemment présentés.

Un autre aspect atypique selon elle, et qui a pu susciter la curiosité des médias mexicains, est le côté *« inter-établissements »* du mouvement. En effet, elle fait remarquer que *« de par l'histoire du système universitaire mexicain, les mobilisations sont toujours par université puisqu'il y a une autonomie réelle des universités »*. Le fait que le mouvement se soit étendu à d'autres universités du pays était donc un élément nouveau au Mexique. Cela n'avait jamais eu lieu avant, excepté en 1968 où un mouvement étudiant avait vu le jour dans le pays et s'était propagé à quelques villes, avec toujours un fort ancrage dans la métropole de Mexico.

Il faut également souligner que #YoSoy 132 était un mouvement social qui se distinguait fortement des autres mouvements sociaux ayant pu avoir lieu sur le territoire latino-américain

---

[7] Milenio.com. (2012, 31 mai). Declaratoria #YoSoy 132; resultados de la primera Asamblea. *Milenio.com.* La première assemblée interuniversitaire de #YoSoy 132 s'est tenue le 30 mai 2012 à l'UNAM.

[8] Entretien réalisé le 31 janvier 2013, avec Hélène Combes, professeure à Sciences-Po Paris, chercheuse au CNRS (centre national de la recherche scientifique), membre du CERI (centre d'études et de recherches internationales) et spécialiste des partis et mouvements sociaux en Amérique latine. Annexe n°1.

[9] Entretien réalisé le 31 janvier 2013, avec Hélène Combes, professeure à Sciences-Po Paris, chercheuse au CNRS (centre national de la recherche scientifique), membre du CERI (centre d'études et de recherches internationales) et spécialiste des partis et mouvements sociaux en Amérique latine. Annexe n°1. Toutes les citations depuis « tout d'abord » jusqu'à *« autonomie réelle des universités »* sont tirées de cet entretien.

mais aussi mexicain. Cela a sans doute pu contribuer à attirer l'attention des médias mexicains. En effet, selon une récente étude (Bruckmann et Dos Santos, 2008)[10], les mouvements sociaux en Amérique centrale étaient essentiellement liés à la question du partage de la terre, dans les années 1920/1930. Il s'agissait donc de mouvements paysans, dont la lutte était dirigée vers la réforme agraire. L'étude précise aussi que *« jusque dans les années trente, se définit une plateforme de revendications des mouvements sociaux de la région. Dans cet agenda, on retrouve le problème de la terre, (…), la question minière, (…), et les questions salariales qui sont liées aux autres revendications »* (Bruckmann et Dos Santos, 2008, p.6). Or, le mouvement #YoSoy 132 n'ayant aucun rapport direct avec ces dernières préoccupations, se distinguait, du point de vue historique mais aussi de ses caractéristiques, de tous les mouvements sociaux s'étant déroulés auparavant sur la terre latino-américaine. L'étude fait aussi remarquer que le Mexique possède une *« tradition protestataire »* (Bruckmann et Dos Santos, 2008, p.7) du fait d'un *« ancrage culturel de la protestation, des revendications et de la lutte »* (Bruckmann et Dos Santos, 2008, p.7). La révolution mexicaine de 1910 et le mouvement zapatiste né en 1994, qui contestait l'entrée en vigueur de l'ALENA (accord de libre-échange nord-américain) en sont un bon exemple. Or le mouvement #YoSoy 132 pouvait être considéré comme un héritage de cette tradition de luttes propres au Mexique et cela a aussi pu entrer en compte dans le traitement médiatique réalisé (le fait de choisir de le traiter, de couvrir tel ou tel événement lié au mouvement et dans le choix même des termes pour le décrire). Encore d'un point de vue historique, les mouvements sociaux en Amérique Latine dans les années 1990 étaient plutôt orientés contre les grands traités commerciaux (ALENA, ZLEA) et contre le libre-échange, selon une autre étude, (Ventura, 2012)[11]. Cette dernière souligne aussi que beaucoup de mouvements sociaux là-bas sont des mouvements indigènes. Le mouvement #YoSoy 132, ni relié à la question du libre-échange, ni à la question indigène, cela a donc aussi pu contribuer à attirer la curiosité des médias mexicains, dans la mesure où il était différent.

Un autre élément, tenant du champ médiatique cette fois-ci, peut aussi expliquer pourquoi les médias se sont penchés sur ce mouvement, peu après son apparition.

En effet, #YoSoy 132 a interpellé les médias dans le traitement même de l'information. En premier lieu, parce que quelques-unes de ses revendications étaient basées sur une plus grande démocratisation des médias, et notamment télévisuels car le mouvement dénonçait le duel monopolistique constitué par les deux chaînes majeures nationales : Televisa et TV Azteca, accusées de parti-pris et de collusion avec le candidat du PRI : Enrique Peña Nieto, en le mettant largement en exergue dans leurs programmes. Dans le manifeste du mouvement daté du 23 mai 2012[12], il est précisé : *« Nous exigeons la concurrence réelle dans le secteur des médias, en particulier en ce qui concerne le duopole de la télévision, constitué par Televisa et*

[10] Bruckmann, M et Dos Santos T. (2008). *Les mouvements sociaux en Amérique Latine, un équilibre historique.* Toutes les autres références à Bruckmann et Dos Santos (2008) sont tirées de cette étude.

[11] Ventura, C. (2012). *Brève histoire contemporaine des mouvements sociaux en Amérique Latine.*

[12] Manifiesto #YoSoy 132: declaratoria y pliego petitorio. Annexe n °3

TV Azteca ». Ces deux dernières demeuraient donc dans le collimateur de certains médias écrits car dénoncées comme donnant des informations partielles et partiales, contraires aux grands principes déontologiques du journalisme à savoir l'objectivité, la droiture, le sérieux, la fiabilité… Or cette dénonciation du parti-pris de ces deux médias télévisuels était aussi faite par les médias écrits à l'étranger. Ainsi, un article tiré du quotidien britannique *The Guardian*, paru le 7 juin 2012, démontrait que Peña Nieto avait payé le réseau des deux chaînes pour obtenir un traitement médiatique qui lui soit très favorable, (et ce, dès 2006, année d'une précédente campagne présidentielle où il cherchait notamment à saboter l'image de Lopez Obrador, alors maire de Mexico)[13]. La collusion médias/ personnages politiques est aussi pointée par Farrah Bérubé, professeure régulière au département de lettres et communication sociale à l'Université du Québec à Trois-Rivières, menant des recherches sur le rapport médias et cohésion sociale, et ayant séjourné au Mexique en 2012, pendant la période électorale. *« J'ai trouvé le mouvement intéressant, le Mexique a été en ébullition à ce moment-là. Les médias là-bas sont liés au pouvoir politique, ils ne sont pas impartiaux selon moi. »*[14]

Les revendications médiatiques portées par le mouvement, précisées dans le manifeste de ce dernier[15], en date du 23 mai 2012, étaient aussi l'apanage de la presse écrite car cela renvoyait à ses principes fondateurs. Premièrement, le mouvement revendiquait le droit à l'information et le droit à la liberté d'expression, comme il est mentionné dans son manifeste : *« En essence, notre mouvement cherche la démocratisation des médias avec le but de garantir une information transparente, plurielle et avec les critères minimaux d'objectivité pour faire croître une conscience et un esprit critiques. »*[16]

Il entend ainsi *« donner le pouvoir au citoyen à travers l'information »*[17]. L'information en tant qu'outil pour former la conscience et la capacité d'interrogation des citoyens fait aussi partie de la réflexion journalistique. De plus, l'information envisagée comme un droit est également un apanage de la presse écrite, qui se veut comme le reflet d'une société à un moment donné. La démocratisation des médias, voulue par #YoSoy 132, et mentionnée ci-dessus, était un moyen, pour le mouvement, de tendre vers la démocratisation du pays. Or, on peut dire que cela fait notamment appel au rôle prépondérant joué par la presse dans une

[13] Tuckman, J. (2012, 7 juin). Computer files link TV dirty tricks to favourite for Mexico presidency. *The Guardian.*

[14] Entretien réalisé le 25 juin 2013, avec Farrah Bérubé, professeure régulière au département de lettres et communication sociale à l'Université du Québec, à Trois-Rivières. Elle a notamment réalisé un diaporama de présentation générale du mouvement lors du 81ème colloque de l'Acfas (Association francophone pour le savoir), le 7 mai 2013, à l'université Laval dans la ville de Québec.

[15] Manifiesto #YoSoy 132: declaratoria y pliego petitorio. Annexe n °3.

[16] Manifiesto #YoSoy 132: declaratoria y pliego petitorio. Annexe n °3.

[17] Manifiesto #YoSoy 132: declaratoria y pliego petitorio. Annexe n °3.

démocratie. A savoir que la presse est un contre-pouvoir (on l'appelle communément le 4ème pouvoir), dans la mesure où elle a recours à plusieurs voix (celle du journaliste mais aussi celles de ses sources qui peuvent être institutionnelles ou bien plus dissidentes) et constitue un lieu, immatériel, de débats. Elle en est le vecteur chez les citoyens lisant le journal mais aussi chez les autres, si un thème concernant la société vient à se glisser dans une conversation, introduit par un lecteur d'un journal précis. Dans son manifeste, le mouvement exige *« l'instauration, dans tous les médias informatifs (radio, télévision et médias écrits), d'instruments qui défendent l'intérêt social.»*[18]
Défendre l'intérêt social peut aussi être vu comme une des fonctions de la presse écrite.

En outre, une autre revendication portée par le mouvement fait très fortement écho à la presse mexicaine, du fait d'un point crucial : la sécurité des journalistes au Mexique. Ce dernier étant un pays où la violence est forte à cause de la présence de nombreux cartels de la drogue qui se disputent des territoires pour avoir la suprématie du trafic de stupéfiants dans ces derniers. Or, les journalistes sont menacés au quotidien dans l'exercice de leurs fonctions par ces cartels pouvant les kidnapper, les torturer voire les tuer, alors qu'ils mènent des enquêtes en lien avec des sujets sensibles ou bien en lien avec le trafic de drogues. Le Mexique est classé en zone rouge sur la carte de la liberté de la presse de Reporters sans Frontières. C'est un pays particulièrement dangereux pour la profession puisqu'avec le Brésil, il partage le rang *« de pays le plus meurtrier du continent pour la profession depuis le début de l'année 2013 ».*[19]
Depuis 10 ans, le Mexique compte 88 journalistes tués, 17 autres disparus, et 26 en exil.[20]
Les revendications médiatiques du mouvement ayant trait aux valeurs et aspirations journalistiques ont pu directement interpeller la presse, dans la mesure où cette dernière les défendait également. Par exemple des valeurs comme l'honnêteté, l'impartialité ou la droiture incombant au journaliste.
C'est dans cette perspective-là qu'Hélène Combes précise que *« ça allait dans le sens d'une certaine presse écrite qui essaye de faire un travail, sans doute plus professionnel que la presse télévisuelle, et donc évidemment ça rentrait en écho sans doute avec les perceptions que peuvent avoir les journalistes »*[21]. Elle met aussi en avant le fait que cela peut ramener à

[18] Manifiesto #YoSoy 132: declaratoria y pliego petitorio. Annexe n °3.

[19] Reporters sans frontières. (2013, 18 juillet). La piste du narcotrafic privilégiée après l'assassinat d'un journaliste d'Oaxaca.

[20] Reporters sans frontières. (2013, 18 juillet). La piste du narcotrafic privilégiée après l'assassinat d'un journaliste d'Oaxaca.

[21] Entretien réalisé le 31 janvier 2013, avec Hélène Combes, professeure à Sciences-Po Paris, chercheuse au CNRS (centre national de la recherche scientifique), membre du CERI (centre d'études et de recherches internationales) et spécialiste des partis et mouvements sociaux en Amérique latine. Annexe n°1. Toutes les citations depuis « C'est dans cette perspective-là » jusqu'à *« de la part de la presse écrite »* sont tirées de cet entretien.

des luttes au sein-même de la profession, entre les différentes catégories de médias : *« donc pour des journaux comme La Jornada, Proceso, Reforma ou Milenio, la mise en cause du traitement de l'information par la télévision renvoie sans doute à des batailles internes au champ journalistique »*. Selon elle, à la fois le fait que les revendications du mouvement rentraient en adéquation avec les valeurs journalistiques défendues par la presse écrite (celle dite sérieuse) et le fait que cela puisse renvoyer, directement ou indirectement, à des luttes internes au sein de la profession, ont *« beaucoup contribué au fait que c'était beaucoup relayé et que ça ait suscité beaucoup d'intérêt de la part de la presse écrite »*. On peut donc parler d'un effet « englobant » du mouvement sur la presse écrite, dans le sens où les revendications médiatiques de #YoSoy 132 ayant un impact direct sur le champ journalistique, cette dernière se sentait donc tout particulièrement concernée.

Le mouvement étant critique à l'égard des médias officiels, et tout particulièrement télévisuels, a donc, en plus de ses revendications médiatiques, essayé d'agir en créant ses propres médias. Selon Beelia Torres, l'idée du mouvement était de *« remettre en cause les médias officiels, se questionner sur comment ils traitent les faits. L'idée, c'était de dire que les médias ne montrent pas ce qu'ils doivent »*[22]. Elle souligne que, de là, le mouvement a décidé de créer ses propres médias. *« Puisque #YoSoy 132 remettait en cause le système médiatique mexicain, il s'est dit : "Nous allons être les médias", et à travers les blogs et Facebook, les adhérents du mouvement se sont transformés en reporters »*. Selon elle, le mouvement a aussi créé des figures qui se chargeaient de montrer ce qu'il se passait dans les marches de protestation. *« Beaucoup de ce qui s'est réalisé est passé à travers Facebook ou Twitter »*. *« Il y a eu une confrontation entre les médias officiels et ceux de #YoSoy 132 »*, ajoute-t-elle.

On voit ici l'importance des réseaux sociaux qui ont joué en faveur du mouvement, notamment parce qu'ils permettent de former une certaine communauté, de la « souder » à travers des valeurs et des objectifs partagés par l'ensemble des membres. On ne saurait nier, de nos jours, l'importance et le rôle, de plus en plus notoire, des réseaux sociaux dans les mobilisations des foules. Les révolutions et manifestations des « Printemps arabes » en 2011/2012 ont, elles aussi, commencé à partir des réseaux sociaux Facebook et Twitter.

Autre facteur, qui peut nous éclairer sur les raisons probables de la couverture médiatique sur #YoSoy 132 : le contexte politique. En effet, la campagne présidentielle de 2012 était marquée par une certaine morosité car elle semblait jouée d'avance. Hélène Combes précise que cela faisait deux ou trois ans qu'Enrique Peña Nieto était largement présent dans les

[22] Entretien réalisé le 7 juillet 2013, avec Beelia Torres, étudiante en master sociologie à l'université de Puebla, Mexique, et ayant participé au mouvement #YoSoy 132 dans l'Etat de Oaxaca. Toutes les citations depuis « Selon Beelia Torres … » jusqu'à *« entre les médias officiels et ceux de #YoSoy 132 »* sont tirées de cet entretien.

médias et surtout à la télévision[23]. L'intérêt des Mexicains pour cette campagne était faible voire inexistant, en partie parce que, comme elle le souligne, *« on avait l'impression que tout était joué, qu'il n'y avait rien à dire »*[24] . Ce désintérêt pour la campagne s'est manifesté également par le fait que, même les thèmes de débat national, comme toute la question liée au narcotrafic, *«paradoxalement n'ont pas fait débat »*. La campagne étant terne, plate, les médias ne trouvaient pas forcément les moyens journalistiques qui pouvaient permettre de susciter l'intérêt du peuple mexicain pour la campagne présidentielle de son pays. C'est bien cette idée qu'elle exprime quand elle déclare que, selon elle, les journalistes avaient du mal à *« trouver des entrées accrocheuses »*.

Le mouvement a donc provoqué la surprise en surgissant au beau milieu de la campagne car il était imprévu, inattendu. Beelia Torres souligne également ce côté imprévu du mouvement en le qualifiant de *« contrepoids »* dans la campagne et d'*« épine dans le pied »*[25]. Elle précise que le mouvement a surgi comme ça et peut s'inscrire dans une *« trajectoire de lutte au Mexique »*, notamment avec le mouvement étudiant de 1968[26], qui s'est déroulé essentiellement dans la ville de Mexico et, dans une moindre mesure, dans deux ou trois autres villes du pays. Selon elle, le mouvement #YoSoy 132 était le représentant de générations de luttes antérieures[27].

Cette idée d'un mouvement qui « réveille » la campagne politique, comme l'ayant sorti, en quelque sorte, de sa léthargie, a donc pu inciter les médias à s'intéresser tout particulièrement à lui et aussi parce qu'il pouvait constituer un moyen intéressant et original d'aborder le thème de la campagne et ainsi de rediriger l'intérêt des Mexicains pour cette dernière.

[23] Entretien réalisé le 31 janvier 2013, avec Hélène Combes, professeure à Sciences-Po Paris, chercheuse au CNRS (centre national de la recherche scientifique), membre du CERI (centre d'études et de recherches internationales) et spécialiste des partis et mouvements sociaux en Amérique latine. Annexe n°1.

[24] Entretien réalisé le 31 janvier 2013, avec Hélène Combes, professeure à Sciences-Po Paris, chercheuse au CNRS (centre national de la recherche scientifique), membre du CERI (centre d'études et de recherches internationales) et spécialiste des partis et mouvements sociaux en Amérique latine. Annexe n°1. Toutes les citations depuis « L'intérêt des Mexicains… » jusqu'à *« …entrées accrocheuses »* sont tirées de cet entretien.

[25] Entretien réalisé le 7 juillet 2013, avec Beelia Torres, étudiante en master sociologie à l'université de Puebla, Mexique, et ayant participé au mouvement #YoSoy 132 dans l'Etat de Oaxaca. Toutes les citations depuis « Beelia Torres souligne également… » jusqu'à *« trajectoire de lutte au Mexique »* sont tirées de cet entretien.

[26] Entretien réalisé le 7 juillet 2013, avec Beelia Torres, étudiante en master sociologie à l'université de Puebla, Mexique, et ayant participé au mouvement #YoSoy 132 dans l'Etat de Oaxaca.

[27] Entretien réalisé le 7 juillet 2013, avec Beelia Torres, étudiante en master sociologie à l'université de Puebla, Mexique, et ayant participé au mouvement #YoSoy 132 dans l'Etat de Oaxaca.

II) Le traitement médiatique de #YoSoy 132 comme vecteur du « réveil » de l'intérêt des Mexicains envers la campagne présidentielle : p.24 à p.35

Comme nous venons de le mentionner dans la partie précédente, le mouvement #YoSoy 132 a surgi par surprise dans une campagne présidentielle marquée par une certaine morosité et a donc contribué à la « réveiller ». C'est notamment ce qui est mis en exergue au début d'un article, paru dans *Proceso,* le 1er juin 2012, et intitulé « #YoSoy 132, esa ola feroz» (« #YoSoy 132, cette vague féroce »). L'auteur, Juan Pablo Proal, journaliste mexicain, y décrit en effet le mouvement comme suit : *« Parecía que cargaríamos con la resignación a las urnas, hasta que llegó el movimiento #Yosoy132 »*[28] *(« On avait l'impression d'être obligés d'aller voter avec résignation, jusqu'à ce qu'arrive le mouvement #Yosoy132 »)*. A la fin de ce même article, on retrouve cette idée d'un mouvement qui surgit pour « agiter » les élections : *« La sanguínea efervescencia de las elecciones hace que #Yosoy132 bulla y nos burbujeé las venas de ánimo (…) »*[29] *(« L'effervescence sanguine des élections fait que le mouvement soit en ébullition et nous fait bouillonner le courage dans les veines (…) »)*.

En ce qui concerne les médias, le mouvement a pu constituer un angle de traitement de l'actualité politique du moment. Il a, en effet, pu être une « porte d'entrée » pour parler du thème de la période électorale. On étudiera donc, dans cette partie, le traitement médiatique du mouvement #YoSoy 132 comme un vecteur de l'intérêt retrouvé des Mexicains pour la campagne présidentielle dans leur pays.

Pour José Igor Israel González Aguirre, *« l'exposition médiatique de #YoSoy 132 a attiré davantage d'attention envers le processus électoral »*[30] . Il précise aussi que l'irruption de ce mouvement dans une campagne *« fade et sans charme »*, a non seulement attiré l'attention des médias mexicains et internationaux, mais aussi d'une *« bonne partie de la population en général »*.

La couverture médiatique du mouvement a contribué à l'ancrer davantage non seulement dans la scène politique, mais aussi dans celle publique. *« Les élections et l'attention que #YoSoy 132 a attiré envers la campagne, ont produit une conséquence importante en termes par exemple de rendu de comptes et de la nécessaire transparence du gouvernement »*. Or le fait

[28] Proal, JP. (2012, 1er juin). #YoSoy 132, esa ola feroz. *Proceso.*

[29] Proal, JP. (2012, 1er juin). #YoSoy 132, esa ola feroz. *Proceso.*

[30] Entretien réalisé le 4 mai 2014, avec José Igor Israel González Aguirre, professeur chercheur au département d'études sur les mouvements sociaux (DESMOS) au sein du centre universitaire des sciences sociales et humaines (CUCSH) à l'université de Guadalajara, Mexique. Annexe n°2. Toutes les citations depuis « Pour José Igor Israel González Aguirre » jusqu'à *« …nécessaire transparence du gouvernement »* sont tirées de cet entretien.

de rendre des comptes sur l'action politique et publique renvoie aussi au rôle des médias qui essaient de rendre plus transparents les actions et procédés d'un gouvernement donné.

a) *La couverture des actions publiques de #YoSoy 132 : une immersion citoyenne dans la campagne : p.25 à p.28*

Mais le mouvement, qui se manifestait par différentes actions menées dans la sphère publique, constituait quelque chose de très visuel pour les médias, dans la couverture qu'ils allaient en faire.

En effet, le mouvement ayant souvent recours à des manifestations, des marches, des sit-in ou encore des grands rassemblements dans des lieux symboliques (comme par exemple le Zócalo à Mexico), était très graphique dans le sens où il était facile pour les photographes de presse de prendre des clichés, mais aussi concernant les journalistes, de réaliser des reportages (qu'ils soient écrits ou audiovisuels), où il s'agit de voir, d'entendre, d'observer pour retranscrire au mieux l'ambiance.

Les actions de protestation du mouvement, que nous venons de citer ci-dessus, se prêtaient bien à la dimension descriptive et observatrice du reportage.

Ainsi, un article paru dans le journal *Proceso*, (« Estudiantes de la #MarchaYoSoy132 esperan llegada de EPN a Televisa ») daté du 23 mai 2012, fait état d'une des marches organisées par le mouvement jusqu'au siège de la chaîne Televisa (dénoncée par le mouvement comme favorisant le candidat Enrique Peña Nieto au détriment des autres candidats).

Il présente d'abord l'action en elle-même et les acteurs qu'elle implique: *« Estudiantes que participan en la #MarchaYoSoy132 realizan en estos momentos una protesta frente a Televisa Chapultepec, donde esperan al candidato del PRI a la Presidencia, Enrique Peña Nieto ».*[31] *(« Les étudiants qui participent à la Marche #YoSoy 132, réalisent en ce moment une protestation face aux locaux de la chaîne Televisa, à Chapultepec, où ils attendent le candidat du PRI, Enrique Peña Nieto »)*, avant d'entrer davantage dans la description : *« Los inconformes marchan gritando consignas en contra de los medios de comunicación y gritan: "¿Dónde estaban los que nos iban a grabar?" »*[32] *(« Les contestataires marchent en criant des slogans contre les médias et proclament : "Où sont sont ceux qui allaient nous filmer ?" »).* Cette dernière phrase fait référence à la couverture médiatique de Televisa, que le mouvement dénonce comme partiale, car en faveur d'Enrique Peña Nieto.

L'article nous immerge encore davantage dans cette action en citant quelques uns des slogans vus sur les différentes pancartes brandies par les manifestants: *« En las mantas y pancartas que los jóvenes portan pueden leerse: "Televisión aparato de manipulación", "No al*

[31] Cervantes, J. (2012, 23 mai). Estudiantes de la #MarchaYoSoy132 esperan llegada de EPN a Televisa. *Proceso*.

[32] Cervantes, J. (2012, 23 mai). Estudiantes de la #MarchaYoSoy132 esperan llegada de EPN a Televisa. *Proceso*.

monopolio mediático", "Milenio, Televisa y Azteca, las redes te revientan la cabeza", "Menos telenovelas más información", entre otras ».[33] *(« Dans les banderoles et les pancartes que les jeunes portent, on peut lire, entre autres: "Télévision, instrument de manipulation"; "Non au monopole médiatique", "Milenio, Televisa et TV Azteca, les réseaux sociaux te font sauter la tête" ; "Moins de telenovelas, plus d'information" »).*

On voit que l'emploi des mots « jeunes » et « étudiants » contribue à faire passer auprès du public une image d'un mouvement dynamique. Cette image de dynamisme pouvait contraster avec la léthargie avec laquelle la campagne s'était déroulée jusque-là et a pu contribuer à susciter l'intérêt des Mexicains. Le fait de présenter le mouvement comme un collectif de jeunes souhaitant faire entendre sa voix dans la campagne électorale, a aussi permis de mettre en exergue cette dernière sous l'angle de son lien avec la jeunesse du pays, dans la mesure où les jeunes se sont emparés de l'espace public et intéressés à la politique pour manifester leur mécontentement et leurs revendications, chose qu'ils n'avaient pas forcément fait jusque-là, comme il est mentionné dans un article de *Proceso* daté du 1er juin 2012 (« #YoSoy 132, esa ola feroz », « #YoSoy 132, cette vague féroce ») : *« Los jóvenes mexicanos, últimamente apáticos en la participación electoral, esta vez le dieron la razón a Salvador Allende: "Ser joven y no ser revolucionario es una contradicción, hasta biológica" ».*[34] *(« Les jeunes mexicains, dernièrement apathiques dans la participation électorale, ont, cette fois, donné raison à Salvador Allende : "Etre jeune et ne pas être révolutionnaire est une contradiction, jusqu'au sens biologique" ».)*

L'article décrit aussi le parcours de cette marche, en indiquant les endroits de la ville par où elle passe: *« Inicialmente la protesta inició en la Estela de Luz y se trasladó al Ángel de la Independencia; luego una parte de los asistentes marchó al Zócalo y otra decidió cambiar el rumbo e irle a reclamar a Televisa la falta de información »*[35]*. (« La manifestation a commencé au monument Estela de Luz et s'est déplacée à la statue de l'Ange de l'Indépendance; ensuite une partie des manifestants a marché en direction du Zócalo et une autre a décidé de changer d'itinéraire et d'aller au siège de Televisa pour lui signifier son manque d'information »).* Le monument Estela de Luz se trouve dans le centre de la ville de Mexico et a été érigé à l'occasion des festivités du bicentenaire de l'indépendance mexicaine (1810) et du centenaire de la révolution (1910), en 2010. L'Ange de l'Indépendance est aussi un monument phare de la ville, situé sur une des avenues principales de la mégapole, et le Zócalo est la place centrale de cette dernière, là où se trouve le palais présidentiel, dans le centre historique.

On voit donc que le mouvement a choisi de passer par ces lieux du fait de leur haute symbolique au niveau historique et patriotique pour chaque citoyen mexicain. Le fait de passer par ces lieux lui donnait donc plus de visibilité, non seulement à l'échelle de la ville de

[33] Cervantes, J. (2012, 23 mai). Estudiantes de la #MarchaYoSoy132 esperan llegada de EPN a Televisa. *Proceso*.

[34] Proal, JP. (2012, 1er juin). #YoSoy 132, esa ola feroz. *Proceso*

[35] Proal, JP. (2012, 1er juin). #YoSoy 132, esa ola feroz. *Proceso*

Mexico, mais aussi à celle nationale. Pour les médias, le fait de lister les lieux emblématiques de la ville de Mexico par lesquels la marche du 23 mai 2012 est passée, permettait aussi de faire appel à un imaginaire collectif et à une culture commune : la plupart des Mexicains connaissant et ayant déjà vu ces lieux, soit sur place ou via des photographies, pouvait donc facilement visualiser dans leur tête le parcours de la marche, comme s'ils y avaient été. Lister ces lieux, chargés de symbole et d'histoire pour la nation mexicaine, et in extenso pour chaque citoyen mexicain, a donc pu avoir un effet « englobant » sur le reste de la population, dans la mesure où ces monuments constituent des éléments de l'identité nationale (à titre de comparaison, on peut citer la Tour Eiffel pour la France ou Big Ben pour l'Angleterre).

Par ailleurs, une autre marche, organisée par le mouvement #YoSoy 132, quelques jours avant (le 18 mai 2012), avait aussi été médiatisée. Un article (« Estudiantes inician marcha #Yosoy132 contra Televisa »), daté de ce jour et tiré de *La Jornada Michoacán* (Michoacán étant un des 31 Etats mexicains) annonce la tenue de cette marche qui a été nommée par le mouvement lui-même : « marcha de la verdad » (« marche de la vérité ») pour dénoncer les médias biaisés.

Esta es la convocatoria de la marcha que circuló por las redes sociales. Foto: La Jornada Michoacán

Ci-contre : affiche de l'avis de la marche du 18 mai ayant circulé sur les réseaux sociaux
Photo : La Jornada Michoacán

Elle a été organisée par les étudiants d'universités privées et constituait aussi une manifestation contre Televisa qui les avait *« catalogués comme des électeurs payés par un candidat »*[36] pour avoir protesté contre Peña Nieto, le 11 mai 2012. Cette marche a rassemblé entre 12 et 15 000 personnes[37], selon l'OMCIM (observatoire citoyen des médias), et les participants, essentiellement des étudiants de l'Ibéro mais aussi *« des élèves de centres d'études comme l'ITAM, l'ITESM, et de l'Anáhuac ainsi que d'autres universités de la capitale »*[38], manifestaient aussi pour leur droit à l'information dans un parcours allant de l'université ibéro-américaine jusqu'aux bureaux de Televisa, situés dans le quartier d'affaires de Santa Fe. L'article, qui joue ici un rôle d'annonce, déclare qu'en arrivant

[36] La Jornada Michoacán. (2012, 18 mai). Estudiantes inician marcha #Yosoy132 contra Televisa. *La Jornada Michoacán.*

[37] Anylu, A (2012, 25 mai). Yo soy 132: Historia y perspectiva de un movimiento político. *OMCIM* (Observatorio y Monitoreo Ciudadano de Medios: observatoire citoyen des médias, lié à l'université Ibéro américaine).

[38] La Jornada Michoacán. (2012, 18 mai). Estudiantes inician marcha #Yosoy132 contra Televisa. *La Jornada Michoacán.* ITAM: Institut Technologique Autonome du Mexique. ITESM: Institut de Technologie et d'Etudes Supérieures de Monterrey. Anáhuac : une des universités les plus prestigieuses du Mexique, située à Mexico.

à ces derniers, *« il est prévu que les jeunes lisent une déclaration et qu'ils convoqueront une nouvelle marche générale pour le 23 mai ».*[39]
A la fin de l'article[40], il est même proposé de suivre cette manifestation en live au travers d'un lien qui renvoie vers un portail d'informations générales et sportives sur le Mexique, ce qui renforce la dimension englobante que le journal veut faire de cet événement à destination de ses lecteurs. On propose en effet au lecteur de vivre lui aussi cet événement, de s'immerger et de le voir au-delà du statut de simple lecteur : c'est-à-dire avec un statut de citoyen témoin, qui assiste, bien que depuis son ordinateur, smartphone ou tablette, au déroulement en direct de cet événement ayant un impact sociétal, mais qui n'a cependant pas la capacité d'agir ou d'influer directement au sein de ce dernier (du fait qu'il n'y soit pas physiquement présent).
Par le biais du live, le journal *La Jornada Michoacán*, cherchait sans doute à susciter plus de curiosité chez le lecteur pour cet événement précis et, au-delà, pour la campagne puisque #Yosoy132 est né et s'est développé dans le contexte des élections présidentielles mexicaines. Avec la médiatisation des actions menées publiquement par le mouvement, les Mexicains ont pu appréhender davantage la campagne sous un angle social et donc sans doute un peu plus concernant pour eux, en tant que citoyens.

b) Les revendications politiques de #YoSoy 132 comme un moyen pour parler de la campagne : p.28 à p.30

Les différentes actions du mouvement, menées le plus souvent dans la sphère publique, étant liées au contexte politique, mais aussi porteuses de revendications de même nature ont pu constituer, pour les médias, une sorte de brèche d'entrée pour aborder et approfondir le thème de la campagne. Ainsi, en portant à la connaissance de leurs lecteurs les actions du mouvement liées au contexte politique, les médias écrits ont ainsi donné une représentation politique du mouvement et non pas qu'une simple représentation universitaire.
Dans un article du pure-player *Animal Político*, daté du 12 juin 2012, et intitulé : « "Ayúdenos a cambiar la realidad", pide #YoSoy132 a la ciudadanía » (« "Aidez-nous à changer la réalité", demande #YoSoy132 aux citoyens »), le journaliste Paris Martinez se fait le relais des revendications politiques du mouvement en mentionnant la « déclaration de principes » de ce dernier, approuvée le 11 juin 2012, à l'université ibéro-américaine, soit exactement un mois après la naissance du mouvement, au même endroit. La « déclaration de principes » est un document établi par #YoSoy132 précisant son contexte de naissance, les acteurs impliqués, les différentes revendications, ainsi que ses critiques vis-à-vis de la société mexicaine.

[39] La Jornada Michoacán. (2012, 18 mai). Estudiantes inician marcha #Yosoy132 contra Televisa. *La Jornada Michoacán.*

[40] La Jornada Michoacán. (2012, 18 mai). Estudiantes inician marcha #Yosoy132 contra Televisa. *La Jornada Michoacán.*

Le titre de l'article[41] évoque un parti-pris de la part du journaliste, celui de présenter et de mettre en exergue la parole du mouvement. On pourrait même dire qu'il constitue une sorte d'exhortation envers le peuple mexicain, par l'intermédiaire de l'impératif : « Aidez-nous ». Ce titre, c'est comme si le mouvement parlait aux Mexicains, par l'intermédiaire du pure-player *Animal Político*. On voit donc ici le côté « relais » des médias par rapport aux mouvements sociaux, ainsi que nous l'avions mentionné dans la première partie de ce mémoire.

Le fait de mettre en avant la parole de #YoSoy132 dans le titre, donc dans ce qui est lu en premier par les lecteurs, peut être vu comme une certaine connivence, ou du moins une certaine affinité, du journaliste qui a écrit cet article, avec le mouvement.

Ensuite, il choisit de présenter l'ensemble de cette « déclaration de principes ». Dans cette dernière, retranscrite entièrement dans l'article[42], #YoSoy132 dénonce *« le divorce existant entre institutions et citoyens »* et donc in extenso le manque de transparence et de communication entre les deux. Par ailleurs, comme le souligne José Igor Israel González Aguirre, le mouvement #YoSoy132 a contribué à mettre en évidence *« le fonctionnement de l'appareil étatique en termes de la recherche (de ce dernier) de "biaiser" la réalité »*[43].

Or, le mouvement réclamant plus de transparence dans la vie électorale, et s'opposant donc aux tentatives du gouvernement de cacher la réalité, il était donc relié directement et indirectement à la campagne présidentielle et permettait aux médias d'aborder le thème de la période électorale par cet angle-là. Cette demande de transparence dans la vie politique était aussi portée par la majorité du peuple mexicain, à l'aube du nouveau mandat présidentiel.

En effet, le PRI a dominé le Mexique pendant 70 ans (de 1930 à 2000), sans partage, et cette période de gouverne a été entachée par des affaires de corruption touchant des ex-gouverneurs du parti, différents scandales, comme par exemple l'achat de votes par le parti contre une compensation économique donnée aux électeurs, mais aussi la répression de manifestations lorsque Peña Nieto était gouverneur de Mexico (de 2005 à 2011), ainsi que tout le clientélisme dont bénéficie le parti (étroite relation avec les milieux d'affaire contribuant à lui donner une image corporatiste)[44]. En 1990, l'écrivain péruvien Mario Vargas Llosa, avait d'ailleurs qualifié le régime du PRI de *« dictature parfaite »*.

Par ailleurs, une revendication particulière du mouvement était parfaitement en adéquation avec une des aspirations politiques du peuple mexicain : un vote éclairé, rationnel ; en somme

---

[41] Martinez, P. (2012, 12 juin). "Ayúdenos a cambiar la realidad", pide #YoSoy132 a la ciudadanía. *Animal Político.*

[42] Martinez, P. (2012, 12 juin). "Ayúdenos a cambiar la realidad", pide #YoSoy132 a la ciudadanía. *Animal Político.*

[43] Entretien réalisé le 4 mai 2014, avec José Igor Israel González Aguirre, professeur chercheur au département d'études sur les mouvements sociaux (DESMOS) au sein du centre universitaire des sciences sociales et humaines (CUCSH) à l'université de Guadalajara, Mexique. Annexe n°2.

[44] Quirion, N. (2012, 22 juin). Les brinquebalantes casseroles d'Enrique Peña Nieto. Blog : electionsmexique2012.wordpress.com

on peut dire que cela tendait vers une amélioration de la société, ou en tout cas un désir d'amélioration. Cet aspect des revendications politiques est mentionné dans le manifeste du mouvement daté du 23 mai 2012 dans le paragraphe du « premièrement » : *« Nous croyons que, dans les circonstances politiques actuelles, l'abstentionnisme et le vote nul sont des actions inefficaces pour avancer dans la construction de notre démocratie. Nous sommes un mouvement préoccupé par la démocratisation du pays (...) »*[45]. Les revendications de transparence et de démocratisation du pays au sein du mouvement, peuvent être reliées directement aux valeurs et au rôle de la presse : valeur de transparence dans les informations données (avoir plusieurs sources, les vérifier, les croiser et exposer au public des informations d'intérêt général, qui doivent être utiles aux citoyens, tout en restant dans l'honnêteté au niveau de la rédaction des articles) et rôle démocratique de la presse car cette dernière, libre, se veut la garante de la démocratie et de ses principes fondateurs.

c) *La couverture des requis sociaux de #YoSoy 132 : une représentation sociale du mouvement : p.30 à p.31*

Par ailleurs, en plus de la représentation politique donnée au mouvement, certains médias ont contribué à lui donner une représentation sociale, en abordant ses requis sociaux.
Ainsi, l'article (« "Ayúdenos a cambiar la realidad", pide #YoSoy132 a la ciudadanía »), à travers la retranscription de la « déclaration de principes », évoque ces revendications sociales: entre autres améliorer les domaines de la santé, de l'éducation et de la justice, milieux dans lesquels #YoSoy132 déplore *« l'inégalité dans l'accès aux services »*[46].
On voit donc que l'article[47], via la « déclaration de principes » du mouvement, ne se contente pas de parler que des revendications politiques puisqu'il mentionne aussi les requis sociaux du mouvement, qui étaient aussi l'apanage du peuple mexicain. En se faisant le relais de ces requis, les médias écrits ont contribué à donner au mouvement, en plus d'une représentation politique, dont nous avons parlé précédemment (p.28), une représentation sociale. Ces deux dernières s'inscrivant dans le contexte de la campagne présidentielle, cela permettait aux médias d'aborder cette dernière via ces deux représentations du mouvement et ainsi, par celles-ci, susciter l'intérêt des Mexicains envers la période électorale qui se déroulait alors.

Le 30 mai 2012, le mouvement #YoSoy 132 organise sa première assemblée interuniversitaire à la cité universitaire de l'UNAM (Université Nationale Autonome du Mexique). La presse écrite se fait aussi le relais de cette assemblée où 15 tables rondes sont présentes, abordant des thèmes dont #YoSoy 132 n'avait pas parlé jusque-là, contribuant à le situer dans un contexte

[45] Manifiesto #YoSoy 132: declaratoria y pliego petitorio. 23 mai 2012. Annexe n °3.

[46] Martinez, P. (2012, 12 juin). "Ayúdenos a cambiar la realidad", pide #YoSoy132 a la ciudadanía. *Animal Político.*

[47] Martinez, P. (2012, 12 juin). "Ayúdenos a cambiar la realidad", pide #YoSoy132 a la ciudadanía. *Animal Político.*

social agrandi. Pour la presse, le fait d'aborder de nouveaux thèmes de #YoSoy 132, liés au social et à la vie publique et politique du pays, pouvait être un point d'accroche pour captiver l'attention de ses lecteurs, et in extenso des Mexicains, et de susciter l'intérêt de ces derniers envers la campagne. Ainsi, *Milenio*, dans son article « #YoSoy132 busca ser imparcial », daté du 30 mai 2012, choisit de citer les thèmes des 12 premières tables rondes, parmi lesquels : espaces publics et médias, position du mouvement, information et transparence du résultat de l'élection, organisation et plan d'action du mouvement, art et culture, sciences et nouvelles technologies, éducation[48]. Le journaliste ayant écrit cet article, Rodolfo Montes, précise aussi qu'une des propositions du mouvement lors de cette assemblée est *« d'impulser un forum d'analyse pour construire un agenda national. »*[49]

Cet agenda national, voulu par le mouvement, s'inscrit ainsi pleinement dans la période électorale de 2012 car s'appuyant sur des revendications du mouvement et des thèmes liés à la campagne présidentielle. En traitant de cette assemblée interuniversitaire de #YoSoy 132 et de ses thèmes principaux, liés à la campagne présidentielle, les médias ont pu ainsi susciter l'intérêt des Mexicains pour cette dernière, via un angle citoyen.

d) #YoSoy 132 vu par les médias sous l'angle citoyen : p.31 à p.33

Ainsi, différents journaux mexicains ont abordé le mouvement #YoSoy 132 sous l'angle citoyen, notamment en faisant référence aux débats que ce dernier a pu organiser avec les quatre candidats à la présidentielle. Le 19 juin 2012, des participants du mouvement ont organisé un débat entre les candidats, auquel Enrique Peña Nieto n'assista pas.

Un article paru sur le site de *CNN Mexico* le 20 juin 2012 se veut comme une sorte de porte-paroles de ceux du mouvement qui ont animé le débat : « Peña Nieto perdió una oportunidad de conocer a los los jóvenes : moderadores »[50], (« Peña Nieto a perdu une opportunité de connaître les jeunes, selon les modérateurs » (du débat)). Le titre n'est pas sans rappeler les leads de l'AFP, et le fait, pour *CNN Mexico*, de mentionner la source (les modérateurs du débat, qui étaient des intégrants de #YoSoy 132) dans le titre, tend à donner le point de vue de cette source précise et pas d'une autre. En quelque sorte, cela peut revenir à une certaine prise de position du média, car il choisit de mentionner le point de vue de cette source-là dans le titre, ce qui contribue à mettre sa parole en exergue (en tout cas, à la faire primer sur celle de la source contradictoire, qui ici serait l'opinion de Peña Nieto et du PRI en général). Juste en dessous du titre, le chapô de l'article renforce la mise en valeur du point de vue des organisateurs du débat : *« Los conductores del debate #YoSoy132 consideraron que el*

[48] Rodolfo Montes. (2012, 30 mai). #YoSoy132 busca ser imparcial. *Milenio*

[49] Rodolfo Montes. (2012, 30 mai). #YoSoy132 busca ser imparcial. *Milenio*

[50] CNN Mexico. (2012, 20 juin). Peña Nieto perdió una oportunidad de conocer a los jóvenes: moderadores. *CNN Mexico*.

candidato del PRI pudo "ver el México que viene" si hubiera acudido al evento »[51]. *(« Les meneurs du débat #YoSoy 132 ont considéré que le candidat du PRI pouvait "voir le Mexique de l'avenir" s'il s'était rendu à l'événement »)*. En effet, le candidat du PRI n'a pas participé à ce dernier car il estimait que l'événement ne garantissait pas des conditions de neutralité et d'équité. Cependant l'article mentionne que Peña Nieto a visionné *« une partie du débat »* et qu'il a considéré que ce fut *« un bon exercice de participation démocratique ». (« El priista comentó el miércoles a CNN México que "vio parte del debate" y que fue "un buen ejercicio" de participación democrática »)*[52].

Par ailleurs, l'éditorial du journal *La Jornada*, (« Debate #YoSoy132: desdén privado y omisión pública », « Débat #YoSoy132: dédain privé et omission publique ») daté du jour du débat (19 juin 2012), met fortement l'accent sur son utilité et son importance: *« (...) el único debate real entre candidatos presidenciales en la presente campaña electoral (...) »*[53]. Le fait, pour le journal, de le qualifier comme *« l'unique vrai débat»* entre les candidats dans la campagne électorale contribue à marquer clairement son opinion. Ainsi le journal voit le débat organisé par #YoSoy 132 comme primordial pour la démocratie au Mexique, en soulignant que les questions posées ne sont pas négociées au préalable avec les candidats :

« los protagonistas deberán responder a preguntas no pactadas de antemano »[54] *(« les protagonistes devront répondre à des questions non négociées par avance »),* contrairement, toujours selon l'opinion du journal, aux débats précédents qu'il qualifie de *« quasi-exposés »* :

« (...) habida cuenta de que los encuentros realizados el 6 de mayo y el 10 de junio fueron meras exposiciones, acartonadas, acotadísimas y previsibles, de las posturas de los aspirantes »[55] *(« sachant que les rencontres réalisées le 6 mai et le 10 juin ont été plus ou moins des exposés, superficiels, très limités et prévisibles des points de vue des aspirants »).*

Le journal va même plus loin dans son propos en affirmant que le pays souffre au niveau institutionnel et que le mouvement a très bien su le pointer du doigt et l'exprimer : *« (...) del atraso institucional que padece el país que el movimiento estudiantil haya sido capaz de formular y organizar, en pocos días pero de manera eficiente »*[56], *(« du retard institutionnel dont souffre le pays, que le mouvement étudiant a été capable de formuler et d'organiser, en peu de jours, mais de manière efficace »).*

---

[51] CNN Mexico. (2012, 20 juin). Peña Nieto perdió una oportunidad de conocer a los jóvenes: moderadores. *CNN Mexico*.

[52] CNN Mexico. (2012, 20 juin). Peña Nieto perdió una oportunidad de conocer a los jóvenes: moderadores. *CNN Mexico*.

[53] La Jornada. (2012, 19 juin). Debate #YoSoy132: desdén privado y omisión pública. *La Jornada.*

[54] La Jornada. (2012, 19 juin). Debate #YoSoy132: desdén privado y omisión pública. *La Jornada.*

[55] La Jornada. (2012, 19 juin). Debate #YoSoy132: desdén privado y omisión pública. *La Jornada.*

[56] La Jornada. (2012, 19 juin). Debate #YoSoy132: desdén privado y omisión pública. *La Jornada.*

On voit ici que le journal exprime en quelque sorte sa sympathie envers le mouvement en reconnaissant le débat organisé par ce dernier comme le plus important de la campagne présidentielle, et celui qui, pour le journal, prime sur tous les autres. En effet, dans un autre paragraphe de cet édito, le journal persiste dans cette posture à propos du débat : *« (…) es la única oportunidad real de confrontar las propuestas en juego »*[57], *(« c'est l'unique véritable opportunité de confronter les propositions en jeu »).* Il voit cette action du mouvement comme utile à la démocratie, dans la mesure où le débat a directement un rôle à jouer dans cette dernière : *« (…) una inapreciable posibilidad para que la ciudadanía se haga una idea precisa de las aptitudes de los contendientes »*[58], *(« une possibilité inestimable pour que les citoyens se fassent une idée précise des aptitudes des adversaires »).*
L'édito marque encore plus sa sympathie et son admiration pour le mouvement #YoSoy132 en exposant l'idée selon laquelle il devrait être davantage soutenu, mais par d'autres acteurs que le microcosme universitaire et la société civile : *« (…) la creatividad y la capacidad de organización y de convocatoria de los jóvenes debieran merecer un decidido respaldo de los consorcios mediáticos y, sobre todo, de los instrumentos de difusión del Estado »*[59], *(« la créativité et la capacité d'organisation et de convocation des jeunes auraient dû mériter un soutien ferme des consortiums médiatiques et surtout des instruments de diffusion de l'Etat »).* C'est ainsi une sorte d'appel au soutien des médias pour l'action du mouvement.
Mais l'édito est aussi fortement satyrique à l'égard de la position des médias numériques privés, qui eux, n'ont pas couvert le débat : *« los medios electrónicos privados, al negarse a dar cobertura al encuentro (…) han refrendado su conocido desdén por la información cívica y la cultura democrática »*[60], *(« les médias numériques privés, en se refusant à couvrir la rencontre, ont marqué leur dédain connu pour l'information civique et la culture démocratique »).* On peut donc supposer, au vu de ce dernier écrit, que les actions de #YoSoy132, ont pu, bien que non intentionnellement, diviser les médias eux-mêmes dans leur choix de couvrir ou non les actions relatives au mouvement.
Cela peut être lié en partie à la relation que ces derniers entretenaient alors avec le mouvement.

e) La couverture médiatique de #YoSoy132, comme élément de débat entre les médias écrits mexicains : p.33 à p.35

Selon José Igor Israel González Aguirre, la relation entre le mouvement #YoSoy132 et les médias écrits mexicains possède plusieurs facettes. S'il affirme que les journaux proches du PRI (parti de Peña Nieto) ont cherché à cacher les manifestations de rejet des étudiants

[57] La Jornada. (2012, 19 juin). Debate #YoSoy132: desdén privado y omisión pública. *La Jornada*.

[58] La Jornada. (2012, 19 juin). Debate #YoSoy132: desdén privado y omisión pública. *La Jornada.*

[59] La Jornada. (2012, 19 juin). Debate #YoSoy132: desdén privado y omisión pública. *La Jornada.*

[60] La Jornada. (2012, 19 juin). Debate #YoSoy132: desdén privado y omisión pública. *La Jornada.*

envers Peña Nieto, il soutient également qu'il y eut ensuite *« une période " de coup de foudre amoureux" entre la presse écrite, et les médias en général »* et le mouvement #YoSoy132 [61]. Ce qui a conduit, toujours selon lui, à *« une sorte "d'intronisation" du mouvement »*. Il précise que, de là, les médias ont attribué au mouvement *« des responsabilités qui étaient hors de son atteinte, et même hors de ses objectifs originaux »*.
Ce qui est intéressant, c'est qu'il explique ce dernier aspect par un trait culturel, propre au Mexique. En effet, selon lui, les Mexicains ont besoin *« de figures caudillistes »* qui viennent les *« sauver »*. Il ajoute que de là, les médias et certains secteurs de l'opinion publique, ont présenté le mouvement comme *« ce qui manquait au Mexique »*.
Suivant cette particularité culturelle mexicaine, le fait que certains médias aient présenté le mouvement comme *« salvateur »*, quelque chose qui guide, a sans doute influencé l'impact qu'ils ont pu avoir sur les citoyens mexicains et a pu contribuer à susciter leur intérêt pour ce mouvement, et in extenso, pour la campagne présidentielle.

Autre point, le choix de couvrir ou non les actions menées par le mouvement, peut aussi s'expliquer par d'autres facteurs de nature diverse comme : la contrainte de temps, la ligne éditoriale de la rédaction, le contexte politique, l'organisation du travail des journalistes (cf. partie 1, théorie des *« biais médiatiques »* de Lévêque, 2005 [62]).
En ce qui concerne la ligne éditoriale, cette dernière étant différente d'une rédaction de journal à une autre, la couverture médiatique réalisée par rapport à #YoSoy 132 était donc très différente et à deux penchants, selon que les journaux étaient favorables au PRI (et à son candidat Enrique Peña Nieto) ou non, et donc en faveur d'une plus grande démocratisation du pays et des médias, et, de là, plus proche des attentes politiques et sociales du peuple mexicain.
Ainsi, les médias officiels et proches du PRI, ont soutenu l'idée que le mouvement était manipulé par AMLO et même par Televisa, selon José Igor Israel González Aguirre[63]. On voit donc que, même au sein des journaux dont la tendance penchait vers le PRI, le mouvement a fait débat (même si c'était plutôt d'une manière péjorative), et que cette couverture-là a contribué à renforcer la place du mouvement dans l'espace public et dans la campagne présidentielle et donc à parler indirectement de cette dernière, au travers du prisme du mouvement lui-même.

[61] Entretien réalisé le 4 mai 2014, avec José Igor Israel González Aguirre, professeur chercheur au département d'études sur les mouvements sociaux (DESMOS) au sein du centre universitaire des sciences sociales et humaines (CUCSH) à l'université de Guadalajara, Mexique. Annexe n°2. Toutes les citations dans ces deux paragraphes (depuis « Selon José Igor Israel González Aguirre » jusqu'à *« ce qui manquait au Mexique »*) sont tirées de cet entretien.

[62] Lévêque, S. (2005). *Travail journalistique et mouvements sociaux : analyse d'une co-production médiatique. L'exemple du mouvement altermondialiste en France.*

[63] Entretien réalisé le 4 mai 2014, avec José Igor Israel González Aguirre, professeur chercheur au département d'études sur les mouvements sociaux (DESMOS) au sein du centre universitaire des sciences sociales et humaines (CUCSH) à l'université de Guadalajara, Mexique. Annexe n°2.

L'édito de *La Jornada*, du 19 juin 2012[64], déplore et dénonce la cupidité des médias numériques privés et attribue la justification de leur non-couverture du débat à une sorte de course à l'audience et au profit, à laquelle ils se livreraient : *« los medios electrónicos privados (…) han dado, asimismo, una nueva muestra del extremado pragmatismo monetario que los caracteriza al optar por la difusión de programas comerciales en detrimento de una información crucial para la vida republicana de México »*[65]*, (« les médias numériques privés ont donné, de la même manière, un nouvel échantillon de l'extrême pragmatisme monétaire qui les caractérise en optant pour la diffusion de programmes commerciaux au détriment d'une information cruciale pour la vie républicaine du Mexique »).*
On voit donc que la non-couverture des actions du mouvement a fait débat et a permis à certains médias de s'interpeller entre eux. Le mouvement #YoSoy 132, au-delà de ses revendications médiatiques mentionnées dans la précédente partie de ce mémoire, a pu créer une sorte de clivage entre les médias eux-mêmes.

Un point important à propos du débat organisé par #YoSoy 132 (le 19 juin 2012), si ce n'est le plus crucial, est que ce dernier n'a pas été transmis sur une chaîne nationale du Mexique, mais uniquement sur le site de vidéos : YouTube. D'une part, le fait de le transmettre sur YouTube, site public et gratuit, permettait de le mettre davantage à disposition du peuple, au lieu de le transmettre sur une chaîne de télévision privée ou qui nécessite un abonnement spécial. Ainsi la vidéo pouvait plus facilement être partagée par les internautes ayant vu le débat, contribuant ainsi à une sorte de prolongation du débat dans l'espace public sociétal. Ils ont pu, notamment, la partager sur les réseaux sociaux, via différents comptes d'utilisateurs, ce qui finalement correspond bien à l'image du mouvement, né dans le numérique, (via les réseaux sociaux et fortement ancré dans ces derniers), véhiculée par les médias mexicains à son égard. Ainsi, l'article de *Proceso,* intitulé : « #YoSoy 132, esa ola feroz » (daté du 1er juin 2012) parle d'un mouvement *« catapulté par les réseaux sociaux », (« catapultado por las redes sociales »*[66]*).*

Les médias mettant aussi en avant le côté numérique du mouvement, dans la couverture qu'ils faisaient de la campagne, ont pu contribuer à rapprocher ce dernier des citoyens mexicains et en particulier de ceux qui utilisent beaucoup les réseaux sociaux.
Genaro Lozano, politologue mexicain et professeur à l'université ibéro-américaine de Mexico, a situé le mouvement #YoSoy 132 (par rapport au fait que le débat organisé par ce dernier ait été transmis sur Internet) comme s'inscrivant dans un nouveau type de démocratie : *« Bienvenidos a la nueva era de la democracia digital », (« Bienvenue à la nouvelle ère de la démocratie numérique »).*

[64] La Jornada. (2012, 19 juin). Debate #YoSoy132: desdén privado y omisión pública. *La Jornada*.

[65] La Jornada. (2012, 19 juin). Debate #YoSoy132: desdén privado y omisión pública. *La Jornada*.

[66] Proal, JP. (2012, 1er juin). #YoSoy 132, esa ola feroz. *Proceso*.

III) La dimension « réseaux sociaux » de #YoSoy132 : création d'un espace public sociétal ? : p.36 à p.46

Nous venons de voir que les médias ont joué un rôle dans la couverture qu'ils ont réalisée du mouvement, en permettant de rediriger l'intérêt des Mexicains vers la campagne présidentielle, mais aussi en mettant en exergue le lien de #YoSoy132 avec Internet et le numérique. Cette dimension numérique du mouvement a pu contribuer à la création d'un espace public sociétal. Dans cette troisième partie, nous étudierons donc en quoi cette dernière a permis l'émergence d'un espace public sociétal et quelles sont les limites qu'il est possible d'opposer à ce raisonnement.

a) Définition de l'espace public : p.36 à p.37

Tout d'abord, il convient de définir la notion d'espace public. Selon Habermas (1962), l'espace public est *« le processus au cours duquel le public, constitué d'individus faisant usage de leur raison, s'approprie la sphère publique contrôlée par l'autorité et la transforme en une sphère où la critique s'exerce contre le pouvoir de l'État »*[67] (Habermas, 1993, p.61). Au travers de cette définition, on peut donc dire que l'espace public est constitué par la société civile, c'est-à-dire par un ensemble de citoyens, qui sont d'accord pour s'unir et qui utilisent leur esprit critique et rationnel pour remettre en cause certains dysfonctionnements du pouvoir dans un pays donné. Les citoyens, au départ chacun dans leur sphère privée, se retrouvent au final dans une sphère publique lorsqu'ils s'unissent, analysent et examinent le politique. On peut donc affirmer, à la lumière de ces réflexions, que l'espace public est en fait la sphère publique, composée de citoyens qui possèdent un droit de regard et de critique, même si ce dernier n'est pas exercé, envers la sphère politique, incarnée par le pouvoir.
Pour Bernard Miège (cité par Coman, 2010, p.2), il faut bien distinguer l'espace public politique et l'espace public sociétal [68]. Bien qu'il existe une interconnexion entre les deux, ils sont cependant différents, selon Miège (cité par Coman, 2010, p.2), *« par l'autonomie de chacun d'entre eux, la durabilité de leur fonctionnement et la spécificité des modes de traitement de l'information »*. Pour Coman, professeur des universités en sciences de l'information et de la communication à l'université de Bucarest, *« l'espace public sociétal fonctionne comme une sorte de chaudron où se manifestent, se mêlent, s'affrontent les différents groupes, voix, intérêts et formes de discours »* (Coman, 2010, p.2) alors que l'espace public politique est *« comme le point final, d'aboutissement de ces débats, le point qui réussit à coaguler l'intérêt général »* (Coman, 2010, p.2). Pour lui, ce qui fait passer d'un espace à un autre, c'est *« la médiation, et dans certains cas, la médiatisation »* (Coman, 2010,

[67] Habermas, J. (1993). *L'Espace public*. Traduction de *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Payot, Paris, 1978, nouvelle édition 1993.

[68] Coman, M (2010). *Notes de lecture de : L'espace public contemporain*, de Bernard Miège. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble. Dans ce paragraphe, depuis « Pour Bernard Miège… » jusqu'à *« espace public politique »* (p.37), toutes les références à (Coman, 2010) sont tirées de ce document.

p.3). De là, il en déduit que *« la communication devient le facteur décisif dans le jeu entre les espaces sociétaux et entre ceux-ci et l'espace public politique »* (Coman, 2010, p.3).

b) #YoSoy132 sur les réseaux sociaux : développement endémique du mouvement et espace public virtuel: p.37 à p.39

Le mouvement, ainsi que ses revendications, ayant été relayés dans les médias écrits mexicains et les réseaux sociaux, ont pu être à l'origine d'un espace public sociétal dans la mesure où ils ont pu se faire mêler à la fois les voix d'étudiants, celles d'universitaires, pour transmettre un message au peuple mexicain tout entier. Pour ce faire, le mouvement #YoSoy132 a choisi de développer sa stratégie de communication à travers les réseaux sociaux et plus généralement Internet, et ce, depuis son émergence dans la scène publique.

En effet, sa dimension numérique et son ancrage dans les réseaux sociaux, ont été concomitants à son surgissement soudain dans l'enceinte de l'université Ibéro américaine de Mexico DF, le 11 mai 2012. Ainsi, après le rejet manifesté par les étudiants envers Enrique Peña Nieto, ces derniers réalisèrent et postèrent une vidéo sur YouTube, pour prouver qu'ils étaient de véritables étudiants et non des personnes supportées par un quelconque parti politique pour réaliser cette protestation. A la suite de cette vidéo, naît ce qui deviendra le nom du mouvement : #YoSoy132, en solidarité avec les 131 étudiants apparaissant dans la vidéo. On voit que le hashtag (#) contribue à marquer l'identité numérique du mouvement et son enracinement dans les réseaux sociaux et notamment Twitter. Le numéro 82 de la revue numérique latino-américaine *Razón y Palabra*, spécialisée dans la communication, affirme qu'à la suite de la publication de cette vidéo, la phrase *« 131 élèves de l'Ibéro »*[69] est devenue le sujet le plus commenté sur Twitter, au Mexique mais aussi dans le monde.
Ce à quoi, il est ajouté : *« Seis horas después de su publicación, el vídeo había sido reproducido por 21.747 usuarios en YouTube y el hahstag #yosoy132 se mantuvo durante cinco días como primero en México y uno de los 10 primeros a nivel mundial »*[70] *(« Six heures après sa publication, la vidéo avait été reproduite par 21 747 utilisateurs de YouTube et le hashtag #yosoy132 est resté en tête de liste pendant cinq jours au Mexique et un des dix premiers au niveau mondial »).* La revue souligne ainsi le rôle joué par les réseaux sociaux dans le développement du mouvement.

Ce sont les réseaux sociaux qui, en quelque sorte, ont servi de vitrine au mouvement, dans un premier temps, avant que les marches et les manifestations n'apparaissent. La revue précise également que le mouvement a ensuite accru sa présence sur Internet par la création de différentes plateformes par les jeunes étudiants : *« Los jóvenes crearon también la web*

[69] Candón Mena, J. (2013). Movimientos por la democratización de la comunicación: los casos del 15-M y #yosoy132. *Razón y palabra, n° 82: Tecnologías digitales, pantallas y lenguaje audiovisual* (mars-mai 2013).

[70] Candón Mena, J. (2013). Movimientos por la democratización de la comunicación: los casos del 15-M y #yosoy132. *Razón y palabra, n° 82: Tecnologías digitales, pantallas y lenguaje audiovisual* (mars-mai 2013).

www.yosoy132.mx y www.yosoy132media.org así como grupos en Facebook (www.facebook.com/yosoy132) y otros canales en Internet desde los que difundir y organizar el nuevo movimiento »[71] *(« Les jeunes ont aussi créé les sites web www.yosoy132.mx et www.yosoy132media.org ainsi que des groupes sur Facebook (www.facebook.com/yosoy132) et d'autres chaînes sur Internet desquels ils peuvent diffuser des informations et organiser le récent mouvement »).* Par exemple, le site de #YoSoy 132 Media, cité ci-dessus, a permis de diffuser les informations concernant les manifestations du mouvement mais aussi les communiqués. En juin 2012, le site a été particulièrement actif avec 172 publications[72]. Par ailleurs, les titres des communiqués postés sur le site sont souvent un appel direct à l'internaute pour partager et diffuser le contenu posté par le mouvement. Ainsi, par le mode du partage et de la communication horizontale que permettait le web, #YoSoy 132 pouvait faire connaître sa lutte et ses actions au plus grand nombre de citoyens. On voit ainsi souvent apparaître dans les communiqués, les mots : « difundir » et « descargar » (« diffuser » et « télécharger ») qui sont en fait comme des injonctions, faites par le mouvement, pour que l'internaute partage l'information avec ses amis, connaissances personnelles ou professionnelles, et ainsi contribuer à étendre l'espace public sociétal créé par le mouvement.

Ci-dessous : captures d'écran de titres de communiqués sur le site de #YoSoy 132 Media [73] *:*

Les réseaux sociaux sont, de nos jours, de plus en plus utilisés par des acteurs sociaux précis, pour transmettre leurs messages et faire progresser leurs revendications (par exemple, pour les « Printemps arabes », en 2011/2012).

Ainsi, les citoyens de l'Amérique latine *« se sont aussi inscrits dans la tendance planétaire à utiliser la force des médias et des nouvelles technologies de l'information et de la communication pour faire avancer leurs revendications sans passer par le canal des partis (manifestants pour des transports gratuits au Brésil, étudiants au Chili, piqueteros en Argentine, mouvement Yo Soy 132 au Mexique) »*[74] (Couffignal, 2013, chapitre 3, paragraphe : *L'éveil (ou le réveil) des sociétés civiles*). Le schéma de communication horizontal des réseaux sociaux permet aux acteurs sociaux qui s'en servent de communiquer rapidement et simplement. *« Les messages courts des réseaux sociaux permettent des modifications rapides et extrêmement efficaces d'individus qu'unit une revendication simple et éloignée de tout*

[71] Candón Mena, J. (2013). Movimientos por la democratización de la comunicación: los casos del 15-M y #yosoy132. *Razón y palabra, n° 82: Tecnologías digitales, pantallas y lenguaje audiovisual* (mars-mai 2013).

[72] www.yosoy132media.org Rubrique : Archivos.

[73] Les deux captures d'écran de communiqués ont été réalisées à partir de www.yosoy132media.org/2012/06/

[74] Couffignal, G. (2013). *La nouvelle Amérique latine : laboratoire politique de l'Occident*. SciencesPo. Les Presses.

discours idéologique »[75]. (Couffignal, 2013, chapitre 3, paragraphe : *L'éveil (ou le réveil) des sociétés civiles*). Ceci a été le cas avec #YoSoy132, les messages laissés par ce dernier sur sa page Facebook ou son compte Twitter, étaient concis puisque le plus souvent il s'agissait d'indiquer des informations purement pratiques à propos de la tenue d'une manifestation ou d'une marche pacifique (date, lieu de rendez-vous, heure, court message d'invitation destiné aux citoyens) et les revendications du mouvement n'étaient pas reliées à un discours idéologique.

Le mouvement, à l'origine présent exclusivement dans l'enceinte universitaire de l'Ibéro, s'est propagé, via les réseaux sociaux, à d'autres universités du pays mais aussi à la population de ce dernier, au travers des appels à rassemblements et manifestations, passés par le canal des réseaux sociaux. Ces réseaux permettant le partage d'informations, et donc leur duplication, ont contribué à créer un espace virtuel de débats, d'échanges d'idées et d'opinions par rapport aux revendications du mouvement (qu'elles soient sociales ou politiques) entre les utilisateurs de ces réseaux qui suivaient les actualités de #YoSoy 132. On peut ici parler d'une certaine forme d'espace public sociétal virtuel, c'est-à-dire d'un lieu non physique où convergent et se mélangent différentes voix de la population et différentes visions de la vie publique et politique.
Pour José Igor Israel González Aguirre, le mouvement a permis l'inauguration *« d'une époque qui incorporait les réseaux sociaux dans la construction du champ politique »*[76]. Ainsi, il précise que depuis la création du mouvement, via les réseaux sociaux, *« les comptes sur Twitter des politiques et similaires ont augmenté »*[77]. Nous voyons donc que le mouvement n'a pas eu un impact exclusivement que sur les étudiants et la population jeune du pays, puisqu'il a permis que davantage de politiques mexicains se tournent vers les réseaux sociaux pour faire passer leurs idées et messages à la population citoyenne.
A l'heure où nous écrivons ces lignes, la page Facebook des fans de #YoSoy 132[78] compte 132 685 « J'aime » et son compte Twitter (@Soy132MX)[79] est suivi par 84 836 abonnés et dénombre plus de 11 000 tweets et plus de 1 300 photos et vidéos.

---

[75] Couffignal, G. (2013). *La nouvelle Amérique latine : laboratoire politique de l'Occident*. SciencesPo. Les Presses.

[76] Entretien réalisé le 4 mai 2014, avec José Igor Israel González Aguirre, professeur chercheur au département d'études sur les mouvements sociaux (DESMOS) au sein du centre universitaire des sciences sociales et humaines (CUCSH) à l'université de Guadalajara, Mexique. Annexe n°2.

[77] Entretien réalisé le 4 mai 2014, avec José Igor Israel González Aguirre, professeur chercheur au département d'études sur les mouvements sociaux (DESMOS) au sein du centre universitaire des sciences sociales et humaines (CUCSH) à l'université de Guadalajara, Mexique. Annexe n°2.

[78] www.facebook.com/yosoy132?fref=ts

[79] https://twitter.com/Soy132MX

Capture d'écran de la fan page Facebook de #YoSoy 132

Capture d'écran du compte Twitter de #YoSoy 132

c) <u>*Les réseaux sociaux : de l'espace public sociétal virtuel à l'espace public sociétal réel : forces et limites dans le cas de #YoSoy 132 : p.40 à p.41*</u>

Les réseaux sociaux ont été utilisés, dès les prémices du mouvement, comme supports d'information, relais de messages divers et peuvent être rapprochés, en ce sens, au rôle des médias. Mais ils sont aussi des moyens d'organisation et de coordination pour le mouvement : il s'agit en effet de fédérer une communauté autour de bases et de principes communs en vue d'une action collective (marche, manifestation) déterminée à l'avance via ces canaux numériques, et que le mouvement souhaite voir relayée par les médias. Dans ce cas précis, les réseaux sociaux peuvent donc être considérés comme une sorte d'espace public sociétal virtuel (rassemblant une communauté, dont les membres peuvent interagir entre eux sur le Web, via commentaires, discussions instantanées, tweets, etc.), créé pour engendrer un espace public sociétal, bien réel lui, au travers des rassemblements et manifestations menés par #YoSoy 132 dans la rue, espace public par excellence, où se côtoient les citoyens dans leur entière diversité.
Cependant, il est possible d'opposer une limite à cela : ce sont davantage les jeunes qui vont et ont des comptes sur les réseaux sociaux, donc le mouvement a sans doute eu davantage d'impact sur les jeunes que sur d'autres catégories de population.

Pour preuve, le mouvement #YoSoy 132 a été initié par des jeunes familiarisés avec les TIC (Technologies de l'information et de la communication) qui ont su faire croître le mouvement au sein de la culture participative, ouverte et horizontale du réseau web, ce qui était en opposition avec le modèle de communication vertical des médias traditionnels.
Ce mode de communication n'a pas été choisi au hasard puisqu'il avait pour but de développer davantage la démocratie au sein de l'espace public sociétal. Avec un schéma de communication horizontal, les récepteurs peuvent devenir émetteurs et vice-versa, via les commentaires (sur Facebook par exemple) et les tweets et retweets sur Twitter.
Ainsi, ce mode de communication s'opposait radicalement au schéma communicationnel vertical employé par le régime politique hégémonique et les médias mexicains monopolistiques (Televisa et TV Azteca). En outre, cette communication horizontale de la part de #YoSoy 132 correspondait tout à fait à son slogan : *« #YoSoy 132 : ¡Por una democracia auténtica! »,(« #YoSoy 132 : Pour une démocratie authentique ! »*[80]*).*

[80] Manifiesto #YoSoy 132: declaratoria y pliego petitorio. 23 mai 2012. Annexe n °3.

La demande de démocratie de la part du mouvement allait de pair avec celle de la démocratisation des médias, pour créer davantage d'espace public sociétal, via les médias, au profit des citoyens. En effet, #YoSoy 132 exigeait des médias plus d'impartialité, d'objectivité et qu'ils ne représentent pas qu'une seule voix mais plusieurs et surtout qu'ils n'essaient pas de cacher la réalité ou de la biaiser (comme ont pu le faire les médias proches du PRI pour la couverture médiatique du rejet exprimé par les étudiants envers Peña Nieto, lors de sa visite à l'Ibéro le 11 mai 2012).

d) #YoSoy 132 renforce sa présence sur les réseaux sociaux via ses comités locaux et internationaux : p.41 à p.42

Par ailleurs, et c'est une des caractéristiques de #YoSoy 132, c'est que du mouvement général, sont apparus des comités #YoSoy 132 propres à chaque ville du Mexique qui en a créé un. Le mouvement se propageant, via les réseaux sociaux, dans tout le pays, a ainsi abouti à la création de comités #YoSoy 132 dans les principales villes mexicaines, c'est-à-dire les villes les plus importantes, dotées au moins d'une université.
Ces comités se trouvent en nombre inégal d'un Etat mexicain à un autre[81], mais le mouvement lui-même affirme être présent dans 20 Etats au total, au travers de ces comités. Chacun de ces derniers dispose à la fois d'une page Facebook et d'un compte Twitter, où sont relayées et exposées les actions organisées. Ainsi, le mouvement s'est découpé en plusieurs entités indépendantes les unes des autres mais cependant rattachées au mouvement général #YoSoy 132 et à sa portée nationale.

Carte de localisation des différents comités de #YoSoy 132 à travers le Mexique [82]

[81] Le Mexique est une république fédérale composée de 31 Etats indépendants.

[82] Cette carte est une capture d'écran réalisée depuis le site : http://www.yosoy132media.org/nacional/

Ces différents comités ont assuré, en plus des médias, un relais d'organisation et de coordination du mouvement dans chaque ville et Etat du Mexique qui en était doté, et permettaient de cibler les citoyens mexicains d'une ville et/ou d'un Etat particulier pour les rallier aux causes du mouvement.
De plus, en supplément de ces comités locaux, propres à une ville et/ou Etat précis du Mexique, se sont aussi ajoutés des comités #YoSoy 132 dans des grandes villes du monde, où se trouvaient des émigrés mexicains : Madrid, Paris, Lyon, Barcelone, New York, Los Angeles, etc. Aux comités locaux du mouvement, se sont donc additionnés des comités internationaux, pour transmettre les valeurs et revendications du mouvement à l'échelle internationale, participant ainsi à étendre l'espace public sociétal. Il s'agissait ainsi de rallier aux causes du mouvement, les Mexicains de l'étranger mais aussi tout citoyen d'un autre pays intéressé par les idées défendues par #YoSoy 132. Ces comités internationaux ont généralement leur page Facebook et leur compte Twitter, où ont été relayées différentes informations concernant leurs actions.

Ci-dessous : captures d'écran des pages Facebook de deux comités internationaux de #YoSoy 132 [83] *:*

e) *Les médias de #YoSoy 132 : forces et limites pour créer un espace public sociétal : p.42 à p.45*

Le mouvement a aussi élaboré ses propres médias, d'une part pour s'interposer aux médias traditionnels, qu'il considérait comme partiels et comme ne défendant pas l'intérêt social, et d'autre part pour former davantage d'espace public sociétal, au travers de ces nouveaux médias. Ce dernier aspect est, pour José Igor Israel González Aguirre, un des points que le mouvement a mis en relief à travers ce qu'il qualifie de : *« l'émergence de médias alternatifs pour s'informer »*[84].
Parmi les médias formés par #YoSoy 132, on peut citer : #YoSoy 132 Media, dont la page Facebook compte un peu plus de 29 000 « J'aime »[85] et le compte Twitter un peu plus de 42

[83] Ces deux captures d'écran sont réalisées à partir de : https://www.facebook.com/yosoy132Madrid?fref=ts et https://www.facebook.com/YoSoy132NY?fref=ts

[84] Entretien réalisé le 4 mai 2014, avec José Igor Israel González Aguirre, professeur chercheur au département d'études sur les mouvements sociaux (DESMOS) au sein du centre universitaire des sciences sociales et humaines (CUCSH) à l'université de Guadalajara, Mexique. Annexe n°2.

[85] https://www.facebook.com/yosoy132media?fref=ts

000 abonnés[86], à l'heure où nous écrivons ces lignes ; mais aussi le programme télévisé «Sin filtro».
Ce programmé a été initié par quelques leaders de #YoSoy 132, quatre ou cinq selon Hélène Combes qui l'a un peu suivi, mais *« des leaders très visibles »*[87].
Le principe de l'émission était simple : des jeunes du mouvement commentant l'actualité politique du moment (dans le contexte de la période électorale). Selon Hélène Combes, l'idée de cette émission, c'était *« l'actualité autrement ». « On leur offrait cet espace pour une information alternative mais en fait c'étaient des chroniqueurs, pas du tout des journalistes d'investigation, mais ils avaient l'idée qu'ils pouvaient apporter un regard décalé »*[88], ajoute-t-elle.
Cependant, le programme était diffusé sur Foro TV, une chaîne appartenant à Televisa, alors même que ce groupe médiatique faisait l'objet de fortes critiques de la part du mouvement, depuis la création de ce dernier. A partir de là, le mouvement en lui-même s'est trouvé comme divisé entre différents points de vue, parmi les membres de #YoSoy 132.
Sur la page Facebook de Genaro Lozano, un des leaders du mouvement, éditorialiste au sein du groupe *Reforma* et analyste politique sur *CNN Mexico*, et participant dans cette émission, les commentaires dénotaient des désaccords entre les intégrants du mouvement.
Ainsi, Hélène Combes, qui a suivi sa page Facebook, déclare : *« (…) j'ai vu comment, en l'espace de deux/trois heures, il y avait 200 commentaires et certains lui disaient : "Ah, felicidades, c'est super, c'est très bien". Mais la majorité des commentaires étaient extrêmement négatifs et dans les quelques forums que j'ai regardés, c'était extrêmement négatif. »* [89]

Cette émission, créée à l'origine pour donner la parole aux jeunes du mouvement, donc pour étendre l'espace public sociétal en faisant entendre les voix d'une catégorie sociale (la jeunesse) que l'on n'entendait pas forcément avant le surgissement du mouvement, a cependant été victime d'un paradoxe : celui d'être un espace où s'exerçait la démocratie mais diffusé sur Televisa, groupe médiatique dénoncé par #YoSoy 132 pour sa collusion avec le PRI et le candidat Enrique Peña Nieto, et donc pointé par le mouvement comme étant un média partisan et anti-démocratique.

[86] https://twitter.com/YoSoy132Media

[87] Entretien réalisé le 31 janvier 2013, avec Hélène Combes, professeure à Sciences-Po Paris, chercheuse au CNRS (centre national de la recherche scientifique), membre du CERI (centre d'études et de recherches internationales) et spécialiste des partis et mouvements sociaux en Amérique latine. Annexe n°1.

[88] Entretien réalisé le 31 janvier 2013, avec Hélène Combes, professeure à Sciences-Po Paris, chercheuse au CNRS (centre national de la recherche scientifique), membre du CERI (centre d'études et de recherches internationales) et spécialiste des partis et mouvements sociaux en Amérique latine. Annexe n°1.

[89] Entretien réalisé le 31 janvier 2013, avec Hélène Combes, professeure à Sciences-Po Paris, chercheuse au CNRS (centre national de la recherche scientifique), membre du CERI (centre d'études et de recherches internationales) et spécialiste des partis et mouvements sociaux en Amérique latine. Annexe n°1.

Le mouvement s'est servi de ses plateformes informatives créées, comme #YoSoy 132 Media ou bien sa page Facebook ou son compte Twitter, pour faire passer ses messages destinés au peuple mexicain et aux médias, mais il s'est aussi servi du site de vidéos YouTube. Ainsi, le manifeste du mouvement[90], daté du 23 mai, diffusé en grande partie sur les réseaux sociaux, a aussi fait l'objet d'une vidéo diffusée sur YouTube. Celle-ci a été postée par #YoSoy 132[91] le 29 mai 2012 et visible à cette adresse : https://www.youtube.com/watch?v=igxPudJF6nU.
A l'heure où nous écrivons ces lignes, la vidéo comptabilise 381 683 vues et a suscité aussi de nombreux commentaires : 1950 à ce jour. Preuve que le mouvement a su s'appuyer sur les réseaux sociaux et moyens de communication modernes pour avoir plus d'ancrage sociétal et ainsi provoquer le débat entre citoyens.
Les images de la vidéo renforcent la portée sociale du mouvement : on y voit le peuple protestant, la violence (conséquence du narcotrafic) et le manifeste est déclamé par plusieurs jeunes, sans doute membres du mouvement. Chaque phrase du manifeste, qui précise la position du mouvement face à la vie sociale et politique du Mexique, est prononcée par un interlocuteur différent, ce qui contribue à donner une image d'un mouvement constitué par la somme de plusieurs voix de citoyens.
Juste en dessous de la vidéo, dans le paragraphe de présentation de celle-ci, il est précisé que le manifeste est *« un appel au peuple du Mexique »*[92]. Ainsi, on voit qu'au travers de ce genre de vidéos postées sur le site YouTube, qui est international et donc commun à un grand nombre de pays (du moins là où il n'y a pas de censure d'Internet), le mouvement #YoSoy 132, à l'origine exclusivement étudiant, a commencé à se répandre sur le Net et donc à s'extérioriser, par ce biais, de la sphère des universités vers une sphère plus générale et publique.
Cependant, le compte YouTube de #YoSoy 132 [93] n'enregistre que 4 vidéos postées, ce qui n'est pas beaucoup comparé à ses activités sur les réseaux sociaux. On voit donc que la diffusion d'information par l'intermédiaire de cette plateforme de vidéos est restée assez mineure.

Même si les réseaux sociaux, largement utilisés par le mouvement, ont contribué à créer un espace public virtuel, en favorisant l'interaction entre citoyens et politiques, l'accès direct à Internet, qui n'est pas le même dans tout le Mexique, a limité l'étendue et la portée réelle de cet espace public. Ainsi, toutes les couches de la population n'ont pas eu un accès instantané aux messages et informations postés par #YoSoy 132 sur les réseaux sociaux mais aussi à la

[90] Manifiesto #YoSoy 132: declaratoria y pliego petitorio. 23 mai 2012. Annexe n °3.

[91] Compte YouTube de #YoSoy 132 (Yosoy132Oficial): http://www.youtube.com/channel/UC8VbpQIsH0UUSz1tpEMwD5Q

[92] http://www.youtube.com/watch?v=igxPudJF6nU

[93] Compte YouTube de #YoSoy 132 (Yosoy132Oficial): http://www.youtube.com/channel/UC8VbpQIsH0UUSz1tpEMwD5Q

couverture médiatique numérique réalisée sur le mouvement par les médias écrits. Les personnes les plus favorisées ont plus facilement un accès direct à l'information.
Pour les classes populaires, cet accès direct est plus difficile et donc l'espace public sociétal s'en trouve réduit, comme le confirme Hélène Combes : *« (…), dans les quartiers populaires, ça va pas être à la maison, ça va plutôt être dans des cybercafés, et cetera, et cetera. »*[94]
Pour elle, le mouvement ne s'est pas forcément étendu dans toutes les catégories sociales mexicaines : *« En fait, moi je pense que c'est un mouvement qui n'est pas sorti des classes moyennes urbaines et qui a eu relativement peu d'échos »*. Même si elle pense qu'il a bénéficié d'une certaine influence au sein de la campagne présidentielle mexicaine : *« ça a eu une influence, ça a sans doute remobilisé des secteurs qui pouvaient être un petit peu démobilisés par l'offre politique (…),voilà, je pense que ça les a ré-intéressés à la campagne mais que l'impact a été vraiment assez limité et que d'ailleurs c'est assez marrant parce que si on en revient aux réseaux sociaux, il y avait vraiment un enthousiasme. »*
Par ailleurs, les messages sur les réseaux sociaux étaient postés par des étudiants issus des classes moyennes, moyennes-hautes, soutenus par des universitaires et intellectuels comme Paco Ignacio Taibo II, écrivain et journaliste, et étaient destinés non seulement aux intégrants du mouvement, mais aussi aux classes populaires, pour essayer de les attirer et de les rallier aux causes du mouvement : cela répondait à un certain souci de démocratie mais les étudiants avaient sans doute l'idée que les classes populaires étaient manipulées, à différentes échelles : *« Un de ses slogans c'était : "Por un voto racionado" ("Pour un vote rationnel"). Et ça, ça renvoyait à l'idée que nous, on a un vote rationnel mais les milieux populaires l'ont pas parce qu'ils sont manipulés par les médias et par la télévision et puis par les leaders politiques locaux. Et donc, à mon avis, ça a eu un impact sur une fraction assez petite de l'électorat urbain, qui a accès à l'université. »*[95]

f) #YoSoy 132 sur les réseaux sociaux : un espace public sociétal limité : p.45 à p.46

Le mouvement #YoSoy 132, en utilisant les réseaux sociaux, a pu, dans une certaine mesure, élargir l'espace public sociétal puisqu'ainsi les citoyens mexicains avaient la possibilité de s'interpeller entre eux et d'interpeller les politiques sur des sujets politiques et sociaux. Aussi, la présence du mouvement sur les réseaux sociaux, et notamment Twitter, a eu une incidence sur la création de comptes par les politiques mexicains (augmentation). Par ailleurs la création de comités locaux et internationaux (ces derniers possédant souvent une

[94] Entretien réalisé le 31 janvier 2013, avec Hélène Combes, professeure à Sciences-Po Paris, chercheuse au CNRS (centre national de la recherche scientifique), membre du CERI (centre d'études et de recherches internationales) et spécialiste des partis et mouvements sociaux en Amérique latine. Annexe n°1. Toutes les citations depuis « Pour les classes populaires… » jusqu'à *« …il y avait vraiment un enthousiasme »* sont tirées de cet entretien.

[95] Entretien réalisé le 31 janvier 2013, avec Hélène Combes, professeure à Sciences-Po Paris, chercheuse au CNRS (centre national de la recherche scientifique), membre du CERI (centre d'études et de recherches internationales) et spécialiste des partis et mouvements sociaux en Amérique latine. Annexe n°1.

page Facebook et un compte Twitter), a permis à #YoSoy 132 d'être plus présent dans la sphère publique et de bénéficier d'une influence au-delà des frontières du Mexique, constituant ainsi une sorte d'espace public sociétal agrandi. Cependant, pour la constitution de la plupart des comités internationaux du mouvement, celui-ci s'est appuyé sur des réseaux préexistants : des étudiants mexicains à l'étranger et des expatriés. C'est ce que fait remarquer Hélène Combes en affirmant que *« c'est essentiellement des étudiants mexicains qui vivent à l'étranger et qui appartiennent aussi plutôt aux classes moyennes, en plus l'expérience de l'expatriation transforme aussi un peu le rapport qu'ils peuvent avoir au Mexique (…) »*. [96]
Elle précise qu'il faut prendre en compte *« cette population de Mexicains expatriés qui se mobilise de manière récurrente »*[97].

Donc, au vu de ces affirmations, on ne peut pas vraiment dire non plus que l'espace public sociétal, constitué via les réseaux sociaux par le mouvement, s'est complétement internationalisé, même si le mouvement visait peut être à toucher aussi d'autres citoyens que des Mexicains, au travers de ses comités internationaux.
En outre, le mouvement est plutôt resté l'apanage des classes moyennes, moyennes-hautes, même s'il s'est largement répandu via les réseaux sociaux, puisqu'il a eu plus d'ampleur dans les villes mexicaines comptant une ou des universités, qu'elles soient privées ou publiques.
Enfin, l'utilisation des réseaux sociaux comme moyen de communication principal, mais aussi comme moyen de coordination, correspondait à un souci de #YoSoy 132 d'étendre l'espace public sociétal, en fédérant une communauté et en essayant d'attirer de nouveaux membres au sein de cette communauté virtuelle. Bien que cela ait pu fonctionner, cela est resté limité plutôt à une certaine partie de la population, ayant ou ayant eu accès à l'université et à l'enseignement supérieur.

[96] Entretien réalisé le 31 janvier 2013, avec Hélène Combes, professeure à Sciences-Po Paris, chercheuse au CNRS (centre national de la recherche scientifique), membre du CERI (centre d'études et de recherches internationales) et spécialiste des partis et mouvements sociaux en Amérique latine. Annexe n°1.

[97] Entretien réalisé le 31 janvier 2013, avec Hélène Combes, professeure à Sciences-Po Paris, chercheuse au CNRS (centre national de la recherche scientifique), membre du CERI (centre d'études et de recherches internationales) et spécialiste des partis et mouvements sociaux en Amérique latine. Annexe n°1.

Conclusion

Le traitement médiatique de #YoSoy 132 dans les médias écrits mexicains, sur lesquels nous nous sommes appuyés tout au long de ce mémoire (*Proceso*, *La Jornada*, *Milenio*, *CNN Mexico* et *Animal Político*), a permis d'ouvrir un espace public sociétal dans la mesure où il a couvert la campagne présidentielle mexicaine de 2012, via le prisme du mouvement lui-même. En effet, comme nous l'avons souligné, cette dernière était morne et plutôt léthargique et l'irruption du mouvement #YoSoy 132, le 11 juin 2012, dans l'enceinte d'une université célèbre de Mexico, et ensuite sa mobilisation, était un événement inattendu, qui a « secoué » la campagne, la rendant moins terne.

C'est aussi pour cette raison, entre autres, que les médias écrits mexicains se sont intéressés au mouvement car celui-ci constituait un moyen pour parler de la campagne présidentielle et permettait de rediriger l'intérêt des Mexicains envers cette dernière, et ainsi réconcilier l'espace public social constitué par les citoyens, et l'espace public politique, composé par les hommes politiques, contribuant à créer, de ce biais, un espace public sociétal en réunissant ces deux espaces, à priori antinomiques.

Le traitement médiatique de #YoSoy 132, réalisé dans les médias écrits que nous avons mentionnés dans ce mémoire, a ainsi contribué à « réveiller » l'intérêt des Mexicains envers la campagne électorale, en abordant le mouvement #YoSoy 132, qui s'inscrivait pleinement dans cette dernière, par différents angles.

Premièrement, la médiatisation des actions publiques du mouvement (marches, manifestations) et du débat organisé en juin 2012 par ce dernier entre les candidats à la présidentielle, a permis d'aborder la campagne sous un angle social et donc plus concernant pour les citoyens mexicains. En effet, les reportages réalisés sur ces actions, ont rendu possible, pour les citoyens, une immersion sociale dans la campagne puisqu'ils donnaient à voir, ressentir ou entendre les protestations et revendications du mouvement au sein de la campagne présidentielle. De plus, via la couverture des actions publiques du mouvement, certains médias écrits que nous avons cités dans ce mémoire, ont fait aussi appel à un imaginaire collectif, notamment en citant les lieux de passage de parcours de marches organisées par #YoSoy 132 dans la ville de Mexico, ce qui avait un effet « englobant » envers la population mexicaine.

Deuxièmement, les revendications politiques du mouvement, exprimées notamment dans les actions publiques réalisées par ce dernier, ont également constitué, pour les médias écrits cités dans ce mémoire, un moyen pour parler de la campagne présidentielle sous l'angle politique.

En effet, le mouvement réclamait plus de transparence dans la vie électorale et un vote éclairé et rationnel, et cette revendication correspondait à une des aspirations politiques de la majorité du peuple mexicain, après les 70 ans de gouvernance du PRI (Parti de la Révolution Institutionnelle), période entachée par différents scandales politiques, de la corruption, de la violence (via une répression musclée à San Salvador Atenco), et par une opacité gouvernementale. Les médias écrits mentionnés dans ce mémoire, en se faisant le relais de ces revendications politiques du mouvement #YoSoy 132, qui correspondaient à celles du peuple mexicain, ont donc ainsi permis de susciter l'intérêt de ce dernier envers la campagne présidentielle.

Troisièmement, la couverture, par ces médias, des revendications sociales du mouvement (améliorer le système de santé, l'éducation, la justice, dire stop à la violence), qui rentraient aussi en adéquation avec les attentes des Mexicains en matière sociale, a contribué non seulement à donner une représentation sociale à #YoSoy 132 mais aussi à rediriger l'intérêt de ces derniers envers la campagne et le processus électoral, permettant ainsi d'intéresser la sphère publique à la sphère politique et engendrant de ce fait plus d'espace public sociétal.

D'autre part, le fait que certains médias écrits mexicains aient présenté le mouvement #YoSoy 132 comme quelque chose de « salvateur » pour le Mexique a certainement eu une influence et un impact sur les citoyens mexicains, et a ainsi pu déclencher leur intérêt pour le mouvement et in extenso, pour la période électorale, créant ainsi plus d'espace public au sein de la société.

Les médias écrits mexicains que nous avons évoqués dans ce mémoire, ont aussi contribué à mettre en exergue le côté numérique du mouvement, et notamment son fort ancrage dans les réseaux sociaux. Ce dernier a permis à #YoSoy 132 de relayer ses messages mais aussi de fédérer une communauté virtuelle, via un schéma de communication horizontal, où les citoyens et politiques pouvaient interagir entre eux, créant ainsi un espace public virtuel de débats et d'échanges d'idées, ce qui était propice à la création d'un espace public sociétal réel (espace où convergent différentes voix citoyennes qui s'unissent pour s'approprier la sphère publique et faire en sorte que cette dernière devienne un espace où ces différentes voix peuvent faire preuve de critique envers le pouvoir en place).
Les réseaux sociaux, utilisés par le mouvement, lui ont donc servi à la fois de supports d'informations mais aussi de moyens de coordination, notamment en ce qui concerne ses comités locaux (au Mexique) et internationaux. Avec la présence de ces derniers sur les réseaux sociaux, le mouvement #YoSoy 132 a aussi renforcé son ancrage numérique, à l'échelle locale (dans différentes villes du Mexique) mais aussi internationale.
Cependant, ces comités locaux et internationaux, s'ils renforçaient la présence numérique du mouvement et pouvaient contribuer à engendrer davantage d'espace public sociétal, ont souvent été implantés là où il y avait des réseaux préexistants : dans des villes mexicaines comptant une ou des universités pour les comités locaux, et dans des villes où se trouvaient déjà des étudiants mexicains, pour les comités internationaux, ce qui constitue donc une limite à l'espace public sociétal.
On peut donc dire que, malgré la forte présence de #YoSoy 132 sur les réseaux sociaux, et malgré une médiatisation relativement importante dans les médias écrits abordés dans ce mémoire, le mouvement est plutôt resté l'apanage des jeunes et des classes moyennes, moyennes-hautes, ayant étudié ou étudiant à l'université, et possédant un accès direct à Internet. Donc la médiatisation de #YoSoy 132 dans les médias écrits et sa présence sur les réseaux sociaux, si elles ont pu, certes, contribuer à créer un espace public sociétal, ont en fait été à l'origine d'un espace public sociétal limité, puisque ne rassemblant pas forcément toutes les couches de la population mexicaine.

Après l'élection présidentielle du 1er juillet 2012, qui vit triompher le candidat Enrique Peña Nieto, le mouvement #YoSoy 132 contesta l'élection en déclarant que celle-ci avait été entachée par des fraudes. Les médias écrits cessèrent peu à peu de parler du mouvement, mais celui-ci n'a cependant pas disparu complétement. Il existe encore aujourd'hui, mais regroupe des processus organisationnels se manifestant sous d'autres formes, avec d'autres objectifs et stratégies que ceux du mouvement #YoSoy 132 originel. C'est bien ce qui est décrit dans un article tiré de Proceso, daté du 13 août 2012 : *« Actuellement, il réunit beaucoup de drapeaux, beaucoup de causes qui dépassent ceux prévus originellement »*.[98]
On peut cependant être amenés à se demander si le mouvement #YoSoy 132 va ressurgir pour les prochaines élections présidentielles mexicaines de 2018. Si oui, prendra-t-il une nouvelle forme et va-t-il être traité dans les médias mexicains autant qu'en 2012, année de sa naissance ?

[98] Dresser, D. (2012, 13 août). #YoSoy 132: tres riesgos. *Proceso*. Repéré le 26 mai 2014 à http://www.proceso.com.mx/?p=316927

Bibliographie

- Bruckmann, M et Dos Santos T. (2008). *Les mouvements sociaux en Amérique Latine, un équilibre historique.*

- Candón Mena, J. (2013). Movimientos por la democratización de la comunicación: los casos del 15-M y #yosoy132. *Razón y palabra, n° 82: Tecnologías digitales, pantallas y lenguaje audiovisual* (mars-mai 2013).

- Coman, M (2010). *Notes de lecture de : L'espace public contemporain*, de Bernard Miège. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.

- Habermas, J. (1993). *L'Espace public*. Traduction de *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Payot, Paris, 1978, nouvelle édition 1993.

- Lévêque, S. (2005). *Travail journalistique et mouvements sociaux : analyse d'une co-production médiatique. L'exemple du mouvement altermondialiste en France.*

- Manifeste du mouvement #YoSoy 132. (2012). *Manifiesto #YoSoy 132: declaratoria y pliego petitorio.*

- Neveu, E. (2011). *Sociologie des mouvements sociaux*. Paris : Editions la Découverte.

- Ventura, C. (2012). *Brève histoire contemporaine des mouvements sociaux en Amérique Latine.*

Webographie

- Anylu, A (2012, 25 mai). Yo soy 132: Historia y perspectiva de un movimiento político. *OMCIM* (Observatorio y Monitoreo Ciudadano de Medios: observatoire citoyen des médias, lié à l'université Ibéro américaine). Repéré le 21 mai 2014 à https://elecciones2012mx.wordpress.com/2012/05/25/yo-soy-132-historia-y-perspectiva-de-un-movimiento-politico/

- Cervantes, J. (2012, 23 mai). Estudiantes de la #MarchaYoSoy132 esperan llegada de EPN a Televisa. *Proceso*. Repéré le 12 février 2014 à http://www.proceso.com.mx/?p=308537

- CNN Mexico. (2012, 20 juin). Peña Nieto perdió una oportunidad de conocer a los jóvenes: moderadores. *CNN Mexico*. Repéré le 10 mars 2014 à http://mexico.cnn.com/nacional/2012/06/20/pena-nieto-perdio-una-oportunidad-de-conocer-a-los-jovenes-moderadores

- Couffignal, G. (2013). *La nouvelle Amérique latine : laboratoire politique de l'Occident.* SciencesPo. Les Presses. Consulté le 24 mai 2014 à http://books.google.fr/books?id=KE4oAgAAQBAJ&pg=PT82&lpg=PT82&dq=tendance+plan%C3%A9taire+%C3%A0+utiliser+m%C3%A9dias+et+nouvelles+technologies+de+l%E2%80%99information+et+de+la+communication+pour+faire+avancer+leurs+revendications,+sans+passer+par+le+canal+des+partis+(mouvement+Yo+soy+132+au+Mexique)+(%E2%80%A6)&source=bl&ots=Q2LmZhdX7u&sig=aJPXLsAeVEjudtYmh39Lw06umjk&hl=fr&sa=X&ei=oQmBU8-wGIzP0AXG8oDADg&ved=0CDAQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false

- Dresser, D. (2012, 13 août). #YoSoy 132: tres riesgos. *Proceso*. Repéré le 26 mai 2014 à http://www.proceso.com.mx/?p=316927

- La Jornada Michoacán. (2012, 18 mai). Estudiantes inician marcha #Yosoy132 contra Televisa. *La Jornada Michoacán.* Repéré le 15 mai 2014 à http://www.lajornadamichoacan.com.mx/2012/05/18/estudiantes-inicia-la-marcha-yosoy132/

- La Jornada. (2012, 19 juin). Debate #YoSoy132: desdén privado y omisión pública. *La Jornada*. Repéré le 3 avril 2014 à http://www.jornada.unam.mx/2012/06/19/opinion/002a1edi

- Martinez, P. (2012, 12 juin). "Ayúdenos a cambiar la realidad", pide #YoSoy132 a la ciudadanía. *Animal Político*. Repéré le 3 avril 2014 à http://www.animalpolitico.com/2012/06/ayudenos-a-cambiar-la-realidad-pide-yosoy132-a-la-ciudadania/#axzz30jrzl5MV

- Milenio.com. (2012, 31 mai). Declaratoria #YoSoy132; resultados de la primera Asamblea. *Milenio*. Repéré le 14 juin 2013 à (le lien vers cet article n'existe plus).

- Proal, JP. (2012, 1er juin). #YoSoy 132, esa ola feroz. *Proceso*. Repéré le 12 février 2014 à http://www.proceso.com.mx/?p=309381

- Quirion, N. (2012, 22 juin). Les brinquebalantes casseroles d'Enrique Peña Nieto. *Blog :* electionsmexique2012.wordpress.com
Repéré le 20 mai 2014 à : http://electionsmexique2012.wordpress.com/2012/06/22/les-brinquebalantes-casseroles-denrique-pena-nieto-23/

- Reporters sans frontières. (2013, 18 juillet). La piste du narcotrafic privilégiée après l'assassinat d'un journaliste d'Oaxaca. Repéré le 3 août 2013 à http://fr.rsf.org/mexique-la-piste-du-narcotrafic-18-07-2013,44948.html

- Rodolfo Montes. (2012, 30 mai). #YoSoy132 busca ser imparcial. *Milenio*. Repéré le 27 mai 2014 à http://elecciones2012mx.wordpress.com/2012/05/30/yosoy132-busca-ser-imparcial/

- Tuckman, J. (2012, 7 juin). Computer files link TV dirty tricks to favourite for Mexico presidency. *The Guardian*
Repéré le 22 mai 2014 à : http://www.theguardian.com/world/2012/jun/07/mexico-presidency-tv-dirty-tricks

Sites et pages de YoSoy 132

- http://www.yosoy132media.org/
- http://www.yosoy132media.org/nacional/
- https://www.facebook.com/yosoy132?fref=ts
- https://twitter.com/Soy132MX
- https://www.facebook.com/yosoy132Madrid?fref=ts
- https://www.facebook.com/YoSoy132NY?fref=ts
- https://www.facebook.com/yosoy132media?fref=ts
- https://twitter.com/YoSoy132Media
- http://www.youtube.com/channel/UC8VbpQIsH0UUSz1tpEMwD5Q

Vidéos

- https://www.youtube.com/watch?v=igxPudJF6nU

Table des annexes

Annexe 1

Retranscription de l'entretien réalisé avec Hélène Combes

(Chargée de recherches au CNRS et enseignante chercheur au CERI, Sciences-Po Paris et Université Paris 1, spécialiste des partis et mouvements sociaux en Amérique Latine)
Entretien réalisé à Paris, le 31 janvier 2013

1) Comment, selon vous, le mouvement YoSoy 132 a-t-il été traité dans les médias écrits mexicains pendant la campagne présidentielle et comment a-t-il été traité sur Internet (blogs, pure-player, etc.) ?

Bon alors, je crois qu'avant d'en venir à la question du traitement dans les médias, il faut peut-être un peu resituer ce qui me semblent être les caractéristiques de ce mouvement, parce qu'à mon sens, ça a joué énormément dans le traitement médiatique. Après je précise que, bon moi j'ai eu un usage informatif de la presse et que du coup je m'étais pas posé la question que vous vous posez. Donc c'est sans doute plus des impressions que je vais vous livrer que vraiment une analyse. En plus je ne suis pas spécialiste des médias, je suis spécialiste des mouvements sociaux et des partis politiques. Alors, bon ce qu'il faut préciser, vous connaissez déjà le mouvement, mais donc c'est parti d'une université privée, ce qui était une grande nouveauté au Mexique. Partir d'une université privée, ça veut dire que ça part des classes moyennes voire des classes moyennes hautes de la ville de Mexico. Donc il y a une caractéristique sociale très forte de la composition de ce mouvement qu'il y a à prendre en compte, et donc ça, c'est un premier aspect. Et donc ce mouvement bien sûr qui ensuite s'est étendu aux universités publiques a attiré l'attention de par ce caractère complétement atypique puisque jamais une université privée n'avait été à l'initiative d'un mouvement au Mexique et c'était un peu le monopole, surtout de l'UNAM, d'ailleurs, ou d'universités de province et donc c'est certain que ça a joué sur le traitement médiatique. Ce caractère atypique une fois que le mouvement, dans sa forme originale, à travers ces vidéos de Yo soy 132, a capté l'attention des médias, alors c'est à vous de voir plus précisément si le basculement s'opère très vite. Mais c'est vrai qu'il y a eu une couverture, me semble- t-il, relativement importante par rapport à d'autres mouvements, du moins dans la presse que moi j'ai lue. Moi je lis essentiellement *La Jornada*, *Proceso* et *Reforma* et je regarde des journaux télévisés, voilà. Et donc ça c'est le premier aspect, il faut aussi préciser que c'est intervenu comme vous le savez dans une campagne qui était très plate, qui était très morne et où les journalistes avaient beaucoup de mal, finalement, me semble-t-il, à trouver des entrées un peu accrocheuses, d'autant plus que c'était aussi un cas assez atypique pour une campagne électorale mexicaine. Puisqu'en 2006, la campagne avait été très agressive, très polarisée et donc il y avait eu énormément de rebondissements : le candidat de gauche qui avait pas voulu participer au débat présidentiel. Voilà donc il y avait eu une campagne très agitée, avec beaucoup d'attaques ad hominem mais qui faisaient le pain béni de la presse finalement et bien sûr en

2000 se profilait la possibilité de l'alternance, donc c'était une campagne aussi qui avait donné lieu à beaucoup de possibilités en terme médiatique, me semble-t-il. Et donc là, on se retrouvait dans une élection qui semblait jouée d'avance, la campagne avait commencé très tôt, vraiment très très tôt, ça faisait déjà plus de deux ans voire trois ans qu'il y avait une présence massive de Peña Nieto dans les médias et notamment dans les médias télévisuels et donc on avait l'impression que tout était joué, qu'il n'y avait rien à dire, même les thèmes vraiment de débat national, paradoxalement n'ont pas fait débat, toute la question de la guerre contre les narcos a été présente dans la campagne, mais assez peu. Et donc, tout d'un coup, à un mois et demi de l'élection surgit ce mouvement et donc je pense que la couverture médiatique qu'il a eu dans les médias que j'ai lus du moins, parce qu'après je me rends pas bien compte dans les autres médias, a été aussi liée à ça : donc son caractère atypique, premièrement, et ce contexte de la campagne et un autre élément, c'est qu'il a interpellé aussi directement les médias puisque bon, c'était suite au traitement médiatique de la venue de Peña Nieto à la Ibéro et que très vite, enfin immédiatement, ça a été sur le traitement médiatique. Donc c'était aussi donc atypique, un mouvement qui interpelle les médias dans le traitement de l'information et il me semble que c'était là aussi du coup pour la presse écrite, ça allait sans doute dans le sens d'une certaine presse écrite qui essaye de faire un travail, sans doute plus professionnel que la presse télévisuelle et donc évidemment ça rentrait en écho sans doute avec les perceptions que peuvent avoir les journalistes, en tout cas, c'est un peu ce que j'imagine. Donc pour, par exemple *La Jornada* ou même *Proceso* ou même des journaux comme *Milenio*, sans parler de *Reforma*, c'est sûr que la mise en cause du traitement de l'information par la télévision renvoie sans doute à des batailles internes au champ journalistique. Je ne peux pas vous le confirmer mais j'ai ce sentiment-là. Donc, à mon avis, ça a aussi contribué au fait que c'était beaucoup relayé et que ça ait suscité beaucoup d'intérêt de la part de la presse écrite. Alors ensuite, pour ce qui est des blogs et des réseaux sociaux, alors moi j'ai assez peu suivi les blogs et sur les réseaux sociaux, donc moi j'ai, on va dire sur les réseaux sociaux j'ai suivi, je suis l'activité de gens liés à la gauche mexicaine, essentiellement qui étaient membres du parti de la révolution démocratique, ou proches de Lopez Obrador, donc ça c'est le premier groupe que je suis. Dans mon souvenir, bon il faudrait regarder précisément, l'intérêt a été un peu différé, parce que dans un premier temps, justement pour ces dirigeants politiques, par exemple je suis amie sur Facebook avec un certain nombre de députés, de cadres du parti, et notamment plusieurs qui sont issus de différentes générations de mouvements étudiants, du mouvement de 1986, du CO de 1986 et aussi du mouvement de 92, il y a eu un petit mouvement en 92 et surtout il y a eu le mouvement de 95 autour de ce qu'on appelait les « excluidos », c'est-à-dire ceux qui n'ont pas eu l'examen d'entrée à la UNAM, qui est très restrictif, et donc en fait là dans mes amis Facebook j'avais au moins 5 anciens leaders étudiants, de ces différentes générations. Et alors là, voilà, l'intérêt il a été différé parce que c'était pas du tout leur tradition à eux, pas du tout leur réseau, bon ces anciens leaders ils viennent tous de la UNAM, ils ont été des militants sur le terrain, bon après ils ont été des compagnons de route du parti de la révolution démocratique et ils en sont devenus cadres et fonctionnaires de la ville de Mexico et en fait on sentait une certaine perplexité, il y avait peu de postes ou des postes un peu ironiques, en

disant : Ah ben tiens les « fresas » se mobilisent, c'est-à-dire même pas les bobos quoi, c'est vraiment les bourges, c'est comme ici, si des gens de Paris 8 ou la Sorbonne regardaient une mobilisation à Sciences-Po et disaient : « Ah ben tiens, qu'est-ce qui leur prend ? », bon c'était un peu cette perception-là, me semble-t-il. Et évidemment, dans un deuxième temps, on va dire à partir du mois de juin et quand il commence à y avoir des assemblées, avec des représentants à l'échelle nationale, ce qui est un autre caractère atypique de cette mobilisation parce qu'en fait, de par l'histoire du système universitaire mexicain, les mobilisations sont toujours par université puisqu'il y a une autonomie réelle des universités, du coup, sauf 68 où ça avait été une mobilisation de plusieurs établissements mais quand même essentiellement à Mexico et après, dans les années 70 il y avait pu, en province, y avoir des mobilisations plus ponctuelles comme à Puebla, d'universités mais sinon les autres mouvements qu'il y a eu en dehors de 68, ont toujours été dans un établissement. Et donc là c'est un autre caractère atypique, ce côté inter-établissements et donc, pour en revenir à mes réseaux sociaux, ce que je vois c'est que, à partir de juin quand il commence à y avoir des assemblées nationales, ces dirigeants du parti, ils se disent « Ouh, il se passe quelque chose » et il commence à y avoir un intérêt pour le mouvement et des postes fréquents sur le mouvement. Voilà, ça c'est une population que je suis, il y a une autre population que je suis qui a un profil assez différent, qui sont plutôt des gens qui appartiennent à des ONG, qui sont très diplômés, qui ont souvent une expérience à l'international, soit parce qu'ils ont étudié aux Etats-Unis, en Europe, soit parce qu'ils y ont travaillé, soit parce qu'ils y voyagent fréquemment pour leur travail et qui étaient plutôt, enfin c'est lié à un travail que je fais, qui est lié à toute la question de l'organisation des élections, l'organisation matérielle et le rôle des ONG dans des programmes de contrôle des élections, de lutte contre les clientélismes, et alors là il y a eu un engouement immédiat. Donc c'est très nette la différence entre les politiques de gauche et ce profil-là qui sont des gens aussi progressistes mais qui sont très critiques vis-à-vis de l'offre politique et qui se retrouvaient pas forcément dans la candidature de Lopez Obrador par exemple et qui sont des défenseurs de la démocratie, mais des défenseurs, c'est vraiment ce que Pierre Rosanvallon appelle la *« démocratie de la défiance »*. On défend la démocratie mais on est très critique vis-à-vis de ses mécanismes, vis-à-vis de l'offre politique, et cetera. Et alors, eux, ça a été l'enthousiasme et ça répondait évidemment aussi à un positionnement qui est le leur, c'est-à-dire que même si après dans la dernière phase, c'est clair que le mouvement était plutôt favorable à Lopez Obrador mais pas tout le monde parce qu'il y a des dirigeants du mouvement qui se sont positionnés pour Josefina Vázquez Mota, par exemple, mais c'est clair que ça répondait à cette position un peu apartisane, en demande forte de politique, donc c'est cette situation un peu paradoxale et donc très critique vis-à-vis du fonctionnement des médias, critique vis-à-vis de l'offre politique et là, c'est quelque chose que j'ai pas évoqué, mais qui, pour moi, est extrêmement important dans ce mouvement. C'est un mouvement qui, à mon sens, était porteur d'une vision très schématique du rapport des milieux populaires aux politiques. Donc il y avait vraiment l'idée, c'est des classes moyennes, des classes moyennes/hautes dans un contexte d'une société extrêmement inégalitaire où il y a très peu de contacts avec les catégories sociales, si ce n'est des rapports salariés, de domesticité pour être très précise, et donc qui bien souvent, enfin ça arrive aussi

en France, n'ont aucun contact avec les quartiers populaires et ont une vision, qui est à mon sens, comme personne ayant beaucoup travaillé sur les banlieues mexicaines, complétement fantasmée du rapport au politique des milieux populaires. Donc il y avait l'idée que les milieux populaires étaient manipulés par la télévision, en regardant le fait que la télévision soit favorable à certaines chaînes mais qui ont le monopole quasi exclusif des chaînes ouvertes et donc que ces chaînes soient favorables à Lopez Obrador allaient construire forcément un électeur, pauvre, en faveur de Peña Nieto, et que les enquêtes d'opinion qui montraient que Peña Nieto était en tête dans les zones marginalisées confirmaient cette idée alors que c'est pas votre sujet mais, à mon sens c'est tout à fait autre chose, c'est lié aux types de programmes sociaux mis en place par le PRI, c'est lié à la réactivation d'un travail territorial du PRI, que les autres partis font de manière très inégale, et auxquels les milieux populaires sont très sensibles d'avoir des personnes qui vont les aider à résoudre leurs problèmes quotidiens, à avoir accès à des services juridiques ou à comprendre comment fonctionnent les administrations, mais ça c'est un autre débat. Et donc il y avait cette idée, dans ces milieux-là, que les milieux populaires étaient manipulés par la télévision, et deuxièmement, et ça va revenir après dans la lecture qu'il y a eu de la campagne électorale, que, ils étaient justement achetés à l'échelle locale, à l'échelle territoriale, par le PRI avec des cadeaux, des marchandises, et cetera, et cetera. Bon, c'est pas notre débat mais là aussi c'est une vision de se dire que, au Mexique, on va vendre son vote pour un vélo, heu, le Mexique, c'est pas le Bangladesh quoi ! Donc il y a pas des nécessités matérielles, surtout dans les grandes banlieues, en zones rurales je connais assez mal, mais dans les grandes banlieues autour de Mexico, c'est pas du tout ça. Et donc, il y a eu cette lecture-là et bon je reviendrai après, peut-être, sur justement comment, à mon sens, le mouvement a aussi influencé la lecture qu'il y a eu après des élections. Et donc là, ça rentrait complétement en écho avec ce milieu-là qui a des caractéristiques très proches, en fait, de ces étudiants qui appartiennent aux classes moyennes, classes moyennes hautes, qui sont internationalisés, qui ont une certaine vision du Mexique, qui sont très déconnectés de la réalité du milieu populaire, et là on voit clairement le clivage avec ce que j'ai pu observer sur mes hommes politiques de gauche, qui eux, ont une présence, pas tous, mais certains ont une présence sur le terrain, dans les banlieues où il y a beaucoup moins cette lecture-là. Et le dernier groupe, ce sont les universitaires, mes collègues, avec qui je suis amie sur Facebook, dont beaucoup de sociologues et où là dans l'ensemble, l'accueil a été très enthousiaste aussi, et j'ai été étonnée de voir que des collègues que par exemple je ne connaissais pas sous ce jour-là ont annoncé sur leur page Facebook qu'ils allaient aller à des manifestations de YoSoy 132 ou à des événements organisés par YoSoy 132, voilà. Moi, c'est les trois populations que j'ai vues sur les réseaux sociaux qui ont été extrêmement actifs pour ce que j'ai vu dans mes sphères à moi, à ce moment-là.

2) Pensez-vous que le mouvement a bénéficié d'un poids prépondérant, en général, dans la campagne présidentielle mais aussi dans les médias ?

Alors moi ce que je pense c'est que le traitement médiatique a été en effet très important dans la presse écrite. Mais la presse écrite au Mexique, c'est extrêmement réduit. Donc il faudrait

re-regarder les chiffres précisément mais *La Jornada*, si je me trompe pas, en tout cas c'est les chiffres qui sont un peu anciens, mais dans les années 2000, c'était à peu près 70 000 exemplaires, euh alors après il y a évidemment la version électronique, il faudrait regarder. Mais en fait moi je pense que c'est un mouvement qui n'est pas sorti des classes moyennes urbaines et qui a eu relativement peu d'échos, en plus après il y a eu des raisons techniques et technologiques. Bon il y a un accès quand même à Internet qui est assez important au Mexique mais dans les quartiers populaires, ça va pas être à la maison, ça va plutôt être dans des cybercafés, et cetera, et cetera. Et donc moi je pense que aussi bien les modalités d'actions du mouvement, les thématiques dont il était porteur, la manière dont il voyait les élections et le vote populaire ; par exemple un de ses slogans c'était : « Por un voto racionado » (Pour un vote rationnel, en français). Et ça, ça renvoyait à l'idée que nous, on a un vote rationnel mais les milieux populaires l'ont pas parce qu'ils sont manipulés par les médias et par la télévision et puis par les leaders politiques locaux. Et donc, à mon avis, ça a eu un impact sur une fraction assez petite de l'électorat urbain, qui a accès à l'université. Donc là aussi, il faut voir que, au Mexique, c'est difficile d'avoir les chiffres exacts à cause justement du système d'autonomie, mais c'est entre 15 et 20% d'une classe d'âge qui a accès à l'université. Euh c'est un taux relativement bas en Amérique Latine, le Chili par exemple c'est 40%. Et donc du coup voilà, pour moi c'est resté, ça a eu une influence, ça a sans doute remobilisé des secteurs qui pouvaient être un petit peu démobilisés par l'offre politique, qui se reconnaissaient pas dans le PAN (parti de l'action nationale, droite) pour des raisons sociétales on va dire, parce que c'est un parti qui peut être conservateur sur des questions sociétales, qui ne se reconnaissaient pas dans Lopez Obrador parce qu'il a un discours qui s'est radicalisé depuis 2006 et qui choque parfois des gens appartenant aux classes moyennes et du coup, voilà, je pense que ça les a re-intéressés à la campagne mais que l'impact a été vraiment assez limité et que d'ailleurs c'est assez marrant parce que si on en revient aux réseaux sociaux, il y avait vraiment un enthousiasme. Par exemple, mes collègues sociologues, j'étais assez étonnée de voir qu'ils y croyaient quoi, ils y croyaient. Ils croyaient que ça allait avoir un impact, que ça pouvait renverser la campagne.

3) Et ça a quand même bénéficié d'une ampleur, puisque ça s'est un peu internationalisé, par exemple on a vu YoSoy 132 au Canada, aux Etats-Unis…

Oui bien sûr, ça a pris une certaine ampleur mais souvent ça s'est appuyé sur des réseaux préexistants. Par exemple, à Paris, il y a, alors pas de manière continue mais il y a, depuis le début des années 2000, il y avait un comité du parti de la révolution démocratique (PRD) et c'était le cas aussi aux Etats-Unis. Le parti de la révolution démocratique a plusieurs comités locaux qui sont parfois très actifs. Par exemple à Chicago, beaucoup de membres du comité local du PRD ont été un peu des leaders de la mobilisation à Chicago de 2006, des migrants, des travailleurs migrants qui a été une mobilisation très importante et donc c'est pas parti de rien, c'est-à-dire que ça a réutilisé des réseaux existants et l'autre chose qu'il faut savoir, c'est aussi lié à des choix éducatifs du Mexique. Le Mexique a préféré en grande partie externaliser sa formation doctorale et alors là il faudrait re-regarder les chiffres mais il y a une dizaine d'années, il y avait à peu près 500 bourses par an pour aller faire un doctorat à l'étranger

réparties, bon, pas mal aux Etats-Unis, bon, il y a dix ans, mais c'est vieux, il faudrait quand même re-regarder, il y avait quand même la moitié en Europe. Et donc en fait c'est un système qui est assez atypique en Amérique Latine, par exemple le Brésil a des formations doctorales en locale et ensuite demande à ses étudiants en doctorat de faire ce qu'on appelle une année sandwich et d'aller une année à l'étranger. Donc là du coup, si vous regardez qui sont ceux qui se sont mobilisés, c'est essentiellement des étudiants mexicains qui vivent à l'étranger et qui appartiennent aussi plutôt aux classes moyennes et qui, en plus l'expérience de l'expatriation transforme aussi un peu le rapport qu'ils peuvent avoir au Mexique et moi ça m'a rappelé plein de souvenirs quand j'ai vu la banderole de YoSoy 132 en face de la Tour Eiffel parce qu'on avait fait exactement la même banderole avec des amis au moment du « desafuero » de Lopez Obrador en 2004 où j'avais plein d'amis dans les réseaux de mexicains expatriés et en fait on avait pris une photo comme ça contre le « desafuero » de Lopez Obrador devant la Tour Eiffel qui avait fait la Une de *La Jornada* et donc huit ans après j'ai revu quasiment la même photo et en fait, évidemment c'est pas les mêmes, parce que bon il y a des effets de génération mais cette extension, pour moi, elle est vraiment liée à ça, au fait qu'il y ait tout un réseau d'étudiants et d'étudiants mexicains et en plus, comme il y a cette politique-là, c'est un débat qui est fréquent au Mexique, il y a ce qu'on appelle aussi une fuite des cerveaux. Evidemment, c'est des gens qui arrivent, qui ont entre 25 et 32 ans et qui parfois restent dans le pays où ils sont venus faire leur maîtrise ou leur doctorat et donc il y a aussi cette population de mexicains expatriés qui se mobilise de manière récurrente et donc là, vous, vous avez l'impression que c'est exceptionnel mais en fait c'est récurrent quoi. Chaque fois qu'il y a eu des événements un peu marquants, il y a eu ces Mexicains, à l'époque zapatiste, n'en parlons-pas, ils étaient à la pointe pour tout ce qui était mobilisations devant l'ambassade mexicaine, ils étaient très présents dans les comités, Chiapas, et cetera, et cetera.

4) A la base, c'est un mouvement étudiant, mais après c'est un peu devenu un mouvement social petit à petit, est-ce que les médias ont un peu contribué à cette vision d'un mouvement étudiant devenu mouvement social ?

Alors je sais pas si les médias ont vraiment contribué à cette question-là, euh peut-être qu'ils ont contribué en se faisant le relais de ce mouvement, en lui donnant une importance, et du coup en attirant un public plus large. Mais…Je sais pas. Peut-être.

5) Suite à l'élection d'Enrique Peña Nieto, est-ce que, selon vous, il y a eu un essoufflement du mouvement, que ce soit dans les manifestations et aussi dans le traitement médiatique, est-ce qu'on pourrait parler d'un essoufflement médiatique ?

Alors, bon déjà, évidemment, l'élection était passée, et donc ce qui les avait fait naître quand même était derrière eux (les partisans de YoSoy 132). Enfin même si il y a eu la phase de mobilisation post-électorale, j'y reviendrai. Donc évidemment, c'est difficile, enfin moi j'ai pas été sur place à ce moment-là, c'est difficile de savoir quelle est la part de la réduction des activités ou la réduction de l'intérêt dans les médias. De l'extérieur, il faudrait vraiment voir avec eux si en fait c'est les médias qui ont perdu de l'intérêt pour eux ou si ça s'est vraiment

essoufflé mais quand même il commençait à y avoir des divisions internes très fortes qui sont apparues après le débat qu'ils ont organisé où il y avait vraiment ceux qui ont commencé à dire : *« c'est récupéré par Lopez Obrador »*, bon alors il faut être très prudent, c'est vrai qu'il y a des figures du mouvement qui étaient très proches de Lopez Obrador, il y avait par exemple une fille, son nom m'échappe, qui est la fille de dirigeants proches de Lopez Obrador, qui avait été l'héroïne d'un spot de Lopez Obrador, qui ensuite a été une des figures de proue du mouvement à la UNAM et puis il y a par ailleurs, par exemple, des personnes qui ont commencé suite au débat. Par exemple, un des organisateurs du débat qui est de l'ITAM, qui a été présenté toujours comme un étudiant mais que moi j'avais rencontré à New-York où il faisait un doctorat et je l'avais connu là-bas et du coup ça avait été intéressant car on était amis sur Facebook donc j'ai suivi toute l'évolution, c'était assez marrant qu'il s'appelle Genaro Lozano qui a vraiment été une figure assez importante, qui était en fait chargé de TD (travaux dirigés), donc enseignant plutôt précaire à l'ITAM et lui, le soir du débat, il a dit : *« Ah pour moi c'est clairement Josefina qui a remporté le débat »*, alors là ça a été mais des insultes sur sa page Facebook, en plus il est clairement militant de la cause gay, il est marié à un garçon, et on lui a dit : *« Mais comment tu peux appuyer ce parti homophobe ? »*. Enfin ça a été vraiment un déchaînement et lui il disait : *« Ah ben non, mais moi je trouve que sur le fonds, c'est beaucoup de sérieux »*. Bon voilà, après il est un peu revenu en arrière parce qu'elle (Josefina Vazquez Mota) a fait des déclarations sur la question du mariage gay qui lui a déplu mais on voyait clairement qu'il y avait eu des tensions énormes et notamment moi ce que j'ai perçu, après il faudrait voir précisément, c'est le sentiment, il y avait ceux qui avaient été à l'initiative du mouvement de ces universités privées qui se sont, je pense, sentis dessaisis à un moment quand sont arrivés justement des militants des universités publiques qui ont un vrai savoir-faire, qui ont l'habitude de se mobiliser, et qui ont plein de relais politiques, syndicaux, qui connaissent des journalistes qui traitent des mouvements sociaux, qui ont des liens aussi privilégiés avec la presse qui leur est plutôt favorable, la presse de gauche, pour aller vite, et donc ils avaient été à l'initiative de ce mouvement et puis au bout de 15 jours, 3 semaines, arrivent ces militants de « toda la vida », souvent des militants étudiants qui, dès le lycée, ont commencé à être militants parce qu'il y a des lycées, liés à la UNAM, qui sont des lycées assez contestataires. Et puis alors là où c'est devenu vraiment flagrant le divorce c'est quand ils lancent leur programme de télévision « Sin filtro » (sans câble), donc le groupe plus lié aux universités privées et donc là sur la page Facebook de Genaro Lozano qui était chroniqueur de cette émission mais il y a eu des insultes en disant : *« Mais c'est dégueulasse, vous vous êtes fait achetés par Televisa, mais vraiment vous êtes les nouveaux apparatchiks des médias, vous pensez que vous allez rénover les médias, mais en fait voilà vous vous êtes fait achetés »*. Et donc là le clivage était très fort. Euh donc ça, c'est une partie de la réponse et l'autre partie c'est que, dans la phase post-électorale, c'est évidemment la coalition de Lopez Obrador qui remet en cause le résultat, qui a derrière lui un appareil impressionnant avec des gens qui ont collecté des informations sur ce qui leur semblait être des achats de vote, et cetera, et cetera et aussi qui ont les compétences, parce que le débat il a beaucoup porté aussi sur la question du financement. Donc il y a vraiment des professionnels de la vie politique qui reprennent donc le devant de la scène parce que là ça dépasse complétement les

compétences du mouvement YoSoy 132 et en plus, là on ne peut pas être dans la dénonciation théorique, c'est-à-dire là a pris le pas vraiment l'expertise partisane où on va dire à tel endroit, dans telle municipalité, il s'est passé ça ; euh là il y a un problème parce que si l'on regarde il y a eu plus de votants que d'inscrits dans les bureaux de vote, euh, et cetera, et cetera. Donc là, le mouvement, il a plus trop d'espace parce que c'est pas son domaine de compétences et c'est vrai, que à mon sens, il disparaît un peu, après je suis assez prudente, c'est vous qui devez faire ce travail-là pour regarder si c'est le cas parce qu'après je suis partie en vacances et j'ai plus regardé jusqu'à septembre. Mais c'est vrai que maintenant c'est quand même très peu présent et je crois que la question par exemple de ce programme « Sin filtro », ça a joué aussi, enfin c'est naturel, c'est pas du tout une dénonciation, c'est-à-dire que chacun a repris sa place d'une certaine manière, j'aurais envie de dire. Euh, il y a eu un moment d'union lié aux circonstances mais c'était des traditions qui étaient vraiment très différentes encore.

7) Et ce programme « Sin filtro », ça avait été initié par YoSoy 132 ?

Ben, en fait, ils sont cinq je crois, donc vous pouvez chercher le programme et en fait c'est que des leaders de YoSoy 132 et allez le voir car là ça fait quoi, ça fait bien trois mois que ça a commencé, même plus. En septembre je crois que ça a commencé. Et donc l'idée c'est hyper punchy, euh, c'est des petits jeunes qui commentent l'actualité politique. Alors moi je l'ai regardé au début, après je l'ai plus regardé et c'était vraiment l'idée : l'actualité autrement, mais c'est diffusé par Televisa. (rires)

Et ce qui revenait dans les pages Facebook, c'était aussi, enfin ils doivent être payés grassement. Bon je sais pas, mais c'était un élément de la dénonciation et c'était l'idée donc de changer, eux, leur discours c'était de changer, euh on leur offrait cet espace pour une information alternative mais en fait c'est des chroniqueurs hein. En plus, là il y aussi une ambiguïté énorme sur ce qu'est le profil du journalisme parce qu'en réalité c'est pas du tout des journalistes, pas du tout des journalistes d'investigation, donc c'est des chroniqueurs et voilà quoi. Et donc ils avaient l'idée qu'ils pouvaient apporter un regard décalé.

8) Et justement, il n'y a pas un paradoxe, comme ils dénonçaient le monopole de Televisa qui a plutôt favorisé le candidat Enrique Peña Nieto, d'avoir leur émission sur cette chaîne ?

Ben oui. Alors c'est pas du mouvement hein, c'est-à-dire c'est cinq, c'est une émission qui a été montée par, ils sont quatre ou cinq, mais quand même des leaders qui avaient été très visibles. C'est pas n'importe qui, c'est des leaders qui avaient été très visibles. Genaro Lozano, il avait quand même animé une partie du débat présidentiel. Le débat était en deux parties, c'était l'animateur d'une des deux parties du débat organisé par YoSoy 132. Donc c'était quelqu'un qui était assimilé comme étant un des leaders du mouvement.

9) Et ce débat, il avait été diffusé sur quelle chaîne ?

Alors ce débat il avait été diffusé, ben justement personne n'avait voulu le diffuser donc il avait été diffusé sur Internet. Et beaucoup, beaucoup relayé par les réseaux sociaux.

10) Et à partir de ce moment où il y a eu l'émission sur Televisa, est-ce qu'il y aurait eu une certaine division dans le mouvement ?

Alors là, euh, bon moi ce que j'ai vu, je l'ai pas vu dans les médias, mais après c'est des questions que j'ai pas suivies, je me suis pas spécialement intéressée à ce mouvement, j'étais beaucoup plus sur des questions liées à l'élection. Euh, en tout cas, moi ce que je peux vous dire, j'ai quand même un peu regardé des forums aussi et sur la page Facebook de Genaro Lozano, dès qu'il a mis l'info…

Moi je le vois assez bien, comme au Mexique, il y a 7 heures de différence, j'ai vu dans l'après-midi, ça m'avait vraiment frappée, j'ai vu comment, en l'espace de deux/trois heures, il y avait, ben je sais pas, 200 commentaires et certains lui disaient : *« Ah, felicidades, c'est super, c'est très bien »*. Mais la majorité des commentaires étaient extrêmement négatifs et dans les quelques forums que j'ai regardés sur ce sujet, c'était extrêmement négatif.

11) Comment vous définiriez le rapport entre les médias écrits mexicains, notamment ceux que vous avez cités, et le mouvement dans la campagne présidentielle ? Est-ce qu'il y avait un rapport bénéfique ou complémentaire, … ?

Bon, alors moi je répète, je suis pas spécialiste de ces questions-là ni du traitement médiatique. Enfin j'ai beaucoup travaillé sur les mouvements sociaux au Mexique et je me suis jamais trop intéressée au traitement par les médias. Euh bon moi j'ai le sentiment que oui, ça a été beaucoup, par exemple *La Jornada* a énormément relayé et que il y avait vraiment une sympathie très très forte pour le mouvement et que vraiment en fait, moi l'expérience que j'ai, c'est que voilà parfois il y a des rapports qui sont rapidement très proches entre les journalistes qui couvrent la source et certains mouvements et là je pense que ça a été le cas quoi.

12) Et avec l'évolution du mouvement et après avec l'élection d'Enrique Peña Nieto, est-ce que ce rapport a évolué, a pu changer ?

Alors après j'ai vraiment beaucoup de mal à dire parce que j'ai peu suivi mais ce que je peux dire c'est que en tout cas, avant en plus j'ai pas suivi spécifiquement, c'était dans le suivi que j'avais en général sur la campagne et c'était extrêmement visible. Et après, en cherchant pas spécifiquement, j'ai quasiment plus vu d'information sur la question, euh donc c'est pas que moi je m'y suis désintéressée, c'est que j'ai pas cherché au-delà de ce que je voyais dans les journaux et je l'ai beaucoup moins vu et c'est vrai que voilà quoi, enfin pour moi c'est clair que vraiment je vous disais au début sur des effets un peu de conjoncture : cette campagne complétement grise, ça a été, c'était vraiment un moment où les médias avaient rien à se mettre sous la dent quoi. Alors, à mon sens, ça a joué et puis voilà, après de toute manière, il y avait d'autre types d'informations qui ont été capitales, la polémique autour de l'élection et donc voilà après le traitement médiatique, j'en sais rien mais je suis pas non plus très parce qu'après il y a eu la phase des vacances, après la phase de la rentrée, je me suis moins intéressée aussi, j'ai moins été attentive à la presse mexicaine. Et par exemple, euh, je n'ai plus vu, je regarde quand même deux/trois fois par semaine au moins un journal télévisé qui

est en ligne, qui est un journal de la chaîne *Milenio*, donc c'est pas Televisa, ça appartient au groupe, je m'en rappelle plus, je crois que ça appartient au groupe de TV Azteca. Euh, ben là depuis septembre, je l'ai plus vu du tout alors que même eux (TV Azteca), qui sont une chaîne qui a été très critiquée par le mouvement, qui a été très critiquée après la campagne parce qu'ils produisaient une enquête qui s'est avérée complétement fausse hein, il y a eu tout un débat aussi sur les sondages, et YoSoy 132 a aussi beaucoup mis en cause les instituts de sondage et cette chaîne a été vraiment dans le collimateur et malgré cela, ils traitaient vraiment du mouvement et après je l'ai plus du tout vu quoi.

13) Et sur Internet, sur les blogs, sur les réseaux sociaux, est-ce qu'il y avait un rapport différent ?

Ben après ça a disparu aussi parce que là dans les populations que j'évoquais, ils sont tous retournés à la question, après le débat ça a été, juste après les élections le débat ça a vraiment été sur la question de l'achat de vote, de l'usage de l'argent et donc dans ce débat-là, je pense que YoSoy 132 n'était plus du tout leader et donc les étudiants étaient actifs sur les réseaux sociaux et faisaient des commentaires et étaient complétement dans cette perception-là, qu'il y avait eu beaucoup d'achats de vote mais ils étaient plus leaders dans le cadrage de l'information. Ils étaient suiveurs alors qu'ils avaient été leaders à un moment dans le cadrage de l'information.

14) Ils ont changé de statut…

Oui mais voilà c'était plus… Et c'est vrai que du coup, ça a fait un peu, euh, alors sans doute qu'il reste, qu'ils font encore pas mal de choses qui restent actives, que peut être à l'échelle des universités, ça a toujours un impact. Vu comme ça, de l'extérieur, sur la base uniquement des médias et de loin, ça fait un peu mouvement météorite quoi, euh, ça a été un départ fulgurant, euh et puis bon, et puis qui s'est essoufflé très vite quoi.

15) Et parmi leurs revendications, il y avait une plus grande démocratisation des médias, est-ce qu'ils ont vraiment appuyé, est-ce qu'ils ont pu changer les choses par rapport à ça, rendre les médias plus démocratiques, plus transparents ?

Non ben ça c'est quasiment impossible hein. Il faut rappeler quand même, j'ai pas les chiffres là, mais les propriétaires de Televisa et de TV Azteca, sont parmi, selon Forbes, je crois que Televisa, il est cinquantième en terme de fortune mondiale et TV Azteca, il est autour de cent hein, dans mon souvenir. Je parle pas de fortune mexicaine. Je parle de fortune mondiale. Donc c'est des groupes qui ont un monopole à 100% des chaînes télévisées, euh bien sûr, ça a ouvert un débat qui avait déjà été initié par Lopez Obrador dès 2006 et même avant était beaucoup intervenu sur la question des médias, du monopole des médias, et cetera, et cetera. Mais c'est extrêmement dur à réguler et il y avait déjà eu des bras de fer très importants entre le gouvernement et ces chaînes. Bon, il y avait une histoire de compagnonnage commun avec le PRI. Televisa étant l'héritière de la télévision publique. TV Azteca, le groupe qui a été créé au début des années 90, à un moment de privatisation très contestable puisqu'en fait en ont bénéficié des groupes très proches du parti hégémonique, du parti révolutionnaire

institutionnel, donc il y avait un rapport très fort au pouvoir. Ils se sont tout à fait accommodés de l'alternance, euh de l'arrivée du PAN (parti d'action nationale), alors je sais pas concrètement comment ça s'est passé mais en 2008, il y a eu un bras de fer qui a été très important entre ces groupes et le gouvernement parce qu'il y a eu une réforme de la loi électorale parce qu'en fait en 2006, entre 60 et 70% des financements publics des partis politiques avaient été utilisés en publicité à la télévision. Et donc il y a eu un débat des acteurs politiques de l'Institut Fédéral Electoral en disant *« Mais c'est pas possible qu'on finance en réalité la télévision privée »*, puisqu'en fait les financements pour les campagnes électorales, ils partent essentiellement là, donc l'Etat donne des sommes considérables à ces chaînes de télévision et donc ils ont interdit les spots à la télévision et ils ont voulu développer un système à la française où il y a des spots officiels qui sont diffusés et ça a été une levée de boucliers de Televisa et TV Azteca, euh enfin c'était très ponctuel et ça a été un bras de fer extrêmement important et qui a failli faire capoter la loi électorale. Donc on parle quand même d'une loi électorale, on parle pas d'une loi qui régule les médias, donc pour dire la force. Et donc moi je pense que quand même, au-delà de ça, si ça a eu une importance qui est très difficile à mesurer mais qui est de diffuser quand même beaucoup plus largement que ce que ça avait été le cas auparavant, le fait que ce monopole est scandaleux et que ce monopole est scandaleux pour la vie démocratique. Et c'est ce lien avec la vie démocratique de dire que les médias, c'est un élément consubstantiel de la vie démocratique et que le fait qu'il y ait des groupes qui aient le monopole à ce point des chaînes nationales, ça pose un vrai problème démocratique.

16) Il y a combien de chaînes sur la télé mexicaine ?

Ben en fait, donc il y a beaucoup de chaînes, mais il y a beaucoup de chaînes qui appartiennent aux groupes Televisa et TV Azteca. Donc Televisa et TV Azteca ont plein de chaînes de télévision mais elles appartiennent au groupe, euh et ce sont les seules qui ont une diffusion nationale et qui arrivent partout, sans câble. Après, il y a des chaînes publiques, par exemple les chaînes culturelles mais qui vont pas arriver au fin fond de la Sierra Gorda ou au fin fond du Chiapas et après il y a plein de télévisions, par exemple la UNAM a une télévision, il y a beaucoup de télévisions régionales aussi mais ce sont des chaînes qui ont une diffusion très ponctuelle. Et donc les seules qui ont une pénétration totale du territoire, qui sont diffusées partout, ce sont les chaînes de Televisa et de TV Azteca, qui, en réalité, sur ce segment-là, ont 100% de la diffusion. Je crois que c'est à peu près 70/30, 70 Televisa, 30 TV Azteca, et donc du coup un monopole qui est total. Et donc les chaînes publiques, en réalité, c'est des chaînes qui sont souvent très élitistes, qui ont un audimat qui est extrêmement réduit mais qui est aussi extrêmement réduit parce qu'elles sont pas diffusées beaucoup.

17) Et dernière question, vous m'avez parlé tout à l'heure de l'essoufflement du mouvement après l'élection d'Enrique Peña Nieto, comment vous voyez l'avenir du mouvement, est-ce que ça peut ressurgir ou est-ce qu'il est vraiment voué à disparaître ?

Alors, un, je fais pas de prédictions. Non je sais pas du tout parce que là il faudrait vraiment être sur place et voir si le mouvement s'est un peu institutionnalisé, par exemple si il y a des

comités actifs parce que bon sur le papier, il peut y en avoir mais une autre chose, c'est qu'ils soient vraiment actifs au niveau des universités, des facultés, et donc la possibilité que le mouvement soit réactivé dépend énormément de ça. Elle dépend de si le mouvement a réussi à créer des groupes locaux, qui sont pas visibles parce qu'il n'y a pas de mobilisation particulière en ce moment mais qui, sur un événement où il y ait une autre question de ce type, va pouvoir remobiliser au-delà des petits comités. Voilà, donc ça, il faudrait vraiment être sur place pour le savoir.

Annexe 2

Retranscription de l'interview réalisée auprès de José Igor Israel González Aguirre

(Professeur chercheur au département d'études sur les mouvements sociaux (DESMOS) au Centre universitaire des sciences sociales et humaines (CUCSH) à l'université de Guadalajara, Mexique)
Interview réalisé le 4 mai 2014.

1) ¿Si has seguido, en 2012, lo del movimiento #YoSoy132, cómo el movimiento fue descrito en la prensa escrita de México durante la campaña, según tu punto de vista? (sería bueno dar ejemplos que puedan aclarar y justificar tal punto de vista)

En aquel entonces escribí un texto que presenté, justo el 02 de julio, en la ciudad de Lyon. Dicho texto se convirtió después en el capítulo de un libro (si estás interesada en el texto, te lo puedo pasar). La percepción que entonces había en torno al #YoSoy132 era variada. No obstante, había un factor común: se pensaba que este movimiento había dinamizado un proceso electoral que hasta entonces había estado un tanto aletargado. Las opiniones "mediáticas" eran variadas. Había desde perspectivas que tendían a minimizar al movimiento, como otras que buscaban postularlo como el salvador del país. Incluso hubo muchas referencias (desde mi punto de vista, equivocadas) al movimiento estudiantil del 68. Desde mi perspectiva, uno de los grandes logros del #YoSoy132 tiene que ver justamente con que permite efectuar un contraste con los "medios tradicionales". El actuar del movimiento puso de relieve que éstos estaban 1. O manipulados; 2. O eran terriblemente lentos en la transmisión de la nota, en el ofrecimiento de la información. En este mismo sentido, otro de los aspectos a destacar tiene que ver con que el movimiento evidenció el funcionamiento del aparato estatal en términos de la búsqueda de "sesgar" la realidad. La cobertura que se le dio al tema en los diarios "oficialistas" o cercanos al PRI postulaba lo ocurrido en la Ibero como un triunfo del entonces candidato priista, cuando lo que ocurrió fue precisamente lo contrario. En este sentido, el mejor manejo de las plataformas virtuales para la socialización (i.e. YouTube, FB, Twitter), por parte de los jóvenes del movimiento, permitió hacer un contraste entre la versión "estatal" de los hechos, con la versión de los estudiantes. Esto, de alguna manera, nos coloca en el plano de la (des)legitimación de una figura política y las condiciones de posibilidad para la emergencia tanto de otras prácticas políticas como de una especie de "nueva esfera pública", o por lo menos, de mecanismos alternos para informarse. Creo que en un principio, la relación de los medios con el 132 atraviesa por esos factores.

2) ¿Según tú, permitió la cobertura mediática acerca del movimiento redirigir el interés de los mexicanos hacia la campaña presidencial? Si piensas que es el caso, ¿De qué manera y por qué? Si piensas que no, ¿por qué?

Sin duda, la exposición mediática del #YoSoy132 atrajo una mayor atención hacia el proceso electoral. Lo que hasta la erupción del 132 había sido una campaña sosa y desangelada, se convirtió en un asunto que atrajo la atención tanto de los medios nacionales e internacionales, como de buena parte de la población en general. No estoy seguro de que esto haya influido de manera determinante en la configuración/cambio de las preferencias electorales. Creo que éstas estaban dadas de antemano. Más bien, la importancia del 132 radica en otras partes. Por ejemplo, a partir de este movimiento se inauguró una época que incorporaba a las (mal llamadas) redes sociales a la construcción del campo político. Después de ello, la arquitectura de lo público en este país no será igual. Revisa, por ejemplo, cómo desde entonces, las cuentas en TW de políticos y similares se han incrementado. Me parece, pues, que el asunto coyuntural de las elecciones, y la atención que el 132 atrajo hacia las campañas, produjo una consecuencia importante en términos del aprendizaje como de otras posibilidades en torno a, por ejemplo, la rendición de cuentas, y la necesaria transparencia del gobierno. Más que pensar en la atención que atrajo el movimiento hacia las campañas, su hulla se encuentra en la reconfiguración que posibilitó en materia de la arquitectura de lo público.

3) ¿Piensas que el movimiento ha gozado de una verdadera importancia en la campaña presidencial? ¿Cómo y por qué? (si piensas que es el caso, si no, justificar también) También, si piensas que es el caso, ¿Han desempeñado los medios de comunicación un papel en eso (la importancia del movimiento)? (según tu opinión)

Desde luego que el movimiento jugó un papel importante en la última parte del proceso electoral. Insisto, no tanto en la inclinación de las preferencias hacia uno u otro de los contrincantes. Me parece que en esos términos, la influencia del 132 no fue tan significativa. En cambio, lo que sí vale la pena destacar es lo que el movimiento puso de relieve. Hay por lo menos tres cosas importantes. 1. Lo que fue la demanda inmediata del 132, es decir, la necesaria/urgente democratización de los medios; 2. Las estrategias empleadas por los aparatos estatales para manipular la información; y 3. La emergencia de medios alternativos para informarse.

4) ¿Cómo definirías la relación entre los medios de comunicación escritos y el movimiento durante la campaña presidencial? Hoy, según tú, ¿cómo es esa relación? ¿Todavía existe? ¿Piensas que ha evolucionado?

La relación entre el 132 y los medios escritos tiene diversas aristas. Por ejemplo, en principio, al día siguiente de lo ocurrido en la Ibero, las portadas de los diarios cercanos al PRI prácticamente buscaban opacar las manifestaciones de repudio en contra de EPN. Se puso de

relieve, pues, las estrategias implementadas por los aparatos de estado para manipular la información. Luego, hubo un periodo de "enamoramiento" entre la prensa escrita (y entre los medios en general). Ello trajo consigo una especie de "entronización" del movimiento. En otras palabras, se le atribuyeron al movimiento responsabilidades que estaban fuera de su alcance (e incluso, fuera de sus objetivos originales). Esto se debe en buena medida a esa especie de "necesidad" que tenemos los mexicanos, es decir, andamos en busca de figuras caudillistas que vengan a "salvarnos". Algo así pasó con el 132. Los medios (y algunos sectores de la opinión pública) los postularon como "aquello que le hacía falta a México". Luego del enamoramiento vino una especie de desencanto. Algunos medios (sobre todo oficialistas) comenzaron a argumentar acercar de que el movimiento estaba manipulado por AMLO, e incluso por la propia Televisa (el surgimiento de Sin Filtro le hizo un flaco favor al movimiento). Y como ocurre siempre, poco a poco, los medios le prestaron cada vez menos atención al 132 (lo cual no necesariamente quiere decir que éste haya desparecido).

5) ¿Consideras que el movimiento perdió importancia después de la elección de Peña Nieto? ¿Que eso fue por parte de los medios de comunicación?

Como decía antes, creo que lo que ocurrió en primera instancia fue que los medios dejaron de hablar del 132, y no que éste haya desaparecido o perdido importancia. En buena parte del país los procesos organizativos detonados por el movimiento siguieron (y siguen hasta la fecha, aunque con otras formas y con otros objetivos y estrategias).

6) ¿Hoy en día, el movimiento #YoSoy 132 existe? ¿O existe bajo otras formas? ¿Cómo se concretiza hoy? ¿Cómo ves su futuro?

Para responder a esta pregunta es necesario comenzar a pensar la movilización social desde otras perspectivas distintas a las tradicionales. Por ejemplo, desde un punto de vista tradicional, el 132 fue una acción colectiva más, una serie de manifestaciones con poca trascendencia (porque desde esa perspectiva, el movimiento no trajo una "transformación revolucionaria de las estructuras"). Esa es, desde mi punto de vista, una interpretación obtusa. Por el contrario, el 132 triunfó desde su propio surgimiento. Ello en el sentido de que produjo una serie de aprendizajes "ciudadanos" por decirlo de algún modo. También evidenció de manera por demás clara los mecanismos implementados por el poder para sesgar y ocultar información (y de paso, hizo visibles los contornos del régimen que entonces estaba por venir y que hoy se ha instaurado en México. Evidenció el retorno de un autoritarismo que, aunque burdo, es mucho más sofisticado que el de hace unas décadas). Por último, hizo manifiesto el poder de la red, por decirlo castellanamente. No me cabe duda que el 132 inauguró una nueva etapa en el campo político mexicano. Quizá hoy el movimiento no tenga la fuerza ni la presencia con la que contó en el 2012. Pero sus triunfos siguen ahí, igual que ocurrió con los aprendizajes que éste produjo. Insisto: no me cabe duda que con el 132 se inauguró una nueva época en el campo político de este país.

Annexe 3

Manifiesto #YoSoy 132 : declaratoria y pliego petitorio

23 de mayo de 2013
Manifeste #YoSoy 132 : déclaratoire et liste des exigences
23 mai 2012

La situación en la que se encuentra México exige que las y los jóvenes tomemos el presente en nuestras manos. Es momento de que luchemos por un cambio en nuestro país, es momento de que pugnemos por un México más libre, más próspero y más justo. Queremos que la situación actual de miseria, desigualdad, pobreza y violencia sea resuelta. Las y los jóvenes de México creemos que el sistema político y económico actual no responde a las demandas de todos los mexicanos.

La situation dans laquelle se trouve le Mexique exige que les jeunes, nous prenions le présent entre nos mains. Le moment est venu de lutter pour un changement dans notre pays, le moment est venu que nous bataillions pour un Mexique plus libre, plus prospère et plus juste. Nous souhaitons que la situation actuelle de misère, d'inégalité, de pauvreté et de violence soit résolue. Les jeunes du Mexique, hommes ou femmes, nous croyons que le système politique et économique actuel ne répond pas aux revendications de tous les Mexicains.

Los estudiantes unidos de este país creemos que una condición necesaria para corregir esta situación, consiste en empoderar al ciudadano común a través de la información, ya que ésta nos permite tomar mejores decisiones políticas, económicas y sociales. La información hace posible que los ciudadanos puedan exigir y criticar, de manera fundamentada, a su gobierno, a los actores políticos, a los empresarios y a la sociedad misma. Por eso, #YoSoy132 hace del derecho a la información y del derecho a la libertad de expresión sus principales demandas. Hoy, los jóvenes de México hemos encendido una luz en la vida pública del país. Asumamos este momento histórico con valentía e integridad. No esperemos más. No callemos más. Los jóvenes decimos: ¡Presente! A los medios de comunicación nacionales e internacionales, a las instancias competentes del gobierno, a la sociedad mexicana en general. El movimiento #YoSoy132 declara:

Les étudiants unis de ce pays, nous croyons qu'une condition nécessaire pour corriger cette situation, consiste à donner le pouvoir au citoyen lambda à travers l'information, étant donné que celle-ci nous permet de prendre les meilleures décisions politiques, économiques et sociales. L'information permet aux citoyens d'exiger et de critiquer, de manière fondée, leur gouvernement, les acteurs politiques, les entrepreneurs et la société même. C'est pourquoi, #YoSoy 132 fait du droit à l'information et du droit à la liberté d'expression, ses principales revendications. Aujourd'hui, nous, les jeunes du Mexique, nous avons allumé une lumière dans la vie publique du pays. Nous assumons ce moment historique avec courage et intégrité. N'attendons plus. Ne nous taisons plus. Nous, les jeunes, nous disons: Présent! Aux médias

nationaux et internationaux, aux instances compétentes du gouvernement, à la société mexicaine en général, le mouvement #YoSoy 132 déclare :

Primero.- Somos un movimiento ajeno a cualquier postura partidista y constituido por ciudadanos. Como tal, no expresamos muestras de apoyo hacía ningún candidato o partido político, pero respetamos la pluralidad y diversidad de los integrantes de este movimiento. Nuestros deseos y exigencias se centran en la defensa de la libertad de expresión y el derecho a la información de los mexicanos, en el entendido de que ambos elementos resultan esenciales para formar una ciudadanía consciente y participativa. Por lo mismo, promovemos un voto informado y reflexionado. Creemos que, en las circunstancias políticas actuales, el abstencionismo y el voto nulo son acciones ineficaces para avanzar en la construcción de nuestra democracia. Somos un movimiento preocupado por la democratización del país y, como tal, pensamos que una condición necesaria para ella, involucra la democratización de los medios de comunicación. Esta preocupación se deriva del estado actual de la prensa nacional y de la concentración de los medios de comunicación en pocas manos.

Premièrement : Nous sommes un mouvement étranger à toute posture partisane et constitué par des citoyens. Comme tel, nous n'exprimons aucun signe de soutien envers un candidat ou parti politique, mais nous respectons la pluralité et la diversité des intégrants de ce mouvement. Nos souhaits et exigences se focalisent sur la défense de la liberté d'expression et le droit à l'information des Mexicains, dans le sens où ces deux éléments sont essentiels pour former une citoyenneté consciente et participative. Egalement, nous promouvons un vote informé et réfléchi. Nous croyons que, dans les circonstances politiques actuelles, l'abstentionnisme et le vote nul sont des actions inefficaces pour avancer dans la construction de notre démocratie. Nous sommes un mouvement préoccupé par la démocratisation du pays et, en tant que tel, nous pensons qu'une condition nécessaire pour cela, implique la démocratisation des médias. Cette préoccupation découle de l'état actuel de la presse nationale et de la concentration des médias entre les mains de certains.

Segundo.- #YoSoy132 es un movimiento incluyente que no representa a una sola Universidad. Su representación depende únicamente de las personas que se suman a esta causa y que se articulan a través de los comités universitarios. En esencia, nuestro movimiento busca la democratización de los medios de comunicación con el fin de garantizar una información transparente, plural y con criterios mínimos de objetividad para fomentar una conciencia y pensamiento críticos. Es por ello que: Exigimos competencia real en el sector de los medios de comunicación, en particular en lo referente al duopolio televisivo constituido por Televisa y Tv Azteca.

Deuxièmement : #YoSoy 132 est un mouvement englobant qui ne représente pas une seule université. Sa représentation dépend uniquement des personnes qui se joignent à cette cause et qui se fédèrent à travers les comités universitaires. En essence, notre mouvement cherche la démocratisation des médias avec le but de garantir une information transparente, plurielle

et avec les critères minimaux d'objectivité pour faire croître une conscience et un esprit critiques. C'est pour cela que nous exigeons la concurrence réelle dans le secteur des médias, en particulier en ce qui concerne le duopole de la télévision, constitué par Televisa et TV Azteca.

Exigimos la instauración en todos los medios informativos (radio, televisión y medios impresos) de instrumentos que resguarden el interés social.
Exigimos someter a concurso producciones para los canales públicos de permisionarios en las distintas escuelas de comunicación.
Exigimos hacer del acceso a internet un derecho constitucional efectivo, en los términos que establece el artículo 1° de nuestra Carta Magna.
Exigimos abrir espacios de debate entre jóvenes, académicos y los medios de comunicación sobre las demandas aquí expuestas.
Exigimos garantizar la seguridad de los integrantes de este movimiento, de quienes se expresan libremente a lo largo del país y, en particular, de los periodistas que han sido alcanzados por la violencia. Además, expresamos nuestra absoluta solidaridad con las personas que en los últimos días han sido reprimidas por manifestar sus ideas en distintos estados de la república.

Nous exigeons l'instauration, dans tous les médias informatifs (radio, télévision et médias écrits) d'instruments qui défendent l'intérêt social.
Nous exigeons soumettre à un concours les productions pour les chaînes publiques d'ayant-droit dans les différentes écoles de communication.
Nous exigeons faire de l'accès à l'Internet un droit constitutionnel effectif, dans les termes établis dans l'article 1 de notre Constitution.
Nous exigeons d'ouvrir des espaces de débat entre les jeunes, les universitaires et les médias sur les revendications exposées ici.
Nous exigeons la garantie de la sécurité de ceux qui rejoignent ce mouvement, de ceux qui s'expriment librement dans tout le pays, et en particulier, des journalistes qui ont été touchés par la violence. De plus, nous exprimons notre absolue solidarité envers les personnes qui, récemment, ont été réprimées pour avoir défendu leurs idées dans différents Etats de la république.

Como demanda inmediata exigimos la transmisión en cadena nacional del debate de los candidatos a la presidencia de la República. Encontrando esto no como una imposición a las audiencias privilegiadas, sino como forma de garantizar el derecho a elegir verlo o no, a quienes hoy no cuentan siquiera con esa posibilidad.

Comme requête immédiate, nous exigeons la transmission, sur chaîne nationale, du débat des candidats à la présidence de la République. Considérant cela, non comme une imposition aux audiences privilégiées, mais comme une forme de garantir le droit à choisir de le voir ou pas, à ceux qui, aujourd'hui, ne disposent même pas de cette possibilité.

¡Universitarios y jóvenes de México! este movimiento los convoca a organizarse, sumarse y hacer suyo este pliego petitorio por medio de todas las expresiones posibles, en especial utilizando su creatividad a través de la cultura.

Universitaires et jeunes du Mexique, ce mouvement vous appelle à vous organiser, vous rassembler et faire vôtre cette liste de requêtes au moyen de toutes les expressions possibles, en particulier en utilisant votre créativité à travers la culture.

¡Por una democracia auténtica! ¡#YoSoy132!
Pour une démocratie réelle! #YoSoy 132 !