



LGBTI Aware Caribbean

« Amour et respect » : Foire aux questions sur l'affaire judiciaire relative à une publicité télé

Document mis à jour en février 2016

1. Pourquoi cette affaire en justice est-elle importante?

L'opprobre, la discrimination et parfois la violence meurtrière sont encore des menaces répandues à la santé et aux droits humains des lesbiennes, des gais et des personnes bisexuelles, transgenres et intersexuées (LGBTI), en Jamaïque – et constituent des atteintes à leurs droits fondamentaux universels à la sécurité, à la dignité de la personne et à l'égalité. De plus, l'homophobie et la transphobie poussent des Jamaïcain-es LGBTI vers la clandestinité et les éloignent des services de prévention, de traitements, de soins et de soutien en matière de VIH. L'homophobie et la transphobie minent également la volonté et la capacité du gouvernement de cibler adéquatement des services liés au VIH afin de joindre une population à risque accru. Ceci contribue à une prévalence très disproportionnée du VIH parmi les hommes gais et autres hommes qui ont des rapports sexuels avec des hommes (HRSH), en Jamaïque : 32,2 %, en comparaison avec une prévalence de 1,8 % dans l'ensemble de la population du pays. Une façon efficace de mettre fin à l'homophobie et à la transphobie, et par le fait même d'aider à renforcer la réponse au VIH, est de faire en sorte que les communautés LGBTI puissent être visibles et en sécurité, en Jamaïque, plutôt que d'être contraintes de dans le secret.

C'est pourquoi des militants jamaïcains pour les droits humains, en collaboration avec l'organisme AIDS-Free World, ont produit la vidéo « Love and Respect » [*Amour et respect*], une capsule publicitaire de 30 secondes pour susciter le respect des droits humains fondamentaux des personnes jamaïcaines LGBTI.

La publicité télévisuelle est accessible via le site Web du Réseau juridique canadien VIH/sida; on peut la visionner à <http://youtu.be/AZwCW1LREXk>.

Cependant, les stations de télévision jamaïcaines ont jusqu'ici refusé de diffuser la vidéo comme publicité payée. D'où la présente action en justice. La conclusion de cette affaire judiciaire sera un jalon important pour le progrès des droits humains, en Jamaïque, y compris pour les personnes LGBTI.

2. Quelle est la ligne temporelle de cette action en justice?

La vidéo publicitaire a été produite au début de 2012. Maurice Tomlinson, un militant jamaïcain pour les droits humains, aujourd'hui analyste principal des politiques au Réseau juridique canadien VIH/sida, figure dans la vidéo. En février 2012, il a approché plusieurs grandes stations de télévision de la Jamaïque afin d'acheter du temps d'antenne pour la diffusion de la publicité. Mais en dépit de ses démarches répétées pendant plusieurs mois, les stations ont refusé de la diffuser, et ce même après que

Nous remercions AIDS-Free World d'avoir mis à notre disposition la version originale de ce document de Foire aux questions; nous l'avons mis à jour pour faire état des plus récents développements.

la Commission de la télédiffusion de la Jamaïque ait confirmé qu'elle ne contrevenait à aucune loi ni à aucun règlement de la Jamaïque en matière de télédiffusion.

Devant ce refus, M. Tomlinson a amorcé un recours constitutionnel devant les tribunaux, en octobre 2012. Dans sa requête, il a demandé à la cour de déclarer que le refus des stations de télévision de diffuser la publicité constituait une violation injustifiable de son droit constitutionnel à la liberté d'expression ainsi que de son droit de disséminer et de distribuer des idées par tout média – des droits garantis par les articles 13(3)(c) et (d) de la Charte jamaïcaine des libertés et droits fondamentaux. Il a également demandé à la cour d'ordonner que les stations de télévision défenderesses diffusent la publicité « Love and Respect » pour le prix régulier d'une publicité.

En novembre 2013, la Cour suprême de justice a tranché en partie en faveur de Tomlinson, statuant qu'il avait qualité pour intenter l'action en justice et que la nouvelle constitution jamaïcaine impose effectivement des obligations aux parties privées quant au respect des droits garantis dans la Charte. Toutefois, la Cour a rejeté la plainte de Tomlinson voulant que les stations de télé aient violé ses droits en refusant de diffuser la publicité. Un examen rigoureux des trois jugements distincts rédigés par les juges qui ont entendu l'affaire a confirmé le point de vue de Tomlinson et le nôtre : les juges ont commis un certain nombre d'erreurs importantes dans leur raisonnement pour rejeter cette plainte.

Par conséquent, en août 2014, Tomlinson a porté la décision en appel, avec le soutien du Réseau juridique canadien VIH/sida. La Cour d'appel de la Jamaïque a entendu l'appel en février 2016.

3. Sur quels motifs s'appuie l'appel?

Plusieurs motifs d'appel sont invoqués par Tomlinson et ses avocats; et plusieurs arguments en contre-appel sont avancés par les stations de télé défenderesses. Néanmoins, l'essence de l'affaire se joue sur quelques enjeux clés.

Dans son appel, Tomlinson soutient que la cour inférieure a fait erreur dans son approche à l'interprétation de la portée des droits à la liberté d'expression et à la diffusion d'information par le biais des médias, que lui garantit la Charte, de même qu'en rapport avec la portée des obligations des stations de télé de respecter et d'exécuter ces droits. Tomlinson soutient également que la cour inférieure a fait erreur dans la mise en rapport de ses droits garantis par la Charte et des arguments des stations de télé voulant que leur discrétion éditoriale et leurs droits de propriété privée les autorisaient à refuser de diffuser la publicité « Love and Respect ». Tomlinson affirme que la cour inférieure a échoué à accorder une considération suffisante au puissant rôle des médias dans une société démocratique et aux responsabilités qui en découlent, en particulier la puissance des stations de télé comme les défenderesses en tant que gardiennes de l'accès aux médias. En outre, l'argumentaire de Tomlinson décrit comment les stations de télé ont échoué à offrir toute explication constitutionnellement acceptable de leur refus de diffuser la publicité, et qu'à tout le moins elles ont une obligation constitutionnelle de ne pas refuser l'accès aux médias en se fondant sur des motifs arbitraires, discriminatoires ou autrement déraisonnables.

4. Pourquoi s'agit-il d'une affaire-phare, en Jamaïque?

Il s'agit d'une affaire-phare en droit constitutionnel à deux égards. C'est le premier appel soulevant la question des droits humains des personnes LGBTI. C'est également la première affaire amenant la Cour d'appel à examiner comment le respect des droits garantis par la Charte jamaïcaine des libertés et droits fondamentaux, promulguée en 2011, n'est pas uniquement la responsabilité du gouvernement mais également des acteurs privés, y compris les entreprises. C'est une des rares affaires, à l'échelle mondiale, à puiser dans la jurisprudence d'autres pays, comme l'Afrique du Sud, le Canada, l'Irlande et les États-Unis. Par conséquent, le jugement de la Cour d'appel aura des répercussions bien au-delà de l'enjeu spécifique de la diffusion d'une publicité visant à appuyer les droits humains des personnes LGBTI. La Cour aura à prendre en compte le rôle crucial et les responsabilités des grandes entreprises médiatiques, dans une démocratie, et son jugement contribuera également à définir la portée de la protection des droits humains de tous les Jamaïcains au regard de leur nouvelle Constitution.

5. Quelles demandes sont adressées à la Cour d'appel?

Tomlinson demande à la Cour d'appel de :

- confirmer le jugement de la cour inférieure, à savoir que la Charte doit être respectée par les parties privées, telles les stations de télé en cause dans cette affaire;
- déclarer que le refus des stations de télé de diffuser la publicité « Love and Respect » est une atteinte injustifiable à ses droits à la liberté d'expression et à la dissémination d'idées par le biais des médias; et
- ordonner aux stations de télé de diffuser la publicité, contre paiement du prix régulier.

6. Pourquoi n'y a-t-il à présent qu'une seule station de télé qui défend sa décision initiale de ne pas diffuser la publicité?

La plainte initiale visait les deux principales stations de télé privées, Television Jamaica (TVJ) et CVM Television. Plus tard, la Public Broadcasting Corporation of Jamaica a également été intimée, après avoir refusé elle aussi de diffuser la publicité. Dans sa demande à la Cour d'appel de la Jamaïque, Tomlinson a décidé de continuer sa poursuite uniquement à l'égard des deux diffuseurs privés, la TVJ et la CVM. Les deux stations ont répondu en déposant leurs contre-appels respectifs.

Or, à quelques jours de l'audience en appel, nous avons appris que CVM Television a pris la décision de retirer ses avocats, mais nous ne savons pas pour quelle raison. CVM semble avoir décidé de ne pas aller plus loin dans la contestation de l'appel. Pour l'instant, on ne sait pas vraiment si elle a pris la décision d'accepter de diffuser la publicité en Jamaïque.

7. Comment cette publicité serait-elle bénéfique pour les Jamaïcains?

La Jamaïque a été décrite comme étant l'un des endroits les plus homophobes (et transphobes) sur terre. Les rapports sexuels consensuels entre hommes adultes sont encore un crime qui peut conduire à une peine de dix ans d'emprisonnement avec travaux forcés. Les actes de violence à l'encontre de la communauté LGBTI y sont tragiquement répandus, y compris des attaques collectives. Trop souvent, la police est complice de cette violence, ou un témoin passif qui refuse d'intervenir ou d'enquêter sur les

incidents. Hormis quelques exceptions notables, et réjouissantes, trop de leaders religieux encouragent les préjugés et la discrimination; et certains musiciens très en vue ainsi que des figures culturelles ont approuvé et fomenté la violence. Comme nous l'avons mentionné ci-dessus, cette situation hostile contribue à une prévalence du VIH extrêmement élevée parmi les hommes gais et les HRSH – l'un des taux de VIH les plus élevés au monde. La pression sociétale et l'homophobie forcent également certains HRSH à avoir des relations avec des femmes, ce qui offre à l'épidémie du VIH d'autres occasions de franchir la distance entre des populations.

Une visibilité positive, élargie, et une acceptation publique, pour les Jamaïcain-es LGBTI, constitue un atout pour leur santé et leur bien-être; et l'atténuation de l'homophobie permettra de réduire par ailleurs le degré de violence et de criminalité, en Jamaïque, en plus de réduire la prévalence du VIH dans le pays, en général. Fait très important, la promotion du respect des droits des Jamaïcain-es LGBTI contribue également à développer plus généralement une culture nationale démocratique, plus large, de respect des droits humains fondamentaux universels – un bienfait pour tous les Jamaïcains.

8. Qui voit-on dans la publicité? Courent-ils des risques en faisant ainsi acte de parole publique?

Maurice Tomlinson, avocat et militant jamaïcain pour les droits humains, anciennement à l'emploi d'AIDS-Free World et aujourd'hui analyste principal des politiques au Réseau juridique canadien VIH/sida, tient le rôle de l'homme gai, dans la vidéo publicitaire; il est également le plaignant dans l'action en justice. Tomlinson a été contraint de s'exiler de son pays natal en raison de l'homophobie et de la haine qu'il a rencontrées personnellement. Yvonne McCalla Sobers, également activiste respectée pour les droits humains en Jamaïque, tient le rôle d'une tante de Maurice, dans la vidéo, et elle lui explique qu'elle l'aime et qu'elle le respecte, sans égard à son orientation sexuelle. Le plaidoyer pour les droits humains des personnes LGBTI en Jamaïque peut comporter des risques, mais Maurice et Yvonne sont conscients des mesures de sécurité nécessaires et ils y ont recours.

Pour visionner la publicité « Love and Respect », consultez <http://youtu.be/AZwCW1LREXk>.

Pour plus d'information et des demandes médiatiques, communiquez avec :

Lauryn Kronick
Agente des communications et du rayonnement
Réseau juridique canadien VIH/sida
lkronick@aidslaw.ca
+1 416 595-1666 (poste 236)