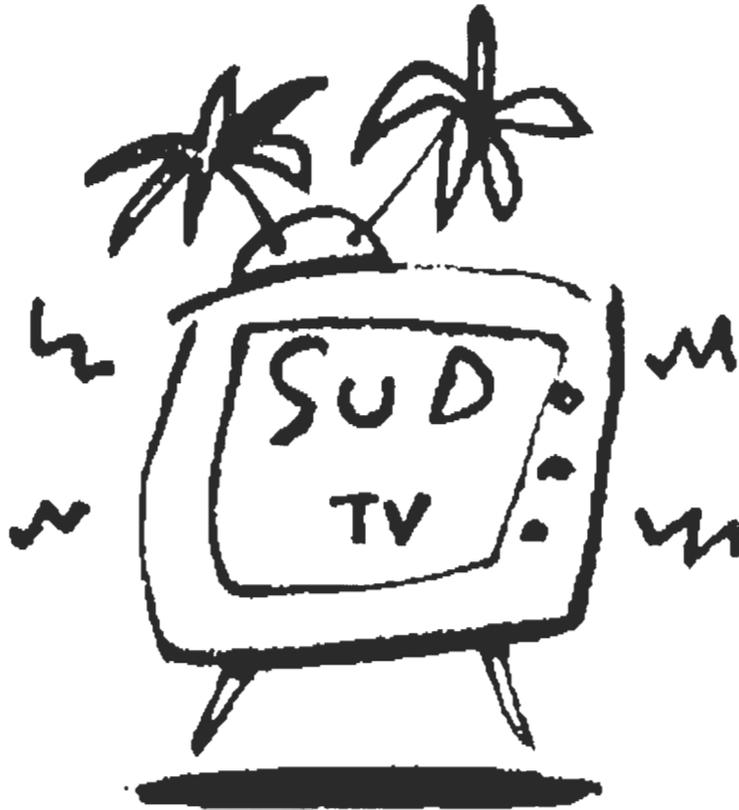


ANTIPODES

RENVERSEZ-VOUS LES IDEES !

Editeur responsable : Pierre Hublet - Périodique trimestriel - Déposé à Bruxelles 3 - Prix : 4 euros - Rue Renkin 2 - 1030 Bruxelles



MEDIAS

*Pour ou contre
l'éducation au développement*

Comité de rédaction	Rédaction et mise en page
Angelo Caserta	Antonio de la Fuente
Namur Corral	antoniodelafuente@iteco.be
Antonio de la Fuente	32 2 243 70 43
Brigitte Gaiffe	Illustrations
Michel Goffin	Boulon
Annick Honorez	Correction
Pierre Hublet	Xavier Godts
Adélie Miguel Sierra	Appui à la rédaction
Jean Claude Mullens	Marie-Agnès De Staercke
Lara Paoletti	Gestion des abonnements
Carine Thibaut	Bienvenu Nsiona di Vunda



Avec le soutien du Service de l'éducation permanente
du Ministère de la Communauté Française Wallonie-Bruxelles
et de la Direction Générale de la Coopération au Développement, DGCDF

Sommaire

Présentation : En première sur le Titanic	3
Parler du développement au journal parlé, c'est possible, <i>entretien avec André Zalesky, par Andrés Patuelli</i>	4
La télévision nous montre des images « vraies » sans donner les clés pour les comprendre, <i>par Marie-France Collard</i>	8
Les médias sont un contre-pouvoir y compris par rapport aux ONG, <i>entretien avec André Linard, par Andrés Patuelli</i>	16
Du Sud dans les écrans du Nord, <i>par Samu Gallup</i>	20
Pas de nouvelles sur le front de l'information, <i>par Mário Mesquita</i>	22
Education et nouvelles technologies multimédias dans la société de l'information, <i>par Alfonso Gutiérrez Martín</i>	28
Ça va mal, mais ça va mieux, <i>par Jacques Dusart</i>	38
Derniers numéros publiés et bulletin d'abonnement	48

Les auteurs

Marie-France Collard est auteure de théâtre et réalisatrice de télévision.

Andrés Patuelli et Samu Gallup sont journalistes.

Mário Mesquita est professeur universitaire à Lisbonne et chroniqueur au journal « Público ».

« Pas de nouvelles sur le front de l'information » est extrait de son livre « O Quarto equivoco. O poder dos media na sociedade contemporânea », Minerva, Coimbra, 2003.

Alfonso Gutiérrez Martín enseigne les Nouvelles technologies en lien avec l'éducation au siège de Segovia de l'Université de Valladolid, en Espagne. L'article publié est extrait de « Nouvelles technologies, éducation et société », Hegoa, Vitoria, 2003.

Jacques Dusart est licencié en communication à l'UCL. « Ça va mal, mais ça va mieux » est extrait de son mémoire de fin d'études.

*Etes-vous tiersmondiste, altermondialiste
ou simplement monégasque ?*

Quelle est l'espérance de vie d'une personne au Sierra Léone ?

- a) 74 ans
- b) 64 ans
- c) 54 ans
- d) 44 ans
- e) 34 ans

Quelle est l'espérance de vie d'une personne en Suède ?

- a) 69 ans
- b) 79 ans
- c) 74 ans
- d) 62 ans
- e) 58 ans

Quelle est la nationalité la mieux représentée parmi les étrangers de Belgique ?

- a) l'italienne
- b) la congolaise
- c) la marocaine
- d) la turque
- e) la hollandaise

Quel est le nombre de médecins pour 100 mille habitants au Burkina Faso (A titre de comparaison, en Italie il y en a 553) ?

- a) 554
- b) 3
- c) 133
- d) 84
- e) 14

Quel est le taux de scolarisation des filles dans le primaire au Niger ?

- a) 53 %
- b) 63 %
- c) 81 %
- d) 20 %
- e) 42 %

L'aide annuelle versée par l'Union européenne à l'Afrique sub-saharienne est de 8 dollars par habitant. Sur la même période, chaque vache européenne reçoit quant à elle des subventions...

- a) pour la moitié de ce montant
- b) pour le même montant
- c) deux fois supérieures
- d) 120 fois supérieures
- e) allez, arrêtez ces comparaisons indécentes

Les réponses se trouvent sur www.iteco.be

En première sur le Titanic

« Dans une perspective *business*, soyons réalistes : à la base, le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola, par exemple, à vendre son produit », déclarait récemment Patrick Le Lay, PDG de TF1¹.

Tout est dans le « par exemple ». Et dans le « soyons réalistes ».

« Le président de TF1 reconnaît ne se soucier du téléspectateur que pour mieux le livrer corps et biens à l'annonceur. Il paraît que, dans les abattoirs japonais, on pratique un massage prolongé des veaux avant de les abattre. La viande en serait plus tendre et plus savoureuse. Les paroles prononcées par M. Le Lay rappellent ces pratiques », répond l'association de réalisateurs 25 Images².

TF1 a engrangé en 2003 un bénéfice net de 23,1 millions d'euros (plus 23,4 % par rapport à l'année précédente). Uniquement en France, Coca-Cola a investi 30 millions d'euros en 2003, en majorité sur TF1, cela va de soi. Le bénéfice net de Coca-Cola ? On manque assurément de touches sur ce clavier pour le transcrire.

Que peut faire face à ces réalités la centaine d'animateurs en éducation au développement qui se sont réunis en ce mois de juillet 2004 à Ostende, pour traiter des rapports entre les médias et l'éducation au développement ?³ Diaboliser les médias, chercher à les utiliser ? Bien poser le problème, tout d'abord, comprendre ensuite pour pouvoir mieux agir en définitive.

Deux citations peuvent nous guider dans cette direction :

« Les médias ne réussissent pas toujours à dire aux personnes *ce qu'elles* doivent penser. Par contre, ils parviennent toujours à leur dire *à quoi* elles devraient penser »⁴. En d'autres termes, les médias déterminent le cadre des thèmes et des problèmes socialement pertinents à un moment déterminé. Rien de plus, rien de moins.

« Le terme plus juste pour définir le rapport entre les médias et la société est peut-être celui de *circularité*, car le trait principal qui définit cette relation est le conditionnement réciproque. Les rapports sociaux, politiques, économiques induisent des représentations médiatiques qui, à leur tour, ont des répercussions sur la société. Les médias ne constituent pas un pouvoir absolu, mais vont conditionner profondément le contexte politique, social et économique qui les entoure »⁵.

C'est sous cet angle qu'il conviendrait de lire les propos et réflexions, venant pour la plupart de professionnels et d'observateurs des médias, qui composent ce dossier.

Soyons réalistes, dit le PDG de TF1. Contrairement à ce qu'il veut nous faire croire, annuler la dette du tiers monde et se battre pour améliorer les conditions de vie des populations défavorisées, par exemple, est faire preuve de beaucoup de réalisme. A quoi sert-il d'avoir un ticket de première classe si c'est sur le Titanic ?⁶ (*A de la F*).

¹ *Les Dirigeants face au changement*, Editions du Huitième jour, Paris, 2004.

² Dans *Le Monde* du 13 septembre 2004.

³ Cf. www.deeep.org

⁴ Bernard Cohen, *The Press and Foreign Policy*, Princeton University Press, Princeton, 1963.

⁵ Mário Mesquita, *O Quarto equivoco. O poder dos media na sociedade contemporânea*, Minerva, Coimbra, 2003.

⁶ Karim Tazi, entrepreneur et fondateur de la Banque alimentaire au Maroc, dans *TelQuel*, Rabat, août 2004.

Parler du développement au journal parlé, c'est possible !

La RTBF, il la connaît bien. Dans sa longue carrière professionnelle, André Zaleski a déjà réalisé « tous les métiers qu'un journaliste peut faire à la RTBF », raconte-t-il. Il a participé à plusieurs programmes magazine dans les domaines de l'environnement, *Objectif terre*, de l'histoire, *Jours de guerre*, ou de l'économie, *Business news*. Il a également réalisé de nombreuses émissions « hors grille », où il a « toujours essayé d'intégrer la dimension du développement », ce qui lui a permis de faire des nombreux reportages surtout en Afrique, mais aussi en Asie et en Amérique latine. La coopération et l'altermondialisme, André Zaleski connaît bien aussi. Il a couvert pour la RTBF les manifestations contre l'OMC à Seattle, aux Etats-Unis, et les quatre Forums sociaux mondiaux.

• D'où vient votre intérêt pour le développement ?

• Au début des années quatre-vingt, alors que je travaillais à la RTB, on m'a proposé de devenir l'attaché de presse du Secrétaire d'Etat à la coopération. Mais le premier déclic a été ma rencontre avec Jacques Danois, qui avait été grand reporter pour la RTB et pour RTL. Il avait couvert toutes les guerres d'indépendance, de l'Algérie au Vietnam, du

Congo au Biafra. En 1967, lassé de couvrir la guerre en tant que journaliste, il accepte la proposition de l'Unicef de devenir responsable de l'information pour l'Asie du Sud-Est. En 1981, un an avant de rentrer au cabinet de la coopération, j'ai eu l'occasion de réaliser avec lui un magazine pour la télévision au Vietnam, au Cambodge et en Thaïlande. Cela m'a ouvert les yeux sur les problèmes des enfants, mais plus largement sur ceux des pays en développement. Grâce à ces deux expériences, depuis mon retour à la RTBF, en 1983, pour reprendre mon métier de journaliste, mon regard se tourne très régulièrement vers ces pays en détresse.

• Les ONG de développement sont très critiques envers la représentation du tiers monde véhiculée par les médias de masse. Partagez-vous cette opinion ?

• Ne généralisons pas ! Il faut d'ailleurs tenir compte que dans leurs propres campagnes d'information, certaines ONG n'ont pas hésité à utiliser parfois des images misérabilistes pour susciter la générosité du public... Le reproche va donc dans les deux sens. Il est vrai aussi que dans le domaine de l'information il convient de distinguer entre les ONG d'urgence et celles qui travaillent sur le développement, dans la durée. Cela dit, je

Selon André Zaleski, présentateur du journal parlé à la RTBF, les ONG pourraient profiter davantage des possibilités existant dans les médias pour faire passer leur message. A la RTBF au moins...

propos recueillis par Andrés Patuelli

crois que tant une opération menée par Médecins sans frontières dans un pays qui a subi une catastrophe de grande ampleur, que le travail accompli par les Iles de paix au Mali méritent la même attention de la part des médias, car les deux expériences font partie de l'aide au développement.

• Des études montrent pourtant que c'est la vision misérabiliste qui prime dans les médias...

• Il est vrai que les médias ne montrent souvent que le côté misérable des pays en développement, mais cette analyse vaut surtout pour le journal télévisé. A côté de celui-ci, il existe toute une série d'émissions qui permettent au téléspectateur de se forger une autre vision. Des émissions produites ou co-produites avec la coopération fédérale belge ou avec certaines ONG. La RTBF n'a pas de reproches à se faire à cet égard. Je ne nie pas que la course à l'audience et que les impératifs de minutage limité dans le journal télévisé empêchent d'aller au fond des problèmes. Je ne nie pas non plus que les émissions d'approfondissement passent plutôt en deuxième partie de soirée. Mais on ne peut pas dire pour autant que, d'une manière générale, les médias ne favorisent que l'approche d'urgence, se désintéressant du travail de

l'Unicef ou de celui du Programme alimentaire mondial. Je crois que la presse offre aujourd'hui, à qui veut aller plus loin, toute une série de possibilités dans la compréhension de ces thématiques.

• Les informations relatives à des situations d'urgence ont-elles plus de chances de passer sur antenne que celles concernant le développement à long terme ?

• Pour prendre le cas du journal télévisé ou parlé, si un flash dit que telle organisation vient de décider de débloquer X centaines de milliers d'euros pour lancer une opération d'urgence à tel endroit, il est clair que vous n'avez pas besoin d'interviewer qui que ce soit. Au contraire, vouloir faire les choses un peu plus en profondeur passe par une visite sur le terrain ou par une rencontre avec un expert, ce qui demande un investissement en matière de production ainsi qu'une occupation plus longue du journal. Effectivement, si vous êtes dans l'analyse, il vous faut, pour préparer et pour expliquer, plus de temps que si vous êtes dans l'urgence, où un communiqué de presse a, de ce point de vue, plus de chances de passer.

• Les ONG d'urgence ne profitent-elles pas également d'un certain savoir-faire en ma-

Les ONG pourraient être plus efficaces dans leurs propositions

tière de relations publiques ? Ne se montrent-elles pas plus proactives que les ONG de développement vis-à-vis des médias ?

Je parlerais de réflexe plutôt que de savoir-faire. J'ai parfois reproché à des ONG de vouloir faire passer des communiqués de presse sur des situations ou des projets dans une certaine région, qui demanderaient un traitement en profondeur, mais de ne jamais nous prévenir quand, par exemple, un expert revenait de cette région, qu'on aurait pu interviewer. S'il ne faut pas se limiter au communiqué bref, chargé de chiffres, il ne faut pas tomber non plus dans le rapport de 55 pages : le journaliste n'a pas toujours le temps de le lire ! On pourrait s'attendre à ce que les ONG soient plus efficaces dans leurs propositions. Cette difficulté se retrouve aussi dans des organismes du secteur syndical ou dans des agences internationales.

• La hiérarchie et les responsables des médias sont-ils sensibles à ce type de propositions ?

• Une radio ou une télévision n'est pas forcément l'autre mais, pour prendre mon expérience personnelle, il y a, aussi bien au journal télévisé qu'au journal parlé, des membres de la hiérarchie qui ont travaillé en politique internationale ou qui sont sensibles au problème du développement. Avec eux, vous pouvez discuter pour insérer des séquences qui sortent des balises journalistiques traditionnelles : « international », « national », « culture » ou « sport ». On peut aller plus loin. Concrètement, on a modifié la présentation du journal parlé. Sur la Première, chaque grand journal, de 8 h, de 13 h et de 18 h, offre désormais la

possibilité de développer certains sujets. On donne l'information brute dans le journal et dix minutes plus tard, on dispose de trois minutes supplémentaires pour l'approfondir. Ainsi, il m'est arrivé de le faire avec la Confédération internationale des syndicats libres, l'Unicef ou Amnesty international. Il y a des créneaux qui s'ouvrent.

• Le secteur du développement est-il aussi important pour vos collègues ?

• Je pense que les gens qui s'intéressent à cette problématique sont proportionnellement plus motivés que ceux qui traitent d'autres types d'information. Cela dit, il ne faut non plus se voiler la face et penser que tout est merveilleux. Lorsqu'il faut trancher entre différentes informations qui ne peuvent pas toutes rentrer dans le format du journal, et c'est souvent le cas, il est vrai que c'est plutôt cette information-là qui sera sacrifiée. L'information nationale, l'information fédérale, la politique des partis, les faits divers, la notion du « mort-kilomètre » joue bien sûr aussi chez nous. Je pense néanmoins qu'il y a eu une évolution positive. Et que dans chaque rédaction, nationale au moins, des gens sont à l'écoute de ces problèmes et proposent à leurs supérieurs qu'on en parle quand même. Il se peut donc que votre supérieur hiérarchique décide qu'il faut passer le papier sur la formation des gouvernements régionaux et communautaires, tout en laissant deux minutes pour parler de la vente de bananes dans les pays ACP (Afrique, Caraïbes, Pacifique).

• Quel public suit les émissions d'informations de la radio publique ?

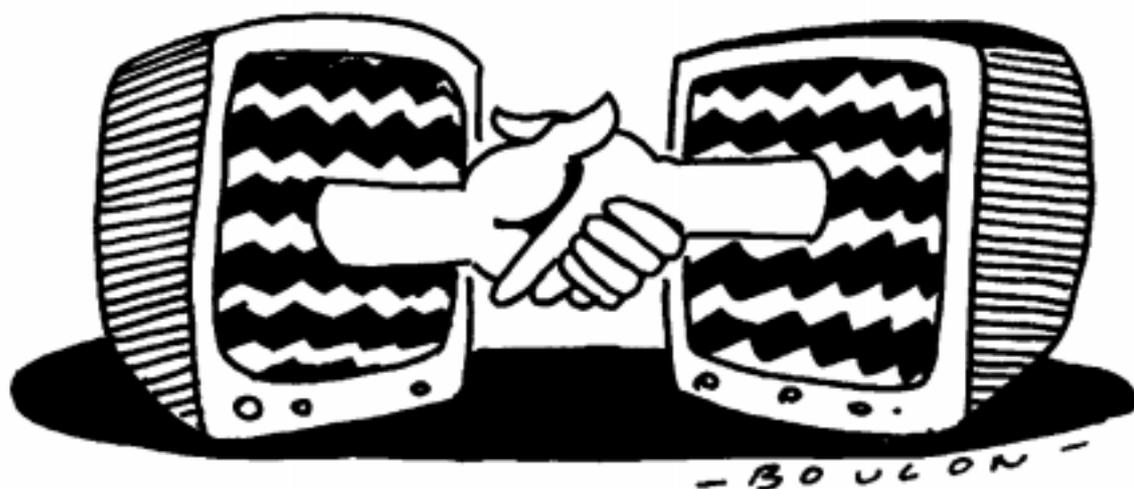
On parle de pays que les gens n'arrivent pas à situer sur la carte

• Je peux supposer que les ONG sont à l'écoute de la RTBF. Certes, en termes d'audience globale, les radios privées nous font fort concurrence, mais je crois qu'il y a une certaine élite —sans vouloir être péjoratif—, l'élite politique et culturelle, qui reste attachée à la RTBF parce qu'elle sait que chez nous l'information aura une certaine profondeur. Il faut en profiter.

• **« Messages simples, réalités complexes » : ce slogan, si cher au milieu de l'éducation au développement, est-il réalisable dans les conditions concrètes du travail journalistique ?**

• C'est possible, à mon avis. Cela demande peut-être davantage d'investissement, mais

c'est la seule manière de rentabiliser l'information. Après tout, le journaliste, qui traite l'information, est aussi un vulgarisateur. En fonction du temps et de l'espace dont il dispose dans un journal, et avec l'aide éventuellement d'une ONG, il doit pouvoir retenir l'aspect de l'information qui a le plus de chances de passer, d'être compris. C'est difficile car le monde est de plus en plus complexe. On vit dans un langage de sigles. On vit dans une période où il faut de plus en plus décrypter. On parle de plus en plus de pays que les gens n'arrivent parfois même pas à situer sur la carte. La mondialisation, c'est aussi cela. C'est d'autant plus vrai à la radio. Il faut donner à l'auditeur quelques pistes pour qu'il ne soit pas complètement perdu ; sinon il décroche •.



Marie-France Collard,
co-auteure de « Rwanda 94 »
et réalisatrice d' « Ouvrières du monde »

Aborder le vaste thème des médias de masse, je ne peux le faire que de là où je suis et à partir de mon expérience, des différents travaux que j'ai réalisés ou auxquels j'ai participé. Je ne suis pas une théoricienne des médias, mais une simple praticienne qui, à partir d'un milieu artistique théâtral et audiovisuel, s'est frottée de différentes manières aux médias de masse et aux relations Nord-Sud.

Dans la pièce de théâtre, *Rwanda 94*, consacrée par le Groupov au génocide des tutsis et au massacre des hutus modérés, qui a eu lieu d'avril à juillet 1994, au Rwanda et, qui en trois mois, a fait un million de morts, la télévision fait office à la fois d'enquêteur et d'accusé.

Au banc des accusés, les media le sont, à plusieurs titres. En premier lieu parce que l'idée même de prendre comme sujet d'une nouvelle création le génocide rwandais est né d'une révolte très violente à leur encontre. Une révolte, bien sûr, d'abord devant les événements eux-mêmes : le génocide perpétré dans l'indifférence et la passivité générales. Les morts n'avaient pas de nom, pas de visage, pas d'importance.

Mais, en même temps, révolte contre le discours qui constituait ces événements en informations, à la télévision, la radio et dans la presse. A de rares et belles exceptions près, la tragédie rwandaise s'y présentait comme une guerre tribale, un massacre interethnique entre hutus et tutsis, problème « typiquement africain ». « *Deep Africa, do you know...* L'Afrique profonde, vous savez », entendait-on dire par ces envoyés spéciaux présents sur place. La responsabilité occidentale ne semblait en rien engagée dans ce qui apparaissait implicitement comme une résurgence de la barbarie nègre dès que les Européens ont tourné le dos.

Bien que l'histoire du Rwanda ne nous fût pas connue à l'époque — à Jacques Delcuvelerie, metteur en scène et à moi-même, tous deux à l'initiative du spectacle — nous soupçonnèrent rapidement qu'une telle simplification ne pouvait correspondre à la réalité et n'était pas uniquement le résultat *a priori* généralement véhiculé par les médias dès qu'il s'agit de l'Afrique. La faillite des Nations unies, les vives différences d'appréciation des responsabilités selon les médias anglo-saxons, belges et français, et finalement, l'Opération Turquoise, achevèrent de nous persuader que des intérêts étrangers puissants étaient également en jeu...

La télévision nous montre des images « vraies » sans donner les clés pour les comprendre

Cette « dramaturgie » de l'information est devenue par après un des sujets du spectacle, que nous avons défini, en cours d'élaboration, « comme une tentative de réparation symbolique envers les morts à l'usage des vivants ».

*« Ecoutez-les
Soyez sur vos gardes
Regardez-les, mais méfiez-vous
Ces appareils qui propagent l'information
Ce sont eux qui infectent les cœurs et souillent
les esprit ».*

Ainsi s'exprime, dans *Rwanda 94*, le Chœur des morts, fantômes des morts venant hanter les vivants et représentant les victimes du génocide. Joués par des acteurs rwandais, dont certains rescapés, ils mettent en garde le public —le public occidental, à qui s'adresse la pièce— et manifestent ainsi dans un refrain obsédant, en français et en kinyarwanda, leur scepticisme quant à la capacité des médias à être un lieu de réparation possible, mais aussi quant à leur capacité à rendre compte du réel. Ils sont d'autant plus sceptiques que, pour eux, les médias ont été complices du génocide à un double titre : par la désinformation, l'omission ou le mépris des médias occidentaux et par la participation directe des médias nationaux

rwandais —dont la tristement célèbre Radio des milles collines— à la propagande, à la mise en place de la haine ethnique et au soutien au discours génocidaire, avant et pendant le génocide.

Un peu plus loin, dans la pièce, un autre personnage, Blanc celui-ci —rescapé du génocide des Juifs en Europe— dit ceci :

*« Comment dire l'infiniment grand de la vérité
Et l'infiniment petit de la vérité
Et l'infiniment complexe des causes et des
effets
En un lieu médiatique où la parole est mesurée
Où formule vaut mieux que raisonnement
Où émotivité paye mieux que conviction ?
Comment ?
Comment le bruit pourrait se faire analyse
consistante ?
Comment le temple du spectacle pourrai-il se
contenter de l'austérité du vrai ? ».*

La pièce en elle-même, dans sa globalité, dans sa durée —aussi bien le temps que nous nous étions donné pour l'élaborer, plus de quatre ans de recherches, de voyages, de rencontres avec des experts, des ethnologues, des journalistes, avec des présentations d'étapes de travail devant un public ami, puis plus large—

La mort n'a pas la même valeur selon que l'on est Blanc et Européen ou Noir et Africain

que la durée de l'œuvre elle-même — plus de six heures, hors entracte — devient une critique des media qui, toujours, veulent faire « vite et court », simplifient, fragmentent, decontextualisent...

Les images du génocide elles-mêmes, le peu qu'il y en a — à tel point que *Le Monde Diplomatique* titrait en septembre 1994, *Un génocide sans images*, donc inexistant —, leur violence, sont données à voir aux spectateurs de théâtre après cinq heures : ils auront avant entendu le long récit d'une rescapée, ils auront écouté des chants, assisté à une émission de télévision et à une conférence, ils auront vu des fantômes électroniques, des visions évoquant l'Eglise, la France, les Nations unies, ils auront tourné et retourné autour du génocide afin de l'approcher par différents angles et d'en être émotionnellement, intellectuellement imprégnés, avant que les images viennent leur rappeler brutalement : le génocide, c'était ça...

Ainsi, tout, dans la pièce, semble prendre le contre-pied de ce que les media dits de masse nous proposent habituellement... Mais paradoxalement, la télévision y est aussi le lieu de la fiction, le lieu à partir duquel le spectateur de théâtre peut s'approcher du génocide et de sa compréhension, en suivant un parcours, celui d'une journaliste, Madame Bee Bee Bee, sorte de Sainte Jeanne des Abattoirs moderne, qui cherche elle aussi à comprendre afin de rendre compte, à qui nous pouvons nous identifier facilement, et qui, comme chacun d'entre nous, a cru, croit toujours, espère, comme moi que, malgré tout,

il est encore possible de travailler avec ce media....

Dans la pièce, Madame Bee Bee Bee ne fera jamais son émission, après une altercation avec son directeur de chaîne, au sujet des images violentes et du pourquoi et du comment de leur diffusion à une heure de grande écoute, dans une scène qui s'intitule « Façon de fabriquer »....

A ce propos, je voudrais simplement soumettre à votre réflexion cette référence : Jean-Luc Godard, citant Brecht disait : « Le problème n'est pas de montrer des choses vraies mais de montrer comment sont vraiment les choses ». Le problème n'est pas tant la diffusion d'images d'une réalité parfois violente, mais bien le contexte dans lequel celles-ci sont diffusées. Ainsi, s'il l'on parle du rapport des media avec la réalité des pays du Sud, mise à part l'équation déjà citée à propos du génocide rwandais, et que l'on rencontre souvent dans les salles de rédaction, suivant laquelle la mort n'a pas la même valeur selon que l'on est Blanc et Européen ou Noir et Africain et qui fait opérer une première sélection, bien souvent les images que l'on nous montre sont brutalement vraies : mais qui nous donne vraiment les clés pour les comprendre ? Pour les remettre dans un contexte, dans des liens de causalité, économique, historique, individuelle, dans une histoire récente et passée, dans le rapport de forces des grandes puissances dont les intérêts sont sous-jacents ou simplement dans les enjeux et la durée d'une vie humaine, sont-elles d'ailleurs montrées pour être comprises ? Ou seulement

Aujourd'hui encore 40 mille enfants sont morts d'une maladie pour laquelle existe une prophylaxie simple....

là pour affirmer notre différence, nous confirmer dans notre chance, celle, malgré tout, d'être encore du côté des nantis....

La « vraie » violence, celle du quotidien d'un système qui broie des milliers de gens, ici et ailleurs, n'apparaît pas très souvent à la télévision : ne serait-ce pourtant pas le titre par lequel nos journaux télévisés devraient commencer chaque jour : « Aujourd'hui encore 40 mille enfants dans le monde sont morts d'une maladie pour laquelle existe pourtant une prophylaxie simple.... ».

La question qui surgit alors est : Pourquoi finalement la télévision, qui pourrait être un moyen pédagogique extraordinaire, qui l'a parfois été, nous dispense de ce genre d'informations ? Chacun peut y réfléchir, nous pouvons lancer quelques pistes, dont la plupart sont déjà connues :

- La soumission désormais de toutes les chaînes —y compris des chaînes publiques, puisque celles-ci sont sous-financées— au monde marchand : l'information est désormais une marchandise— elle se soucie peu de la « vérité » et est, comme tous les programmes, soumise aux lois de l'audimat, c'est à dire à vouloir le plus de téléspectateurs possible en même temps, non pas pour voir cette émission en particulier mais parce que celle-ci ouvre sur des annonces publicitaires : ce sont elles qui doivent atteindre le plus grand nombre (écrans publicitaires qui se vendent à des prix exorbitants : par exemple, sur TFI, chaîne privée la plus regardée en France, un écran s'achète 100 mille euros...).

- En découle le formatage idéologique et la recherche du sensationnel afin de plaire au plus grand nombre....

- **En découle le formatage des programmes**, qui admettent de moins en moins le long-métrage, y compris en fiction, et privilégie des émissions calibrées à 52 ou 26 minutes, afin de disposer de plus de coupures publicitaires.

- En découle le mélange des genres... En théorie pourtant, les choses sont claires : aux journalistes l'espace rédactionnel et aux publicitaires l'espace publicitaire. La charte des devoirs du journaliste ne proscrit-elle pas toute forme de mélange des genres ?¹ C'est compter sans l'inventivité des publicitaires dont la fonction est précisément d'émerger, c'est à dire de déborder de leur cadre conventionnel pour imposer, de façon parfois insidieuse, un discours marchand. Dans la presse, à la radio, à la télévision et même au cinéma, on ne compte plus aujourd'hui les

¹ *La Charte des devoirs professionnels des journalistes français, adoptée en 1918 et révisée en 1938, édicte notamment qu' " un journaliste digne de ce nom [...] ne signe pas de son nom des articles de réclame commerciale ou financière ". La Déclaration des devoirs et des droits des journalistes, adoptée en 1971 à Munich par les représentants des organisations de journalistes de l'Union européenne, formule au nombre des " devoirs essentiels du journaliste " celui-ci : " ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste ; n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs ". Ces deux textes de référence pour l'ensemble des organisations de journalistes n'ont malheureusement aucune valeur légale ni conventionnelle.*

En Italie, Silvio Berlusconi est l'exemple de ce que la confusion des pouvoirs médiatique et politique peut engendrer

« rédactionnels » qui servent un message publicitaire ou les pubs qui se donnent l'apparence d'un contenu d'information ou de programme...

• **Une autre inquiétude se manifeste de plus en plus dans le monde des médias par rapport à la concentration des capitaux.** On en aboutit à des situations de monopole, comme dans d'autres secteurs. Ainsi, en Italie, Silvio Berlusconi est l'exemple de ce que la confusion des pouvoirs médiatique et politique peut engendrer, comment elle peut porter atteinte à la démocratie... Silvio Berlusconi est à la fois maître à 90 % des chaînes privées et, comme chef du gouvernement, des chaînes publiques. Et il ne recule devant rien pour asseoir son autorité. Il contrôle, intimide, inquiète. À lui seul, il règne aussi sur un quart des droits d'auteur de tous les livres publiés en Italie. Il a fait voter une loi lui assurant l'immunité...

• Un autre exemple récent est le rachat en France du groupe Hersant par Serge Dassault, faisant de lui l'un des groupes les plus puissants du pays, avec un autre marchand d'armes, Lagardère, qui contrôle Hachette, *Europe 1*, *Elle*, *Marie-Claire*, etc. Cette situation de fait inquiète également les journalistes comme d'ailleurs le rapprochement de TF1 et des chaînes publiques afin de créer CIIF, une chaîne d'information internationale, financée par des fonds publics mais dirigée par le groupe Bouygues.

Suite à ces rapprochements, l'Observatoire des

médias français a lancé récemment un *Appel contre la concentration et la mainmise financière sur les médias*, disant, entre autres :

« **Sans cesse, le contrôle de quelques firmes** sur le journalisme et la communication parvient à s'étendre, sans susciter la réaction appropriée de quelque autorité ou pouvoir. Sans cesse, la stratégie de mainmise du pouvoir politique sur les moyens d'information renforce les moyens de diffusion des doctrines les plus favorables aux intérêts financiers ».

Et de rappeler :

« La liberté d'expression est une composante essentielle des libertés publiques. Le droit à une information de qualité, à des conditions de travail des journalistes conformes aux impératifs de leur métier et à un traitement équilibré et honnête de l'actualité et des débats publics est un combat que doivent soutenir les démocraties ».

Certains diront alors qu'il ne sert à rien de vouloir s'approcher des médias de masse et que s'y frotter, c'est commencer à se compromettre... « Vous qui passez cette porte perdez toute espérance... ». Certains, dans les milieux artistiques et militants, adoptent des positions radicales et décident d'assurer eux-mêmes la chaîne de production ; la venue sur le marché des caméras digitales « domestiques » DV et mini DV et des unités de montage au prix maintenant accessible le permet. Ils cherchent alors à ouvrir de nouveaux canaux de diffusion — je pense par

En Belgique l'école documentaire a donné les frères Dardenne, palme d'or à Cannes avec Rosetta

exemple au réseau Indymedia, sur Internet—
et en salle, dans les circuits associatifs et
altermondialistes.

Je pense aussi à la manière dont différents
groupes ont décidé de se réapproprier leur
propre image et le discours qui l'accompagne
dans les médias de masses parce qu'ils se
sentaient systématiquement trahis par la façon
dont on les représentait : par exemple, les
groupes de *piqueteros* en Argentine ou, dans
l'histoire passée, le groupe Medvedkine,
autour des usines de Sochaux en France. On
peut citer aussi des expériences de télévision
communautaire au Venezuela, réseaux par
lesquels nous parvenons des informations,
des images inaccessibles par ailleurs et qui,
alliant parfois la réflexion sur la forme et sur le
fond, nous donnent de véritables œuvres de
cinéma.

Cependant, il existe encore des espaces de
diffusion possibles pour des thèmes de société
et les relations Nord-Sud sur les grandes
chaînes médiatiques. Il y a moyen de les
utiliser, même si le discours qui y est tenu
n'est pas le discours dominant et se perd un
peu dans le flux télévisuel. Chacun peut citer
ici l'un ou l'autre exemple d'une émission
qu'il aura trouvée excellente, cohérente,
approfondie, bien faite. Bien sûr, elle n'était
sans doute pas diffusée en *prime time*, mais à
cette heure-là pourtant, en regardant l'audimat
(et oui, on a ses contradictions), elle aura tout
de même attiré plus de 500 mille
téléspectateurs...

C'est particulièrement vrai pour le

documentaire, genre qui a ses titres de
noblesse, notamment en Belgique, dont l'école
documentaire n'est plus à vanter : elle a donné,
par exemple, les frères Dardenne, palme d'or à
Cannes, en 2001, avec *Rosetta*, dont la carrière
a commencé à Liège, par la réalisation de
documentaires sociaux, genre qui vient
maintenant d'être consacré à Cannes par la
Palme d'or attribuée à Michael Moore pour
son film *Fahrenheit 9/11*.

Le documentaire a cette particularité de
relever encore du cinéma d'auteur et de
trouver ainsi un financement via plusieurs
guichets, parmi eux, les diffuseurs télévisuels.
Il est rare aujourd'hui de voir les télévisions,
même les télévisions de service public —sauf
peut-être la BBC— financer à elles seules un
documentaire, dont le coût horaire de
production est très élevé. D'une certaine
manière, les auteurs indépendants de
documentaire pallient à ce déficit.

C'était mon sentiment, en tout cas, quand j'ai
envisagé de réaliser *Ouvrières du Monde*,
après avoir travaillé comme réalisatrice pour
l'émission *Dunia*. Je voulais réaliser un long
métrage documentaire, en me donnant le
temps de faire une enquête approfondie et le
temps d'une véritable rencontre avec les
personnages —possibilité et conditions de
production que les télévisions ne donnent plus
à leurs équipes— où les problématiques du
Nord et du Sud seraient réunies dans un même
espace narratif, car trop souvent on nous les
présente de manière séparée : d'un côté la
misère du Nord et, de l'autre, la misère du
Sud... Comme si nous n'étions pas tous

Pour les gens du Nord, le Sud nous prend le travail et, pour ceux du Sud, le Nord est un Eldorado

soumis, d'une manière ou d'une autre, à une même logique économique, à l'échelle planétaire... Comme si développement et sous-développement n'étaient pas le revers d'une même médaille... D'où cette idée de faire le portrait de femmes travaillant pour une même multinationale, dans des pays du Nord comme du Sud.

Il s'agissait de réfléchir à la construction d'une solidarité internationale et de réunir ceux et celles que l'on a tendance à opposer et à renvoyer dos à dos : pour les gens du Nord, ce sont ceux du Sud qui nous prennent notre travail et, pour ceux du Sud, le Nord est un Eldorado et nous sommes tous des privilégiés... Les réunir par effet de montage, afin de donner au spectateur du film, à travers la soumission des uns et des autres à la logique d'une même multinationale, des outils de compréhension de ce que l'on appelle la « mondialisation de l'économie » mais aussi les réunir en les confrontant directement, dans le film, aux images tournées ailleurs, en présentant aux ouvrières du Sud les images de leurs consœurs belges et françaises, victimes de la fermeture de leur usine qui délocalise vers la Turquie, images qu'elles n'avaient jamais vues. Le dialogue qui s'amorce ainsi, à l'intérieur du film, est une mise en abyme de l'outil télévisuel et de l'impact pédagogique qu'il peut receler.

En faisant ce film, qui paraissait simple à réaliser, j'ai croisé pas mal de difficultés. J'ai été étonnée de rencontrer, à des degrés divers, la peur, la peur de témoigner pour la télévision, sur un sujet banalement quotidien, le travail en

usine. Et pour parler de ces gestes ancestraux, portés par des générations de femmes, j'ai dû tourner dans la clandestinité. Dans certains pays, quand vous arrivez avec une équipe de tournage, vous devez vous déclarer au ministère de l'information qui, en général, suit de très près vos déplacements et vous impose parfois un policier pour vous accompagner. Nous ne pouvions accepter cela, car c'était compromettre la sécurité de nos témoins. Je ne peux pas dire non plus que le tournage en Belgique et en France se soit passé sereinement, les images du travail en usine sont aussi clandestines et il s'agissait ici de suivre un conflit social en cours, avec ses enjeux politiques, syndicaux et médiatiques, différents et même parfois très éloignés des intérêts de ceux qui défendent leur emploi... Et les personnes qui ont témoigné ont elles aussi pris le risque, non pas, comme dans certains pays du Sud, de représailles physiques, mais bien d'être sur une liste noire et de ne pas retrouver du travail par après, ce qui malheureusement s'est avéré pour un des personnages, déléguée syndicale largement médiatisée en France, qui s'est vue refuser la reconduction d'un contrat à cause de son passé syndical.

La diffusion du film s'en est également ressentie, du moins en Belgique, où il aura fallu attendre plus d'un an après sa sortie publique, pour que la RTBF et la VRT le mettent sur antenne, un an après Arte, la Cinquième et Tele Più en Italie qui l'avaient, eux, programmé à des heures de grande écoute.

Dans les campagnes de sensibilisation au Nord, les gens du Sud voient, parfois, une forme de protectionnisme

J'ai aussi régulièrement croisé, parmi les interlocuteurs du Sud qui m'aidaient pour l'enquête une grande méfiance par rapport aux interlocuteurs sociaux du Nord — syndicats et ONG— car ils ne se reconnaissaient pas toujours dans les campagnes de sensibilisation des pays de Nord et y voyaient parfois, drapés sous de beaux discours, une forme de protectionnisme.

Après les diffusions télévisuelles, le film a connu et connaît toujours une longue carrière, par des sélections en festival à travers le monde, par des réseaux de distributions du documentaire atteignant d'autres circuits, les ciné-clubs, le circuit scolaire, les mouvements associatifs, syndicaux, les bibliothèques universitaires ou d'histoire contemporaine, les festivals des droits de l'homme et après

l'Amérique Latine, il vient d'entrer aux Etats-Unis.

La vie pédagogique d'un documentaire peut donc être riche et multiple. Mais il y a certainement d'autres voies, la virulence des critiques sur les médias de masse, comme le livre de Serge Halimi, *Les Nouveaux chiens de garde*, s'adresse d'abord aux journalistes les plus en vue. Il reconnaît par ailleurs qu'il y en a d'autres qui, dans l'ombre des rédactions ou des studios, ont encore la passion et le courage de leur métier, qu'ils s'y consacrent entièrement, avec l'abnégation, le talent et l'enthousiasme des grands reporters d'autrefois dont l'ambition est de comprendre le monde afin de pouvoir le changer (M-F C).



Les médias sont un contre-pouvoir y compris par rapport aux ONG

André Linard travaille dans le secteur de l'information depuis trente ans. Dans une ONG de développement, d'abord, puis en tant que journaliste indépendant et pour une confédération syndicale internationale. Depuis 1999, il dirige l'agence de presse Info-Sud Belgique qui fait partie de Syfia, un réseau d'information sur le Sud, comptant dix bureaux et plus de 65 correspondants en 35 pays, pour la plupart francophones (www.infosud.be).

• L'éducation au développement constitue-t-elle aussi l'un des vos objectifs ?

• Non. Notre métier de base c'est l'information. Si par ailleurs celle-ci peut servir à sensibiliser le public sur des questions du développement, c'est une bonne chose, mais nous ne nous positionnons pas comme un acteur d'éducation au développement. Le terme « éducation au développement » a une connotation bien précise dans le langage des ONG, et nous ne nous y retrouvons pas. Cela dit, dans la mesure où, d'après nous, le travail d'information ne consiste pas uniquement à donner des faits bruts, mais à permettre également les gens de comprendre ces faits, il a aussi une dimension éducative.

• Info-Sud est connue comme agence de presse, mais vous réalisez également d'autres activités...

• Une grande partie de notre travail consiste à vendre à la presse francophone belge —aussi bien à des grands journaux qu'à des publications institutionnelles ou des ONG— des articles sur le Sud ou sur les relations Nord-Sud. Ces informations proviennent dans leur grande majorité du réseau des correspondants de Syfia. Mais, effectivement, nous offrons aussi d'autres services dans le terrain de l'information : nous sommes en train de finir, par exemple, un livre sur le syndicalisme en Afrique, et un outil de formation en matières économiques pour des journalistes du Sud ; c'est très varié. Nous sommes en tout cas une agence d'information, pas de communication, même si dans la réalité la frontière entre les deux n'est pas toujours facile à définir.

Vous avez un grand nombre de sujets d'intérêt communs avec les ONG. Des sujets que ces dernières ont du mal à faire passer à la presse. Quelles difficultés trouvez-vous à ce propos ?

Les difficultés viennent essentiellement du manque de correspondance entre ce que nous

André Linard, directeur de l'agence de presse Info-Sud, reproche aux ONG de se voir comme les « porteuses de la bonne parole du Sud » et de vouloir utiliser les médias pour véhiculer ce qui les intéresse

propos recueillis par Andrés Patuelli

proposons et ce qui intéresse les médias. Dit de manière très schématique, nous diffusons des informations sur des situations plutôt que sur des faits ponctuels, concernant des gens plutôt que des institutions ou des autorités. Les médias ne prennent pas très facilement ce type d'informations : dans la presse francophone belge, la place consacrée au Sud est extrêmement réduite et elle reste essentiellement événementielle, que ce soit pour parler de catastrophes, ou d'un processus électoral dans un pays important... Nos collègues du *Soir*, de *la Libre Belgique* ou du *Vif-L'express*, nous disent : « Ce que vous réalisez est passionnant, continuez, mais on n'a malheureusement pas beaucoup de place pour vous ».

Comment faites-vous pour leur vendre vos informations ?

Nous leur apportons souvent, soit des informations permettant de mettre en perspective ou d'« humaniser » un événement ponctuel, soit des éclairages dont ils ne disposent pas. Ainsi, quand début juin, il y a eu au Congo des manifestations qui laissaient croire à une tentative de coup d'Etat, un journal belge nous a contactés pour que notre

correspondant sur place réalise un récit de ce qui s'était passé. Un autre exemple : fin février dernier, au moment de la chute du gouvernement de Jean-Bertrand Aristide, en Haïti, et alors qu'on parlait des affrontements entre différents groupes armés, nous avons proposé un portrait d'un enfant de 12 ans qui avait été embrigadé dans l'un de ces groupes.

Les articles d'Info-Sud sont signés presque toujours par des journalistes du Sud. Est-ce un problème pour les médias belges ?

Environ 95 % des correspondants du réseau Syfia sont, en effet, des journalistes autochtones qui travaillent dans leur propre pays. Au début, nous avons eu du mal à faire accepter leur crédibilité auprès des médias belges : il est vrai que toute rédaction qui commence à travailler avec un nouveau correspondant doit se poser des questions à son propos, mais nous sentions qu'elles étaient beaucoup trop prononcées. Aujourd'hui, cette suspicion n'existe plus. Nous ne sommes pas les seuls à avoir contribué à cette amélioration : l'intégration, même si très lente, de journalistes du Sud dans les rédactions des médias belges compte énormément aussi.

Quel sens a-t-il, pour un lecteur belge, de savoir quelque chose qui se passe à Lubumbashi ou à Dakar ?

Adaptez-vous les articles aux formats des différentes rubriques de la presse, afin d'augmenter leurs chances de reprise ?

On dit toujours qu'afin de bien traiter un sujet par rapport à un lectorat précis, il faut bien connaître tant le sujet que le lectorat. Un article rédigé par un correspondant au Sénégal, par exemple, est envoyé tel quel à toutes les agences du réseau, en Belgique, à Madagascar, en Suisse, au Congo, etc. Chaque bureau doit ensuite le « nationaliser », c'est-à-dire le rendre compréhensible au public de son pays, en modifiant sa présentation, ou en y ajoutant des informations, afin d'établir un lien plus clair entre la problématique du pays d'origine, et les lecteurs du pays où le papier est diffusé.

Dans ces transformations, ne risque-t-on de trahir les réalités du Sud ?

Il ne s'agit pas de trahison, mais de traduction. Nous aussi, nous devons « belgiciser » les papiers qui nous arrivent car, avant de décider de parler d'un sujet, chaque média se demande si cette information a du sens pour ses lecteurs. Quel sens a-t-il, pour un lecteur belge, de savoir quelque chose qui se passe à Lubumbashi ou à Dakar ? Les réponses à cette question peuvent être, certes, nombreuses, mais il est clair que ces faits auront plus de sens pour un lecteur belge s'ils ont un lien avec son pays. Dans notre réseau, on cite souvent un exemple ancien, mais très emblématique à ce propos. Il y a sept ou huit ans, au Sénégal, un énorme stock de tomates en conserva périmé avait été importé d'Italie par une société italienne. Info-Sud Suisse a essayé de vendre un article sur cette affaire aux journaux locaux. Plusieurs d'entre eux ont répondu : « Ah non. Si la so-

ciété impliquée était suisse, on en aurait parlé, mais comme ce n'est pas le cas, on n'en parle pas ». Pour les Sénégalais, le problème restait le même, mais pour les journaux contactés, il avait moins de sens pour leur public national, car leur pays n'était pas concerné. C'est peut-être un exemple extrême, mais ce type de situation se présente souvent.

Les praticiens en éducation au développement critiquent souvent les médias de ne pas parler assez du Sud, ou de le faire avec une vision misérabiliste. Qu'en pensez-vous ?

Il existe toute une série de raisons pour lesquelles les réalités du Sud ne sont pas très présentes dans les médias. Les ONG ne sont toutefois pas les seules à en être insatisfaites. Je connais bien des journalistes, y compris des chefs de service, chargés de pages « Monde » ou « International », qui ne sont pas contents des contraintes qui leur empêchent de parler davantage sur certains sujets et de la manière qu'ils souhaiteraient. Et nous, qui jouons un rôle d'interface entre les réalités du Sud et les médias belges, ne sommes pas contents non plus. Il est vrai qu'on ne parle pas assez des gens du Sud, et que quand cela arrive, le résultat est en général bien différent de ce qu'on connaît sur le terrain. Mais je crois que l'insatisfaction des ONG obéit aussi à une autre raison. Sauf quelques exceptions, les ONG ont, en général, tendance à penser qu'elles ont la bonne parole sur le Sud. Elles essaient souvent de dire aux gens comment il faut penser sur tel ou tel sujet. Et les journalistes ne partagent pas cette manière de faire. Aux gens, on peut donner des éléments ou éventuellement

L'éducation au développement se fait aussi sur la base des informations venant du Sud, mais l'information n'est pas l'éducation

des clés de lecture, afin qu'ils puissent penser par eux-mêmes, mais on ne peut pas tirer les conclusions à leur place.

Davantage de collaboration entre médias et ONG n'est-elle pas envisageable ?

Trop souvent les ONG comptent sur les médias pour qu'on diffuse les informations qui les intéressent à elles. Début juillet, j'ai participé à une conférence-débat entre journalistes et un groupe d'ONG européennes, dans le cadre de l'Université d'été sur cette thématique justement. Quelqu'un se posait alors la question de savoir « comment nous, ONG, pouvons

mieux utiliser les médias ».... Un journaliste saute toujours au plafond quand quelqu'un veut l'utiliser. Les médias sont un contre-pouvoir y compris par rapport à la puissance des ONG. Je crois que dans cette matière, une collaboration entre médias et ONG est possible, étant donné que l'éducation au développement se fait aussi sur la base des informations venant du Sud. Mais elle peut-être en même temps, source de divergence, car les intentions de ceux qui font de l'information ne sont pas nécessairement les mêmes que celles de ceux qui font de l'éducation •.

