



Extrait du Acrimed | Action Critique Médias

<http://www.acrimed.org/Une-autre-information-est-possible-Carta-Italie>

Intervention au FSE

« Une autre information est possible » (Carta, Italie)

- Les médias - Médias associatifs - Presse alternative - Informations sur l'autre presse -



Date de mise en ligne : lundi 22 décembre 2003

Description :

Intervention au séminaire sur les médias indépendants tenu le Jeudi 13 novembre 2003 à La Villette, lors du Forum Social Européen.

Copyright © Acrimed | Action Critique Médias - Tous droits réservés

Intervention de Pierluigi Sullo au séminaire sur les médias indépendants tenu le Jeudi 13 novembre 2003 à La Villette, lors du Forum Social Européen. Traduction suivie du texte en italien [1].

Puisque dans les deux interventions précédentes on a parlé de la situation italienne en anglais et en français, je vais faire une bizarrerie : j'en parlerai en italien [2].

Le thème sur lequel nous sommes en train de discuter est le suivant : face à une information libéraliste [3] ou "mainstream" entièrement dominée par la loi du marché, est-il utile, possible voire nécessaire de construire un système indépendant dans le domaine de la communication ? Le "marché social" tel que le définit Mario Lubetkin, directeur d'IPS, existe-t-il ?

Non seulement je pense que cette démarche est nécessaire et qu'un tel marché existe, mais aussi qu'un "système" indépendant est déjà très répandu et actif. A tel point qu'en Italie, des événements comme ceux de Gênes en 2001 ou le précédent Forum social européen de Florence ne pourraient pas être autrement expliqués. Le fait est que ni le mouvement "antimodialisant", en général, ni les acteurs de ce type particulier de communication sont pleinement conscients de leur influence sur des catégories de lecteurs en pleine expansion, ni, par conséquent, ils ne font ce qu'il serait nécessaire pour stabiliser, renforcer et mettre en relation leurs médias. C'est au contraire ce qu'il faudrait faire en partant de deux constatations suivantes.

La première est qu'aucun "usager" de l'information n'utilise désormais un seul moyen de communication ; chacun d'entre nous se construit son propre scénario en utilisant une mosaïque de sources différentes : télévisions, Internet, radios, presse écrite ; nombre de ces sources sont indépendantes, souvent produites de manière autonome comme la mailing liste ou la simple communication ou le récit horizontaux.

La deuxième constatation, qui découle de la première, est la suivante : ce qui différencie les médias indépendants des médias libéralistes ne réside pas seulement dans le fait que ceux-ci disent la vérité (la "Pravda" comme disaient les Communistes soviétiques), mais justement qu'ils collaborent, contribuant ainsi à créer, ensemble, la "mosaïque" d'information dont notre public a besoin. Les médias locaux, nationaux, internationaux, les médias thématiques et l'ensemble des différents moyens d'information pourraient ainsi s'imbriquer et renforcer les uns les autres.

Au contraire, du moins en Italie, l'idée dominante est, d'abord, que les médias libéralistes s'adressent à un public plus large que nos médias, qui touchent seulement un public de convaincus, c'est pourquoi on doit aller pleurer pour obtenir une interview d'un journal télévisé de la RAI, ensuite, que chaque journal ou moyen de communication est en concurrence avec tous les autres comme si chacun pouvait satisfaire tous les besoins d'information d'un lecteur quelconque.

Malgré cela, chez nous, la situation est très favorable. Ainsi je vais vous citer un cas exemplaire : Carta, notre moyen de communication sociale, non seulement est un hebdomadaire à diffusion nationale, mais également un quotidien sur Internet, une newsletter qui touche 15.000 "lecteurs", une émission radio proposée gratuitement à 22 radios communautaires sur tout le territoire italien, un travail (à ses débuts) de diffusion de vidéos d'actualités sur Internet, de rencontres, de débats thématiques et locaux dans tout le pays.

Donc, comment construit-on un instrument de communication indépendant ?

Avant tout, il faut un public ou, tout au moins, une idée du public que l'on veut atteindre. Si l'on me demandait quel est notre public, je répondrais : "vous qui êtes ici au Forum européen avec toutes vos différences : d'âge, de culture, d'appartenance politique, de nationalité, de religion, etc. En somme, un public "inventé" ces dernières années, car avant Seattle, il n'existait pas.

Ensuite, il faut bien sûr un éditeur. Même dans ce cas nous avons fait appel à notre imagination.

Carta appartient à une coopérative dont le principal membre est une association, appelée Cantieri sociali (Chantier sociaux), qui a aujourd'hui 400 membres individuels et collectifs allant du centre social aux missionnaires, en passant par les syndicats et les très nombreux particuliers. Chacun a versé au moins 500 euros pour en devenir membre, c'est de là que viennent nos capitaux.

Un journal vit de ses ventes dans les kiosques et de ses abonnements, et c'est ce que nous cherchons à développer (aujourd'hui nous diffusons plus de 10.000 exemplaires dans les kiosques et nous avons 2.500 abonnés). Mais, comme vous le savez, la publicité a un poids important. Quand nous avons commencé, nous avons déclaré que nous refuserions la publicité des sociétés multinationales, comme par exemple Benetton qui nous l'avait proposé. Cela nous a énormément rendu service car nos lecteurs ont le sentiment que la publicité sur *Carta* est en accord avec ses idées, et c'est la raison pour laquelle les Universités, les maisons d'édition, les communes, les collectivités territoriales, le commerce équitable etc. mettent volontiers dans nos pages.

Une activité éditoriale, comme les autres, a bien sûr besoin de beaucoup d'argent. Notre banque, la Banca Popolare Etica ("Banque Populaire de l'Ethique"), et, avec elle, nous avons inventé le Fond Carta : si quelqu'un y verse de l'argent et le laisse pour au moins un an pour un très faible taux d'intérêt, la Banca Popolare Etica nous attribuera un crédit pour une somme équivalente, remboursable sur sept ans. Ce système nous a permis de tenir les trois années nécessaires pour obtenir subventions que l'Etat italien concède aux "coopératives de journalistes".
Mission accomplie.

Bien sûr, nous ne pouvons pas nous permettre la promotion dont bénéficient les médias libéralistes ni les gadgets qui accompagnent leurs journaux, mais là aussi le bouche à oreille, la diffusion de l'information sur Internet ainsi que la coopération pour la production de vidéos et de livres nous ont permis de proposer à nos lecteurs des films, de la musique et des livres.

Je pourrais poursuivre avec d'autres exemples, mais le message est clair : une autre information est effectivement possible, et modestement nous en sommes la preuve. Mais seuls, nous n'irons pas loin. C'est pour cela que nous acceptons avec enthousiasme la proposition faite par Mario Lubetkin : que du Forum européen naisse la proposition, puisque les idées et les énergies convergent, de concevoir une critique au médias libéralistes et, en même temps, de mettre à la disposition des "journalistes indépendants" (c'est-à-dire ceux d'entre nous qui ont l'envie ou la nécessité de communiquer) des idées et des instruments pour la réaliser.

Pierluigi Sullo

En italien

Intervento al seminario sui media indipendenti, Giovedì 13 novembre, La Villette, Fse

Considerato che, in due interventi che mi hanno preceduto, si è parlato dei casi italiani in iunglese e in francese, io farò una cosa stravagante : ne parlerò in italiano.

Il tema attorno al quale stiamo discutendo è se, di fronte a una informazione liberista, o "mainstream", interamente dominata dal comando del mercato, sia utile, possibile, o addirittura necessario, costruire un sistema indipendente della comunicazione. E se esista quel che Mario Lubetkin, il direttore di Ips, ha definito un "mercato sociale" della comunicazione.

Io credo che non solo questo passo sia necessario, e che quel tale mercato esista, ma che anzi un "sistema" indipendente già sia molto diffuso ed attivo. Al punto tale che, in Italia, eventi come quelli di Genova nel 2001, o il Forum sociale europeo che ha preceduto questo, a Firenze, non sarebbero altrimenti spiegabili. Il punto è che né il movimento "altermondialiste" in generale, né gli stessi operatori di questo speciale genere di comunicazione sono pienamente coscienti della loro influenza su strati crescenti di lettori e pubblico, né, di conseguenza, fanno quel che sarebbe necessario per stabilizzare, rafforzare e connettere i loro media. Ciò che invece si dovrebbe fare a partire, per lo meno, da due constatazioni.

La prima è che nessun "utente" dell'informazione, ormai, utilizza un solo mezzo di comunicazione : ciascuno di noi si costruisce un suo proprio "palinsesto" utilizzando un "patchwork" di fonti differenti, televisive, via internet, radiofoniche o della carta stampata ; e molte di queste fonti sono indipendenti, spesso auto-prodotte, come le mailing list o la semplice comunicazione e racconto orizzontali.

La seconda constatazione, conseguente alla prima, è che ciò che distingue i media indipendenti da quelli liberisti non è solo il fatto che essi dicono la "verità" (la "pravda", come dicevano i comunisti sovietici), ma, appunto, nel fatto che essi cooperano, concorrendo così a creare, insieme, il "patchwork" informativo di cui il nostro tipo di "pubblico" ha bisogno. I livelli locale, nazionale o internazionale, quelli tematici, e i diversi "mezzi" informativi potrebbero, così, intrecciarsi e rafforzarsi a vicenda.

L'idea prevalente, invece, almeno in Italia, è che i media liberisti "parlano a più gente dei nostri, che raggiungono solo i già convinti", e quindi ci si mette in coda per mendicare un'intervista da un telegiornale Rai, e, secondo, che ogni giornale o mezzo di comunicazione è in concorrenza con tutti gli altri : come se ciascuno potesse soddisfare l'intero bisogno informativo di un lettore qualunque.

Ciononostante, il terreno, da noi, è assai fertile, e per esemplificare vi racconterò un caso di scuola, nel suo piccolo : quello di Carta, il nostro "mezzo di comunicazione sociale", che, oltre ad essere un settimanale a diffusione nazionale, è anche un giornale quotidiano in internet, una newsletter da 15 mila "lettori", una trasmissione radio offerta gratuitamente a 22 radio comunitarie in tutta Italia, un lavoro (appena iniziato) di diffusione di video di attualità via internet, e incontri e dibattiti tematici e territoriali in tutto il paese.

Dunque, come si costruisce un mezzo di comunicazione indipendente ?

Prima di tutto, occorre un pubblico. O l'idea del pubblico che si vuole raggiungere. Se mi si chiedesse quale sia il nostro pubblico, io risponderei : voi che siete qui, al Forum europeo, con tutte le vostre differenze di età, cultura, collocazione politica, nazionalità, religione, ecc. In sostanza, un pubblico "inventato" negli ultimi anni, dato che prima di Seattle, in pratica, non esisteva.

Poi, occorre un editore, naturalmente. Anche in questo caso, abbiamo fatto ricorso alla fantasia. Carta è di proprietà di una cooperativa il cui principale socio è una associazione, chiamata Cantieri sociali, che ha oggi, a sua volta, circa 400 soci individuali e collettivi, in cui si va dai centri sociali ai missionari, passando per i sindacati e le moltissime singole persone. Ciascuno ha versato almeno 500 euro, per diventare socio, ed ecco da dove vengono i nostri capitali.

Un giornale vive di vendite in edicola e in abbonamento naturalmente, ed è quello che cerchiamo di fare (oggi diffondiamo oltre 10 mila copie in edicola e abbiamo 2500 abbonamenti). Ma, come sapete, un peso rilevante ce l'ha la pubblicità. Quando abbiamo cominciato, noi abbiamo dichiarato che avremmo rifiutato la pubblicità delle multinazionali, come Benetton ad esempio, che ce l'aveva offerta. Questo fatto ci ha molto giovato, perché i lettori percepiscono la pubblicità su Carta come coerente con il suo discorso, e dunque università, case editrici, municipi e istituzioni locali, commercio equo e così via inseriscono volentieri i loro messaggi sulle nostre pagine.

Un'impresa editoriale, come qualunque altra, ha bisogno di credito, ovviamente. La nostra sola banca si chiama Banca Popolare Etica, e con essa, per esempio, abbiamo inventato una cosa che si chiama Fondo Carta : se qualcuno vi versa del risparmio, e lo vincola almeno un anno in cambio di un modestissimo interesse, allora Banca Etica ci riconoscerà un credito per l'importo equivalente, restituibile con un mutuo settennale. Questo ci ha permesso di resistere i tre anni necessari per ottenere il diritto alle provvidenze che lo stato italiano riconosce alle cooperative di giornalisti. Obiettivo raggiunto.

Ovviamente, non ci possiamo permettere né la promozione di cui si giovano i media liberisti, né i gadget con cui accompagnano i loro giornali. Ma, anche qui, il passaparola, il corre delle informazioni nella Rete, e la cooperazione sulla produzione di video e libri, ci hanno permesso di offrire ai nostri lettori film, musica o libri.

Potrei continuare con gli esempi, ma il messaggio è chiaro : un'altra informazione è effettivamente possibile, e noi ne siamo, nella nostra modestia, la prova. Ma da soli non andremo lontano. Perciò aderisco con entusiasmo alla proposta che ha fatto poco fa Mario Lubetkin : che da questo Forum europeo venga la proposta, visto che ve ne sono le idee e le energie, di un Forum europeo della comunicazione, che serva ad elaborare la nostra critica ai media liberisti e, insieme, metta a disposizione dei "giornalisti indipendenti", cioè chiunque di noi abbia voglia o necessità di comunicare, idee e strumenti per farlo.

Pierluigi Sullo

[1] Titre d'Acrimed

[2] Et pourtant, nous avons choisi de présenter la traduction avant l'original en italien... (note d'Acrimed)

[3] « Una informazione liberista » : l'adjectif est difficilement traduisible en français (Note d'Acrimed)