

Pistas de reflexió, Plan de Antoine Moran, MP1

- *Est-on vraiment rentré dans une ère de la postvérité et de la désinformation? pourquoi? comment? à quel point?*
- *La presse est-elle un rempart contre la désinformation? la presse a-t-elle les moyens de l'être (cf rapport Pew Research Center : en Espagne 31% des Espagnols n'ont pas confiance dans la presse, détérioration qui vient sans doute de l'effondrement des sources de financement de la presse -publicité-, qui l'a astreint à être plus « sensationnaliste » etc.)*
- *Le citoyen doit-il et peut-il être un rempart contre la désinformation? Est-il prêt à s'informer en payant, puisque le modèle de la presse en ligne doit reposer de plus en plus sur les abonnements?*

- I. Es difícil contar con una información fiable y contrastada en la era tecnológica
- II. Incluso la élite política saca provecho de la desinformación
- III. En semejante contexto, el periodismo y los lectores son imprescindibles

DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS Y TRABAJOS FACULTATIVOS

Mines Ponts 2018, LV1.

Responder en 180 palabras +/-10% a la pregunta siguiente :

¿Le parece que la ficción puede denunciar más que el periodismo? Exponga y argumente su punto de vista.

Fragmento del Discurso de Estocolmo de Mario Vargas Llosa, escritor peruano, al recibir el Premio Nobel de Literatura en 2010 : « Elogio de la lectura y la ficción ».

Traducir al francés

Sin las ficciones seríamos menos conscientes de la importancia de la libertad para que la vida sea vivible y del infierno en que se convierte cuando es conculcada por un tirano, una ideología o una religión. Quienes dudan de que la literatura, además de sumirnos en el sueño de la belleza y la felicidad, nos alerta contra toda forma de opresión, pregúntense por qué todos los regímenes empeñados en controlar la conducta de los ciudadanos de la cuna a la tumba, la temen tanto que establecen sistemas de censura para reprimirla y vigilan con tanta suspicacia a los escritores independientes. Lo hacen porque saben el riesgo que corren dejando que la imaginación discurra por los libros, lo sediciosas que se vuelven las ficciones cuando el lector coteja la libertad que las hace posibles y que en ellas se ejerce con el oscurantismo y el miedo que lo acechan en el mundo real. Lo quieran o no, lo sepan o no, los fabuladores al inventar historias, propagan la insatisfacción, mostrando que el mundo está mal hecho, que la vida de la fantasía es más rica que la de la rutina cotidiana. Esa comprobación, si echa raíces en la sensibilidad y la conciencia, vuelva a los ciudadanos más difíciles de manipular, de

aceptar las mentiras de quienes quisieran hacerles creer que entre barrotes, inquisidores y carceleros viven más seguros y mejor.

Libertad de prensa en las Américas

Extrait d'article Oral HEC LV2, Session 2019

8/04/2019, *el mercurio*, Chile

Además de una variedad de problemas que **aquejan** (*toucher*) a los medios, su subsistencia depende **no solo** de que los gobiernos reconozcan la justicia de la libertad de prensa, **sino**, además, de que provean medidas mínimas de protección para quienes solo **están ejerciendo** un derecho. **Lamentablemente**, en diversos países **no existe garantía alguna** de que los periodistas puedan **desempeñar las tareas propias de su profesión**, **pues** (*car*) son **a menudo** (*souvent*) víctimas de amenazas intimidantes, atentados, asaltos y **hasta** (*même*) asesinatos perpetrados por grupos armados, al margen de la ley. En más de un caso, **existen fundadas sospechas de que** tales grupos gozan de grados de protección **otorgados** (*accordés*) por las autoridades de sus respectivos gobiernos. **Así parece desprenderse**, entre otros, **del Informe** de Derechos Humanos en Venezuela preparado por Michelle Bachelet en su calidad de alta comisionada ONU. En un mensaje especial dirigido a los medios de prensa reunidos en Colombia, la expresidenta de Chile **puso énfasis en** la necesidad de que los Estados otorguen protección a los periodistas.

En Cuba, **al igual que** (*tout comme*) en Nicaragua y Venezuela, es difícil insistir ante el gobierno en esa exigencia, **pues** (*car*) **son los propios gobernantes los que se han encargado** de continuar la presión sobre los periodistas. En Nicaragua, se mantienen detenidos, en condiciones indignas, sin acceso a la luz del sol por un periodo que sobrepasa un mes, dos distinguidos profesionales, Miguel Moral y Lucía Pineda.

El viaje de la prensa en busca de un nuevo modelo de negocio

Elmundo.es, 1/11/18

[...] El sector se mueve, como apuntaba recientemente A. G. Sulzberger: "**La publicidad nunca será suficiente para pagar el periodismo de calidad**". El editor, con 38 años de edad y menos de 12 meses al frente de The New York Times, encarna la quinta generación de una familia que controla ese **diario** desde finales del siglo XIX y, tras un largo viaje, ha llegado a la misma conclusión que sus antepasados: el periodismo tiene un precio. Para **costearlo**, esa cabecera confía en un sistema de **suscripciones digitales** (*abonnements on line*) que en verano ya llegaba a 2,9 millones. Las diferencias con el pasado, no obstante, existen: del niño con gorra que grita ¡extra, extra! a la pantalla conectada: "Llegará un día en el que [The New York Times] sea una organización de noticias solamente digital", pronosticaba Sulzberger en el foro New Establishment Summit. **En un entorno cambiante, los medios se replantean el modelo de negocio y diversifican sus fuentes de ingresos más allá de la publicidad**; así lo hacen The Washington Post, The Economist, Wired, Vanity Fair, Le Monde, The Telegraph, Le Figaro, Financial Times, La Stampa, Corriere della Sera, Bild, Los Angeles Times, The Boston Globe, The Wall Street Journal o De Correspondent, que sin recurrir a anuncios y en un mercado tan localizado como el holandés ha superado los 60.000 suscriptores en sólo cinco años. **El llamado muro de pago, que impide el acceso a quienes no se**

hayan suscrito a la publicación online de turno (por ejemplo Financial Times), ha inspirado **construcciones menos duras, más porosas**. Estas adoptan la medida del **metered paywall** (como el de The New York Times), **que establece un tope de noticias gratuitas y cobra desde que se ha cumplido ese cupo**. Además, ha surgido un modelo freemium que permite la consulta gratuita de algunos de los contenidos pero no de otros (La Stampa se encuentra en este grupo). Otros prefieren **tejer una malla de socios o miembros**, como The Guardian, que ya ha recopilado aportaciones económicas de más de 800.000 usuarios y ha pasado a ingresar más de los lectores que de los anunciantes.

¿Qué justifica esta tendencia? **Para quien aún no lo sepa, de los ingresos por publicidad online, los principales buscadores y redes se llevan la mayor tajada** (*la plus grande part du gâteau*); Google más que nadie. Como plasmaba semanas atrás The Lenfest Institute for Journalism, en 2012 el gran buscador empezó a ingresar más dinero que todos los medios impresos de EEUU juntos. **"Los editores sólo se llevan una pequeña parte [de la publicidad] y carecen de poder de negociación frente a los gigantes tecnológicos"**, resumía ese análisis sobre internet. **Por eso, a día de hoy el 78% de los periódicos estadounidenses cobra por** (*fait payer pour*) **el acceso online**: un 80% de estos combina un metered paywall y publicidad online, mientras que un reducido 4% se decanta por la opción del paywall. **En Europa, la modalidad freemium ha encontrado un terreno propicio**. [...]

Los editores que pretenden cobrar por sus contenidos se afanan en mejorar su oferta, con productos que van desde las newsletters hasta los podcasts, pero por lo general se focalizan en un mismo objetivo, su prioridad histórica: la del periodismo. **Si el lector no paga, quizás al menos se registre** (*s'enregistrer, créer un compte*). **En esta época los datos se han demostrado oro puro**. De hecho, Google y Facebook han podido desplegar verdaderos imperios gracias a su conocimiento del usuario. [...]

El ciudadano lee y se informa, para tranquilidad de los periodistas. La encuesta Navegantes en la Red de AIMC destaca la consulta de noticias como la actividad más común entre los internautas españoles, con un 84,6% de penetración. **Cada vez hay más smartphones y confianza en el pago online; también rechazo a los anuncios** (*rejet des publicités*): un 74,6% de los encuestados deja de visitar una web si ésta presenta excesiva publicidad y a un 69,9% le molesta especialmente en internet, más que en otros medios. Por eso, se ha popularizado el uso de bloqueadores de publicidad o ad-blockers, **otra invitación a los diarios online a que pongan distancia con un modelo basado únicamente en publicidad**. Hay en quién fijarse. Sólo hay que observar el ámbito audiovisual, con Netflix, o el de la música, con Spotify. De acuerdo a las predicciones de Deloitte, en 2018 habrá en los países desarrollados 20 millones de suscripciones de adultos a plataformas de noticias. Los millennials no se quedan atrás: móvil en ristre, aguardan en la estación a la que se dirige este tren, con A. G. Sulzberger en el vagón de The New York Times. En Europa y en España, tal y como ha recogido esta semana el Pew Research Center, **los jóvenes se informan por internet y no a través de la televisión, como los mayores**. Además, **el nuevo lector confía en las redes pero también en las páginas de los medios tradicionales**.

La tyrannie de la vitesse, entretien avec Jonathan Curiel (extraits)

Sud Ouest, 1/03/20

Traducir la parte que viene en azul

Directeur général adjoint de chaînes de télévision, Jonathan Curiel livre un troisième essai (Vite ! Les nouvelles tyrannies de l'immédiat ou l'urgence de ralentir, ed. Plon) éclairant sur les nouvelles dictatures de l'immédiat, ce culte de la vitesse qui s'impose dans la politique, l'économie, notre manière de consommer, nos relations sociales et personnelles.

Vous dénoncez ce que vous appelez « la société du vite », tout en travaillant dans le monde des médias. Pourquoi avoir choisi ce sujet ?

Je me suis rendu compte que j'avais plus de mal à me concentrer, par exemple à lire cent pages d'un bouquin sans prendre mon portable... J'ai eu aussi la sensation de vivre dans une lessiveuse, celle de l'actu qui en chasse une autre, ce tumulte permanent où on célèbre l'instant, avec intensité, avant de l'oublier très rapidement. Cela m'a interpellé. [...] Je pense qu'il y a des gens qui commencent à être fatigués du buzz, de l'info en continu, et ont envie d'autre chose. De se poser. De renouer avec un temps long. [...] Le succès du jardinage est en cela exemplaire. Jardiner, c'est respecter les saisons, et donc le temps long, sans le brusquer.

Ce culte de la vitesse n'est pas nouveau. Qu'est ce qui a changé ces dernières années ?

Je constate une accélération depuis une vingtaine d'année. En France, le passage au quinquennat a bouleversé les comportements politiques. À mi-mandat, le président se projette déjà dans le prochain. Chez les citoyens aussi, il y a eu des changements. On veut des résultats et des réponses immédiates, sinon, on sanctionne immédiatement dans les urnes. [Les développements technologiques, internet, les smartphones, tout cela explique aussi cette accélération. Comme la mondialisation des échanges, et des émotions, le partage immédiat dans le monde entier d'évènements, comme ceux du 11 septembre 2001, ce que Paul Virilio appelle « la mondialisation des affects ».](#) Dans la mondialisation, l'espace ne compte plus et il s'agit de raccourcir le temps au maximum. Toutes les grandes entreprises qui ont le vent en poupe (Uber, Amazon, Waze...) sont celles qui visent à raccourcir le temps, à réduire ce délai, à satisfaire nos désirs de consommateurs au plus vite, car nous sommes devenus de gros impatientes. Ce n'est plus le gros qui mange le petit mais le rapide qui dévore le lent. [...]

Dans pleins de domaines de notre vie quotidienne, nous allons de plus en plus vite. Même dans nos loisirs...

Aujourd'hui, « on fait Rome », « on a fait Berlin »... On voyage comme si on avait des cases à cocher, en essayant de voir le maximum de choses en un minimum de temps. On est dans le monde des petits guides de 8 pages, où il faut se lever à 8H et se coucher à 23H pour surtout ne rien rater. Plus globalement, la suractivité est devenue un marqueur de notre société. Ce qui est paradoxal, c'est que plus nous gagnons du temps, notamment grâce aux technologies de la communication, moins nous avons le sentiment d'en disposer. On a toujours l'impression d'en manquer. [...] Regardez, même notre rapport au sommeil a changé. On s'extasie quand des personnalités disent qu'elles ne dorment que 3H par nuit, en considérant que le sommeil, c'est du temps perdu.