

La démocratisation des médias

Partage international n° 350 - Octobre 2017

par Thiago Staibano Alves

Dans le climat actuel d'accusations et de contre-accusations, de *fake news* et de vérification des faits, les médias sont plus que jamais examinés à la loupe. Pour que la démocratie fonctionne, il faut que l'information soit factuelle, et que l'on y ait accès librement et sans parti-pris. La démocratie, la justice et la bonne gouvernance - en un mot, les piliers d'une société civilisée - doivent être fondées sur la vérité. Dans un monde idéal, les médias devraient être à l'abri de tout parti pris, de toute manipulation et de toute pression commerciale. Pour que la démocratie fonctionne, les citoyens doivent pouvoir en toute liberté prendre des décisions et exprimer de façon adulte leurs points de vue critiques sur les événements et les idées de leur temps.

Rares sont ceux qui ne pensent pas que, dans une démocratie, les responsables de la transmission de l'information - les médias - doivent être libres. Pourtant, beaucoup aujourd'hui semblent ne pas faire de distinction entre les concepts de presse libre et de presse de marché ! La compétition sur le marché des médias a conduit à la constitution de monopoles internationaux - à l'accumulation de la plupart des chaînes de télévisions, stations de radio, magazines et autres périodiques entre les mains des groupes les plus riches et les plus puissants. Au Brésil, en 2013, 70 % de la presse étaient détenus par six familles seulement, souvent alliées aux élites politiques régionales, au pouvoir économique et à de gigantesques conglomerats religieux, dont les intérêts vont totalement à l'encontre des besoins et des intérêts de l'homme ordinaire. Au Mexique, c'est le marché de la publicité à la télévision qui appartient à 70 % au seul Groupe *Televisa*.

Dans le monde développé, les monopoles de médias sont nombreux. En Australie en 2013, 60 % de la presse appartenait à Rupert Murdoch, dont les nombreuses participations dans les médias comprennent la puissante chaîne d'information *Fox News* et le *Wall Street Journal*. En 2012, dix des treize plus grands groupes se trouvaient aux États-Unis.

Historiquement, la plupart des gouvernements ont eu une attitude de connivence et de complaisance quant à la concentration d'un tel pouvoir entre les mains d'un très petit nombre de groupes de médias. Sous la domination de l'économie de marché, de nombreux pays ont permis que l'accès à l'information et sa production soient liés aux intérêts du 1 % le plus puissant de la population. Cette relation entre les médias et le pouvoir économique pose question : les médias sont-ils capables d'impartialité, étant donné les intérêts des sponsors ? Dans bien des cas la réponse semble être négative.

Une fois de plus, le Brésil est sur la sellette : des chercheurs ont mis en lumière le parti-pris des médias dans leur couverture des attaques perpétrées contre les paysans pauvres dénués de terre, dont beaucoup militent en faveur de la réforme agraire et de l'aide aux démunis. Les articles sur les meurtres de ces activistes font bien rarement - voire jamais - la une des médias grand public du pays.

Les grands médias brésiliens sont monopolisés par les propriétaires terriens, qui sont souvent les grands éleveurs de bétail du pays. Il n'est pas étonnant qu'ils soient totalement opposés à la politique de réforme agraire nationale et aux autres politiques d'aide aux défavorisés proposées par les agriculteurs pauvres.

Ces conflits ont suscité de nouvelles propositions d'organisation des médias visant pour l'essentiel à rétablir ces derniers dans leur rôle de sources d'information fiables, par le recours à la réflexion critique et le refus de la domination des valeurs du marché.

La communication communautaire

La communication communautaire est l'une des principales stratégies qui se sont développées en réaction à l'influence et au manque d'impartialité des médias. Née dans les mouvements populaires, les ONG et les syndicats, elle a pour but de permettre au citoyen ordinaire de prendre une part plus active dans le choix et la production d'informations. Après avoir pris de l'importance, elle représente aujourd'hui des segments plus importants de la population qui partagent une préoccupation commune - comme par exemple l'éducation et les sciences humaines - et elle permet l'essor d'autres formes de médias. Elle a contribué à l'apparition d'un réseau florissant dans lequel le simple citoyen peut

jouer un rôle prépondérant et produire de l'information.

Nous avons un exemple de cette forme de communication avec la *Radio Comunitária para Todos os Povos [Radio Communautaire pour tous les peuples]*, qui est une initiative de médias populaires dans la région de l'Amazonie orientale, au Brésil. Son objectif premier est d'encourager l'installation de stations de radio communautaires chez les populations indigènes et les autres groupes qui voient leurs droits violés en permanence. Elle organise des ateliers pour aider les communautés locales à créer leurs propres médias à l'aide des nouvelles technologies et des nouvelles techniques d'émission. Le groupe entretient par ailleurs une relation étroite avec l'Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires (Amarc), aux côtés de laquelle il préconise l'adoption par le pays d'une nouvelle loi sur les médias qui permette à toutes les couches de la population d'avoir accès aux concessions de médias, et qui décriminalise la radio amateur.

Un autre exemple, *The Independent Media Center* (IMC - Centre des médias indépendants), également connu sous le nom de *Indymedia*, est une plateforme internationale renommée indépendante de tout intérêt - étatique et privé - qui fait appel à des créateurs de contenus (presse, radio et vidéo) du monde entier, dans le but de permettre aux groupes et aux couches de la population ordinairement exclus de toute participation et représentation dans les médias grand public de faire entendre leur voix. Ce réseau dispose d'un site participatif ouvert à chacun. Les groupes issus d'IMC organisent des ateliers sur toutes sortes de thèmes, tels que la création de médias indépendants, l'écriture, la photographie, l'informatique, la vidéo et la radio.

L'Argentine : un modèle pour le monde entier

Les projets communautaires ont besoin qu'une protection soit garantie par les lois sur les médias, afin que la décentralisation et la démocratisation de la radio, de la télévision et des autres concessions puissent fleurir. Dans le domaine des médias, les monopoles sont contraires aux principes de la démocratie, car ils tendent à exclure la participation des citoyens économiquement faibles. Afin de résoudre ce problème, quelques pays ont proposé dernièrement une révision de leur législation sur les médias, afin qu'un nombre plus important de groupes, y compris les mouvements sociaux et les associations sans but lucratif, soient correctement et équitablement représentés. L'un des exemples les plus complets et les plus intéressants de ce nouveau

type de législation est la célèbre *Ley de Medios* (Loi sur les médias) Argentine qui a été approuvée et déclarée constitutionnelle par la Cour suprême en 2009.

Cette loi est parfaitement conforme aux recommandations les plus récentes pour la promotion et le respect de la diversité culturelle, telles que celles établies par l'Unesco dans sa *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* et la *Déclaration des principes de liberté d'expression* de l'Organisation des États américains.

La *Ley de Medios* a mis en place un ensemble de conseils de régulation des médias tels que *l'Autorité fédérale des services de communication audiovisuelle*, la plus haute autorité responsable de la mise en œuvre de la nouvelle loi sur les médias ; le *Conseil fédéral des communications audiovisuelles* ; et le *Conseil consultatif des communications audiovisuelles et de la jeunesse*, entre autres. Ces conseils sont composés de membres de la branche exécutive du gouvernement, du Congrès et de la société civile, et ils sont responsables de l'application de la loi.

L'aspect le plus intéressant de cette loi est peut-être la limitation du nombre de médias que peut détenir un groupe privé, limitant la possession de différents types de médias dans la même région (par exemple, un groupe de communication qui dispose d'un journal et d'une radio dans la même région). La loi instaure également d'autres formes de limites aux niveaux national et local. Au plan national, la loi limite le nombre de licences accordées pour la communication par satellite. Au niveau local, les sociétés de médias n'ont droit qu'à une licence de radio AM, une licence de radio FM, et une seule licence de télévision pour une chaîne cryptée ou en accès libre. En conséquence, les médias se sont ouverts, démocratisés, et ont dû accorder plus de place aux autres.

Même si les secteurs les plus conservateurs restent problématiques, l'Amérique latine dans son ensemble a accepté la *Ley de Medios* comme outil international de référence législative pour les nouvelles lois sur les médias. Les experts et les Nations unies en ont fait l'éloge. Franck La Rue, rapporteur spécial pour la liberté d'opinion et d'expression à l'Unesco, a déclaré : « *L'Argentine dispose d'une loi très avancée qui doit servir de modèle au continent tout entier comme aux autres régions du monde.* »

Auteur : Thiago Staibano Alves, correspondant de

Share International, résidant à São Paulo (Brésil).

Thématiques : [Société](#), [politique](#)

Rubrique : Divers