

# NOTE SUR LES EFFETS MÉDIATIQUES DE LA PANDÉMIE

Par Isabelle DE GAULMYN, Ingrid RIOCREUX  
et Francisco BORBA RIBEIRO NETO



## I – MÉDIAS ET VIRUS : DE NÉCESSAIRES GESTES BARRIÈRES

### **Un temps médiatique fort**

Chaque soir, de fin mars à début mai, de 15 à 20 millions de téléspectateurs ont suivi les journaux télévisés. Dans le même temps, les sites d'information des médias ont connu une hausse de l'audience de plus de 80 % par rapport aux audiences « normales ». À n'en pas douter, les trois mois de crise sanitaire ont été un temps médiatique fort. Les journalistes se sont retrouvés souvent au cœur des événements, ils ont dû rendre compte d'un choc mondial qui ne s'était jamais vu. Comment ont-ils rempli cette tâche ? Les Français ont-ils eu toute l'information à laquelle ils pouvaient prétendre pour comprendre ce qui se passait ? Alors que, après la crise sanitaire, on s'interroge pour savoir si le gouvernement, l'administration, les hôpitaux ont été à la hauteur, la question est tout aussi légitime pour les médias. Après un événement de cette ampleur, il est aussi intéressant d'analyser en quoi le confinement a changé les pratiques médiatiques, et obligé à des remises en question plus ou moins douloureuses.

### **Emballement et actualités oubliées**

La pandémie et ses conséquences ont envahi l'espace médiatique. Trop ? C'est un des reproches que l'on entend, a posteriori : il y aurait eu une forme d'emballement médiatique, qui a totalement saturé l'actualité. Du jour au lendemain, la covid-19 a occupé les écrans et les papiers. Comme l'analyse Guillaume Goubert, directeur de

la rédaction de *La Croix*, les rubriques classiques des quotidiens (société, politique, sport, etc.) ont été balayées : « comme s'il n'y avait plus qu'une rubrique, la rubrique Covid ». Au total, selon Patrick Eveno, professeur en histoire des médias à l'université Paris I-Panthéon, plus de 60 % des informations ont été consacrés à la covid, ce qui est énorme. Un emballement médiatique que l'on peut connaître lors d'autres événements importants (type attentats terroristes), mais avec, cette fois, la différence qu'il n'a pas duré un jour, voir une semaine, mais trois mois... Or, l'actualité ne s'est pas arrêtée pour autant : les guerres (Syrie, Yémen) ont continué, tout comme les dictatures, et les drames et joies de ce monde... Une actualité à bas bruit assez largement laissée de côté.

Faut-il le déplorer ? Sans doute. Ce qui s'est passé avec cette crise manifeste le caractère moutonnier d'une profession trop dépendante des sites d'informations en continu. Mais il y a aussi des circonstances atténuantes. D'abord, le caractère totalement inédit de ce qui s'est passé. Toute la planète, ou presque, s'est trouvée concernée, des milliards de personnes se retrouvant assignées à résidence. De plus, cette crise concerne tous les niveaux de la vie des hommes : vie intime, familiale, avec la peur de la mort, vie des entreprises, vie sociale, vie de la nation, relations internationales... En soi, il est assez logique qu'un tel événement ait ainsi occupé le devant de la scène.

Il faut aussi ne pas perdre de vue que, comme toutes les entreprises, la presse a fonctionné à effectif réduit, du fait des personnes malades, de celles prises par la garde de leurs enfants. Surtout, les journalistes se sont trouvés entravés pour « faire du terrain », aller sur place, rendre compte des choses. Certes, des reportages ont pu avoir lieu, mais non sans peine, et sans précaution. Or, comme le disait Beuve-Méry, fondateur du *Monde*, « le journalisme est un métier de contact et de distance ». Durant cette période, il a fallu parfois se faire journaliste de chambre, et enquêter par internet, téléphone, Zoom, sans toujours pouvoir se rendre compte de la réalité.

### **Un climat anxigène**

Malgré eux, les médias, en accordant une place excessive à la covid, n'ont-ils pas contribué à installer un climat anxigène ? Le ton, parfois inutilement dramatique, a sans doute joué en ce sens. C'est bien le président de la République qui, le premier, a employé le mot de « guerre », mais les journalistes ont parfois surenchéri. Il faudrait analyser le vocabulaire que l'on a entendu durant cette période : « alerte », « saturation », « oxygène », « guerre », « flambée »... Fallait-il donner chaque soir le nombre de morts ? Une mort, d'ailleurs, que les médias, d'habitude, évoquent rarement, et qui a fait ici son entrée dans notre intimité via le petit écran : camions

frigorifiques à New York pour entreposer les corps, du fait du manque de place, chapelles ardentes dans des gymnases en Italie ou en France.

De plus, le flux d'informations en continu qui caractérise désormais le paysage médiatique donne la prime à la rapidité, au détriment du recul, et à la polémique, qui permet de « meubler » l'antenne, en discutant à l'infini tel ou tel résultat, telle ou telle décision. Certaines informations prennent de ce fait des proportions sans commune mesure avec leur importance réelle. De même, les chaînes d'information en continu sont friandes « d'experts » que l'on appelle dans le jargon journalistique de « bons clients », qui passent bien à l'antenne, mais qui ne sont pas forcément compétents. On a vu pléthore de médecins, dont beaucoup n'avaient manifestement pas les connaissances nécessaires. Tout cela n'est pas nouveau, et correspond à une tendance de fond à l'accélération de l'information, mais la crise de la covid a sans aucun doute accentué ce fait. Les réseaux sociaux, où chacun est à la fois émetteur et récepteur, ont amplifié ce phénomène, et plongé la France des sites et écrans dans une sorte de brouhahas médiatique, où il n'était guère aisé de retrouver les bonnes informations.

### **La prime à la pédagogie**

D'une certaine manière, affirme encore un bon observateur comme Patrick Eveno, « cela a joué en faveur des grands titres de presse, considérés comme plus fiables ». Journaux et radios ont d'ailleurs rivalisé d'énergie pour faire de la pédagogie : explications, graphiques, tableaux, courbes, ont été mis au service de la covid. On a vu même ici ou là des articles destinés aux enfants. Des titres ont mis en avant des formats spécifiques pour vérifier l'information, et lutter contre les « *fakes news* » et les rumeurs. À noter d'ailleurs que des institutions ont voulu participer à ce travail : l'O.M.S. a ainsi communiqué sur les réseaux sociaux pour contrer des fausses informations concernant des vaccins, ou des rumeurs sur les risques de contagion. Le gouvernement français a tenté de créer lui aussi un site pour regrouper les articles jugés « vrais », intitulé *Désinfox coronavirus* : tentative très maladroite de l'exécutif pour labelliser et choisir les « bons articles », qui a provoqué un tel tollé dans la profession que le gouvernement y a rapidement renoncé.

### **Une vérité en construction**

Dire la vérité, fort bien, mais qu'est-ce que la vérité ? Les polémiques entre chercheurs eux-mêmes ont montré que, pas plus que d'autres domaines, la science ne détenait une vérité universelle et incontestable. Si les médias ont contribué à la vérité, c'est de manière progressive, au fur et à mesure que l'on apprenait à

maîtriser cette situation inédite, et ce virus inconnu. Le philosophe Frédéric Worms parle avec justesse d'une « vérité en construction », qui se façonne au vu et au su de chacun. Parfois, elle s'élabore de manière interactive, les lecteurs, sollicités par les plates-formes internet des médias, posant les questions, donnant leur interprétation, fonctionnant comme une véritable communauté virtuelle. Sans aucun doute, ce genre d'expérience a vocation à être étendue et répétée, elle permet aussi de former le citoyen à se faire sa propre opinion, accepter la complexité des situations, et l'absence de certitudes toute faite.

Journaliste pédagogue, le journaliste fut aussi solidaire. Dans la presse locale notamment, beaucoup d'articles avaient comme objectif d'aider le personnel soignant, de solliciter des initiatives pour les personnes âgées, d'aller au secours des plus démunis. De ce point de vue, les médias se sont mis au diapason d'une société qui a su faire montre, durant cette crise, de solidarité et de résilience collective.

Un journalisme, enfin, sommé de se plonger dans les domaines scientifiques et médicaux. La presse française, par comparaison avec son homologue anglo-saxon, souffre sans doute d'un manque d'expertise scientifique. Il y a une trentaine d'années, les médias, prenant conscience de l'importance des enjeux économiques, avaient investi assez largement dans le recrutement et la formation de jeunes économistes. Il semble nécessaire de fournir le même effort pour recruter de bons spécialistes des sciences.

### **Crise des médias**

Ce qui revient à poser la question des moyens. Car les médias sortent exsangues de cette crise. C'est paradoxal, car jamais les audiences et abonnements numériques n'ont connu une telle augmentation. Mais cette hausse est loin de compenser les pertes publicitaires, et surtout, pour les quotidiens de papier, les conséquences *du dépôt de bilan de la messagerie de presse Prestalis*.

D'ores et déjà, un certain nombre de plans sociaux (*L'Équipe*, BFM TV) sont en cours. Une nouvelle diminution du nombre des journalistes dans les rédactions, une précarisation encore plus grande de ce métier, sont à craindre pour l'avenir. Avec, à la clé, l'incapacité des médias à informer correctement, et la fragilisation encore plus du contrat qui les relie à leurs lecteurs.

### **Des gestes barrières contre la viralité de l'information**

Cette confiance est en effet indispensable. Elle est déjà mise à mal, comme le montre, chaque année, le baromètre des médias de *La Croix*. Lors de la dernière édition, en janvier dernier, celui-ci révélait que 71 % des Français n'avaient pas le

sentiment que les médias rendent « mieux et davantage compte » de leurs préoccupations.

Il est donc nécessaire que le pays renoue avec ses médias. La crise de la covid a bien montré les risques d'une presse soumise au diktat de l'information en continu. Il a fallu discerner, prendre de la hauteur, ralentir le tempo, se donner le temps de la vérification, et même le droit au doute. Autant de pratiques indispensables pour le journalisme du XXI<sup>e</sup> siècle, qui n'ont pas toujours été au rendez-vous. Au fond, il existe aussi une viralité de l'information tout aussi dommageable que les virus, et contre laquelle il faut lutter, et savoir, là aussi, poser des gestes barrières...

Isabelle DE GAULMYN

*Membre de l'Académie catholique de France*

*Rédacteur en chef du journal La Croix*



## II – AUTORITÉ DE LA PAROLE MÉDIATIQUE DANS LA CRISE SANITAIRE

Claustration, solitude, inquiétude, besoin de savoir et de comprendre : la période du confinement et, plus largement, l'épisode de la covid-19 nous ont placés dans une situation d'extrême vulnérabilité face au discours médiatique, devenu un contact privilégié et ambivalent (anxiogène dans ses contenus mais rassurant dans l'invariabilité de sa forme) avec le monde extérieur ; cependant que ce discours, par le mécanisme naturel d'exacerbation consubstantiel à toute période de crise, cristallisait soudain de manière hyperbolique des défauts qui le rendent suspect et stimulent, en retour, méfiance et complotisme.

On fait souvent grief aux journalistes d'être déconnectés de la vie des gens en raison d'une forme d'esprit de milieu, accusation frôlant souvent la paranoïa et tendant à imputer à la presse une intention concertée de nuire, à laquelle je ne crois pas. Ce que l'on peut constater très objectivement, en revanche, c'est le poids écrasant de la responsabilité morale autoprescrite qui dicte la démarche journalistique. En dépit du « devoir de vérité » et de la condamnation de « l'esprit propagandiste » formulés dans la *Charte de Munich* en 1971 qui constitue le principal code de déontologie journalistique, il semble que l'éthique du Bien ait remplacé l'éthique du Vrai. Les journalistes sont formés, formatés même, à anticiper la réception et les effets de leur discours en termes de bien et de mal sans s'aviser que tout système moral est adossé à une idéologie, à une certaine vision du monde. Cette responsabilité encourage inévitablement une posture paternaliste que certains assument pleinement, tels Christophe Barbier, éditorialiste à *L'Express* : « Se confronter au terrain pollue l'esprit de l'éditorialiste. Son rôle est de donner son opinion, d'affirmer ses certitudes, par essence improuvables. [...] Aux reporters de rencontrer les gens, d'aller sur le terrain, aux éditorialistes de proposer une vision de notre époque. [...] L'éditorialiste est un tuteur sur lequel le peuple, comme du lierre rampant, peut s'élever<sup>1</sup>. » Son point de vue ne porte que sur la fonction d'éditorialiste, qu'il distingue nettement de la fonction du reporter. Mais cette répartition des postures énonciatives tend à s'estomper dans un magma moralisateur assénant des partis-pris sur le ton des évidences, ce que l'Observatoire de la déontologie de l'information nomme, à très juste titre, une « éditorialisation cachée<sup>2</sup> » de l'information<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> <https://www.lejdd.fr/Societe/christophe-barbier-se-confronter-au-terrain-pollue-lesprit-de-leditorialiste-3294632>

<sup>2</sup> <http://www.odi.media/>

<sup>3</sup> Sur ce point, on pourra se référer à mon second ouvrage, *Les Marchands de nouvelles*, L'Artilleur, 2018.

Effet direct de cette posture paternaliste, durant la crise sanitaire, le journaliste, de professionnel de l'information, s'est mué en intermédiaire entre l'auditeur et l'expert, dans une mise en scène qui voulait nous donner l'impression qu'il se souciait de nous. Mais dois-je attendre d'un journaliste qu'il se soucie de moi ? *FranceInfo*, qui avait le mérite de ne jamais tomber dans l'hypocrisie consistant à donner la parole aux auditeurs a, pendant le confinement, adopté cette pratique de manière quotidienne sur de longues plages horaires ; non seulement pour répondre à des questions factuelles mais aussi pour donner des conseils d'ordre psychologique. Les gens appelaient pour dire « Je m'aperçois que j'aime être confiné, suis-je normal ? » ou, au contraire, « Je vis très mal le confinement, comment ne pas sombrer dans la dépression ? » Et un psychologue était en studio pour répondre. On est passé d'une radio qui nous ouvre sur le monde à une radio qui encourage la fermeture sur soi-même.

Le souci de nous accompagner au quotidien dans cette période difficile a aussi stimulé, dans les questions des journalistes, la recrudescence des interrogations prospectives : « Docteur, que va-t-il se passer après ? » Nos journalistes se sentent de plus en plus tenus de nous faire connaître l'avenir (qui n'entre théoriquement pas dans leur champ de compétences) et s'arrogent un pouvoir d'anticipation fondé sur des certitudes de nature idéologique qui leur font risquer le ridicule lorsque le réel les invalide (que l'on pense à l'élection de Donald Trump ou au référendum sur le Brexit). En matière de santé, ne pouvant eux-mêmes assumer ce propos prophétique, ils se sont effacés derrière une sacralisation du discours médical, conçu à tort comme une parole univoque et vraie, et porté par quelques spécialistes élevés au rang de « consultants ».

De fait, cette conscience morale infantilisante se traduit en un sociolecte journalistique. Le sociolecte se définit comme un langage propre à une catégorie de personnes que fédèrent leur origine géographique ou sociale, leur identité religieuse ou leur profession. Il existe ainsi nombre de sociolectes, au carrefour desquels se situe notre parlure personnelle, absolument unique. Mais la spécificité du sociolecte journalistique réside dans le fait qu'il ne reste pas cantonné à un milieu professionnel : il constitue le prisme langagier à travers lequel se structure notre vision du réel. Avec son intonation, sa syntaxe et son lexique propres<sup>4</sup>, il se donne comme la grille de lecture incontournable à travers laquelle nous avons accès au monde. C'est un code que nous avons intériorisé, avec ses formules euphémistiques ou périphrastiques que nous savons parfaitement décoder ; un article intitulé « La religion s'invite dans l'entreprise » porte évidemment sur les problèmes posés par la pratique radicale de l'islam dans le monde du travail. La langue des médias apparaît

---

<sup>4</sup> J'ai développé ces aspects dans *La Langue des médias*, L'Artilleur, 2016.

ainsi comme un « sous-code idéologique », au sens où l'entend Olivier Reboul quand, dans *Langage et idéologie*, il nous met en garde contre l'illusion « que la langue est neutre et que c'est la parole qui est idéologique » : « l'individu n'est pas libre d'utiliser sa langue pour dire ce qu'il veut et comme il veut ; il est conditionné à préférer tel terme, telle tournure, telle signification, et à en éliminer d'autres. [...] Ce conditionnement ne vient pas de la langue elle-même, qui n'impose ni n'interdit une expression [...] ; il vient de ce que j'ai nommé le sous-code idéologique. Une même langue peut comporter plusieurs sous-codes : catholique, marxiste, etc., et ces mêmes sous-codes peuvent se retrouver dans des langues différentes<sup>5</sup>. » Le langage médiatique constitue un code qui se superpose à celui de la langue et contribue à façonner profondément notre compréhension du réel.

Ainsi, durant la crise sanitaire, prisonniers d'un manichéisme et d'une volonté obsessionnelle d'orienter nos jugements, les journalistes ont pris en charge la question des traitements et des vaccins comme s'il s'agissait d'une « polémique » au sens où ils l'entendent : un débat de société avec ses réactionnaires dangereux et ses progressistes à défendre. En total décalage avec la réalité d'un débat scientifique, ils se sont employés à diaboliser le Professeur Raoult, ont jubilé lors de la publication de la fameuse étude du *Lancet* jetant le doute sur l'efficacité de l'hydroxychloroquine dans le traitement de la covid et, après la mise en lumière des faiblesses de celle-ci, se sont vus contraints de rectifier leur position. Certains choix lexicaux doivent nous faire dresser l'oreille : là où l'observation journalistique aurait dû noter « l'expression d'un désaccord », *L'Obs*<sup>6</sup>, *L'Express*<sup>7</sup>, *20 Minutes*<sup>8</sup>, *CNews*<sup>9</sup> et *Ouest-France*<sup>10</sup> affirmaient que l'A.R.S. (agence régionale de santé) avait « recadré » le Professeur Raoult au sujet de l'évolution de l'épidémie, assumant, par le choix de ce verbe, la reconnaissance à l'A.R.S. d'une autorité scientifique supérieure par rapport à l'éminent infectiologue. On tient là un exemple typique de parti-pris irréflecti et de biais idéologisant, illustrant la propension à aborder sous un angle axiologique (Bien/Mal) des questions d'ordre aléthique (Vrai/Faux).

À force de se contraindre à discriminer entre camp du Bien et camp du Mal, ce qu'on n'attend pas d'elle, la parole médiatique prend le risque de faire allégeance, faute d'investigations suffisantes, au discours officiel, particulièrement en temps de

---

<sup>5</sup> Olivier Reboul, *Langage et idéologie*, Paris, Presses Universitaires de France, 1980, p. 40.

<sup>6</sup> <https://www.nouvelobs.com/coronavirus-de-wuhan/20200415.OBS27535/l-ars-recadre-raoult-qui-assure-que-l-epidemie-de-covid-19-recule-a-marseille.html>

<sup>7</sup> [https://www.lexpress.fr/actualite/societe/sante/raoult-affirme-que-l-epidemie-est-en-train-de-disparaitre-a-marseille-l-ars-le-recadre\\_2123724.html](https://www.lexpress.fr/actualite/societe/sante/raoult-affirme-que-l-epidemie-est-en-train-de-disparaitre-a-marseille-l-ars-le-recadre_2123724.html)

<sup>8</sup> <https://www.20minutes.fr/sante/2761079-20200415-video-coronavirus-marseille-directeur-ars-recadre-didier-raoult-annonce-disparition-epidemie-metropole>

<sup>9</sup> <https://www.cnews.fr/videos/france/2020-04-15/lars-recadre-le-professeur-didier-raoult-946937>

<sup>10</sup> <https://www.ouest-france.fr/sante/virus/coronavirus/coronavirus-l-epidemie-recule-marseille-selon-le-professeur-raoult-l-ars-n-est-pas-d-accord-6808684>



crise. Solenne Le Hen, journaliste à Radio France spécialisée dans les questions de santé, le reconnaissait quelques jours après la fin du confinement : « Sur les masques, je vous avouerai que oui, nous nous sommes tous dit : “Mince, on s’est fait l’écho du discours du gouvernement<sup>11</sup>” ». Et le problème, en effet, avait sauté aux oreilles de nombreux auditeurs lorsque, dans les premiers temps de l’épidémie, sur de nombreuses chaînes, le journaliste qui déroulait le flash-info croyait de son devoir de formuler des précisions telles que : « Rappelons que les masques sont inutiles si l’on n’est pas diagnostiqué positif au coronavirus ».

Au terme de cette crise sanitaire, le discrédit dont notre classe politique fait les frais s’étend tout naturellement aux médias qui apparaissent comme les complices d’une incompétence et d’une impréparation criminelles aux yeux de la population.

Ingrid RIOCREUX  
*Professeur agrégé et docteur*  
*Spécialiste de rhétorique journalistique*



---

<sup>11</sup> « Le Rendez-vous de la médiatrice », *France Info*, 16 mai 2020.

### III – LA DOCTRINE SOCIALE DE L'ÉGLISE ET LA LOI SUR LES FAUSSES INFORMATIONS (*FAKE NEWS*)

*Les réseaux sociaux ont répandu pendant la pandémie de très nombreuses fausses informations. Comme plusieurs pays, le Brésil étudie l'adoption d'une législation pour décrypter et interdire les fake news. Professeur à l'Université pontificale de Campinas (PUC-CAMP), au Brésil, et coordinateur du Centre foi et culture de l'Université pontificale de São Paulo, Francesco Borba Ribeiro Neto recherche l'éclairage de la doctrine sociale de l'Église, entre fausses informations et censure.*



Dans un moment de pandémie, où l'action commune de tous est plus nécessaire, malheureusement le Brésil trébuche chaque jour dans un nouveau scandale et dans une nouvelle division interne. L'un des plus récents, qui mobilise de nombreux catholiques, est le projet de loi contre les fausses nouvelles.

Avec la propagation croissante des fausses nouvelles et de la diffamation, il est nécessaire de créer des mécanismes pour contrôler la qualité des nouvelles sur les sites en ligne et les réseaux sociaux — mais cela peut devenir un outil dangereux pour censurer et contrôler les informations transmises à la population.

Une lecture simpliste oppose de grands groupes économiques — intéressés par la censure — à la population en général. Mais il y a des pouvoirs économiques à la fois derrière ceux qui veulent la censure et derrière ceux qui veulent diffuser de fausses informations.

Le plus précis est de dire qu'il y a un conflit entre ceux qui ont perdu de l'espace politique parce qu'ils n'ont pas pu occuper les nouveaux espaces créés par internet (et veulent entraver la présence de nouveaux acteurs sur la scène publique) et ceux qui utilisent de fausses nouvelles et des attaques personnalisées pour se promouvoir (et maintenant se présenter en victimes pour rester impunis).

Entre ces deux extrêmes, il y a une pléthore d'utilisateurs d'internet qui veulent arrêter les fausses nouvelles et la diffamation sans recourir à la censure.

#### **Les problèmes techniques nécessitent le dialogue avec des experts**

Éviter à la fois les fausses informations et la censure est très difficile en raison des problèmes techniques des réseaux sociaux. Par exemple, l'une des nombreuses versions de cette loi veut que les plateformes numériques (telles que Facebook et

Instagram) soient responsables des fausses nouvelles publiées par leurs utilisateurs. La justification est qu'il est impossible de surveiller en temps réel tout ce qui fonctionne sur ces réseaux, mais la plateforme pourrait anticiper en créant des filtres internes.

Beaucoup de gens critiquent cette proposition en disant qu'elle donnerait un pouvoir de censure aux sociétés internet — et c'est exact. Mais il s'avère que les plateformes elles-mêmes ne veulent pas de ce pouvoir de censure. Elles soutiennent qu'elles ne seraient pas en mesure de vérifier les informations et risqueraient d'être poursuivies et de devoir payer des millions de dommages et intérêts.

Si la loi est approuvée en ces termes, la tendance serait vraiment de créer une censure préalable du contenu, non pour des raisons idéologiques, mais par crainte de poursuites et de paiement d'indemnités. Mais si cette voie n'est ni viable ni souhaitable, le problème de restreindre rapidement des fausses informations demeure...

Il est intéressant de noter que les meilleures solutions proviennent précisément des associations de membres de communautés virtuelles, qu'ils soient propriétaires ou utilisateurs de plateformes. Ils souhaitent prévenir à la fois la perte de crédibilité et la censure sur internet, en bons connaisseurs du fonctionnement et des faiblesses des systèmes.

Alors que les profanes en cette matière se contentent d'approuver ou de condamner la loi sur leurs réseaux sociaux, les associations et les forums d'experts se sont consacrés à montrer les erreurs de la législation proposée et à indiquer les moyens de résoudre progressivement les problèmes.

Par exemple, les experts ont proposé de limiter la responsabilité des fournisseurs à l'élimination des « comptes automatisés non enregistrés » (les « bots » ou robots, comme ils sont connus).

C'est apparemment un contrôle qui peut être fait et qui résoudrait déjà le problème des nouvelles diffusées par ceux qui ont le pouvoir économique de payer ces comptes.

En outre, il devrait être plus facile d'enquêter sur les allégations de fausses informations, avec des organes appropriés pour vérifier rapidement l'authenticité de l'accusation et sanctionner correctement le contrefacteur (avec suspension du compte et autres mesures).

En effet, une partie du blâme pour la propagation de fausses nouvelles peut être due à la lenteur des processus d'enquête et de jugement, trop courante dans tous les tribunaux brésiliens, et non au manque d'une plus grande rigueur formelle dans la loi.

## « Le mensonge a les jambes courtes<sup>12</sup>... »

Les fausses nouvelles sont un mensonge et doivent être confrontées à un engagement personnel envers la vérité (cf. *Compendium de la doctrine sociale de l'Église*, 198). Les meilleures lois seront inefficaces face à quelqu'un qui préfère les mensonges confortables à la vérité. Mais comment trouver la vérité dans cette mer de désinformation ? « Le mensonge a les jambes courtes », et si nous essayons de vérifier les informations controversées, nous finissons par découvrir lesquelles sont fausses.

Une habitude saine consiste à toujours ouvrir un « droit au contradictoire » dans les questions controversées, c'est-à-dire à essayer toujours d'écouter les représentants de toutes les parties concernées. En faisant cela, nous constatons souvent qu'une partie de la vérité existe des deux côtés, et les extrémistes montrent la partie qui les intéresse et cachent la partie qui ne les intéresse pas — les uns et les autres n'ont pas une vision globale des événements.

De plus, il est bon de disposer d'espaces institutionnels dotés de mécanismes publics de vérification des informations. Un grand journal peut éditer une fausse nouvelle, mais la possibilité de se voir refuser et de perdre sa crédibilité et ses lecteurs est bien plus grande que celle d'un auteur anonyme sur les réseaux sociaux.

Les articles scientifiques publiés dans des revues et bulletins techniques sont revus par des experts en la matière. Ils peuvent se tromper, mais ils sont beaucoup plus susceptibles d'avoir raison que l'opinion d'un profane qui « se méfie » simplement de l'honnêteté de tous ceux qui ne pensent pas comme lui.

## Un regard sur la doctrine sociale de l'Église

Revenant à l'aspect législatif, la question se pose, pour les catholiques, de savoir comment la sagesse chrétienne peut éclairer un thème hautement technique de notre époque. Nous devons garder à l'esprit que les papes, dans leurs réflexions sur les problèmes sociaux, ne manquent jamais de consulter la science et les experts. Leur discernement provient d'un dialogue avec les données de la réalité et l'exposition scientifique des thèmes — et non d'une réflexion purement déductive de la révélation chrétienne (voir, par exemple, *Gaudium et spes*, 36 ; *Centesimus annus*, 54 ; *Compendium de la doctrine sociale*, 76-78 ; *Caritas in veritate* [CV], 31-32 ; *Laudato si'* [LS], 61).

Les jugements fondés sur des arguments purement moraux, théologiques ou politiques — même s'ils sont valables — ne correspondent que partiellement à une

---

<sup>12</sup> « ... et ne court pas très loin » : proverbe d'origine latine (Phèdre) pour dire que la vérité finit toujours par le dépasser.

application de la sagesse chrétienne. Ils manquent de réalisme, qui est une caractéristique de la pensée chrétienne et qui dépend, dans notre société, du dialogue avec les sciences. Mais cette question nous amène à un autre problème dans le contexte brésilien actuel...

Benoît XVI, dans *Caritas in veritate*, n° 38, souligne la nécessité de trois sujets, le marché, l'État et la société civile, pour la réalisation du bien commun. Dans ce cas, nous pouvons identifier le marché comme les groupes économiques qui contrôlent internet. L'État correspond aux groupes politiques qui utilisent les réseaux sociaux pour faire connaître leurs propositions et leurs programmes. Les deux ont leurs intérêts, valables s'ils sont administrés dans le cadre des normes sociales. Mais au-dessus d'eux, c'est la société civile organisée, avec ses différentes organisations, qui peut et doit guider un dialogue sociopolitique qui montre les meilleurs moyens de construire un internet sans *fake news* ni censure (cf. *Centesimus annus*, n° 35).

Au Brésil, les difficultés pour améliorer le cadre juridique des activités internet montrent combien la construction du bien commun a été entravée par un climat de polarisation, de truquage et de méfiance envers les organisations de la société (que la doctrine sociale de l'Église appelle les « corps intermédiaires »).

Francisco BORBA RIBEIRO NETO  
*Université catholique de Campinas (Brésil)*

Traduit du portugais  
par Jean-Robert ARMOGATHE

