

ETC



Lire à l'endroit

Isabelle Lelarge

Number 89, March–April–May 2010

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/64200ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Revue d'art contemporain ETC inc.

ISSN

0835-7641 (print)

1923-3205 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Lelarge, I. (2010). Lire à l'endroit. *ETC*, (89), 6–6.



Éditorial

Lire à l'endroit

dans un article du directeur du journal Le Devoir, Bernard Descôteaux explique comment ce journal a, mieux que d'autres quotidiens, traversé la « crise » des médias qui affecte une grande partie des quotidiens d'Amérique du Nord, à la suite de divers scandales financiers et de la chute des marchés boursiers¹.

Il dresse le portrait d'une situation complexe, vécue surtout aux États-Unis mais, aussi, au Canada. Il évoque la diminution des lectorats d'environ 12 % depuis le début des années 2000, ainsi qu'une baisse importante des revenus publicitaires en 2009, alors que le revenu publicitaire compte environ pour 77 % de l'assiette globale des quotidiens.

S'interrogeant sur l'avenir de la presse écrite et des journaux en particulier, Bernard Descôteaux explique pourquoi, en 2009, Le Devoir s'en tire mieux que les autres quotidiens, tandis que nombre de quotidiens affichent des résultats à la baisse ou déficitaires.

Il énumère les raisons pour lesquelles Le Devoir remporte, en effet, un succès sans précédent qu'il attribue surtout au fait que ce journal n'a jamais bénéficié de revenus publicitaires mirobolants, contrairement à d'autres quotidiens. L'indépendance de ce quotidien face à ce type de revenus lui aurait donc permis d'éviter la crise. On sait que Le Devoir est grandement apprécié pour la transparence, le professionnalisme et l'esprit d'éthique de ses journalistes et chroniqueurs. On a souvent opposé La Presse et Le Devoir sur cette question d'indépendance d'esprit et d'éthique. Récemment, le débat entourant le vote de nouveaux crédits fédéraux de 1,8 milliard de dollars pour l'extraction des sables bitumineux en Alberta est un des exemples criants du manque de transparence de ce grand quotidien qu'est La Presse, qui paraît limpide lié à ses publicitaires tout comme à ses actionnaires.

Un autre facteur majeur lié au succès du Devoir tient à la hausse des revenus provenant de son lectorat, entre autres parce que ce journal propose l'abonnement payant pour le journal numérisé, ce qui va à l'encontre de nombreuses pratiques. Ainsi, il semble évident qu'une nouvelle tendance se dessine et que les lecteurs sont prêts à payer pour la qualité. Le goût pour la lecture d'un quotidien critique de qualité ne se dément absolument pas, contrairement à ce qu'on aurait pu croire.

L'exemple du Devoir nous invite à établir un parallèle avec la situation que traversent actuellement les revues d'art. Sont-elles à l'abri de cette crise des médias ?

Premier constat, les revues au Québec semblent se porter mieux que jamais. À priori, elles sont très garnies, articles et publicités y foisonnent. On le sait, elles travaillent en grande partie avec des organismes subventionnés, ce qui, peut-être, les place à l'abri des embûches sur le plan de la stabilité. Mais au-delà de l'apparence, qu'en est-il réellement ? La réalité est que pour survivre, les revues ont baissé d'au moins 50 % leurs tarifs publicitaires, et qu'elles font de nombreux échanges publicitaires. Pour ceux qui ne sont pas familiers avec cette pratique, disons que nous procédons par troc. Ce qui s'est toujours fait; mais auparavant, on publiait un échange par numéro, tandis que maintenant la chose s'est systématisée. Il faut bien accepter l'échange; sinon, de quoi aurions-nous l'air si tel organisme ou tel autre ne figurait pas dans nos pages ? Une pub dans ma revue contre une pub dans ton catalogue, une pub et des bannières sur nos sites, contre une pub et des bannières sur ton site, ta revue dans des sacs remis aux journalistes lors de conférences de presse... et toutes sortes d'autres solutions de visibilité « gratuites » qui voient le jour, témoignant du légendaire caractère de débrouille de notre milieu. Mais où est l'argent ? Comment peut-on fonctionner et négocier quand les revues ouvrent les écluses du non-respect d'elles-mêmes pour accommoder des amis ?

Dans ce contexte de l'édition où les fonds sont maigres et où les coûts augmentent, qu'offrent alors les revues aux lecteurs, enfin à ceux qui attendent une qualité irréprochable et constante ? Et quelle marge de manœuvre leur reste-t-il une fois que la valeur n'a plus qu'un prix, celui de la gratuité ?

Qu'en est-il de la liberté de pensée et de la transparence dans un tel contexte ? Est-ce que Le Devoir pourrait adopter un tel système d'échanges à outrance s'il souhaitait maintenir sa qualité et son intégrité ? Est-ce sous prétexte que nous sommes subventionnées que nous ne devons chercher la publicité que dans l'échange, sachant que les liquidités viennent d'ailleurs ?

Et pour clore ce bal carnavalesque, nous lâchons les notions d'intégrité et d'éthique qui font résonner un malaise, au moment où les lecteurs francophones et anglophones ont moins à lire dans un système qui propose la traduction et des articles écourtés, et où les intellectuels bénéficient de moins d'espace et en conséquence de moins de poids argumentaire. En temps de crise, les revues courtisent sans vergogne les nouveaux lectorats, même si elles ont moins à offrir : moins de pages, moins de parutions annuelles, moins d'articles, moins de mots, moins de visuels, et moins et moins de tout. Seul gain : beaucoup d'espace publicitaire occupé. Est-ce cela que les lecteurs veulent, des catalogues promotionnels qui font croire que tout va bien ? À ETC, nous résistons, même si ce n'est pas jamais payant de se marginaliser. Nous publions de la critique, pas de la promotion, nous publions une revue avec des collaborateurs émérites et non une grande majorité de débutants.

Je remercie très sincèrement un organisme majeur d'avoir réagi aussi intelligemment à mon refus de procéder avec lui par échanges et d'avoir accepté de nous acheter de la publicité. Par discrétion envers lui, je tais son identité. Et je sais gré de ma plus profonde gratitude à tous les organismes qui annoncent chez nous et qui croient au travail que nous faisons. Car payer c'est s'engager, et non profiter ou exploiter.

Pour exprimer qu'aussi tout ne pas va pas si mal, je vous soumetts un éclairage très positif au fait que nos ventes en kiosque ont grandement augmenté depuis quelques mois. Nous attribuons ce succès au fait de notre présence sur Facebook. Jamais nous n'aurions cru que cela aurait une quelconque incidence. Ici, faut-il se rendre à l'évidence, les joueurs sont à armes égales. Nous sommes agréablement touchés par l'adhésion de plus de 2 100 adeptes et de 1 500 membres de notre groupe, ETC, LA revue de l'art actuel. Sans aucun doute, partageant-ils nos valeurs.

ISABELLE LELARGE

Éditrice d'ETC, **Isabelle Lelarge** a étudié en Histoire de l'art à l'Université de Montréal et a œuvré, depuis 1978, auprès de plusieurs revues d'art en tant que critique comme à divers autres titres. En 2006, elle présente, en association avec le Musée d'art contemporain de Montréal, le colloque international « La critique d'art entre diffusion et prospection ». De 1988 à 1991, elle a été Directrice générale de l'Association des galeries d'art contemporain – AGAC. Elle a agi également en tant que commissaire d'exposition et a organisé les premières éditions de la foire internationale d'art contemporain ELAAC, ainsi que de l'événement Les Ateliers s'exposent. De 1993 à 1996, elle a été chargée de mission à l'intégration des arts à l'architecture, au Ministère de la Culture et des Communications du Québec, et, depuis 1998, à l'Art public, à la Ville de Montréal. De plus, elle s'intéresse à la sociologie de l'art et est également artiste.

NOTE

¹ Bernard Descôteaux, « L'occasion pour les journaux de se réinventer », *Le Devoir*, le jeudi 28 janvier 2010, p. A 7.