

Les médias traditionnels sont en train de fondre au soleil

Par Antonio Lassance¹

Source : *Carta Maior*, 04/07/2010

Traduction : Roger GUILLOUX pour Autres Brésils (www.autresbresils.net)

Une étude montre que près de 60% des gens pensent que les informations en provenance de la presse brésilienne sont tendancieuses. Huit Brésiliens sur dix ont peu ou n'ont pas du tout confiance dans les informations qu'elle diffuse. Et plus les conditions de vie et le niveau culturel du brésilien s'élèvent et plus celui-ci se montre critique vis-à-vis de ce que les médias véhiculent.

Tel un iceberg se déplaçant dans des eaux chaudes et turbulentes, les médias traditionnels se mettent à fondre. Le monde change, le Brésil également et les Brésiliens développent, de manière accélérée, de nouvelles habitudes en ce qui concerne leur rapport à l'information.

Une enquête récente portant sur ce que le Brésilien lit, écoute et regarde ainsi que sur la manière dont il analyse les informations et se forme une opinion, a été réalisée à la demande du Secrétariat à la Communication de la Présidence de la République (*Secom-P.R.*). Voici le tableau qu'elle brosse de la situation actuelle.

Elle a révélé les dimensions actuelles de l'iceberg, l'espace que les médias traditionnels occupent encore. La télévision et la radio maintiennent leur position de moyens privilégiés d'information des Brésiliens. 96,6% de la population brésilienne regarde la télévision et 80,3% écoute la radio. Les journaux et revues viennent bien derrière. Près de 46% ont l'habitude de lire des journaux et moins de 35% des revues. Seulement 11,5% lisent quotidiennement les journaux traditionnels.

Pour ce qui est de l'Internet, la présentation des résultats, montre que les auteurs de cette enquête ont préféré montrer la partie remplie du verre. Ils estiment que l'utilisation d'Internet accompagne le rythme de croissance au niveau mondial. Ce moyen de communication est déjà utilisé par 46,1% de la population brésilienne. Il est cependant nécessaire de jeter un coup d'œil à la partie vide du verre, c'est-à-dire de reconnaître que les 53% de la population ne disposent encore d'aucune possibilité d'accès à Internet. Ce pourcentage révèle l'importance du déficit à relever en matière d'exclusion numérique. Un bon point cependant pour le *Programa Nacional da Banda Larga*² qui représente une chance de modification

¹ (NdTr) Chercheur à l'Institut de recherche économique appliquée (IPEA). Cette fondation, très fréquemment citée dans les médias, est directement liée à la Présidence de la République. Elle a pour mission de "*produire, structurer et diffuser des connaissances afin d'améliorer les politiques publiques et apporter sa contribution à l'organisation et au développement du Brésil*". En 2010, elle dispose d'un budget de 253 millions de réaux.

² (NdTr) *Programa Nacional da Banda Larga* : Programme national de réseau Internet à débit rapide. En mai 2010, le gouvernement a lancé un plan ambitieux visant à démocratiser l'utilisation d'Internet, qui devrait faire passer le nombre de possesseurs de cet outil de communication des 11 millions actuels à 40 millions en 2014. Ce programme proposera un abonnement Internet (à une vitesse entre 512 e 784 kbps) pour un coût mensuel de 15 réaux (le prix moyen actuel de l'abonnement étant de 50 réaux pour une vitesse de 256 kbps). Le coût de ce programme est évalué

structurelle définitive en ce qui concerne la manière dont les Brésiliens s'informent et communiquent entre eux.

L'Internet a dévoré l'espace occupé par la télévision et la radio. Les Internauts passent déjà en moyenne plus de temps sur la toile que devant la télévision ou la radio. Cette évolution n'est pas à mettre en relation avec une nouvelle habitude seulement, elle est également liée à la croissance du revenu au niveau national et à l'incorporation de segments de la population pauvre à la classe moyenne, lesquels se sont retrouvés dans des conditions financières leur permettant d'acquérir un ordinateur et l'accès à internet.

Le processus en cours ne conduira pas à la disparition de la télévision, de la radio ni de la presse écrite. Ce qui se produit actuellement est une cannibalisation de la presse traditionnelle par l'Internet lequel est devenu le média des médias, une plate-forme capable d'intégrer les supports les plus variés et offrir au public des alternatives flexibles et de nouvelles options en matière de divertissement, de communication personnelle et d'"auto-communication de masse" selon l'expression de l'Espagnol [Manuel Castells](#).

Poursuivant la métaphore de l'iceberg, Internet a le pouvoir de diluer – afin de les avaler – les médias traditionnels.

L'enquête de la *Secom-P.R.* donne des pistes intéressantes en ce qui concerne les plate-formes électroniques des réseaux sociaux. La formation d'opinion, chez les Brésiliens, résulte en grande partie des échanges avec les amis (70,9%), à l'intérieur de la famille (57,7%), avec les collègues de travail (27,3%), à l'école (6,9%), avec son ou sa petit(e) ami(e) (2,5%), avec l'église (1,9%) et avec les mouvements sociaux et les syndicats (0,8%). Drapeau rouge pour les syndicats et les églises dont le "sex appeal" en matière de communication, est plus bas que celui des petit(e)s ami(e)s !

Ces chiffres confirment les résultats d'études plus anciennes qui affirmaient que les réseaux sociaux avaient beaucoup plus d'importance dans la formation d'opinion que les moyens de communication. Pour cette raison, même une information faisant l'objet d'un véritable matraquage de la part des médias, met du temps à faire son chemin avant d'être acceptée ou rejetée par l'opinion publique : la manière dont elle est reçue dépend du filtrage exercé par le réseau des relations sociales dans lequel chaque personne évolue. Cette enquête permet aussi de comprendre pourquoi une information négative ayant fait l'objet d'un matraquage de la part des médias peut déboucher sur une perception positive. Le fort taux de popularité de Lula³ - alors que les médias n'arrêtent pas de l'attaquer avec violence - en est peut-être la démonstration la plus éclatante.

En résumé, les gens n'avalent pas tout ce que les médias déversent sur eux : ils mastiquent, déglutissent, digèrent et très souvent recrachent des informations qui ne cadrent pas avec leurs valeurs, avec leur perception de la réalité. Ces informations, ils les mettent en regard avec d'autres auxquelles ils ont accès par leurs propres moyens et qu'ils considèrent comme beaucoup plus fiables.

Et c'est là que réside le danger pour les médias traditionnels. Leur crédibilité est en chute libre. Selon cette enquête près de 60% des gens estiment que les informations transmises par la presse sont tendancieuses.

à près de 13 milliards de réaux, (près de six milliards d'euros en juillet 2010). Les pourvoyeurs d'accès privés y voient une entrave à la concurrence et ont engagé une action contre le gouvernement.

³ (NdTr) 86% en août 2010, toujours supérieur à 70% au cours des deux mandats présidentiels.

Et il y a un fait encore plus grave : 8 Brésiliens sur 10 croient peu ou ne croient pas du tout dans l'information diffusée par les médias. Plus le niveau des revenus et de la scolarité est élevé (améliorations qui correspondent à l'évolution actuelle du pays) et plus le sens critique face à ce que les médias diffusent ou tentent "d'inoculer", s'affirme.

Ces médias traditionnels deviennent de plus en plus indigestes pour la population. Si cette presse estime pouvoir se laisser aller à des exagérations en terme de contenus de plus en plus difficiles à avaler, les gens sont de moins en moins disposés à payer pour avoir accès à des informations qu'ils peuvent obtenir gratuitement, de façon plus simple et par des canaux directs, plus interactifs, plus fiables et plus attrayants. A un moment où tout ce qui paraissait solide est en train de fondre au soleil, le média qui tient à survivre va devoir remplacer les leçons de morale par des explications pédagogiques, il va devoir démettre les pitbulls⁴ de l'information et engager des gens qui savent expliquer, des humoristes et des caricaturistes. Il devra se défaire de la fonction de "super ego" de la République dont il s'était lui-même investi.

Dans le cas contraire, si les médias traditionnels s'obstinent dans la défense de leurs propres intérêts et dans le défoulement idéologique de leurs propres colères, plusieurs d'entre eux seront victimes de leur propre venin. A continuer dans l'indigeste, ils ne feront que contribuer à accélérer le processus qui fera fondre cet iceberg, colosse impavide qui n'est plus en terrain ferme.

⁴ (NdTr) Certains médias engagent des "journalistes" uniquement sur le critère de leur capacité à attaquer avec violence et par tous les moyens possibles non pas les programmes politiques mais leurs auteurs.