



institutionnalisée où on ne parle que des compagnies qui investissent en publicité. Tant pis pour la diversité.

La spécialité de *Québec Entreprise*, une de ces nombreuses publications d'affaires qui ont poussé comme des champignons, est le «dossier». On débarque dans une région du Québec avec une équipe des ventes. Souvent le magazine s'installe dans des bureaux de la Corporation de développement économique du coin ou des bureaux prêtés par la ville. On demande à la Corporation d'écrire une lettre aux entreprises de la région les invitant à être ouvertes aux demandes de la publication.

En échange de l'achat d'une publicité, on fait un court article sur l'entreprise ou ses dirigeants-es. On retrouve normalement le reportage non loin de la publicité pour laquelle la compagnie a payé. Pour les plus grosses boîtes, on demande la liste des fournisseurs: les vendeurs-ses vont cogner à leurs portes. Difficile pour un sous-traitant de ne pas embarquer dans le jeu quand sa survie dépend souvent du géant local. Ce sont donc les clients-es qui paient pour l'article qu'on fera sur les grandes entreprises de la région. Une fois la publicité vendue, on passe la commande au journaliste. La longueur de l'article, toujours flatteur, sera fonction de la somme versée en publicité. Puis on passe


à une autre région, ou un autre secteur économique. La manoeuvre se fait toujours sous le couvert de donner un coup de pouce au développement économique local. L'initiative est donc noble, puisqu'elle ne vise pas l'appât du gain, mais le mieux-être économique de la région.

CHIENS DE GARDE SANS DANGER

Des médias mieux établis sont aussi aux prises avec l'autocensure ou la pression de la part de clients-es. À Rimouski dans le Bas-du-Fleuve, en octobre 1995, Alexandre Gagné, journaliste à la station de radio CFLP, se trouve au Palais de Justice lorsque tombe un jugement pour collusion entre trois boutiquiers de jeans pour casser les prix afin de nuire à un compétiteur. Alexandre téléphone à la radio. La nouvelle mérite un reportage, mais comme il s'agit d'annonceurs importants pour la station, le directeur de l'information préfère attendre pour en parler au grand patron. «Dans l'après-midi, je rencontre le directeur de la station et tout de suite c'est un non catégorique. Il m'a dit: "c'est avec cet argent-là qu'on te paye."» On n'a donc pas publié la nouvelle.

Quand l'histoire s'est rendue aux oreilles du propriétaire de CFLP, le géant de *La Presse* et de *Power Corporation*, le directeur de la station a dû faire son mea culpa. «Après qu'il se soit fait tomber sur la tête par la direction de Power, le directeur a convenu qu'il aurait dû mettre ses culottes et nous endosser», dit Alexandre Gagné, maintenant surnuméraire pour Radio-Canada et président de la section locale de la FPJQ.

Alexandre a eu sa revanche lorsqu'il s'est retrouvé à l'éphémère quotidien *Le Fleuve* en mai 1996, après son départ de CFLP. Profitant, quelques mois plus tard, du moment où les boutiquiers paient l'amende imposée par la cour, il propose de sortir toute l'affaire, qui se retrouve à la Une. «J'ai su plus tard, après la fermeture définitive du journal, qu'un des représentants des ventes avait fait miroiter à un des boutiquiers la possibilité que la nouvelle ne sorte pas s'il achetait de la publicité.»

L'interférence entre la publicité et l'information est en partie responsable de la baisse de confiance envers les médias. Jadis qualifiés de chiens de garde de la démocratie, les journalistes sont maintenant perçus comme les employés-es d'une entreprise comme une autre qui ne tient qu'à sauvegarder ses intérêts. Si, pour survivre, les médias doivent se vendre aux plus offrants, quelle crédibilité leur restera-t-il? 

1 Statistique Canada, *Recettes, dépenses et effectifs de l'industrie de la télévision et de la radio privées par région*, 1995, numéro de catalogue S6-204-XPB.

2 *Le Guide annuel des médias 1997*, Info Presse Communication, p. 10.

3 Le CRTC autorise depuis novembre 1994 la diffusion d'infopublicités durant la journée.