

Volume XI, numéro 3, mai 2010

LE REPORTER

Une publication des étudiants aux Certificats de rédaction et de journalisme de la Faculté de l'éducation permanente de l'Université de Montréal

HALTE AU
NOMBRIILISME!

réviseur
traducteur
relationniste
Camelot pupitreu
Photographe rechercheur
cadreur-monteur

Dossier spécial
Les alliés des journalistes

« AU REPORTER, IL N'Y EN A QUE POUR LES JOURNALISTES »

Par **Leslie Doumerc**

Ces grognements ont toujours été discrets et mesurés, mais constants depuis que le journal des étudiants en journalisme a intégré ceux du certificat en rédaction. Depuis des années, l'équipe de révision du *Reporter* travaille dans l'ombre pour sublimer le contenu final. Une tâche indispensable mais parfois ingrate.

Quand on est jeune journaliste, on met toute notre âme dans nos premiers textes. Qui est cette affreuse personne qui ose couper mon article de moitié faute d'espace ou ôter, sans la moindre vergogne, une figure de style que l'on trouvait pourtant si parlante ? C'est le réviseur, qui vous rappelle que vous n'écrivez pas pour vous mais bien

pour vos lecteurs. Interviewée pour la première fois de sa carrière, Chantale Cusson, réviseuse à *L'actualité*, résume d'ailleurs bien sa mission : donner l'envie au lecteur de lire le texte, jusqu'à la fin. Le réviseur a le recul nécessaire pour y arriver, pas vous.

Il est votre allié en aval, tout comme l'est, en amont, le relationniste, profession souvent diabolisée au certificat en journalisme. Il est bien vu de mépriser ces « gérants d'image » qui nous vendent leur salade. Ce serait oublier le fameux devoir d'esprit critique. La sulfureuse Nathalie Bergeron explique que le relationniste est une source d'information comme les autres, qu'il faut remettre en

question comme les autres. Elle se sent d'ailleurs insultée par les journalistes fainéants qui se contentent de recopier les communiqués de presse sans corroborer les faits.

Parmi les complices des journalistes, il existe un monde encore plus méconnu. Celui des camelots, qui livrent tous les matins la prose des journalistes. Notre reporter Antoine Palangié a partagé avec eux une virée nocturne pour un photoreportage émouvant.

Alors, journalistes, halte au nombrilisme ! Ils sont recherchistes, photographes, pupitreurs, cadresurs-monteurs, relationnistes, réviseurs, camelots, et ils sont à l'honneur dans ce numéro.

VOLUME XI – NUMÉRO 3 MAI 2010

ÉDITORIAL

- 2 – « Au Reporter, il n'y en a que pour les journalistes »
– *Leslie Doumerc*

CHRONIQUE D'AILLEURS

- 3 – Traductrice aux JO, sport de haut niveau –
Floriane Denis

DOSSIER: LES ALLIÉS DES JOURNALISTES

- 4 – De l'autre côté du journal – *Sarah-Émilie Nault*
6 – Tous journalistes ? – *Guillaume Rosier et Ilan Dehé*
7 – Monsieur Tout-en-un – *Mélissa Pelletier*
8 – Rien que la vérité... – *Marie-Noëlle Reyntjens*
10 – L'envers du décor – *Leslie Doumerc*
12 – Un journaliste s'endort, un camelot s'éveille –
Antoine Palangié

MONDE

- 14 – Le paradis de la presse est en Inde – *Émilie Boudin*

PHOTOREPORTAGE

- 16 – Journalisme bénévole, entre expérience et exploitation – *Valérian Mazataud*

SOCIÉTÉ

- 18 – Exploration urbaine : les aventuriers de la marche perdue – *Sylvain Dufault*

CULTURE

- 19 – Les touaregs ont le blues – *Dany Dion*



TRADUCTRICE AUX JO, SPORT DE HAUT NIVEAU

Par Floriane Denis

C'est en faisant des recherches terminologiques sur le patinage artistique que je suis tombée sur l'offre du COVAN. Le Comité organisateur des Jeux cherchait une réviseuse. Ni une, ni deux, j'ai posé ma candidature. Un mois et demi plus tard, je débarquais dans l'Ouest canadien. J'y ai découvert un environnement de travail et de vie stimulant.

Le COVAN était une entreprise temporaire. L'équipe avait grossi très vite, pour comprendre, pendant les Jeux, une douzaine de traducteurs et réviseurs à l'interne, assistés d'une quarantaine de personnes du Bureau fédéral de la traduction (BTB).

Dans ce contexte, l'organisation et ses employés doivent constamment «se revirer sur un dix cennes». En trois mois, j'ai occupé trois postes : au siège social, au centre principal de presse et à la coordination de la traduction. Je changeais parfois de casquette au cours de la même semaine, ou de la même journée.

Au siège social, je traduisais des textes destinés aux communications et aux sites web du COVAN. Puis, on m'a annoncé que je deviendrais coordonnatrice et que je m'occuperai de la «boîte de traduction», la «boîte de Pandore».

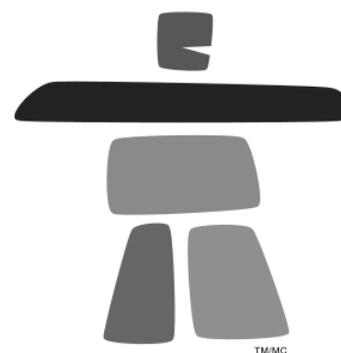
Cette boîte était l'adresse électronique où nous recevions toutes les demandes de traduction. Il fallait les traiter, les attribuer à différents traducteurs, les classer, les livrer, si possible dans les délais de nos clients internes – pas toujours réalistes.

J'ai adoré ça, car j'étais en contact avec notre équipe et avec le Bureau. Avec aussi les clients qu'il fallait souvent éduquer, leur expliquant par exemple ce qu'est un délai réaliste.

Travailler au centre principal de presse a aussi été captivant. Nous traduisions les déclarations des sportifs et des articles du service des nouvelles internes du COVAN.

Pendant les Jeux, nous travaillions 10 ou 11 heures par jour, six jours par semaine. Entre les déclarations d'athlètes, parfois colorées, le décès du lugeur Nodar Kumaritashvili et le courage de Joannie Rochette, un printemps précoce, les nombreuses fêtes et sorties, la victoire du Canada au hockey, nous avons eu de très nombreux fous rires et versé quelques larmes aussi.

Durant ces semaines intenses, j'ai rencontré des nomades des jeux, qui vont de contrat en contrat pour les Jeux olympiques et autres événements sportifs. J'ai connu des gens de partout qui, comme moi, ne voient pas la vie sans voyage. Et j'ai créé avec certains, dans la solidarité et le partage de moments forts, des liens solides et uniques. Plus que le poste occupé ou les billets gratuits, c'est ce qui rend inoubliable l'expérience des JO.



vancouver 2010

Le Reporter

Université de Montréal

Pavillon J.-A.-DeSève

Local B-2419

C.P. 6128, Succ. Centre-ville

Montréal (Québec) H3C 3J7



Floriane Denis a été pendant trois mois «spécialiste des langues officielles» aux Jeux de Vancouver. Diplômée en langues et en traduction, elle est traductrice au Québec depuis huit ans. Elle a aussi fait le certificat en journalisme. Elle a été journaliste aux Îles-de-la-Madeleine pendant un an, puis reporter et chroniqueuse pour plusieurs émissions de CIBL 101,5 Radio-Montréal depuis 2007.

DE L'AUTRE CÔTÉ DU JOURNAL

Précis, honnête, arrogant, cultivé, dérangeant, juste, poétique, sensationnaliste, drôle, sarcastique... Tellement de termes peuvent décrire le journaliste d'aujourd'hui. Si, de l'intérieur, les journalistes possèdent leur propre vision de leur travail, qu'en est-il des autres ? Ceux avec qui ils œuvrent de près ou de loin, qui les lisent ou qu'ils rencontrent ? Quelle idée se font-ils des ces êtres qui, par passion, brandissent stylo ou micro ?

Par Sarah-Émilie Nault

Shawn Edward

vedette de la télé-réalité *Loft Story*

« Les journalistes sont des êtres humains, guidés par différentes passions et buts. J'ai eu droit à toutes sortes d'entrevues. Certaines ont été déformées et altérées pour plaire au rédacteur en chef, et d'autres ont été magiques et ont aidé des gens dans le besoin. J'ai cependant appris à me méfier et à ne faire confiance qu'à ceux qui ont toujours tenu parole. Sans les journalistes, une vedette n'a aucune exposition, et sans les vedettes, le journaliste n'a rien de spectaculaire à raconter. »

Simon-Olivier Fecteau

réalisateur et acteur

« Depuis plus de 10 ans, je côtoie des journalistes dans le cadre de mon travail, autant avec ceux provenant des régions que ceux au national (anglais comme français). Certains d'entre eux font extrêmement bien leur boulot et sont hyper-professionnels, objectifs et honnêtes dans leur façon de faire. Alors que d'autres, malheureusement trop souvent ceux du Québec selon mon expérience, rapportent l'info de façon "mal-intentionnée". Beaucoup émettent des opinions qui n'ont pas leur place dans les reportages (surtout télé) mais cela se retrouve moins dans les médias imprimés et la radio. »

Sylvie Lafrance

conseillère en communications auprès de compagnies pharmaceutiques

« Comme je suis très souvent interviewée, j'ai appris à faire avec eux. C'est comme dans la vie: parfois on rencontre des gens qui sont cons, parfois ce sont des gens intéressants et inspirants. C'est pareil pour les journalistes, ce sont des gens ordinaires, comme les autres. Êtes-vous rassurée ? »

Amélie Nothomb

écrivaine

« Les journalistes sont essentiels à mon métier. Jusqu'à présent, j'ai eu une très bonne relation avec eux. Ils parlent des projets que je fais, et jusqu'ici, ils en parlent surtout en bien. J'imagine que si un projet se fait détruire par la critique, ça doit être moins évident, mais quand on fait ce travail, il faut s'attendre à des vagues de temps à autre. »

« Comme pour n'importe quelle profession, il ne faut pas mettre tous les individus dans le même panier. Par contre, mon expérience m'a démontré que souvent, le journaliste est plus intéressé à écrire une bonne histoire que de rapporter les faits... peut-être parce que le lecteur veut du sensationnalisme? Du coup, le travail de recherche effectué pour écrire les articles en souffre. Si un changement n'est pas opéré rapidement, le métier de journaliste sera rapidement mis en péril et le relais risque d'être assuré par des blogs spécialisés ou autres... »

Carol Paquet

étudiant en sociologie

« Les journalistes sont essentiels à une bonne démocratie, pour garder les gens informés des enjeux vitaux d'une société. Cependant, je déteste quand les journalistes viennent voir une mère ou une fille venant de vivre un accident, pour avoir ses impressions, en grande primeur! Si je vis un événement tragique dans ma famille, je dois vivre mon deuil, peu importe la portée de cet événement... Si un journaliste m'abordait pour avoir mes impressions sur ce qui vient de m'arriver, je lui ferais ravalé son stylo... »

Chantal Julien

soeur d'un accidenté de la route

« Ils sont le 4^e pouvoir, celui qui fait contrepoids vis-à-vis des pouvoirs de l'État... En un mot: ils sont ESSENTIELS à la démocratie. Ils doivent demeurer indépendants (ne pas faire partie de réseaux de presse convergents) et être bien rémunérés. Cela dit, cette situation est un idéal qui se fait de plus en plus rare, malheureusement. Les journalistes doivent être les chiens de garde de la démocratie, de la justice et de la liberté d'expression, notre porte-voix. »

Martin Robert

travailleur en e-marketing

« Je crois que d'une part, beaucoup sont cyniques, voire désillusionnés face à la politique et à la possibilité de changement, de nouvelles idées pour la société. Malheureusement, ça transparaît dans les reportages/émissions/etc. Toutefois, il ne faut surtout pas généraliser. D'autre part, même si ça peut sembler contradictoire, je crois qu'ils sont heureux quand ils voient individuellement des jeunes prendre leur place et amener sur la place publique des idées nouvelles. »

Sarah Désilets-Rousseau

étudiante à l'école du Barreau

« Je crois qu'on déforme parfois des détails de la réalité, juste pour mettre plus de piquant dans les articles... J'en sais quelque chose! L'article sur la mort de mon frère, lors de son accident de moto, portait le gros titre: La vitesse tue. Pourtant, l'enquête a démontré que la vitesse n'était pas en cause. C'était choquant! »



Sarah-Émilie Nault est une nouvelle venue dans le milieu journalistique, mais s'y sent déjà tout à fait à sa place. Elle croit que les journalistes sont capables du meilleur (c'est ce qu'elle désire réaliser) et parfois, du pire...

Esther Thomassin

conceptrice, rédactrice en publicité

T O U S J O U R N A L I S T E S ?

Photographes de presse, chercheurs et pupiteurs, doit-on les considérer comme des journalistes ? La question se pose. Dans son guide de déontologie, la Fédération professionnelle des journalistes du Québec tranche d'un « OUI » sans concession. Trois personnes, trois métiers, trois témoignages.

Par Guillaume Rosier et Ilan Dehé

François Roy

Photographe de presse au quotidien *La Presse*

Quand on est photographe de presse dans un quotidien, les journées sont très variées. Dans la même journée, je peux aller prendre des photos à la sortie du Palais de Justice, couvrir l'entraînement du Canadien de Montréal ou voir le Cirque Éloize, qui va représenter Montréal à l'Exposition universelle de Shanghai. Ce qui est génial, c'est que l'on touche à tout.

Un photographe de presse n'a pas le choix d'être journaliste. Je dois savoir qui est qui et qui fait quoi. C'est important pour prendre les bonnes photos. Le photojournaliste doit se tenir au courant de l'actualité.

On travaille de manière indépendante, mais complémentaire. Je ne dis pas au journaliste quoi écrire, et il ne me dit pas quoi photographier. Ce qui importe, c'est que la photo corresponde à l'article et vice-versa.



Après une formation en Histoire, Guillaume Rosier s'est inscrit au certificat en journalisme en janvier 2009. Son objectif premier est de devenir photojournaliste. Il termine en ce moment un stage à CIBL 101,5 Radio-Montréal en tant que chercheur. C'est après s'être demandé si le chercheur pouvait être considéré comme un journaliste à part entière qu'il a décidé d'écrire cet article.

Après des études en communication et un baccalauréat en journalisme audiovisuel, Ilan Dehé achève actuellement son certificat en journalisme. Désireux de comprendre les rouages du monde journalistique, Ilan décide de donner un aperçu, à travers ce papier, des différents métiers qui composent un média.

Julie Carpentier

Pupitreuse à la section culture et sport au journal *Le Devoir*

Ma toute première tâche en tant que pupitreuse est de suivre l'actualité. Au début de la journée, je planifie les sujets et je les distribue ensuite aux journalistes. Je suis responsable de mes pages ainsi que de leur contenu. Une fois la matière récoltée par les journalistes, je hiérarchise les nouvelles. Je trouve les manchettes, les photos, les titres, les bas de vignettes et j'effectue un travail d'édition sur les textes. Je veille à ce qu'il n'y ait pas d'erreurs qui se glissent. L'article doit être clair. Le pupitre est le tout premier lecteur des journalistes. C'est en quelque sorte le filet de sécurité du journaliste.

Au *Devoir*, les pupitreurs sont souvent d'anciens journalistes. Aujourd'hui, avec les nouvelles technologies, certains pupitreurs s'occupent uniquement de la mise en page. Au final, le journaliste est responsable de son papier, tandis que le pupitre est en charge de donner le goût aux lecteurs de lire l'article.

Monique Dumont

Chef de la recherche à l'émission *Enquête* à la télévision de Radio-Canada

Il faut faire une distinction entre la recherche de type actualité et celle d'enquête. Pour la recherche de type actualité, le travail s'effectue sur le court terme. Les chercheurs ciblent les personnes clés capables d'expliquer les événements du jour et réalisent des pré-entrevues. Ensuite, ils travaillent avec l'animateur au niveau de la présentation des questions susceptibles d'être posées. Pour ma part, j'effectue une recherche de type enquête. Je travaille sur le moyen et long terme. À l'émission *Enquête*, j'établis des dossiers de recherches solides pour éviter des mises en demeure ou des poursuites judiciaires à la suite de la diffusion de nos reportages. Il m'arrive parfois d'aller sur le terrain, de rencontrer des gens et de faire des caméras cachées.

Dans mon domaine, les chercheurs sont des journalistes parce qu'ils sont assujettis aux mêmes règles d'or. Je pense, d'ailleurs, que le terme de chercheur n'est pas approprié. L'appellation utilisée à Radio-Canada est celle de journaliste à la recherche. La seule différence, c'est que l'on ne va pas en ondes.

Cependant, certains chercheurs veulent mener leurs dossiers jusqu'au bout, alors ils finissent par devenir journalistes.

MONSIEUR TOUT-EN-UN

Plus le journalisme évolue, plus il s'ouvre à différents métiers qui le complètent. C'est le cas de la profession de cadreur-monteur, exemple parfait d'un métier qui est indépendant du journalisme, mais qui peut tout aussi bien y être très lié. Rencontre avec Yanick Lespérance, un cadreur-monteur passionné et polyvalent, qui se surnomme lui-même «One man army».

Par Mélissa Pelletier

Mais que fait exactement un cadreur-monteur? «C'est la personne responsable des prises de vues et de leur montage», répond Yanick Lespérance, président de XCHD et de London Image, deux compagnies spécialisées dans les vidéos et les images de toutes sortes. Entre autres, M. Lespérance a fourni des images à RDS et à Canal D, a réalisé une vidéo sur un combattant MMA (Mixed Martial Arts) pour la UFC (Ultimate Fighting Championship) et une autre pour L'Épicier alimentation.

Le métier de cadreur-monteur se démarque par sa polyvalence et son ouverture. Ceux qui pratiquent cette profession sont souvent des touche-à-tout, ce qui peut les mener à travailler sur des vidéoclips, vidéos corporatives, couvertures médiatiques, etc. Le cadreur-monteur se doit, bien sûr, d'adopter le point de vue du réalisateur de l'émission. Loin de seulement cadrer et monter les images, il doit respecter une certaine approche esthétique, en fonction du sujet ou même du client. Il est également responsable de l'équipement technique et de sa manipulation. C'est lui qui permettra la réalisation de documentaires, mais aussi qui suivra le journaliste, avec sa caméra, le plus fidèlement possible lors de divers événements, tentant ensuite de respecter le point de vue du journaliste lors du montage.

Halte à la routine!

Plus on fouille, plus on se rend compte que le cadreur-monteur occupe généralement d'autres fonctions. Il n'est pas rare qu'il soit aussi le réalisateur, le directeur artistique ou même le président de sa propre compagnie de production. C'est ce que vit Yanick Lespérance qui, en plus d'être président de deux compagnies, occupe les postes de

producteur, réalisateur, opérateur de caméra solitaire, monteur, aiguilleur. «Pas une journée ne ressemble à une autre: je peux faire du montage en studio, gérer l'horaire et les contrats de mon équipe ou même me promener sous la pluie pour récolter des images avec tout l'équipement. Mon métier est extrêmement changeant.»



Courtoisie: Yanick Lespérance

En plus, Yanick Lespérance s'est fait un point d'honneur, depuis ses débuts, d'être ouvert aux contrats qu'on lui propose. «Dans ce domaine, il faut être polyvalent. Il faut être capable de laisser une image positive de nous dans tous nos agissements.» Se surnommant lui-même «One man army», Yanick Lespérance voit loin et grand, ne limitant pas sa profession au

cadrage et au montage. Ce surnom le décrit très bien, puisqu'il a sûrement plus de pouvoir décisionnel dans ses projets que bien d'autres cadreurs-monteurs. «Je crois que si mes compagnies fonctionnent bien, c'est parce que je suis une ligne directrice. La plupart du temps, je décide de tout. Mes clients savent qu'ils peuvent s'attendre à un produit de qualité qui transmet un message clair.»

Très bien, mais qu'en est-il du lien avec le journalisme? Quand on lui pose la question, M. Lespérance répond avec modestie: «Le métier de cadreur-monteur a un lien certain avec le journalisme. Il faut faire une différence: je n'apporte pas la nouvelle, je montre plutôt principalement ce qui s'est passé en vérité, sans faire subir à cette vérité une grille d'analyse ou un point de vue. Pour moi, le journalisme a plus d'impact que mon métier.» Dans le monde du journalisme, le cadreur-monteur devient alors une sorte d'assistant, en participant à une des étapes de réalisation d'un reportage. En effet, il choisit rarement le sujet et doit travailler avec le point de vue décidé par le journaliste. N'ayant pas travaillé avec des journalistes à ce jour, M. Lespérance y voit tout de même un lien avec son métier et peut-être bien un défi à relever prochainement.



Littéraire et passionnée des arts et de l'écriture, Mélissa Pelletier a dernièrement décidé de poursuivre ses études au certificat en journalisme. Le but de ce revirement? Pouvoir écrire et parler de ce qu'elle lit, voit et apprécie ou non dans notre culture. Le métier de cadreur-monteur lui a semblé être un sujet intéressant à découvrir.

RIEN QUE LA VÉRITÉ . . .

« Quand tu appelles un journaliste, tu ne lui dis pas : “ Qu’est-ce que tu peux faire pour moi aujourd’hui ”, mais plutôt “ Qu’est-ce que moi je peux faire pour toi demain ? ” » Bâtir une bonne relation avec les médias est la clé du succès d’une agence de communication, selon Nathalie Bergeron. Une tâche ardue qui n’est pas à la portée de tous les relationnistes.

Par Marie-Noëlle Reyntjens

« Des journalistes qui nous détestent, il y en a beaucoup. Ce n’est pas un cliché », assure Nathalie Bergeron, qui dirige le bureau de High Road Communications à Montréal depuis huit ans. Pourtant, les relations qu’entretient une agence avec la presse sont cruciales. « La première raison pour laquelle les clients viennent nous chercher, ce sont nos contacts avec les médias », explique la relationniste. Elle estime donc que c’est à elle de démontrer son utilité aux journalistes.

Nathalie Bergeron est peut-être plus avantagée que certains de ses collègues. Avant de passer aux relations publiques (RP), elle a été journaliste à la pige pendant sept ans. Une expérience qui lui donne, selon elle, plus de crédibilité dans son métier et qu’elle peut utiliser comme argument vis-à-vis de ses détracteurs. Plusieurs fois, elle a dit à des journalistes : « Écoute, j’ai fait ta job assez longtemps pour la comprendre aussi. »



Courtoisie: Nathalie Bergeron

« Un journaliste qui se retrouve avec l’histoire de sa vie parce qu’une relationniste lui a sorti la bonne entrevue ne dira plus jamais que les relationnistes ne servent à rien », affirme Nathalie Bergeron. Elle évoque un coup de pouce donné lors d’un événement. Un journaliste du *Journal de Montréal* n’avait jamais vraiment fait confiance aux relationnistes. « Il est venu me trouver après le souper pour me dire qu’il était assis à côté de tel gars de chez Microsoft, qu’il *tripait* parce qu’il avait son papier pour le lendemain. Je l’ai regardé et je lui ai dit : “ Tu penses que tu t’es retrouvé à côté de lui par hasard ? ” »

Du sur mesure

Pour éviter que les journalistes ne deviennent « cyniques » à l’égard des relationnistes, Nathalie Bergeron recommande aux agences de cibler leurs *pitchs* (présentations dans le but de convaincre). « Je ne peux pas comprendre qu’il y ait encore des relationnistes qui appellent les salles de presse pour dire (elle prend une voix pincée) : “ Oh, je voulais m’assurer que vous aviez bien reçu mon communiqué. ” » Pour elle, c’est normal qu’un journaliste finisse par se lasser de recevoir quotidiennement une dizaine de communiqués qui n’ont parfois aucun rapport avec les domaines qu’il couvre.

« Par contre, quand le relationniste a *packagé* le *pitch* spécialement pour le journaliste, celui-ci est content. On arrive non seulement avec une nouvelle, mais aussi avec un angle qui va l’intéresser, lui, en particulier. C’est notre boulot de le faire et de le donner au journaliste en disant : “ Voici pourquoi tu devrais t’y intéresser. ” On leur offre une valeur ajoutée. »

La spécialiste en RP admet cependant que tout n’est pas rose dans le milieu. « C’est sûr qu’il y a les *spin doctors* (relationnistes au service d’un parti politique), aux États-Unis, qui eux veulent manipuler, dit-elle. Ce ne sont pas tous les relationnistes qui ont une éthique poussée. Mais à Montréal, je peux vous dire que je n’en connais pas énormément qui jouent du mauvais côté de la profession. »

Puis, Nathalie Bergeron fait remarquer que le journaliste a le devoir de vérifier ses informations. « Si je lui dis que mon client déclare que c’est le meilleur produit de la Terre, il faut quand même qu’il fasse ses recherches et qu’il aille double vérifier ses sources », note celle qui prend pour une insulte chaque communiqué publié tel quel dans la presse.

Alliés, mais pas trop

Certaines publications vont même jusqu’à lui proposer de publier des articles sur ses clients à condition qu’ils achètent de la publicité dans leurs pages. « Je leur ai déjà signalé que ce serait *le fun* que j’appelle le Conseil de presse », fait-elle. Elle ne comprend pas non plus qu’un journaliste lui soumette son article pour approbation. « Non, je ne veux pas que tu deviennes mon ami, je veux que tu fasses ta job. Parce que si tu parles du produit positivement dans le journal, puis que tes 200 lecteurs te disent que t’es dans le champ, la fois d’après ces 200 lecteurs ne te liront plus », assure-t-elle. Ce qui semble au premier abord positif pour le client finira donc par lui être néfaste.

Quel est le secret pour de bonnes relations entre les deux professions ? Le respect, selon la directrice de High Road Communications. « Il faut se rendre compte

des deux côtés qu'on a chacun un boulot à faire. On a tous les deux des priorités, dit-elle. Je ne les vois pas comme divergentes, mais comme assez différentes. Un journaliste veut la vérité, moi, je veux que mon client paraisse bien. Des fois, ça ne se rencontre pas, et alors c'est sûr qu'il y a des frictions.»

Bien que les relationnistes doivent parfois jouer les chiens de garde, il y a un cas particulier avec lequel Nathalie Bergeron ne plaisante pas: la gestion de crise. «S'il y a

des gens affectés par quelque chose, s'il y a des morts, des blessés, c'est ton devoir d'être transparent. À ce moment-là, les journalistes ont le droit de chialer et de partir à la chasse, dit-elle. Cacher la vérité à des journalistes, pour moi, c'est non seulement leur donner la permission d'aller fouiller, mais c'est aussi leur dire "attaque".»

Quand on lui demande si elle entrevoit une évolution des mentalités à l'égard des relationnistes, elle se montre partagée. Il

serait trop tard pour les journalistes qui ont eu de mauvaises expériences, «leur idée est faite». Mais les plus jeunes et les blogueurs ou réseauteurs ont tendance à se montrer plus ouverts, selon elle. C'est toutefois la régularité des échanges qui est à la base des meilleures relations avec les journalistes au sein de son agence, constate la relationniste. «Ces relations-là, ça n'a pas de prix, précise-t-elle. C'est ce qui nous permet d'avoir les résultats qu'on a.» Et, qui sait, peut-être de faire changer les mentalités.



Alexandre Paul Samak



Marie-Noëlle Reyntjens étudie au certificat en journalisme. Avec cet entretien, elle met en lumière plusieurs facettes de la mystérieuse relation entre journalistes et relationnistes. À l'instar d'un manuel d'utilisation, Nathalie Bergeron apporte ici une analyse et quelques outils qui permettront sans doute à plusieurs journalistes de tirer leur épingle du jeu quand ils traiteront avec des relationnistes.

L'ENVERS DU DÉCOR

Dans les bureaux de *L'actualité*, certains l'appellent la dentellière. Depuis 19 ans, Chantale Cusson brode, raccommode, sublime. Sa matière première? Les textes des journalistes du magazine. Rencontre avec une réviseuse avisée.

Par **Leslie Doumerc**



Photo: Leslie Doumerc

Une plante verte, une carafe d'eau filtrée, des piles de textes à réviser et, dans ses tiroirs, un amas de petits trésors. Son bureau témoigne de presque deux décennies passées au 7^e étage de la tour Rogers, l'éditeur qui publie le magazine *L'actualité*. Seuls les plus observateurs auront remarqué son nom, caché dans cette bête sauvage qu'est l'ours du magazine. On y lit «Rédactrice-Réviseuse: Chantale Cusson». «Mon travail consiste à prendre le relai du journaliste», explique l'intéressée. Sa mission? «Bonifier le texte». Comment? «En clarifiant le propos, en m'assurant que le contenu est exact, que le texte n'est pas ennuyeux et que le style coule, qu'il est bien structuré, qu'il n'y a pas de répétitions inutiles, et que la longueur est bonne.» L'objectif? «Donner au lecteur l'envie de lire l'article jusqu'à la fin.»

L'arme secrète: InCopy

Techniquement, il est bien révolu le temps où Chantale Cusson tapait ses corrections à

la machine à écrire et vérifiait les épreuves sur des kilomètres de papier. Depuis peu, le groupe Rogers Médias s'est doté d'InCopy, «un outil formidable». InCopy étant lié avec le logiciel de mise en page InDesign, réviseurs, correcteurs et graphistes peuvent travailler de concert sur le même document. «Même si la maquette n'est pas finale, je peux déjà commencer à ajuster le texte et à le couper si nécessaire. Cela fait gagner un temps précieux.» Un gadget qui inclut aussi une fonction permettant de surligner un passage moins clair d'un texte, avec ouverture d'une case où le réviseur peut poser des questions au journaliste pour plus de limpidité.

À propos des relations avec les journalistes, Chantale Cusson reconnaît être née sous une bonne étoile. Même si les critères de révision sont très élevés à *L'actualité*, personne ne lui a jamais vraiment reproché d'avoir trop «charcuté» un texte. Si l'auteur d'un papier ne comprend pas les modifications, elle lui téléphone ou s'assoit avec lui pour en discuter. «Dans ce métier,

on apprend beaucoup le respect. C'est facile de prendre un crayon et de barrer des passages. Il faut savoir justifier pourquoi on le fait. Un journaliste, ce n'est pas juste quelqu'un qui crache de l'information. Le travail n'est pas facile, et nous sommes là pour aider.» Il y a longtemps, Chantale Cusson a travaillé pour une maison d'édition où l'éditrice faisait toujours l'intermédiaire entre l'auteur et elle. Elle a détesté l'expérience et croit qu'on peut réviser un texte correctement seulement si l'on a développé une relation de confiance avec le journaliste.

Réviseur, une espèce menacée?

Être réviseur, cela ne s'improvise pas. Bien sûr, il faut posséder des qualités primaires comme l'amour et la connaissance de la langue, la polyvalence et l'humilité. Mais quelque chose prime pour être un bon réviseur: l'expérience. Dès la fin de ses études en littérature, Chantale Cusson a commencé à pratiquer. Elle a été correctrice à la revue *Les Cahiers de théâtre Jeu*, un trimestriel consacré aux arts de la scène. Une expérience bénévole qu'elle recommande à tous les futurs réviseurs: «Cela m'a permis de toucher à tout et de me faire connaître dans le milieu.» De fil en aiguille, les contrats payants sont arrivés. Après dix années passées à la pige, elle a intégré l'équipe de *L'actualité*. Une *success-story* comme une exception qui confirme la règle d'une profession vouée à disparaître? «Non, tant qu'il y aura des publications écrites, les réviseurs resteront. Les moyens financiers seront peut-être différents, mais c'est un si beau métier qu'il ne faut pas avoir peur de s'y engager.»

Le texte d'un journaliste de *L'actualité* révisé par Chantale Cusson sur InCopy (avec l'aimable autorisation de Mathieu Charlebois)

TEXTE: Si vous cherchez un divertissement rapide et facile

» Si vous cherchez un divertissement rapide et facile, oubliez le jeu Battlestar Galactica: une partie dure Ce jeu est un défi d'au moins trois heures.

» À mi-chemin du jeu de rôle et du jeu de table, Battlestar Galactica doit son nom à une série télé complexe, dont il est tiré et qu'il rend bien. Faut-il avoir vu la série pour y jouer? Oui et non. Cela donne plus de sens au jeu et en facilite la compréhension, mais les explications d'un autre joueur peuvent suffire à vous guider.

» Le scénario est semblable à celui de la série télé: les joueurs doivent coopérer pour conduire sur Terre les seuls survivants de leur espèce. Dans la peau d'un membre de l'équipage du Galactica, il vous faudra résoudre des crises, prendre les bonnes décisions et déjouer les attaques des belliqueux Cylons – pour compliquer les choses, certains joueurs sont des Cylons, mais les autres ne le savent pas. Chaque personnage offre des possibilités différentes et toutes les parties sont donc uniques, selon les personnages choisis.

» La matériel de jeu reprend, lui aussi, l'imagerie de la série télé. L'adaptation est très réussie et la qualité des matériaux et de la confection procure l'agréable impression que les fabricants ont voulu nous en donner pour notre argent.

» Un hic, peut-être: l'imposant manuel de règles qu'il faut lire avant de commencer une partie. Devant ses 32 pages, vous n'aurez vraiment pas d'autre choix que de vous demander si vous aimez assez les jeux de société et si la série télé vous a suffisamment accroché. Tous les aspirant-joueurs devraient lire l'imposant livre de règles avant de commencer une partie. Devant 32 pages, vous saurez vite si vous aimez assez la série et les jeux de société pour que vous ayez le goût de vous attaquer à Battlestar Galactica. Mais si vous aimez les défis, vous serez récompensé.

» Le scénario est semblable à celui de la série télé: les joueurs doivent coopérer pour conduire sur Terre les seuls survivants de leur espèce. Dans la peau d'un membre de l'équipage du Galactica, il vous faudra résoudre des crises, prendre les bonnes décisions et déjouer les attaques des belliqueux Cylons. Pour compliquer les choses, certains joueurs sont Cylons sans que personne ne le sache.

» Chaque personnage offre des possibilités différentes. Toutes les parties sont donc uniques, selon les personnages choisis.

» Battlestar Galactica est une série télé complexe, et le jeu qui en est tiré. À mi-chemin d'entre le jeu de rôle et du jeu de table, le rend bien. Faut-il avoir vue la série pour jouer? Oui et non. Cela donne beaucoup plus de sens au jeu et facilite la compréhension, mais les explications d'un autre joueur peuvent suffirent.

» La matériel de jeu utilise habilement l'imagerie de Battlestar Galactica. L'adaptation est très réussie. La qualité des matériaux et de la confection donne l'agréable impression de ne pas s'être fait avoir en l'achetant.

» Mathieu Charlebois

CHEMINEMENT D'UN TEXTE LE PARCOURS DU COMBATTANT !

- Le journaliste a une idée, qu'il soumet à la rédaction.
- La rédaction accepte le synopsis du journaliste ou demande des modifications.
- Le journaliste remet son texte.
- Le rédaction peut demander une seconde version (précision, incompréhension, ajouts, etc.).
- Le texte passe entre les mains de l'équipe de révision.
- Le texte est envoyé à l'équipe de correction (pour corriger la langue).
- Le responsable du graphisme agence le texte, les images et les illustrations dans la maquette.
- Le texte peut revenir à la révision s'il faut couper, faute d'espace disponible.



Depuis son stage de trois mois à *L'actualité*, Leslie Doumerc n'a pas trouvé meilleure voisine de bureau que Chantale Cusson! Elle a été séduite par cette femme généreuse, toujours de bonne humeur, qui l'a quotidiennement gâtée, tant en friandises chocolatées qu'en discussions passionnantes sur le métier.

UN JOURNALISTE S'ENDORT, UN CAMELOT S'ÉVEILLE

Lundi, 2 h 30 du matin, dans la nuit froide et pluvieuse du Plateau Mont-Royal. Marcel Brière, agent autorisé, sous-traitant de *Messageries Dynamiques*, le plus gros distributeur de médias imprimés au Québec, passe me chercher avec son *truck*. Encore abruti de sommeil, je commence avec lui la ronde des courageux anonymes grâce auxquels la prose des journalistes est chaque matin devant la porte de leurs lecteurs.

Par Antoine Palangié



communauté de la vie inversée. Je travaille à mon compte, pas de trafic, pas de boss au cul... Je ferai ça tant qu'il y aura des journaux.» Signe particulier : ne veut pas d'enfants.

Le rendez-vous des camelots et des chauffeurs-livreurs a tout d'un échange dans un film de gangsters, la convivialité en plus. On discute ferme en buvant du café; pas trop longtemps, car il y a beaucoup à faire avant le réveil de la ville et du trafic. Moyenne d'âge : 40 ans, dont cinq à six de métier. «On est comme une famille.» Pour renforcer les liens, Marcel organise régulièrement soupers et événements.

Chauffeur-livreur, Jonathan Forget, 21 ans, descend tous les jours de Mirabel où il charge les journaux à l'imprimerie. Son camion rutilant est autant sa fierté que son outil de travail. «J'aime ça, la *nuite*. On est comme une



Mario est un des derniers camelots à pied. Tous les jours, par tous les temps, il part avec 200 exemplaires du *Journal de Montréal* sur le dos. C'est autant de portes, au long d'une tournée de quatre heures. Trente années de marche forcée depuis l'âge de 11 ans. Sa motivation? «Quand c'est fait, c'est fini.»

Mario est jeune, comparé aux doyens de sa profession, Clément Champaux, 85 ans, et Monique Beaulieu, 75 ans. Signe particulier : non fumeur...

Pas sectaire, *Messageries Dynamiques* : la filiale de Quebecor Media distribue *Le Devoir* comme le *Journal de Montréal*, ainsi que *The Gazette*, *The National Post* et 450 autres titres. Son réseau couvre 22 000 km parcourus 361 jours par an.

Un rythme que suivent tous les gens du métier, qui n'ont que quatre jours de

vacances : Noël, le lendemain de Noël, le 31 décembre et le Premier de l'An.

Nathalie Leclerc, 41 ans, camelot motorisée, livreuse et gérante adjointe, recompte ses exemplaires avant sa tournée : 111 *JdM* et 16 *Devoir*. C'est une des six femmes sur les 47 personnes de l'équipe, gage de plus de tolérance des policiers «quand elle est sur les quatre flashes» (feux de détresse pour stationner sur la rue), m'assure-t-elle. Journée-type de cette mère d'un enfant de six ans : lever à 1 h 30, 45 minutes de voiture depuis Napierville, distribution, retour chez elle vers 5 h 30; sieste de 8 h à 10 h puis ménage et comptabilité, coucher avant 21 h, sept jours sur sept depuis dix ans. Ce qu'elle apprécie dans cette job? Ne pas faire beaucoup d'heures (!) Signes





particuliers : a écrit une pièce de théâtre et sait changer une roue.

Nathalie me montre sa feuille de route pour cette nuit : nouveaux abonnés, fins d'abonnement, interruptions temporaires... tout est réglé comme du papier à musique. C'est parti pour 1 h 30 de distribution intense : « Il faut compter en gros une heure pour 100 journaux », m'explique Nathalie.

Quand on est camelot motorisée, la voiture est un refuge et un bureau : café, cigarettes, radio pour noctambules, cellulaire pour garder contact avec le conjoint et, comme ce matin, sacs plastiques et élastiques pour protéger les journaux de la pluie. Un indispensable : bien connaître les endroits avec toilettes ouvertes toute la nuit, « surtout pour les femmes », précise-t-elle.



Nathalie peut déposer le journal devant la porte des immeubles et dans les boîtes, mais aussi directement devant la porte palière des handicapés, sur la galerie du 2^e ou encore entre les carreaux du double vitrage... méchant effort de mémoire ! Elle ne se sépare pas

Presque chaque abonné est un cas particulier. Nathalie peut déposer le journal devant la porte des immeubles et dans les boîtes, mais aussi directement devant la porte palière des handicapés, sur la galerie du 2^e ou encore entre les carreaux du double vitrage... méchant effort de mémoire ! Elle ne se sépare pas de son gros trousseau de clés de l'endroit où les abonnés veulent qu'elle dépose leur journal plus près que dans la rue.



Surtout pour un camelot, du temps gagné c'est de l'argent et de la vie privée en plus. Les combines et les aptitudes pour faire vite sont donc cruciales : lancer du journal depuis la fenêtre de la voiture sur le seuil de la porte d'entrée, depuis la rue sur les hauts balcons, prendre l'ascenseur jusqu'au dernier étage pour distribuer devant les appartements en descendant... chaque seconde compte, et chaque geste est rodé.



L'enveloppe de facturation est le seul lien direct entre le client et son camelot. Celui-ci étant responsable du paiement des journaux, il paye de sa poche si l'abonné ne dépose pas l'argent à l'endroit convenu. Nathalie touche 80 cents par semaine pour chaque abonné du *Devoir*, 1 \$ pour le *Journal de Montréal*. Cette semaine, elle gagnera donc 123,80 \$, moins l'essence et l'entretien du char, pour sept jours travaillés. Et gare aux plaintes : un appel au journal à cause d'un exemplaire volé ou distribué à la

mauvaise porte, c'est 67 cents d'amende.

« C'est sûr que dans ces conditions, on apprécie les pourboires », m'explique t-elle. Pour ce faire, l'enveloppe est bien pratique, et le paiement direct de l'abonnement par carte de crédit, désastreux.

Six heures du matin. Nathalie est en retard – à cause de moi – pour aller chercher son fils, mais elle prend gentiment le temps de me déposer devant ma porte.

Abonnés, *tippez* vos camelots. Ils le méritent !



Antoine Palangé est à l'origine ingénieur et chercheur en environnement. Un beau jour de 2009, il a décidé que son expertise serait plus utile dans la société civile qu'au fond d'un labo. Il a commencé le certificat en journalisme l'automne dernier et collabore à diverses publications, parmi lesquelles *Métro*, *Quartier Libre* et feu *Québec89*.

LE PARADIS DE LA PRESSE EST EN INDE

Imaginez un pays avec plus de 62 000 journaux et la plus grande diffusion de journaux payants au monde. Imaginez un journal, *Dainik Jagran*, qui peut s'enorgueillir de compter 56 millions de lecteurs et d'être le plus lu de la planète. Dites-vous que ces chiffres ne sont qu'un aperçu de la santé insolente de la presse indienne. Le statut de deuxième pays le plus peuplé au monde n'est certainement pas étranger à cette réussite. Mais ce n'est pas le seul facteur, comme l'a révélé, fin 2009, le dernier Sommet annuel de la presse internationale consacré à l'Inde.

Par **Émilie Boudin**

Un prix mini

Ce qui fait également le succès de la presse est son prix très faible. Un quotidien indien coûte en moyenne de 1 à 3 roupies, soit entre 2 et 6 sous. Un Indien devra déboursier environ 2 dollars pour un repas décent. Un journal canadien coûte donc environ 20 fois plus cher qu'un journal indien. La vente d'un exemplaire en Inde ne couvre que 10% des coûts variables, autant dire qu'il est presque gratuit. Les journaux indiens dépendent donc presque exclusivement des revenus générés par la publicité. La presse écrite se partage 48% de l'ensemble des revenus publicitaires et profite de la croissance des télécommunications et de la grande distribution. Il y a un revers à cette médaille: les publicitaires, conscients de leur pouvoir sur les journaux, n'hésitent pas à faire pression sur la politique éditoriale et à imposer des publicités de plus en plus intrusives. Ces pubs, qui se veulent originales et innovatrices pour surprendre le lecteur, se font souvent au détriment des articles et menacent la crédibilité des informations.

Certains journaux prennent également des parts dans des entreprises nouvelles ou des sociétés immobilières, lesquelles s'engagent à acheter des pages de publicité. C'est un bon calcul si l'entreprise s'avère florissante : le journal est sûr de vendre de la publicité et il encaisse en plus des bénéfices. Le journal *The Times of India*, le plus grand quotidien anglais du monde avec 13 millions de lecteurs, a lancé ce modèle économique. Mais, si *The Times of India* réfute tous conflits d'intérêts dans ce système, serait-il prêt à critiquer dans ses colonnes une entreprise dont il détient des parts et à faire preuve d'une totale objectivité ?



Boom de l'alphabétisation

En regardant d'un peu plus près, on s'aperçoit que ce sont les quotidiens écrits en hindi ou dans l'une des 22 langues régionales qui tirent la croissance. Ils profitent de la hausse couplée du pouvoir d'achat et de l'alphabétisation – aujourd'hui 71% des Indiens peuvent lire, contre seulement 35% en 1976. Ces deux facteurs ont entraîné une politisation des castes inférieures. Et, qui dit politisation, dit recherche d'information.

Plus fiable que la télé, plus accessible qu'Internet

La faible pénétration d'Internet – seulement 7% de la population est connectée – laisse à l'imprimé une place prépondérante. Selon un sondage du Conseil national de la recherche économique appliquée, réalisé auprès des jeunes de 13 à 35 ans, la presse serait la source d'information privilégiée pour l'actualité. La presse est perçue comme beaucoup plus crédible et sérieuse que la télévision, considérée comme un divertissement et non un moyen de s'informer. Les 300 chaînes de télé, apparues ces quinze dernières années et dont la plupart croulent sous les déficits – les journalistes y coûtent quatre fois plus cher – ont déclenché un appétit pour l'information qui profite aux journaux. La solide réputation de la presse viendrait de son rôle pendant la lutte pour l'indépendance du pays.

La proximité

Un des facteurs de succès de la presse indienne est la proximité de ses lecteurs. C'est ce qui fait la réussite du *Dainik Jagran* signifiant *Réveil quotidien*, journal régional écrit en hindi. *Dainik Jagran* propose 240 éditions locales lui permettant de répondre directement aux intérêts de ses lecteurs. Ses 1000 journalistes qui écrivent 10 000 articles par jour ont un avantage de poids : les habitants appellent le journal avant la police lors d'un fait divers. Ses lecteurs habitent le nord de l'Inde et appartiennent à tous les milieux sociaux. Deux mondes coexistent, les paysans qui labourent leurs champs et la nouvelle classe moyenne urbaine. Le jour le plus froid de l'hiver doit donc être traité sous deux angles : ses conséquences sur l'agriculture et sur la tension artérielle. *Dainik Jagran* est le journal des temps qui changent : «On parle davantage des problèmes d'infrastructures, car aujourd'hui notre lecteur ne se rend plus au travail à pied mais en voiture ou en bus», observe Anil Nigam, rédacteur en chef de l'édition de la région de Noida.

दाऊद के भाई नूरा की हार्टअटैक से मौ
 वर्षा पर रासुका को हाईकोर्ट में चुनौती
 Houseful India Ka Houseful Kurkure
 Ab 20% extra.
 TADHA hai par MEERA hai

Le défi de la presse anglophone

La santé de la presse indienne anglophone est moins flamboyante : son lectorat s'érode à cause de la concurrence des journaux régionaux quotidiens et d'Internet. Pour contrer cette morosité, *The Times of India* a lancé, en 2009, une nouvelle publication de 32 pages qui paraît tous les samedis, *The Times of India Crest Edition*. Les articles portent sur l'actualité de la semaine abordée de manière plus détaillée et approfondie grâce à une mise en perspective des sujets. Il aborde également la culture, la technologie et les modes de vie. Ce magazine dit vouloir miser sur un journalisme de qualité proposant une alternative aux informations superficielles et sensationnalistes.

La presse indienne a de belles perspectives devant elle puisque 150 millions de personnes éduquées dans le centre et le nord ne lisent pas encore de publication. Deux ombres au tableau, sa dépendance de la publicité et le développement inévitable d'Internet, qui vont remettre prochainement en question son équilibre. D'ici là, espère Sanjay Gupta, directeur du *Dainik Jagran*, l'Occident aura peut-être trouvé un modèle économique viable.

Émilie Boudin étudie au certificat en journalisme et songe sérieusement à apprendre l'hindi pour devenir journaliste en Inde.

JOURNALISME BÉNÉVOLE, ENTRE EXPÉRIENCE ET EXPLOITATION

Alors que dans les forums de l'Association des journalistes indépendants du Québec (AJIQ) on bataille pour assurer un prix minimum au feuillet, on oublie qu'il existe un monde parallèle. Un monde où les journalistes acceptent de ne pas être payés pour leur travail. Journaux étudiants, médias communautaires, projets militants, mais aussi rédactions abusives, entre expérience et exploitation, le monde du bénévolat regroupe des journalistes de talent, expérimentés et professionnels, loin des clichés de l'amateurisme qu'on lui colle.

Par Valerian Mazataud



Kate Brioux (1^{er} plan) et les photographes Cindy Lopez et Adam Arrahi (au fond), dans la salle de rédaction de l'hebdomadaire étudiant *The Concordian* de l'Université Concordia. Le lundi, les périodes de bouclage peuvent s'étendre jusqu'à 3 h du matin. « C'est une excellente opportunité pour se construire un portfolio et une expérience », estime Adam.



L'équipe du 4 à 6 culturel de CIBL 101,5 Radio-Montréal. Depuis trente ans, cette radio communautaire de l'est de Montréal fonctionne en continu grâce au soutien d'une large équipe de plus de 200 bénévoles qui se relaient durant toute l'année.



Leslie Doumerc et Émilie Fondanesche, ici en plein tournage d'un «vox pop» sur la Journée internationale de la femme 2010, pour le (défunt) site d'information Québec89. «*Le bénévolat représente pour nous un investissement pour l'avenir*», pensent les deux jeunes diplômées de l'Université de Montréal.

Mélanie Thibault, pigiste en journalisme culturel, l'un des domaines où l'on retrouve le plus de journalistes prêts à travailler bénévolement. «*C'est une manière de confirmer sa passion pour un métier et d'acquérir des techniques*», croit-elle.



Le photographe Martin Bouffard de Rue Frontenac, ici en action lors d'une conférence de presse à l'Usine C de Montréal. Bien que lock-outés depuis le 24 janvier 2009, les anciens journalistes du *Journal de Montréal* ont mis en place leur propre site d'information, auquel ils participent de manière bénévole, avec l'aide de leur fonds de grève. Média d'abord construit en réaction à l'arrêt de travail forcé, il permet aujourd'hui aux journalistes de garder le moral et d'expérimenter de nouvelles choses. Le site s'impose dorénavant comme une nouvelle référence de l'actualité québécoise.

Après une formation d'ingénieur et un tour du monde en vélo, Valerian Mazataud est aujourd'hui photojournaliste indépendant basé à Montréal et collabore avec plusieurs médias locaux (*Le Devoir, Jobboom, Geo Plein Air, The Hour...*). Il s'est intéressé au journalisme bénévole dans le cadre d'une formation au photoreportage du Collège Marsan.

EXPLORATION URBAINE : LES AVENTURIERS DE LA MARCHÉ PERDUE

Entrepôts désaffectés et églises abandonnées composent le terrain de jeu préféré de Sébastien Salvas, explorateur urbain et fondateur du site web Visite interdite.

Par Sylvain Dufault

Qu'est-ce que l'exploration urbaine ?

Sébastien Salvas: C'est le plaisir de découvrir le patrimoine bâti et de partager ces découvertes au moyen de photos et de vidéos. En fait, l'essence même de l'exploration urbaine est la visite de lieux désaffectés.

Comment vous est venue cette passion pour des lieux peu invitants à première vue ?

Un jour, mon père m'a emmené visiter une ancienne base militaire dans les Laurentides. Bien qu'elle soit gardée par des soldats, j'ai pu m'y promener et tout photographier. Juste à imaginer l'effervescence que cet endroit avait pu connaître, j'en avais des frissons. Plus tard, en faisant des recherches sur l'histoire de cette base, j'ai découvert une multitude d'autres lieux abandonnés. C'est à ce moment que j'ai eu la piqure pour l'exploration urbaine.

Qu'est-ce qui vous a motivé à créer un site web consacré à l'exploration urbaine ?

Au début, j'ai partagé mes trouvailles dans un forum d'exploration urbaine, mais les échanges ne répondaient pas à mes attentes. Puis, après quelques incursions sur YouTube et Facebook, je me suis rendu compte que mes explorations suscitaient un réel engouement ; j'ai donc décidé de créer le site Visite interdite. D'autres explorateurs urbains – certains vivent en Belgique – sont venus se greffer à ce qu'il convient maintenant d'appeler une véritable communauté dédiée à l'exploration urbaine.



Place l'Acadie, peu avant sa démolition.

D'un point de vue technique, comment préparez-vous vos visites ?

C'est très simple : je repère un endroit sur Google Maps et je m'assure que ma lampe de poche, mon appareil photo et mon trépied sont en bon état. Ça se complique lorsque je tente d'obtenir une autorisation d'accès ; rares sont les propriétaires qui consentent à me l'accorder.

Quel site vous a le plus marqué ?

C'est sans contredit les immeubles Place l'Acadie (maintenant démolis, NDLR). J'ai appris l'existence de cet endroit dans les médias. Les logements étaient dans un tel état d'insalubrité que la Ville de Montréal a relogé les locataires. Ce que j'y ai vu m'a estomaqué : des pièges à rats, des coquerelles, de la moisissure partout. J'ai été choqué de savoir que des gens avaient habité ces taudis.

Quels sont les défis auxquels vous devez faire face ?

Comme ces lieux ne sont plus entretenus, il faut être prudent, car les risques d'incidents sont élevés. Il est également important de se montrer discret. Même si un bâtiment est abandonné, il est toujours la propriété de quelqu'un. Il n'est donc pas rare de voir des explorateurs urbains accusés d'introduction par effraction.

Quel endroit aimeriez-vous visiter ?

Le silo à grains du Vieux-Port de Montréal parce qu'il est tellement chargé d'histoire. Ce joyau de notre patrimoine érigé en 1906 mérite certainement d'être exploré par Visite interdite!

Pour en savoir plus :

<http://visiteinterdite.xooit.com>



Sylvain Dufault est inscrit au certificat en journalisme. Fort d'une expérience de 12 ans à titre d'archiviste, il a toujours aimé fouiller et dénicher des sujets sortant de l'ordinaire.

LES TOUAREGS ONT LE BLUES

Le 5 mars dernier, le groupe Tinariwen a envoûté la foule au cabaret La Tulipe au son de ses guitares électriques et au rythme transcendant de son blues lancinant. Ce courant musical, appelé assouf (ce qui signifie nostalgie en tamashek ou touareg) et plus communément blues touareg ou blues du désert, n'est pas sans histoire ni sans portée. Il augmente aussi en popularité.

Cette variante du blues, s'inspirant des profondeurs du désert, est la musique des ishumars (chômeurs), la génération de Touaregs des années 1960 à 2000. Les Tamashek – ou Touaregs – sont des Berbères vivant dans l'aride climat de la partie centrale du Sahara, en Algérie, en Lybie et jusqu'aux confins du Mali, du Niger, du Sahel et du Burkina Faso.

Ce peuple nomade, qui a subi la répression de gouvernements africains, a vécu l'exil. Certains de ses membres ont connu les camps d'entraînements libyens (c'est là que le groupe Tinariwen s'est formé), la sécheresse de 1984 à

1985 – 70% des Touaregs se trouvaient alors entre l'Algérie et la Libye – et les rébellions touaregs au Mali et au Niger dans les années 1990.

Cette musique touareg est un moyen pour faire connaître, dans le vaste désert, les problèmes de la guerre. Les textes politico-poétiques, accentués par la profondeur musicale, parlent de l'histoire de ce peuple et de ses revendications. Les paroles mettent particulièrement en scène l'exil, la nature désertique et la souffrance vécue par le peuple durant la sécheresse et la guerre. Par exemple, quelques-unes des chansons du groupe Tinariwen parlent du massacre des Touaregs en 1963 par l'armée malienne. Leur musique fut interdite au Mali et au Niger, mais le son de leurs guitares a triomphé de la loi.

Outre Tinariwen (signifiant déserts) qui s'inspire de la musique d'Ali Farka Touré et des légendaires Nass el Ghiwan, d'autres groupes, moins connus mais de plus en plus populaires, font partie de ce courant revendicateur.

Par Dany Dion



Photo: Leslie Doumerc



Photo: Leslie Doumerc

Toumast - <http://www.myspace.com/toumast>

Etran Finatawa - <http://www.myspace.com/etranfinatawa>

Tidawt (dit Bambino) - <http://www.myspace.com/tidawt>

Tartit - <http://www.myspace.com/tartit>

Tinariwen - <http://www.myspace.com/tinariwen>

Le Reporter - XI, 3 - Mai 2010

Dany Dion espère terminer son certificat en journalisme l'automne prochain. Il aimerait parcourir le nord de l'Afrique à pied du Sénégal jusqu'à la Mecque, apprendre l'arabe et, en passant, rencontrer les Touaregs dans le désert, jouer un blues et prendre le thé.

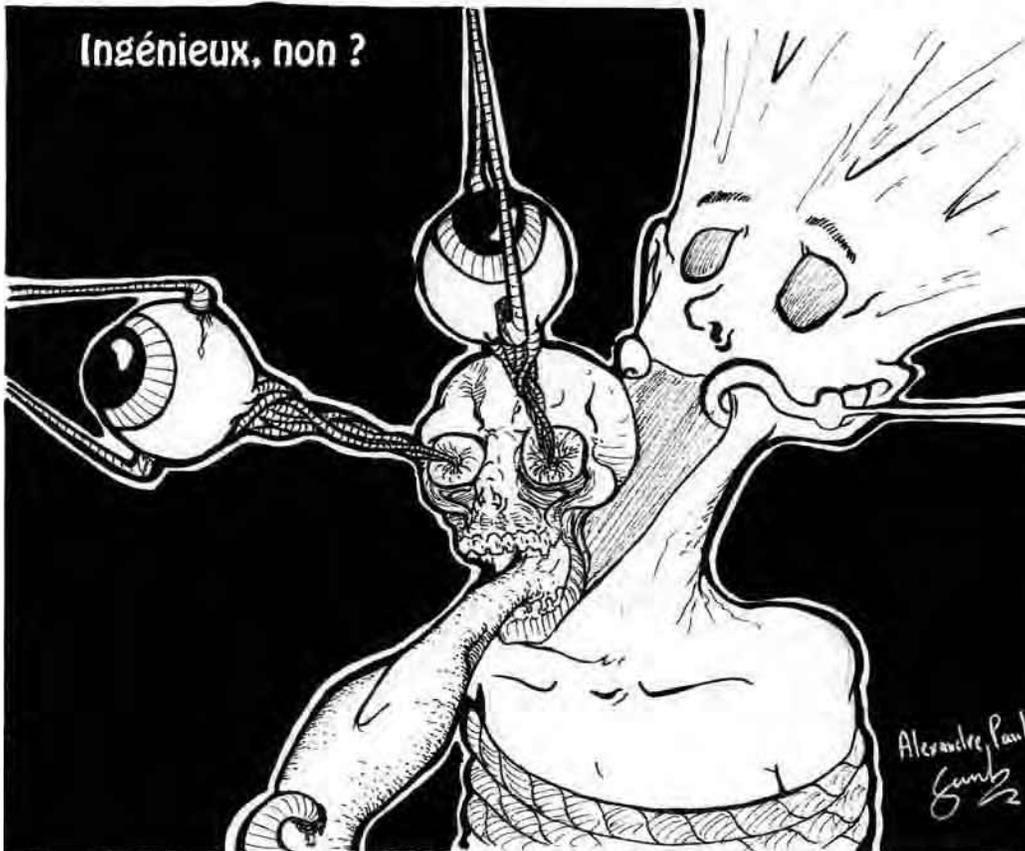
Les journalistes se regardent
beaucoup trop le nombril.



C'est pourquoi je les ouvre
à l'extérieur.



Ingénieux, non ?



Alexandre Paul Samak

Envie de participer ?
Des questions,
des suggestions,
des commentaires ?
info@lereporter.qc.ca

Retrouvez
les anciens numéros
du *Reporter* en ligne :
www.lereporter.qc.ca

L'ÉQUIPE DU *REPORTER*

Rédactrice en chef :
Leslie Doumerc

Équipe de rédaction :
Dany Dion
Arthur Lacomme
Marie-Noëlle Reyntjens

Collaborateurs :
Émilie Boudin
Ilan Dehé
Floriane Denis
Dany Dion
Leslie Doumerc
Sylvain Dufault
Sarah-Émilie Nault
Antoine Palangié
Mélicia Pelletier
Valérien Mazataud
Marie-Noëlle Reyntjens
Guillaume Rosier

Mise en pages :
Arthur Lacomme

Illustration de la une :
Leslie Doumerc et
Emilie Fondanesche

Illustrateur :
Alexandre Paul Samak

Chef réviseure :
Anne Charpentier-Campagne

Équipe de révision :
Maryse Berger
Fabiola Fouron
Cindy Gilbert
Olivier Laniel
Sonia Lussier
Marc-Olivier Vallée
Mélanie Saintonge

Superviseur :
Jean-Claude Leclerc

<http://twitter.com/lereporter>



<http://www.facebook.com/pages/Le-Reporter/280648573359>