

LA PRESSE « ENGAGÉE » DANS LES MOUVEMENTS COMMUNAUTAIRES

Beatriz DORNELLES*

La ville de Porto Alegre, capitale du Rio Grande do Sul et siège du Forum Social Mondial en 2001 et 2002 a mis en place, à partir de la conquête de la mairie par le Parti des Travailleurs (*Partido dos Trabalhadores*, PT) en 1989, le Budget Participatif. Il s'agit d'une nouvelle modalité de gestion publique basée sur la participation directe de la population aux diverses phases de l'élaboration et de l'application du budget public municipal, et notamment à l'établissement des priorités des ressources d'investissement.

Cette modalité de gestion est la conséquence d'un scénario sociopolitique local complexe et de l'interaction de multiples variables agissant sur les rapports entre les décideurs, les élus locaux et la population locale, surtout les citoyens participant aux mouvements communautaires de Porto Alegre.

Il n'est pas nécessaire de souligner l'importance de ce modèle de gestion pour la démocratisation du rapport entre l'État et la société. Selon les sociologues, les gestionnaires et les politiciens de la gauche brésilienne, l'expérience du Budget Participatif rompt avec la vision traditionnelle de la politique – où le citoyen achève sa participation politique lorsqu'il vote, et où les élus agissent selon leurs visions particulières du monde, mettant en place, en général, des politiques technocratiques ou populistes et clientélistes, comme l'illustre l'Histoire. Ce nouveau modèle participatif ouvre les portes au citoyen qui, de simple spectateur de la politique traditionnelle devient, s'il le souhaite, un protagoniste actif de la gestion publique.

Il importe de le souligner : cette méthodologie de gestion exige une conscience exacte, claire, équilibrée, des droits et des devoirs qui font, en droit politique, le citoyen. C'est l'élaboration déjà ancienne et toujours active des groupes

* Journaliste.

basilaires du PT. D'autre part, rappelons que le PT n'est pas un parti uniquement constitué d'intérêts primaires, mais un parti ayant une idéologie qui fait de la formation de la conscience des citoyens un objet de considération très spéciale.

D'après les experts en la matière, un autre avantage du Budget Participatif est la création d'une sphère publique, non étatique, dans laquelle la société peut contrôler l'État. De quelle manière ? La population détermine, d'une façon autonome et à travers un processus de démocratie directe – qui se produit dans les 16 régions de la ville et dans les cinq sessions plénières thématiques –, le fonctionnement du Budget Participatif ; elle choisit ses priorités thématiques, les œuvres et les services à réaliser et élit le Conseil du Budget Participatif. « On crée, de cette façon, une sphère publique non étatique, dans laquelle la société établit aussi bien le processus de co-gestion de la ville que les mécanismes de contrôle social sur l'État¹. »

Pourtant, il y a dans ce programme de gestion, ou plus précisément dans sa méthodologie d'exécution, des imperfections qu'il incombe de mettre en avant : la population, de par la réalité même de la portion qui y participe, laisse en dehors de sa feuille de route des items très importants pour le perfectionnement de la démocratie ; de plus, certains secteurs sociaux et professionnels perdent de l'importance pour l'administration de la municipalité. C'est le cas, objet de cette brève étude, de la communication et de la presse communautaire ; semblables dans leurs objectifs mais distinctes dans leur forme d'action, elles ont été marginalisées au cours des 12 dernières années d'administration du PT.

La Mairie a pris en 2003 des mesures concrètes visant à la mise en place du Conseil Municipal de Communication. La première de ces mesures est la préparation de la I^{re} Conférence Municipale de Communication, décision du 3^e Congrès de la Ville ayant eu lieu en 2000.

Lors de cet événement, trois résolutions sur la Communication Sociale ont été présentées et ratifiées. La première concerne la constitution de formes de subventions publiques et privées pour la communication communautaire sous la gestion publique du Conseil Municipal de Communication ; la deuxième plaide pour l'accès des citoyens à des informations sur l'Administration Populaire ; et la troisième stimule le débat public sur la qualité du programme et des informations produites par les médias.

Signalons que d'importantes résolutions furent prises lors de la II^e Conférence Municipale des Droits de l'Homme, organisée en 2000, axée principalement sur le domaine de la communication. S'ensuivent ci-dessous quelques-unes des suggestions proposées.

Les citoyens de Porto Alegre souhaitent que les moyens de communication sociale encouragent la participation populaire et la citoyenneté ; que la Ville,

1. GENRO et SOUZA, *Orçamento Participativo, A experiência de Porto Alegre*, São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 1997.

avec ses segments sociaux, crée un forum de défense de la démocratisation et de surveillance des moyens de communication sociale, pour empêcher la diffusion et/ou la reproduction de préjugés, de discrimination de race, de genre, d'âge, d'ethnie et d'orientation sexuelle ; que soient mises en place des formes alternatives de communication et d'information dans les 16 régions de la ville ainsi que dans d'autres lieux qui le sollicitent ; que l'on encourage la création de radios communautaires dans toute la ville ; que les moyens de communication sociale soient au service de la volonté populaire, afin de diffuser et de promouvoir les droits de l'homme ; que l'on garantisse à tous le droit d'expression ; que l'on évite le monopole de l'information des moyens de communication, au niveau de la ville, de l'État ou du pays ; que l'on soutienne financièrement, techniquement et pédagogiquement les moyens de communication communautaires, tels que la télévision, la radio, le journal, les périodiques, etc. ; et que le pouvoir public municipal renforce les mécanismes de solidarité qui visent à l'utilisation des espaces des moyens de communication, en assurant l'accès des segments populaires sans discrimination.

Comme nous pouvons le constater, le citoyen commun aspire à une plus grande démocratisation de la presse et signale l'existence de discrimination et de préjugés. En effet, dans un certain nombre de suggestions, il demande l'intervention du gouvernement pour que soient évitées de telles pratiques. Cependant, la prise de position des participants à la Conférence des Droits de l'Homme concerne en priorité la presse grand public, c'est-à-dire les émissions de télévision, les radios et les quotidiens. La presse communautaire, constituée à Porto Alegre par les journaux de quartier, est exclue des résolutions de la Conférence des Droits de l'Homme.

Presse communautaire

Jusqu'à ce jour, le pouvoir public n'a pas encouragé ni développé une « politique » d'encouragement de la presse communautaire², se souciant plutôt de la presse de masse. De même, les leaders communautaires, malgré leur participation à l'élaboration des journaux de quartier, leur attribuent peu d'importance ; comme si, en tant que seuls responsables de la diffusion des actions de la communauté, ils n'avaient pas de valeur en tant que tels.

C'est notamment pour cette raison que nous nous penchons sur les journaux de quartier et leurs rapports avec la communauté et le pouvoir public. Le premier problème constaté, y compris à une échelle plus large, est la méconnaissance et, dans bien des cas, la confusion faite entre les journaux communautaires (réalisés par la communauté et pour la communauté, sans le professionnalisme

2. Le seul soutien donné par l'administration publique, depuis trois ans, est l'acquisition éventuelle d'espace publicitaire dans les journaux de quartier de la ville, plus précisément deux annonces annuelles, ce qui ne représente pas plus de 3 % de la recette publicitaire annuelle de chaque périodique.

journalistique) et les journaux de quartiers, qui constituent la dite « presse communautaire ».

C'est pourquoi nous abordons cette étude en définissant d'abord les concepts de communication communautaire, médias communautaires et presse communautaire, adoptés dans cette recherche à partir des textes utilisés par les spécialistes et par les chercheurs en ce domaine dans les universités.

Puis, dans cette continuité, nous nous attacherons à présenter une proposition théorique concernant l'exécution de ce que nous avons conçu pour les journaux de quartier sur la réalité de la presse communautaire.

Au Brésil et en Amérique latine, il y a une importante bibliographie concernant la Communication Communautaire, appelée également Communication Populaire, Communication Alternative, Communication Participative, Médias Communautaires, etc. Ces termes se confondent et ne trouvent pas de consensus chez les experts. Toutefois, la forme la plus objective de définir « communication communautaire³ », définition qui comprendrait les autres concepts, est la suivante : il s'agit d'un type de communication faite par le peuple et pour le peuple, avec la participation du peuple dans la production des messages – mais toujours avec la présence et la supervision d'un professionnel de la presse.

Rappelons toutefois les caractéristiques spécifiques des médias communautaires, définies par la plupart des auteurs : les médias communautaires sont constitués par la presse traditionnelle (radio, télévision, journaux, périodiques), ouverts à la participation active des citoyens et à leurs entités représentatives ; les gens de la communauté elle-même sont les producteurs et les récepteurs des produits communicationnels ; ils développent un processus d'interactivité dans la communication, autogérée par les entités représentatives de la communauté elle-même.

D'autre part, les médias communautaires restent indépendants et libérés de toute obligation vis-à-vis des organes gouvernementaux, des partis politiques, de la grande presse, etc. ; ils n'ont pas de buts lucratifs ; ils rendent possibles de nouveaux langages et formats d'émissions. Dans le cas précis des supports, les émissions portent sur la réalité locale ; les thèmes, eux aussi, sont d'intérêt local ; ils s'adressent à des segments spécifiques de la population ; leurs actions se développent autour des intérêts communs et la communication implique un processus d'apprentissage de l'exercice de la démocratie et de la citoyenneté.

La participation active de la population se caractérise par la simple participation des personnes de la communauté au niveau des messages, interviews, avis, témoignages, suggestions, participations artistiques (chants, danses, musiques, poésies, etc.), concours ; par la participation à l'élaboration de textes, informations, poésies, dessins ou par la participation au processus global du journal, de l'émission de radio, etc. ou à la définition de la ligne politique, du contenu, de la

3. Voir PERUZZO, Cecília, *Comunicação nos movimentos populares*, Petrópolis, Vozes, 1998.

planification, de l'édition, de la manipulation des équipements, etc., ou encore la collaboration au processus de gestion de l'institution de la communication à part entière.

Dans les faits, au Brésil, ces caractéristiques ne se développent pas pour des raisons diverses ; il nous semble qu'elles empêcheront, à moyen terme, l'existence des médias communautaires telles que conçues aujourd'hui. Le principal obstacle à leur développement est économique. Les radios, les télévisions, les journaux communautaires, ne peuvent pas préserver leur périodicité sans ressources financières leur permettant de couvrir les besoins techniques. De plus, la législation interdit malheureusement la propagande et la publicité dans les radios communautaires. Il reste la possibilité des soutiens culturels, qui sont assez rares.

Des institutions nationales et internationales non gouvernementales apportent une aide à ce domaine. Toutefois, lorsque ces ressources ne sont plus apportées, les médias communautaires cessent d'opérer, car la communauté, en général très pauvre, ne parvient pas à suppléer aux besoins économiques des supports communautaires.

D'un autre côté, la production des émissions de radio et des textes de journaux n'attire ni la population ni ses leaders. La quasi-totalité ne se sent pas techniquement à même d'écrire ou de produire un matériel de communication. Ceux qui essaient de produire quelque chose, des jeunes pour la plupart, finissent par reproduire les médias conventionnels, en ne respectant pas les objectifs proposés et attendus par la communication communautaire.

D'autre part, ces émissions contribuent peu à la formation de la citoyenneté, à la pratique démocratique, à la diffusion de la culture populaire, au développement de l'éducation et à l'incitation à la créativité.

En ce qui concerne les journaux communautaires, la situation est encore plus critique. Une population ayant peu d'instruction et de graves déficiences dans l'apprentissage de la langue et de la lecture a une aversion pour la production de textes. Ces personnes préfèrent un journaliste professionnel travaillant avec la communauté plutôt que de s'immiscer dans la production d'un périodique. De plus, il y a la connaissance technique, la mise en page, l'illustration, la photographie, le projet graphique – éléments que même les étudiants en journalisme, préférant le reportage et la production de textes, rejettent. En conséquence, les journaux communautaires qui circulent au Brésil sont rares. Ceux qui existent sont aux mains des journalistes de la communauté et leur périodicité n'est pas toujours constante.

Pour certains sociologues brésiliens, la participation du peuple est souhaitable, nécessaire et très importante dans le processus de l'apprentissage participatif, de conquête de la citoyenneté et de l'indépendance ; néanmoins, il semble que la formule de participation n'ait pas encore été trouvée. Les propositions existantes restent utopiques.

Ander-Egg⁴, par exemple, postule que le journal communautaire soit réalisé par un petit groupe de 5 à 7 personnes, accompagnées de 10 ou 15 collaborateurs. Dans la pratique, cela n'est pas possible. D'une façon générale, seulement trois ou quatre personnes participent activement aux activités communautaires et rares sont celles qui se proposent de produire un journal. Nous pensons également que les producteurs des médias communautaires doivent s'entraîner et se perfectionner pour cette tâche qui exige un haut degré de connaissances, de culture et de pédagogie.

D'après Neuman⁵, le « journal communautaire » est la publication élaborée par des membres d'une communauté qui cherchent, par son intermédiaire, plus de force politique, un pouvoir de revendication plus significatif, plus d'impact social, non pour répondre à quelques intérêts particuliers (figures de proue, *sponsors*), mais pour toute la communauté. Mais cela n'est pas faisable, étant donné le manque de ressources humaines, financières et d'intérêt du peuple lui-même.

La pratique du journalisme communautaire ne peut se passer de son but principal, l'éducation de la communauté, qui implique un choix politique. Il faut donc que se mette en place la formation d'une conscience politique de l'individu, mieux préparée si l'on compte sur un professionnel expérimenté.

Par conscience politique, on entend une compréhension globale des relations objectives qui existent dans l'organisation sociale. Comprendre, par exemple, que les difficultés politiques locales sont étroitement liées aux problèmes sociaux, économiques, moraux, culturels et philosophiques du pays. « Politiser les problèmes locaux est, donc, la première tâche de l'éducation communautaire⁶ », ce qui demande notamment la présence d'un journaliste-éducateur ou d'un pédagogue communautaire.

Comment peut-on démocratiser l'information ? Dans la pratique, la presse qui s'approche des propositions communautaires, avec des adaptations, est celle pratiquée par les « journaux de quartier ». Et ce aussi bien à Porto Alegre, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais que dans d'autres États moins significatifs du pays.

Au Brésil, les journaux de quartier – avec des particularités – reproduisent ladite « presse communautaire », parce qu'ils présentent les caractéristiques du journalisme communautaire. Par « presse communautaire », on entend la pratique journalistique d'entreprises auprès de la communauté, à des fins lucratives, adressée à une région donnée de la métropole, tournée vers les intérêts spécifiques de la communauté, cherchant le consensus local, et mettant l'accent sur des

4. ANDER-EGG, Ezequiel, *Periodismo Popular*, Buenos Aires, Editorial Hvmnitas, 1999.

5. NEUMANN, Laurício, *Educação e Comunicação Alternativa*, Petrópolis, Vozes, 1991.

6. *Ibidem*.

valeurs communes dont le contenu exprime des attitudes et des aspirations de la communauté locale⁷.

Dans la presse communautaire, au Brésil, on distingue le « journal de quartier », propriété d'une entreprise journalistique et ayant par conséquent des fins lucratives. Ces journaux sont adressés aux habitants d'une région précise de la ville ; ils possèdent une philosophie éditoriale communautaire, c'est-à-dire que les matières produites expriment les aspirations et les revendications de la communauté. Et celle-ci, dans la mesure du possible, détermine les informations à diffuser, à condition de ne répondre à aucun intérêt personnel ni à celui d'un parti. Le directeur et/ou journaliste du périodique, le plus souvent, participe activement à toutes les activités organisées par la communauté, en contribuant à la recherche de solutions. La ville de Porto Alegre se distingue de Rio de Janeiro et de São Paulo par rapport à la distribution actuelle et *gratuite* d'environ 18 journaux de quartier.

Le concept de communauté est très important pour cette étude, et nous l'utilisons en nous référant à la définition formulée par Ferreira⁸ : « Une communauté est un groupe humain, indépendamment du nombre de personnes, qui habite une région géographique déterminée, caractérisé par un ensemble de relations et de contacts intimes, ayant une tradition commune, les mêmes coutumes et les mêmes intérêts, en plus d'une conscience de la participation à des idées et des valeurs communes. »

Cette définition met l'accent sur des données importantes : la base territoriale de la communauté, l'ensemble de la population qui traverse les processus démographiques de naissance, mort et migration, l'aspect psychosocial, c'est-à-dire le système de relations, d'attentes de comportements, d'attitudes et d'habitudes qui s'établissent entre les groupes participants, ainsi que l'aspect culturel, autrement dit les valeurs et les idées de la communauté.

Les journalistes des journaux de quartier, afin de bien s'intégrer dans les lieux – élément nécessaire à la survie du périodique –, cherchent régulièrement à apprendre les conditions spécifiques et l'évolution de leurs communautés. Même s'ils ne suivent pas une méthode scientifique, ils témoignent d'une systématisation de leurs idées, dans la mesure où ils cherchent à établir un diagnostic de leurs quartiers à partir notamment de certaines données, telles que : religion et habitudes d'ordre moral, hygiène et services de santé, situation sociale et économique des familles, moyens, nombre de propriétés, main-d'œuvre disponible, emploi, alimentation, habillement, loisirs, habitudes, revenu familial, besoins d'ordre moral, dettes, impôts, infrastructure urbaine, végétation, origine des familles, rôle du père, de la mère et des enfants dans la communauté, situation des per-

7. Ver JANOWITZ, Morris, *Os Elementos Sociais do Urbanismo*, Rio de Janeiro, Forum Editora Ltda., 1971.

8. FERREIRA, Francisco de Paula, *Teoria Social da Comunidade*, São Paulo, Editora Herber, 1968.

sonnes âgées et des malades, naissances, formation scolaire, solennités, mariages, déménagements, départs, adoptions, donations, accidents, maladies, rénovations, décès, sinistres, chômage, mauvaise conduite, condamnations, services publics, troubles de l'ordre public, rites et coutumes, enseignements et doctrines, rapports de voisinage, surveillance, action policière, justice, démocratie, citoyenneté, avenir, parmi d'autres.

Afin d'écrire sur ces items, non seulement les journalistes observent les événements, mais en plus ils y participent et prennent des décisions dans presque tous les domaines concernant la communauté. Ils participent aux réunions scolaires, sont présents dans les dispensaires, l'hôpital, les syndicats, les églises, les cultes, les clubs, la chambre des élus locaux, les secrétariats des municipalités, les organes du service public, les centres culturels et historiques, les associations en général, le tribunal, les commissariats de police, la mairie, les coopératives, les audiences des élus locaux avec des autorités du gouvernement, etc.

Ces caractéristiques identifient un type de journalisme engagé, beaucoup plus comportemental que structurel. Il s'établit selon la politique de voisinage, la solidarité, le collectivisme, les valeurs, la morale, la foi religieuse et le respect.

Quant aux lecteurs des journaux de quartier, ils ont une attitude différente de celle établie avec la presse grand public, avec laquelle ils n'ont aucune intimité. Le plus important pour eux, c'est d'apprendre ce qui se passe dans le quartier et, si possible, dans la région. Ce journalisme ne permet pas à ses professionnels d'user d'arrogance, d'omnipotence, de snobisme, car ce comportement pourrait déclencher la « mort » du périodique.

Toutes les réclamations, suggestions, plaintes et conseils doivent être acceptés humblement par les professionnels de la presse de quartier. Sous peine de représailles, ils doivent obligatoirement leur donner suite et y trouver des solutions. Le journaliste a besoin de s'engager dans la lutte de chaque citoyen du quartier, à condition d'œuvrer pour la défense des droits individuels et collectifs.

Une autre caractéristique de cette pratique journalistique est le statut de ces professionnels : ce sont des personnalités publiques, reconnues partout, au supermarché, au club, à l'église, dans les cafés. Ils sont appelés à participer à tous les événements, car ils ont la confiance de la communauté, pour le choix de ses représentants.

Le journaliste du journal de quartier est le porte-parole de la communauté. Il doit parler son « langage », interpréter ses sentiments et traduire ses aspirations. Il se doit d'être le maillon d'intégration et d'unité, le héraut des bonnes causes, le gardien des traditions, le réservoir des faits sociaux, économiques et politiques de ce décor. Il est le dépositaire de l'histoire dont il est le témoin, car cette tâche lui est réservée. Le journal communautaire est celui qui reproduit dans le contenu éditorial et graphique le quotidien du quartier, présentant dans chaque page le « visage » de ses gens.

Cette presse a encore une autre mission, importante et exclusive : enregistrer l'histoire sociale, politique, économique et culturelle du quartier et de ses

leaders, puisqu'il est assez difficile que les grands journaux publient les événements sociaux de chaque quartier ainsi que la croissance et l'évolution de leurs cultures.

Les journaux de quartier sont une source de recherche très riche concernant plusieurs domaines de la connaissance : histoire, psychologie, philosophie, communication sociale, tourisme, ingénierie, architecture, sociologie, psychologie, médecine publique, éducation, sciences politiques, etc.

Aujourd'hui, il importe également de souligner que les journaux de quartier sont indépendants financièrement de la municipalité, dont l'apport ne dépasse pas les 3 % de la recette annuelle de ces périodiques.

En ce qui concerne son contenu, la communauté attend du journaliste de quartier qu'il mette en valeur ceux qui vivent dans l'anonymat. Les gens aimeraient avoir une chance de paraître dans le journal, si ce n'est seulement pour annoncer l'anniversaire, le mariage, le baptême, la remise des diplômes, le bal, etc., autant d'attitudes provinciales qu'il ne faut cependant pas préjuger.

Concernant le département commercial, le rapport aux *sponsors* relève plus du sentiment que de la raison. Certains commerçants veulent sponsoriser pour « aider le journaliste ». D'autres, plus pragmatiques, le font pour présenter leurs produits et promotions à la collectivité. La forme de paiement est toujours affective : « Reviens la semaine prochaine, je n'ai pas encore d'argent », disent les *sponsors* au moment de payer, en ignorant l'accord initial. Par contre, si le journaliste est en difficulté, il peut lui aussi faire appel au même stratagème et demander une avance sur le paiement. C'est une relation de confiance mutuelle.

Ces caractéristiques révèlent un journalisme qui reprend contact avec la communauté, découvre ce que les lecteurs veulent et aide les gens à surmonter la sensation d'impuissance et d'aliénation, tout en posant le défi d'implication et de prise en charge de la responsabilité des problèmes communautaires.

Ce journalisme est, sans aucun doute, beaucoup plus humanitaire, plus « chaleureux » et plus approprié à un pays ayant de graves problèmes sociaux. De plus, ce journalisme rejoint les souhaits de la population de la ville de Porto Alegre, qui souhaite que les médias encouragent la participation populaire et la citoyenneté, demande des formes alternatives de communication, veut celle-ci au service de la volonté populaire tout en recevant un soutien technique et pédagogique. Dans le domaine de la communication, c'est ce que la population attend de l'Administration Populaire mise en place par le Parti des Travailleurs, encore timide dans l'exécution de politiques pour ce secteur.

Références bibliographiques

- ANDER-EGG, Ezequiel, *Periodismo Popular*, Buenos Aires, Editorial Hvmánitas, 1999.
- FERREIRA, Francisco de Paula, *Teoria Social da Comunidade*, São Paulo, Editora Herber, 1968.
- GENRO e SOUZA, *Orçamento Participativo – A experiência de Porto Alegre*, São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 1997.
- JANOWITZ, Morris, *Os Elementos Sociais do Urbanismo*, Rio de Janeiro, Forum Editora Ltda., 1971.
- NEUMANN, Laurício, *Educação e Comunicação Alternativa*, Petrópolis, Vozes, 1991.
- PERUZZO, Cecília, *Comunicação nos movimentos populares*, Petrópolis, Vozes, 1998.