

## Evo Morales tente de museler la presse bolivienne

PAR MÉLANIE BULAN  
ARTICLE PUBLIÉ LE MARDI 25 OCTOBRE 2016

Pressions sur les journalistes, boycott des encarts publicitaires, rachat par des entrepreneurs amis... Le gouvernement bolivien multiplie les offensives envers les médias dont il n'apprécie pas la ligne éditoriale.

**Bolivie, correspondance.** - « *Le cartel du mensonge.* » Voilà comment le gouvernement bolivien qualifie les médias indépendants et leurs journalistes. Depuis quelques mois, le chef de l'État, Evo Morales, leur livre une guerre sans merci. Sa dernière offensive ? La préparation, pour la fin 2016, d'un documentaire consacré à ce supposé cartel. Quatre médias indépendants sont visés : les journaux *Pagina Siete*, basé à La Paz, et *El Deber*, de Santa Cruz ; l'agence de presse ANF et la radio Erbol. C'est le journaliste Andrés Salari, salarié d'une chaîne de télévision proche du gouvernement, Abya Yala, qui est chargé de réaliser ce film. « *C'est probablement le parti d'Evo Morales, Movimiento al socialismo (MAS), qui finance l'opération* », estime Emmanuel Colombié, responsable du bureau Amérique latine de Reporters sans frontières (RSF).



Raúl Peñaranda à son bureau de La Paz, dans les locaux de l'agence de presse ANF. © M.B.

Les conditions de travail des journalistes boliviens se sont considérablement durcies depuis qu'Evo Morales a perdu son dernier référendum. Organisé le 21 février 2016, celui-ci devait permettre au premier président amérindien de la Bolivie, au pouvoir depuis 2006 et encore extrêmement populaire, de modifier la Constitution... et de briguer un quatrième mandat en 2020. Le non l'a emporté d'une courte tête avec

51,3 % des voix. « *Le gouvernement estime que les journalistes sont responsables de cet échec* », analyse l'éditeur de l'agence de presse ANF, Raúl Peñaranda.

Quelques mois après cette défaite, le ministre Juan Ramón Quintana utilise pour la première fois le terme de « *cartel du mensonge* ». Nous sommes le 19 mai et le bras droit du chef de l'État est interpellé par l'Assemblée législative sur une affaire de trafic d'influence impliquant l'ancienne compagne d'Evo Morales, Gabriela Zapata Montaña. Responsable commerciale d'une entreprise chinoise, CAMC, celle-ci aurait bénéficié de contrats de plusieurs centaines de millions de dollars de la part du gouvernement bolivien.

Le scandale avait été révélé par le journaliste Carlos Valverde. Face aux pressions, ce dernier s'est réfugié en Argentine en mai. « *Tout ce qui touche Evo Morales déclenche une véritable chasse à l'homme* », remarque Emmanuel Colombié, de RSF. Cette année, l'association a classé la Bolivie 97<sup>e</sup> sur 180 dans son classement mondial de la liberté de la presse. Soit trois places de moins qu'en 2015. RSF a notamment dénoncé le sort de Wilson Garcia Merida, directeur du journal en ligne Sol de Pando, accusé le 10 mai de « *sédition* » par le ministre Juan Ramón Quintana. Il a depuis trouvé refuge au Brésil.

La publicité est l'arme favorite du gouvernement pour faire pression sur les médias. Selon le journaliste Raúl Peñaranda, l'État dépenserait 150 millions de dollars par an dans des campagnes publicitaires. Le chercheur Laurent Lacroix, de l'Institut des hautes études d'Amérique latine (IHEAL) parle, lui, de 133 000 euros par jour, soit plus de 48 millions d'euros par an. Dans tous les cas, il s'agit d'une somme faramineuse dans l'un des pays les plus pauvres d'Amérique du Sud, où 39 % de la population vit sous le seuil de pauvreté, selon les chiffres publiés en 2015 par la Banque mondiale.

La majorité des journaux dépend de cette manne financière. Toujours selon les estimations de Raúl Peñaranda, la publicité gouvernementale a ainsi

rapporté en 2012 plus d'1 million de dollars à *La Razón*, le quotidien national de référence. Soit 15,4 % de ses revenus publicitaires...

Dans ce contexte, le gouvernement a tôt fait de mettre en difficulté les médias dont il n'apprécie pas le ton. L'exemple le plus emblématique est celui d'Erbol, la radio de la journaliste Amalia Pando, connue pour son opposition à Evo Morales. Le 31 août 2015, elle démissionne avec fracas de ce média où elle travaille depuis dix ans, afin d'éviter son « *asphyxie économique* ». « *Cela a commencé en 2011, après la marche des indigènes du Tipnis au cours de laquelle des journalistes avaient dénoncé un déchaînement de violence contre les autochtones* », explique Amalia Pando. Quelques années plus tard, Erbol ne peut plus payer ses employés. La radio fait appel à la générosité de ses auditeurs. « *Le ministre du travail a alors publié un communiqué pour dire que cette collecte serait assimilée à du blanchiment d'argent. Dans ce contexte, j'ai pensé que ma démission pouvait calmer le jeu. Il était évident que le gouvernement voulait ma tête.* »

### **Comme en Équateur et au Venezuela, l'État essaie de faire taire les dissidences**

Le 10 août 2015, le vice-président Álvaro García Linera formule clairement les intentions du gouvernement : ne plus accorder de publicité aux médias « *qui mentent* ». La mesure ne tarde pas à produire les effets escomptés. Certains médias ferment temporairement, d'autres sont obligés de mettre la clé sous la porte. « *El Deber, de Santa Cruz, et Los Tiempos, de Cochabamba, ont perdu la totalité des revenus tirés de l'État. Ils sont parvenus à compenser avec de la publicité privée*, explique Raúl Peñaranda. *La situation est beaucoup plus compliquée pour El Correo del Sur, de Sucre, par exemple.* »

L'autre stratégie d'Evo Morales consiste à demander à des entrepreneurs amis d'investir dans certains médias pour mieux les contrôler. De telles opérations se sont multipliées entre 2008 et 2013. Autrefois propriété du groupe espagnol Prisa, le grand quotidien national *La Razón* a été racheté il y a huit ans par l'entrepreneur vénézuélien Carlos Gill, « *par l'intermédiaire de la*

*vice-présidence bolivienne* », selon le journaliste Raúl Peñaranda. Dans son livre *Control remoto*, qu'il a lui-même édité en mai 2014, ce dernier explique comment Carlos Gill, proche des réseaux Chavez, a également racheté en 2009 la chaîne de télévision bolivienne ATB, par l'intermédiaire d'une entreprise de droit espagnol, Akaishi.

En 2012, c'est une des autres chaînes les plus regardées du pays, PAT, basée à Santa Cruz, qui est cédée, « *sans déboursier un centime* », à une société-écran, Comercializadora Multimedia del Sur, après de lourdes pressions exercées sur l'ancien propriétaire. Quand les salariés de PAT ont cherché à connaître le nom de leur nouveau patron, le gérant leur a rétorqué qu'une « *clause de son contrat lui interdisait d'aborder le sujet* ». Une autre tactique du gouvernement consiste à créer ses propres canaux de communication. Exemple : lancée en 2012, la chaîne Abya Yala a bénéficié d'une donation de 3 millions de dollars du gouvernement iranien, par l'intermédiaire de la fondation privée du président bolivien, JEMA (acronyme de Juan Evo Morales Ayma). Une de ses principales administratrices est Katia Gumucio, ancienne déléguée du chef de l'État à Cochabamba.

Le gouvernement dispose maintenant de ses propres outils médiatiques. Désormais, « *ses membres disent clairement et sans honte que les médias qui ne suivent pas leur ligne politique sont leurs ennemis* », explique Emmanuel Colombié. « *Comme l'Équateur et le Venezuela, les journalistes font face à un État fort et déterminé, qui tente de faire taire les voix dissidentes. C'est donc l'État qui est la principale menace contre la liberté de la presse, à la différence de l'Amérique centrale où le crime organisé reste la préoccupation première* », ajoute le responsable de RSF.

L'association elle-même a été pointée du doigt par le ministre Juan Ramón Quintana sur Abya Yala, le **2 février** dernier. Au cours d'une émission, il assure que RSF bénéficie de financements de la part des « *gringos* » (comprendre : des Américains) afin de « *discréditer le gouvernement et renverser l'opinion publique* ». Depuis 2012, le *parti de Morales*, le MAS, est entré dans une certaine

*psychose, avec un esprit de guerre froide. En réalité, le gouvernement n'est pas en danger. C'est lui-même qui se met en péril avec une telle politique médiatique », relève le chercheur Laurent Lacroix. De quoi désespérer Raúl Peñaranda.« Comment des*

*journalistes travaillant pour des médias alternatifs auraient-ils pu déstabiliser l'opinion publique au point de faire perdre un référendum au président ? » s'exclame-t-il.*

**Directeur de la publication :** Edwy Plenel

**Directeur éditorial :** François Bonnet

**Le journal MEDIAPART est édité par la Société Editrice de Mediapart (SAS).**

Durée de la société : quatre-vingt-dix-neuf ans à compter du 24 octobre 2007.

Capital social : 28 501,20€

Immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS. Numéro de Commission paritaire des publications et agences de presse : 1214Y90071 et 1219Y90071.

Conseil d'administration : François Bonnet, Michel Broué, Laurent Mauduit, Edwy Plenel (Président), Sébastien Sassolas, Marie-Hélène Smiéjan, Thierry Wilhelm. Actionnaires directs et indirects : Godefroy Beauvallet, François Bonnet, Laurent Mauduit, Edwy Plenel, Marie-Hélène Smiéjan ; Laurent Chemla, F. Vitrani ; Société Ecofinance, Société Doxa, Société des Amis de Mediapart.

Rédaction et administration : 8 passage Brulon 75012 Paris

**Courriel :** [contact@mediapart.fr](mailto:contact@mediapart.fr)

**Téléphone :** + 33 (0) 1 44 68 99 08

**Télécopie :** + 33 (0) 1 44 68 01 90

**Propriétaire, éditeur, imprimeur :** la Société Editrice de Mediapart, Société par actions simplifiée au capital de 28 501,20€, immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS, dont le siège social est situé au 8 passage Brulon, 75012 Paris.

Abonnement : pour toute information, question ou conseil, le service abonné de Mediapart peut être contacté par courriel à l'adresse : [serviceabonnement@mediapart.fr](mailto:serviceabonnement@mediapart.fr) ou par courrier à l'adresse : Service abonnés Mediapart, 4, rue Saint Hilaire 86000 Poitiers. Vous pouvez également adresser vos courriers à Société Editrice de Mediapart, 8 passage Brulon, 75012 Paris.