

Gabon 24 et l'échec d'une précipitation au copinage

De la fanfare publicitaire au désenchantement

Charlie CENEKA

L'habitude dit-on est une seconde nature, dont nul ne peut prétendre se débarrasser si facilement. Alors que le gouvernement d'Ali Bongo, qui pourtant empile échec sur échec depuis l'irruption au trône présidentiel de son émergent en chef en 2009, croyait faire aboutir la réforme de l'audiovisuel public, vieille de 5 ans, et cela dans la précipitation du bâclage d'un bilan largement négatif en cette fin de mandat, la révolution de Gabon 24, la chaîne thématique tant attendue n'aura finalement pas eu raison des habitudes rétrogrades en cours dans le pays depuis des décennies.

Comme il fallait s'y attendre, l'éphorie n'aura été que de courte durée. Dans les

taxis, les bureaux, les cafés, la complainte est presque la même : la désillusion. Avec une publicité triomphale la présentant comme emblématique du pays, Gabon 24, puisque c'est d'elle qu'il s'agit, présentée comme le symbole révolutionnaire du paysage audiovisuel public, n'aura été, comme tous les autres chantiers de l'émergence qu'un autre éléphant blanc. Et pour cause, une pléiade de commodités manque au bon fonctionnement d'une chaîne aussi thématique. Parmi ces manquements, nous avons relevé deux qui paraissent primordiaux pour la marche optimale d'une télévision dite d'information en continu. Il s'agit du personnel, et principalement les journalistes chargés de l'alimenter avec tout le flux d'informations du monde, et les moyens fi-

nanciers nécessaires à son fonctionnement efficace, dans un environnement médiatique international de plus en plus concurrentiel.

Alors que le gouvernement clamait, à qui voulait l'entendre que cette fois le médium sera tenu par une élite journalistique de renom, capable de décrypter et d'analyser pertinemment l'actualité nationale et internationale sur notre télévision thématique, c'est finalement le copinage et autres orbes relationnelles en cours dans le pays depuis des décennies, qui ont eu raison de notre chaîne d'excellence. Désillusion

Les ratés du lancement

Si les journalistes choisis ne l'ont été que sur la simple base de leur appartenance à des médias proches du pouvoir, un doute énorme plane ce pendant sur le cursus professionnel de nombreux

d'entre eux. Surtout pour une télévision de la taille de Gabon 24. Qu'il s'agisse de Louis Philippe Mbadanga du quotidien gouvernemental, Gabon matin, parachuté à la direction de l'information ; ou de Mireille Dirat de télé africa ; de Abdoul Aziz Maiga de Kanal 7 ; ou encore d'Ousmane Mbina de Nour TV, présentés comme des présentateurs vedettes du JT, et tout le reste du gotha journalistique affecté à la nouvelle maison de portée internationale, la logique du copinage ambiant semble difficile à écarter. Surtout avec des profils que l'on sait pour nombreux d'entre eux. Et ce, alors même que des grandes voix d'Africa n°1 qui capitalisent plusieurs décennies d'expérience en la matière ont été ignorés à souhait au profit des amis de la cour. Ce qui d'ailleurs laisse déjà planer un

doute sur la portée des informations qui ne seront traitées que par des copains et des copines à la solde du pouvoir. Mais ce copinage est loin d'être le seul défaut de notre nouvelle chaîne. Depuis son lancement, le 24 mai dernier, Gabon 24, pourtant présentée comme une chaîne internationale ne ressasse, en longueur de journée que des informations déjà éculées et traitées par les autres médias internationaux. Alors qu'elle devrait disposer d'un réseau de correspondants repartis sur le continent à travers les capitales africaines, et même dans le reste du monde. Cela lui aurait permis d'avoir des informations en temps réel, au lieu de se contenter de seules dépêches de l'AFP. La mobilité des journalistes et autres reporters dans tout le monde entier pour des re-

portages, des enquêtes, des sommets etc. n'est pas en reste. Le manque de duplex et autres équipements permettant de prendre en direct, et temps réel un correspondant ou un invité en ligne d'un autre pays ou d'une autre ville est également signalé etc. Des défis qui semblent hors de portée pour notre nouveau médium en raison de la modicité des budgets alloués au fonctionnement des médias publics dans notre pays, mais aussi au regard du contexte économique du pays. Budgets qui n'ont jamais d'ailleurs franchi la barre de 500 millions. Là aussi la fanfare publicitaire n'aura pas été au rendez-vous. Visiblement, rien n'aura marché sous l'ère émergente. Et Gabon 24, tout comme sa sœur jumelle n'aura échappé à cette malédiction émergente. Les chantres !