

La réception des telenovelas brésiliennes en France

Philippe Bouquillion*

RESUMO

Enquanto em vários países do mundo as novelas brasileiras são amplamente difundidas, na França elas são praticamente ignoradas. Neste artigo, o autor traça as causas mais profundas deste desinteresse, analisando desde a crise financeira e cultural do sistema de televisão francesa fazce a um movimento crescente de internacionalização e mercantilização dos sistemas dos outros países e apresenta as novelas brasileiras como modelo perfeito do que falta à televisão francesa, sendo no entanto dificilmente aceites devido a transmissão de imagens não consensuais do Brasil e a melhor qualidade das séries americanas.

Palavras chaves: telenovela brasileira, televisão francesa.

RESUMEN

Mientras que en varios países del mundo las novelas brasileiras son ampliamente difundidas, en Francia son praticamente ignoradas. En este artículo, el autor muestra las causas más profundas de este desinterés, analizando la crisis financiera y cultural del sistema de televisión francés, frente a un movimiento creciente de internacionalización y mercantilización de otros países y presenta a las novelas brasileiras como modelo perfecto de lo que le falta a la televisión francesa, aunque éstas difícilmente sean aceptadas debido a la transición de imágenes no consensuales de Brasil y a la calidad superior de las series americanas.

Palabras centrales: telenovelas brasileiras, televisión francesa.

ABSTRACT

While in many countries of the world the brazilians soap-operas are world-widely, in France they are pratically ignorated. In this article, the author determine the deeply causes about this desinterest, analysing since the financial and cultural crisis of the french television system in front of an increasing movement of internationalization and mercantilism of another countries systems. The brazilian novels are presented as a perfect model of what is deficient in the french television, however difficultly accepts, due a not consensual image transmission of Brazil and the better quality of the american series.

Key words: brazilians soap-operas, french television.

* Université de Grenoble 3 - France

Alors que dans de nombreux pays du monde et notamment en Europe occidentale, les telenovelas sont largement diffusées et regardées avec intérêt, voire avec passion par une large partie des téléspectateurs, en France, la quasi totalité du public ignore ce que sont les novelas brésiliennes.

La diffusion en France des telenovelas a été très limitée: seules deux chaînes ont présenté trois séries, une première fois en 1984 et une seconde en 1987, les résultats d'audience ont été mauvais, et depuis lors, bien que les besoins en fiction étrangère n'aient cessé de croître, les chaînes françaises n'ont fait appel aux séries brésiliennes, pourtant si populaires dans des pays culturellement comparables à la France.

Au delà des facteurs d'explication ponctuels et particuliers aux expériences des années 1984 et 1987, nous essaierons de rechercher des causes plus profondes et plus structurelles au désintérêt de la France pour les novelas.

En premier lieu, nous nous intéresserons aux raisons réelles de l'introduction en France des telenovelas en 1984-85, nous étudierons particulièrement les discours qui ont été tenus à l'époque, afin de mieux comprendre comment l'apparition des novelas s'intégrait dans la transformation globale du système télévisuel français.

Puis, en second lieu, nous tacherons de mettre en correspondance les caractéristiques narratives et techniques, ainsi que les contenus symboliques des novelas avec les politiques de programmation des chaînes et avec les habitudes de perception anticipées ou réelles des téléspectateurs en matière de fiction.

I L'INTRODUCTION DES TELENOVELAS: UN EFFET DE DISCOURS DESTINE A MIEUX FAIRE ACCEPTER LES TRANSFORMATIONS DU PAYSAGE AUDIOVISUEL FRANÇAIS DU MILIEU DES ANNEES 80.

La télévision française: un nouvel environnement et de nouvelles règles

Le secteur de la télévision au début des années quatre vingt est en pleine transformation dans le monde entier, des innovations technologiques comme le satellite, le câble, la haute définition se développent, de puissants groupes financiers et industriels internationaux se sont constitués. Face à eux, les frontières semblent s'estomper, ces nouveaux diffuseurs semblent prêts à inonder entier de leurs programmes. La télévision est traversée d'un double mouvement d'internationalisation et de marchandisation.

En Europe, le monopole des pouvoirs publics en matière de production tend à disparaître et en matière de diffusion certains pays comme l'Italie choisissent de développer le secteur privé.

Les effets de ces renouvellements se font sentir également sur la France dont le système télévisuel, en crise profonde, est très contesté.

Une télévision contestée

La télévision est contestée dans son contenu et son fonctionnement. Il n'y a en France au début des années 80 que trois chaînes qui couvrent la quasi totalité du territoire national. Il s'agit de TF1, Antenne 2 et FR3, ce sont trois

chaînes généralistes, leur programmation est relativement proche: TF1 est grand public, FR3 diffuse des émissions régionales et culturelles ainsi que des films, Antenne 2 est une chaîne généraliste haut de gamme. Malgré la qualité objective de la programmation, le public français a envie de plus de diversité, d'un choix accru de programmes, notamment d'émissions spécifiques comme le sport ou l'information. La télévision est supposée avoir un ton officiel, convenu, le même depuis son développement en France dans les années 60 où elle était considérée comme la "voix de la France", c'est à dire à la fois comme le lieu de légitimation et d'explication de la politique du Gouvernement et aussi comme un lieu de production des valeurs et normes sociales.

En ce début des années 80, la télévision apparaît donc comme "poussièreuse" et trop liée au pouvoir politique en place.

Les français ont envie d'avoir autant de chaînes, autant de programmes que les téléspectateurs américains ou italiens qui eux, ont développé leur système privé de télévision. Ces conceptions sont bien évidemment produites et entretenues par tous ceux qui ont intérêt au développement du système privé de télédiffusion, et ils sont nombreux: industriels de la communication, ou venus d'autres secteurs et désireux de s'y implanter, et aussi annonceurs et publicitaires qui depuis des années militent pour un accroissement de l'offre d'espaces publicitaires à la télévision qui, à l'époque, était loin de satisfaire la demande.

Une télévision en crise

Le système télévisuel, tel qu'il était organisé alors, semblait également incapable de répondre aux grands enjeux économiques de la communication. En effet, outre la crise de légitimité sociale, la télévision connaissait une grave crise financière et économique.

Cette crise est d'abord financière: la télévision est financée de façon principale par la redevance or le produit de cette taxe est stagnant, et cela pour deux raisons: d'une part, le gouvernement limite le montant de la hausse de cette taxe dans un souci général de maîtrise des prélèvements obligatoires et d'autre part, les téléspectateurs rechignent de plus en plus à le payer et les moyens de contrôle sont très limités. Face à cette atonie financière, la meilleure solution semble donc de créer des chaînes privées, financées par des capitaux privés et d'élargir les places publicitaires sur les chaînes publiques. Le recours au secteur privé apparaît donc comme le moyen unique pour doter la France d'un secteur de la production fort, puissant et diversifié. Il faut que la France possède une grande multinationale de la communication comme les Etats Unis, la Grande Bretagne, l'Allemagne ou le Japon. Il s'agit de relever le défi des Murdoch, Berlusconi et autres Maxwell.

Cette guerre économique est aussi et à la fois une guerre culturelle: on pense en effet, que la France va être envahie par les images étrangères colportées par les satellites. On escomptait en effet un développement rapide de l'équipement des ménages en antennes satellites, dans ce cas, la politique des quotas et les réglementations contournées auraient été incapables de défendre la création audiovisuelle et culturelle française. L'objectif premier est de créer un secteur de la diffusion fort qui seul devrait permettre de créer les conditions nécessaires au développement d'un secteur puissant de la production. Le secteur de la production indépendante de télévision était alors quasi inexistant et

n'était souvent qu'un sous-traitant de la Société Française de Production. La SFP est issue de l'ancienne ORTF. Cet organisme public avant 1974 regroupait toutes les activités liées à la télévision: la production, la diffusion, la télédiffusion, la recherche, l'archivage. Il a éclaté en 1974 en différentes sociétés indépendantes qui conservaient cependant leur statut public, dont les trois chaînes. La SFP au début des années 80 était très décriée, elle apparaissait comme un gouffre financier, les coûts de production étaient très élevés, elle manquait de souplesse, on critiquait la forte emprise syndicale accusée de déclencher des grèves qui accroissaient encore les délais et les coûts de production. La SFP n'était pas l'outil avec lequel on envisageait de bâtir le secteur de la production audiovisuelle, on misait plutôt sur des entreprises issues des diffuseurs privés ou travaillant étroitement avec eux. Si ces nouveaux producteurs étaient censés subvenir aux besoins du marché intérieur, ils devaient également permettre à la France d'être présente sur le marché international des programmes, dont on escomptait un très gros développement du fait de l'augmentation du nombre de chaînes hertziennes, par satellite et par câble. On considérait que pour préserver l'identité culturelle française il fallait disposer de programmes compétitifs au niveau des prix et de la qualité, la production de programmes apparaissait également comme un secteur économique qui deviendrait important par son volume dans l'économie du futur et qui présenterait des taux de profit élevés. Cependant des voix s'élevaient pour souligner que les nouvelles télévisions privées ainsi que les télévisions publiques désormais financées de façon principale par la publicité auraient des politiques de programmation axées sur le divertissement avec des émissions les plus moyennes possibles afin d'attirer le plus grand public, ce qui, bien sûr, est contradictoire avec l'objectif de défense de la culture française avancé par les promoteurs de la marchandisation. Aussi les pouvoirs publics commencèrent à réfléchir à la création d'une structure de production et de diffusion d'émissions culturelles, cette télévision verra le jour par la suite, c'est la Sept, qui dans les premiers temps de son existence jouera le rôle d'un alibi à la paupérisation culturelle du paysage audiovisuel français.

Les telenovelas et la télévision brésilienne présentées comme le modèle parfait ayant toutes les qualités qui font défaut à la télévision française

Au milieu des années 80, le principal souci des dirigeants français, qu'il s'agisse des responsables politiques ou des professionnels de la communication, est donc de faire accepter par l'opinion publique cette transformation du système télévisuel. C'est dans cette optique qu'il faut analyser l'introduction en France des telenovelas. La France veut alors moderniser sa télévision, libéraliser son économie afin de la rendre puissante et capable de défendre l'identité nationale en imposant les produits français sur les marchés internationaux contre les productions anglo-saxonnes et japonaises. Or le Brésil est un exemple parfait avec une télévision hyper capitaliste qui par son dynamisme a réussi à défendre l'identité brésilienne face au géant nord-américain; un pays en voie de développement devenu un des principaux concurrents des Etats-Unis sur les marchés internationaux grâce au dynamisme et à la créativité de son industrie privée peut nous servir de modèle. L'historique de la découverte de la télévision brésilienne par la France est très révélateur de ce rôle de modèle qu'on veut lui faire jouer.

Les novelas présentées comme une réussite culturelle:

Dès 1983 M. Jack Lang, ministre de la culture, avait accompagné au Brésil le ministre des relations extérieures, il avait préparé avec des responsables brésiliens une manifestation au centre Georges Pompidou à Paris consacrée à la télévision brésilienne. Cette manifestation du 21 janvier au 3 février 1985 consistait en une série de projection d'émissions brésiliennes suivies de débats. Il s'agissait d'une réelle consécration pour ces productions brésiliennes qui avec ce passage à Beaubourg recevaient un label culturel et une légitimité que la presse allaient relayer. Ces journées de Beaubourg ont été suivies d'une "nuit brésilienne" sur TF1 consacrée à la retransmission en direct du festival de Rio commentée par un chanteur français célèbre et "branché": Bernard Lavilliers. Cette émission était filmée par TV GLOBO et a été rendue possible grâce à un voyage au Brésil d'Hervé Bourges, président de TF1 (et nouveau PDG d'Antenne 2 et de FR3 depuis décembre 1990), au cours duquel des accords de vente de telenovelas et de coopération technique ont été conclus avec TV GLOBO.

C'est donc l'image classique du Brésil que l'on choisit de mettre en avant, celle de la joie, de la danse, de la samba, de l'ivresse et de l'amour. Certes Antenne 2 en août 85, émettra une fausse note dans ce concert de chaleur et d'exotisme. Lors d'une "soirée brésilienne" dans le cadre de sa série consacrée aux télévisions étrangères, Antenne 2 diffusera notamment un film intitulé: "La marche des morts" oeuvre lyrique dramatique qualifiée "d'analyse sociale absolument noire" par le journal Le Monde.

La presse française va reprendre cette image traditionnelle du Brésil pour montrer que les telenovelas sont une forme de culture nouvelle, vivante, authentique, fruit de la rencontre entre la chaleur naturelle du peuple brésilien et les caractéristiques d'une économie télévisuelle hypercapitaliste.

Un article du Monde paraissant avant que ne sortent les telenovelas fera l'éloge suivante:

"Invention, rapidité, efficacité commerciale. On retrouve ces trois qualités dès que l'on allume un téléviseur." (Le Monde TV 22-23 juillet 1984) Dans le tout premier article du Monde consacré à la télévision brésilienne, on lira:

"Des fresques-tranches de vie qui s'étalent ainsi sur 120 et 150 épisodes et qui malgré une censure omniprésente au Brésil se permettent d'aborder tous les sujets, les passions, les audaces." Il faut savoir que Le Monde est le plus grand quotidien français du soir; de tendance centre gauche, il est considéré comme le plus "sérieux et objectif", il sert de référence aux décideurs, hommes d'affaires, dirigeants publics et aussi aux intellectuels et étudiants. (Le Monde 11 août 1983) Dans un article intitulé: "Une télévision décontractée. Le Brésil en direct pour le carnaval de Rio" il publie les choses suivantes:

"Il y a une espèce de santé, de vitalité, certains ont employé le mot Swing qui se dégage de la télévision brésilienne. Elle a un côté sans façon, souple, décontracté qui contraste avec la nôtre qui semble par comparaison coincée, rigide et froide". (Le Monde 16 février 1985) Dans la suite de cet article la journaliste, Catherine Humbolt, nuancera son analyse:

"...cela dit on s'extasie un peu trop sur les qualités de la télévision brésilienne. Que dire de ce genre de reportage présentés comme le nec plus ultras de la décontraction, tel ce jeune et fringant reporter Tintin découvrant une sous humanité grattant la terre à la recherche d'un peu d'or dans la Sierra Pelada?..."

Sur le rôle politique de la télévision l'article est également nuancé:

- "On s'est empoigné (lors des débats à Beaubourg) pour savoir si la télévision brésilienne - et la Globo - avait été totalement au service des militaires ou si elle avait contribué, ici et là, à transformer les mœurs. Les débats ont relativisé les analyses à sens uniques. La télévision brésilienne semble avoir joué un rôle ambivalent. Elle a commencé à renverser un peu la vapeur au moment de la campagne en faveur des élections directes. Bien obligée, poussée par le courant et les critiques les plus vives."

L'article sera plus favorable pour l'habillage et pour les telenovelas:

- "...Restent des dramatiques de haut niveau, des novelas comme *Malu Mulher*, l'histoire de cette jeune femme divorcée qui a contribué à l'évolution des mœurs et de la situation de la femme au Brésil, paraît-il. Le public a également été surpris par la qualité du graphisme et de la présentation des émissions. Les génériques de Hans Donner (globo), dont l'esthétique sophistiquée, jonglant avec les nouvelles images vidéo, ont particulièrement impressionné."

Dans un autre article, annonçant la soirée brésilienne sur Antenne 2 en août 83, *Le Monde* va faire l'apologie des telenovelas en montrant que le procès de production très industrialisé permettait de coller au mieux aux goûts du public reflétant le discours dominant alors en France et selon lequel la concurrence permettait de mieux satisfaire la pluralité des attentes des téléspectateurs:

- "...Mais attention: rien dans les novelas ne se fait au hasard. Les meilleurs acteurs et musiciens du pays sont engagés, le synopsis commandé à un auteur de renom plusieurs mois à l'avance et soumis à un service de recherche et d'analyse du marché chargé d'évaluer les chances de succès auprès du public et puis de l'imagination, du rythme, des couleurs merveilleusement assorties sur des thèmes traditionnels du Brésil.... Une alchimie étonnante." (*Le Monde* il août 1983).

Le journal *Libération*, grand quotidien de gauche, considéré comme branché, sera encore plus enthousiaste vis à vis des telenovelas. Elles sont qualifiées de "tours télévisuels qui frisent l'hypnose":

- "Elles nous enseignent surtout un sensualisme de l'image à laquelle la tiédeur de nos feuilletons nationaux ne nous ont guère habitués. Il suffit de mettre en communication un épisode du nullissime *Chateauvallon* et une péripétie de *Dancing Day's* pour goûter la différence. Là où la caméra paresseuse de la série d'Antenne 2 a besoin d'une dizaine de pans inutiles pour démontrer que le journaliste héros a un problème, l'image Globo tranche dans le vif et suggère en un plan express sur la poitrine, palpitante à se décoller la rétine, de la belle Julia, que la vie n'est pas une opérette....

Dans les telenovelas brésiennes c'est.... cette caricature qu'on exacerbe à l'extrême, jusqu'à atteindre ce point boomerang où le cliché devient un genre à part entière. On ne cadre plus le visage déconfit, mais carrément les yeux bouffis et ce n'est pas une ritournelle déprimante qui fait l'ambiance mais franchement un lamento lacrymosa qui hurle en paroles et musiques que le destin est une chienne écopable.... et il y a mieux encore car la novela a sa manière propre de démonter la déduction. Alors qu'on peut sauter sans risques un épisode de *Dynastie-Dallas-Chateauvallon*, certainement qu'entre temps l'intrigue n'aura fait que digérer les mêmes ingrédients de basc (la pute repentie, le flic, le voyou et le héros) je mets par contre au défi quiconque de comprendre quoique ce

soit à la suite des événements d'une novela s'il n'en a pas scrupuleusement suivi le fil. Bien plus, c'est d'une image à l'autre que le suspens est immense: à la lecture, on ne sait jamais ce qui va se passer. On était avec Julia et on se retrouve dans les bras de son amant, on attendait Isaura au coin de l'image et c'est son pire ennemi qui surgit. Cette agitation ressemble au désordre mais elle ne fait qu'ancrer un peu plus le style novelas dans une physique des corps: des corps bougeants et mouvants, des corps pris pour ce qu'ils sont, pleine peau et pleine main tout en sueur dégoulinante, tignasse incendiaire et cul magnifique, des corps à bras le corps pour une samba des yeux. "Cet article est signé de Gérard Lefort. (Libération 29 janvier 1985).

Ce même article de Libération intitulé: "Télébrasil et viva novela. Les novelas ont inventé un nouvel art de séduire", est caractéristique du rôle de modèle culturel qu'on attribue aux novelas face à nos séries froides et statiques. Les novelas ont créé une forme culturelle nouvelle et authentique, en plein accord avec le peuple brésilien:

"Les novelas sont devenues moins théâtrales, plus proches de la vie quotidienne, plus naturelles, avec des héros moins manichéens. D'où une ruée du public masculin jusque la rétif au mélo importé du Mexique. Le Brésil commence à se reconnaître dans son écran miroir." Plus loin, le même article reprend l'interview de M. Daniel Filho, réalisateur de novelas chez Globo de 1966 à 1981: "Nous avons inventé un mode d'expression, une culture dans un pays où il reste beaucoup d'illettrés. Nous avons raconté simplement la vie des gens, leurs petites aventures, plutôt que leurs tracas. En allant piocher dans le vécu de la classe moyenne, parce que c'était le milieu le plus facile à reproduire, sans risquer les interdits politiques. Ce qui ne veut pas dire qu'on tombait dans l'inodore. De grands auteurs de théâtre comme Dias Gomez, virtuellement chassés des planches se sont adaptés à une nouvelle expression. Non sans mal, les tracas quotidiens avec la censure le prouvent, mais petit à petit, l'osmose s'est faite entre les gens de théâtre et de cinéma reconvertis et d'autre part de nouvelles générations d'auteurs, de techniciens qui ont appris leur métier sur le tas..."

Ce qui frappe le journaliste c'est comment les novelas semblent si profondément intégrées à la vie brésilienne, l'aspect politique est abordé de façon restrictive, on montre comment les réalisateurs faisaient pour contourner la censure "dans ce pays catholique, moraliste et militaire" et on se contente d'énumérer par la bouche d'un réalisateur les thèmes tabous.

"J'ai souvent envie d'arrêter à cause de cela. 50% des thèmes que je souhaite aborder sont à oublier, pas d'homosexualité, pas d'amour libre, les jeunes filles se doivent d'être vierges. Parfois j'arrive à faire passer de petites choses, je me dis qu'avec le temps ça évoluera..."

C'est le thème classique de l'artiste luttant contre le pouvoir et sa bêtise pour défendre son art, mais deux autres aspects qui auraient pu être abordés ne le sont pas ou relativement peu. Il s'agit d'une part, du rôle politique de la chaîne Globo prise globalement face au pouvoir. L'on préfère parler de la façon dont un individu, artiste de surcroît, va contourner la censure, on a alors l'impression que la censure ne vient que du gouvernement et que l'organisme Globo est neutre, et d'autre part cette censure ne semble pas très mééhante puisqu'il n'y aurait que quelques problèmes de mœurs parfois marginaux (du genre de l'homosexualité) qu'il ne faut pas traiter. Si les telenovelas ne parlent pas de

problèmes sociaux et économiques ce seraient plutôt pour flatter la fierté nationale:

- "...Et la télé abrége le pays d'historiettes un peu simplètes, reflet d'une classe moyenne que pourtant la crise n'épargne pas. Paradoxe? Un de plus il faut s'y faire, le Brésil s'est habitué à vivre avec. Du moment que ce pays est ou possède le plus qu'onique ce soit, ça flatte la fierté nationale... Les futilités et états d'âme de la classe moyenne brésilienne de Stockholm à Pékin, ça ressemble à un gag planétaire" (Libération 15 octobre 1984).

On peut réellement parler d'une fascination de certains milieux intellectuels français pour la télévision brésilienne et pour les telenovelas, malgré un rôle politique qu'on préfère souvent minimiser. Les telenovelas ont tout ce que nos séries n'ont pas, elles sont une expression culturelle au coeur de la vie sociale, au coeur de la vie tout court. Les français sont avides d'importer les recettes qui ont permis cette réussite culturelle. L'article du 15 octobre 1984 de Libération concluait en ses termes:

- "Le fait que la France puisse être gagnée par la fièvre des telenovelas est plutôt excitant? Si c'est bien reçu les TV françaises commenceront peut-être à en fabriquer. Bonne idée non?"

Les novelas présentées comme une brillante réussite économique:

En effet, les telenovelas, outre leur succès culturel sont également des succès économiques. Alors que la télévision française est pauvre et n'exporte rien, la vitalité économique et la vitalité culturelle de la télévision brésilienne se nourrissent l'une l'autre. Ce qui frappe en premier lieu dans une France qui sait que son système télévisuel va changer et qui a peur d'être envahie par les productions anglo-saxonnes, c'est l'aspect international de la réussite des telenovelas.

Ainsi le journal "Jeune Afrique", qui à défaut d'être représentatif de l'opinion française est un des grands médias de l'aire culturelle française ou francophone titrait: "Le petit écran à l'heure du tiers monde" et poursuivait:

- "Le numéro un de la télévision n'est ni un américain ni un japonais. La chaîne brésilienne TV Globo exporte ses feuilletons dans 128 pays pendant que la francophone s'essouffle en discours et se vante, faute de mieux, de quelques micro réalisations distinguées, voici qu'un pays du tiers monde lusophone de surcroît, ce qui n'est pas un atout naturel est devenu le premier concurrent des Etats-Unis d'Amérique sur le marché international des productions de télévision. De Paris à Pékin, en passant par Lagos, les séries brésiennes envahissent les petits écrans; elles se hissent au premier plan du paysage audiovisuel mondial. Est-ce la révolution dans l'échange inégal de l'information? Non. C'est tout de même un formidable coup de boutoir dans l'impérialisme anglo-saxon" (Jeune Afrique 23 - 30 décembre 1987).

Un autre journal CMAC Magazine (janvier-février 1985) écrivait quant à lui:

- "En matière de nationalisme télévisuel, même les Nords - Américains peuvent être jaloux. Ils sont accessoirement dépités: les brésiliens relèguent leurs séries B en fin de nuit."

Puis après l'évocation des obstacles économiques et de la censure:

- "N'importe quel pays y aurait bradé ou cassé son appareil audiovisuel. Pas le Brésil, qui ne s'est pas donné le temps d'apprendre à lire... et qui est

directement passé à l'étape de la télévision". Aujourd'hui la réaction des français face au succès international des telenovelas est toujours la même. Une revue mensuelle destinée aux professionnels de l'audiovisuel a consacré un long article aux telenovelas et à la télévision brésilienne:

"Se débarrasser des séries américaines pour produire des fictions home made et récolter les gros lots de l'audience, c'est le rêve de bien des professionnels de l'audiovisuel français, un des rêves qu'inspire en tout cas le succès des telenovelas 100% brésiliennes. Depuis 25 ans ces dernières ont réussi à protéger leur télévision de l'invasion des séries américaines présentées partout ailleurs dans le monde.

Mieux, la telenovela fait aujourd'hui concurrence à ces mêmes séries américaines sur le marché international. Sur son propre marché elle peut atteindre 80% d'audience: un chiffre fabuleux qui montre bien l'hégémonie de ce type de fiction au Brésil." (Sonovision septembre 1990)

Ainsi, outre la réussite internationale, ce qui frappe aussi les observateurs français, c'est le succès au Brésil même des novelas comme le montre les taux d'audience. Cette réussite étant attribuée au procès hautement industrialisé de production des novelas.

Un article du matin, grand quotidien socialiste aujourd'hui disparu, vantait le haut degré d'organisation économique et d'efficacité de TV Globo:

"...Et surtout ce bel exploit: 2500 heures d'émissions exportées vers plus de 90 pays y compris la Chine populaire et Cuba... (puis suis une citation de M. Bogerth, directeur des relations internationales de Globo: La télévision est la seule affaire qui marche à 200%: 100% pour le show-business et 100% pour le business...). Nous sommes au Brésil au royaume des télévisions privées fonctionnant sous concession gouvernementale." (Le Matin 18 février 1985)

L'article souligne bien que ce qui fait la force de Globo ce sont les investissements massifs destinés à la production (60% des investissements totaux) et aussi une programmation entièrement soumise aux goûts du public, axée en premier lieu sur le divertissement et la fiction et en second lieu sur l'information, (vertues de la concurrence obligent...). L'article montrera également que la Globo est une immense et colossale entreprise, elle est qualifiée de "pieuvre". On retrouve en creux les manques de la télévision française: des investissements insuffisants et le sentiment que les goûts du public ne sont pas satisfaits par le monopole et que la concurrence permettrait de mieux y répondre. L'article du Monde cité précédemment (Le Monde du 11 août 1983), montrait que "rien dans les telenovelas ne se fait par hasard", qu'un service marketing contrôlait et influençait le contenu des novelas pour mieux séduire le public et les annonceurs.

L'article de Sonovision (septembre 1990), le seul article qui ait été consacré récemment aux telenovelas en France, détaillera les différentes phases et mécanismes du procès de production. Cependant les temps ont changé et l'opinion des français est différente, l'article soulignera que l'audience de TV Globo a baissé par rapport à celle de ces principaux concurrents, et que cette diminution doit en grande partie être attribuée à une trop grande volonté de rationaliser et rentabiliser la production des novelas, alors que les concurrents ont laissé le champ libre à une certaine dose de créativité pour renouveler le genre et séduire le public qui a tendance à se lasser. Ainsi TV Manchete axe sa stratégie

sur des productions de meilleure qualité: des novelas tournées à l'extérieur et plus proches de l'esthétique du cinéma, elles semblent remporter un grand succès auprès du public et des annonceurs.

Ce discours sur les novelas est à pur usage interne comme l'illustre les échecs divers de TV GLOBO

En 1983, le directeur des bureaux européens avait compris par quel biais il pouvait pénétrer le marché français jusqu'alors fermé aux telenovelas en déclarant au MIP-TV:

- "fermée aux cultures étrangères, méprisante à l'égard de ce qui pourrait venir d'un autre pays dit en voie de développement, à moins que ce ne soit trop confiante dans son propre savoir faire, qu'elle est bien la seule désormais à admirer" (Le Monde il août 1983).

En août 1984 TV Globo achète 80% de Télé Monté Carlo Italie, mais n'acquiert aucune participation dans TMC France. En décembre 1985, au moment où ont été attribuées les nouvelles fréquences hertziennes privées, M. Marinho déclarait:

- "Nous voulons être les partenaires d'une chaîne européenne de télévision."

Mais les vœux de M. Marinho ne se réaliseront pas, il critiquera "le monopole d'Etat qui n'a pas permis cette ouverture" (Le Matin 25 avril 1986). Ce refus de laisser pénétrer les sociétés brésiliennes dans le club fermé des actionnaires du PAF illustre bien le fait que ce ne sont pas les programmes ou les entreprises brésiliens qui intéressent les français mais qu'il s'agit plutôt d'implanter en France les méthodes qui ont permis le succès de la télévision brésilienne.

Mais outre l'analyse de la fascination de la presse, de certains cercles intellectuels, et des professionnels de l'audiovisuel, il convient également de s'intéresser aux stratégies de programmation des chaînes françaises.

Nous analyserons en premier lieu les expériences et les politiques actuelles des canaux ayant diffusé les productions brésiliennes, puis en second lieu les stratégies des chaînes qui n'ont jamais diffusé de novelas.

II. LES TELENOVÉLAS CONFRONTÉES AUX POLITIQUES DE PROGRAMMATION DES CHAINES FRANÇAISES ET AUX HABITUDES DE PERCEPTION DES TELESPECTATEURS FRANÇAIS EN MATIÈRE DE FICTION

TF1

Lors de son voyage au Brésil en 1983, Hervé Bourges, à l'époque président de TF1, avait signé des accords avec TV GLOBO: il s'agissait d'une part de l'achat de quatre telenovelas: "Dance avec moi", "Isaura", "Coeur de diamant" et "Mademoiselle", et d'autre part d'échanges de données en matière d'information.

"Dance avec moi" a été diffusée d'octobre à décembre 1984 à 19h30, "Isaura" et "Coeur de diamant" ont été diffusées l'une après l'autre de janvier à avril 1987 à 14h40, "Mademoiselle", quant à elle, bien que les droits aient été effectivement payés, n'a jamais été diffusée, TF1 les détient encore en stock.

Les résultats d'audience ont été mauvais. M. Philippe Erpin, du service presse de TF1, que nous avons interrogé, a souligné que la diffusion des novelas avait été un échec, il n'y a pas eu de courrier des lecteurs, ni de phénomène d'enthousiasme comme en RFA, les chiffres précis réalisés à l'audimat n'ont pas été conservés, ce qui montre bien le désintérêt de la chaîne pour les novelas. Il convient, en premier lieu, d'analyser les causes du désintérêt du public, puis, en second lieu, celles du désintérêt de la chaîne.

Nous ne nous intéresserons, ici, qu'aux causes ponctuelles de l'échec à l'audimat. Il semble que la concurrence était rude pour les novelas, "Dance avec moi" diffusée à 18h30 avait en face d'elle "C'est la vie", magazine d'actualité particulièrement populaire et présenté par un journaliste qui plaisait beaucoup: Noël Mamère. "Isaura" et "Coeur de diamant", diffusées en 1987 ont été placées à un horaire plus creux, à 14h40 et avaient à faire face à la concurrence supplémentaire de deux nouvelles chaînes: La Cinq et M6. Les explications plus fondamentales seront évoquées lors de l'analyse de l'opposition des autres chaînes à toute programmation de télénovelas. Deuxièmement, il convient de s'interroger pour savoir pourquoi TF1 avait acquis ces séries, afin de mieux comprendre son désintérêt actuel. En 1983 TF1 connaissait de gros problèmes d'audience, les téléspectateurs traditionnels de TF1 se reportaient largement sur Antenne 2 et la création de nouvelles chaînes était prévue, aussi Hervé Bourges a décidé de restructurer la chaîne et d'orienter sa grille de programmes vers des émissions plus populaires, plus grand public.

Cette réorganisation doit aussi se comprendre comme une adaptation au nouveau visage d'ensemble de la télévision française dont nous avons parlé dans la première partie de cet article, à savoir un format plus grand public qui allait de pair avec un recours accru au financement publicitaire. C'est TF1 qui a été la première à prendre cette voie. Les novelas étaient donc idéologiquement, comme symbole d'une télévision capitaliste et grand public, et économiquement, par leur faible coût, d'excellents produits. Cependant, après sa privatisation, annoncée en mai 1986 par le nouveau Premier Ministre: M. Jacques Chirac, la donne est différente: TF1 reste une chaîne populaire mais mise au prime time, sur des émissions très prestigieuses, très coûteuses, notamment des spectacles de variétés avec des vedettes internationales, et pour les heures creuses, TF1 préfère recourir aux valeurs sûres. Maintenant que la privatisation et la marchandisation sont acquises, il n'y a plus la même nécessité de recourir aux productions d'un pays du Sud, latin, pour vanter les mérites culturels et économiques de la télévision privée. Compte tenu des faibles résultats potentiels d'audience des novelas, TF1 préfère utiliser ses quotas de diffusion d'oeuvres non européennes en achetant des séries américaines, ainsi "Mademoiselle" ne sera sans doute jamais diffusée.

Canal Plus

Canal plus est une chaîne privée hertzienne à péage, créée à l'initiative d'un opérateur para-public: le groupe Havas. Cette chaîne lancée fin 1984, a diffusé "Isaura" de novembre à décembre 1984, lors de ses tous premiers jours de diffusion. A ce moment, très peu de gens étaient abonnés, aussi l'audience de "Isaura" a été particulièrement faible. Les responsables de Canal Plus n'ont

jamais décidé de reprogrammer des novelas car c'est une chaîne qui diffuse essentiellement des films et des émissions sportives; son public qui a acquis un abonnement relativement élevé, attend des programmes haut de gamme, ce qui exclu les télénovelas. Il est à noter d'ailleurs que le service presse et le service des études d'audience de Canal Plus que nous avons contactés, ignoraient ce que sont les télénovelas...

RTL

Il s'agit d'une chaîne luxembourgeoise francophone qui émet en hertzien sur le Luxembourg, la Belgique et sur une petite partie nord-est de la France, elle est reprise également sur certains réseaux câblés français. Cette chaîne diffuse des novelas, mais nous n'étudierons pas son cas car son audience en France est très faible: le nord de la Lorraine en hertzien et moins de 200000 foyers câblés.

Antenne 2

Ainsi, parmi les chaînes qui n'ont jamais fait confiance aux novelas, figure en premier rang Antenne 2, le canal le plus important après TF1, et la première des chaînes publiques. Les inconvénients des novelas aux yeux d'Antenne 2 sont doubles.

Premièrement Antenne 2 évoque des problèmes de qualité, intrinsèques aux novelas, ce qui nous renvoie à la première partie de cet article. La narration serait difficile à suivre pour un public français. Madame Gilberte de Turenne, responsable des achats de séries étrangères, déclarait:

- "Nous n'avons pas encore osé acheter des télénovelas brésiliennes bien que certaines soient remarquablement réalisées. Le problème est qu'il faut parfois complètement remonter ces séries-c'est ce que TF1 a fait pour l'esclave Isaura - le récit est par moment désarçonnant, il n'y a pas vraiment de suite logique, le schéma est toujours identique et trop manichéen. Il y a aussi un problème de prix: les brésiliens vendent à un prix normal, mais si on doit prévoir un remontage, l'opération revient vraiment trop cher, pour le moment, en tout cas." (Gilberte de Turenne, propos recueillis par Emmanèle Plas, inédit, INA, août 1987, Paris, in: Dossiers de l'audiovisuel n° 16, novembre-décembre 1987).

Donc si les télénovelas sont aussi chères que les séries américaines, mieux vaut acquérir celles-ci car le public français y étant habitué, l'audience sera correcte. Il faut savoir que l'audience d'Antenne 2, chaîne publique mais financée de façon importante par la publicité, baisse de façon tendancielle depuis que sa principale concurrente TF1 a été privatisée. Antenne 2 ne peut donc pas se permettre de faire de "l'expérimentation" en tentant d'acclimater en France les télénovelas. Sa programmation se veut sans risques, les innovations sont très limitées, elle cherche à concurrencer TF1 sur son propre terrain, au "prime time" elle programme principalement des films français, des séries américaines, et des émissions de variétés.

Deuxièmement, Antenne 2, en tant que chaîne publique, a tout de même une mission de défense et de promotion de l'industrie audiovisuelle française et européenne. Les chaînes françaises sont soumises à des quotas de production et

de diffusion d'un certain nombre d'émissions françaises et de la CEE. Certaines chaînes privées notamment La Cinq et M6 évoquent leur fragilité financière pour justifier le non respect des quotas. Elles sont condamnées tous les ans par l'organisme qui surveille l'audiovisuel français: le CSA (Comité Supérieur de l'Audiovisuel), mais les amendes encourues sont bien inférieures à ce que leur coûterait le respect des quotas.

Ainsi Antenne 2 à l'époque de l'apparition en France des novelas autour de 1985 préparait une "super production à la française": "Chateaufallon" adaptée des séries américaines Dallas ou Dynastie, la saga de plusieurs familles riches et pauvres dont les membres s'aiment et s'entre-déchirent. Cette série était censée constituer une vitrine et un élément d'identification du service public français, Antenne 2 ne voulait donc pas introduire une nouvelle concurrence à sa série "Chérie", et ce d'autant plus qu'elle risquait d'être dangereuse, rappelons nous l'article de Libération "sur le nullissime Chateaufallon"...

Ainsi les télénovelas, outre leur mauvaise adaptation au goût français et leur coût souffrent de n'être ni américaines ni européennes.

FR3

Concernant FR3, la seconde chaîne publique, la programmation éventuelle de novelas se heurterait aux problèmes généraux que nous avons évoqués pour Antenne 2; étrangeté de la narration, coût et restriction des quotas, mais également à des problèmes spécifiques. Bien qu'étant une chaîne généraliste, FR3 a en outre des axes de programmation particuliers: les régions, le cinéma et l'Europe. Ainsi FR3 serait plus intéressée par les vieux chefs d'oeuvres du cinéma brésilien que par des novelas produites industriellement.

La Sept

La dernière chaîne publique française est la Sept, c'est une chaîne thématique culturelle. Nous avons constaté que les novelas ont paradoxalement été appréciées en France par certains cercles intellectuels qui les considéraient comme d'authentiques produits culturels nés de la rencontre entre la modernité et l'exotisme. Cependant les responsables de la Sept n'ont pas retenu les novelas dans la catégorie des émissions culturelles, elles seraient même de "l'anti-culture." En France ce qui est culturel doit être unique, la notion de création s'oppose à la notion de reproduction en série. La création, par exemple un film "d'auteur", doit être bâtie de façon artisanale, avec de préférence un petit budget, l'intuition et le "sens artistique" du réalisateur sont les déterminants principaux de la création. Alors que la série repose sur un nombre limité de thèmes qui seront déclinés "à toutes les sauces", le processus de production doit être très industrialisé, le travail est collectif et le producteur-financeur contrôle étroitement les équipes, les tests marketing remplaçant le "nez" du metteur en scène. Les télénovelas rentrent donc évidemment dans la seconde catégorie, elles appartiennent donc à un "genre mineur" indigne d'être diffusé sur une fréquence culturelle.

TV5, quant à elle, n'est pas, à proprement parler, une chaîne française mais un regroupement de diffuseurs francophones français, canadiens, suisses et belges appartenant essentiellement au secteur public. Si nous citons l'existence de cette antenne qui, à l'évidence, ne peut diffuser que des productions faites en langue française, c'est pour bien montrer qu'il y a un "nationalisme culturel français". Même si la France se veut ouverte aux autres cultures cette ouverture est surtout dirigée d'une part, vers les pays européens et cela de façon croissante du fait de la prochaine intégration économique et politique à l'Ouest et de l'ouverture des pays de l'Est et d'autre part vers les pays en voie de développement francophones, (nos anciennes colonies africaines) ou méditerranéens. Donc les productions brésiliennes n'entrent pas dans les critères géographiques et géopolitiques requis pour que les chaînes publiques puissent s'intéresser au titre de la coopération culturelle. Les productions brésiliennes ne flattent pas notre nationalisme par une appartenance à l'ère culturelle francophone et le Brésil n'est pas non plus dans la future zone économique et culturelle de référence pour la France, à savoir l'Europe et le monde méditerranéen. Certes, ce handicap est encore léger car à part les programmes d'Europe de l'Ouest, les autres pays de ces zones ne vendent encore que fort peu de programmes à la télévision française (alors que les échanges cinématographiques sont déjà plus développés), cependant ces ventes de programmes intra zone seront sans doute plus importantes dans l'avenir quand les échanges économiques se développeront et que le niveau culturels et économiques de ces pays tendront à se rapprocher. Bien évidemment ceci relève un peu de perspectives hasardeuses, pour l'instant le handicap majeur des novelas face au public français est bien le fait de n'être pas qu'une simple copie des séries américaines. Nous avons déjà souligné ce problème relativement aux chaînes publiques généralistes, nous allons voir que face aux chaînes privées ce handicap devient majeur.

La Cinq et M6

En effet, l'exemple des deux chaînes privées hertziennes qui n'ont jamais diffusé de novelas, La Cinq et M6, est caractéristique du rôle central qu'occupent les séries américaines dans la programmation des chaînes françaises. Ce rôle est ici exacerbé, si les grandes chaînes diffusent plutôt des films et des variétés en prime time, les séries américaines y sont moins présentes, elles sont plutôt diffusées l'après midi ou en fin de soirée, alors que sur La Cinq et M6 elles constituent l'essentiel de la programmation y compris au prime time, avec en complément et comme élément d'identification, l'information sur La Cinq et la musique sur M6. Que ce soit par obligation légale ou financière ou par choix de n'être qu'"une boîte à séries", elles ont tout axé sur les soaps.

Dans un tel contexte de recours à des produits hautement industrialisés, on aurait pu penser que les novelas auraient pu se faire une place. Or il n'en a rien été, les séries diffusées sont quasiment toutes américaines sauf quelques unes aux heures plus creuses qui sont européennes (allemandes souvent). Yann Lardeau, un chercheur français, a publié un article intitulé: "Good bye human desire" (Les cahiers du cinéma, n° 393, février 1987, Paris. Cité dans le n° 16 des

dossiers de l'audiovisuel, novembre-décembre 1987), qui commente ainsi cette situation:

- "L'américanisation de la chaîne porte sur un triple niveau: celui des programmes, celui de la chaîne, enfin sur les habitudes du spectateur. La diffusion des matches de football américain..., encore une fois le package est américain, La Cinq n'intervenant que pour la diffusion, c'est un sport - et un spectacle - typiquement américain non exporté à la différence du base-ball... Le réel est américain et La Cinq est une lucarne ouverte sur les USA, pour des voyageurs immobiles... toute l'Amérique et rien que l'Amérique, et parallèlement, à cette ascension de l'American Way of Life comme modèle, cadre de vie, et principe de toute chose, le complément obligé, la chambre noire de télécinéma, l'éloignement, l'évanouissement de notre monde, le vide soudain fait de notre propre existence".

Donc évidemment ce choix du tout américain est exclusif, les novelas brésiliennes ne peuvent pas y trouver de place significative. Elles pourraient servir de programmes alternatifs aux heures creuses si les problèmes de coût que nous avons déjà évoqués ne l'entravaient pas. En outre des obstacles plus profonds s'opposent à la diffusion des télénovelas et expliquent le choix exclusif du tout américain.

On peut retenir deux grandes séries de causes, premièrement un ensemble d'explications tenant à l'image du Brésil qu'ont les téléspectateurs français et deuxièmement le fait que le "tout américain" doit s'intégrer dans une conception globale de la télévision qui devrait être d'une extrême "fluidité".

Ainsi premièrement, il convient d'analyser l'image du Brésil qu'ont les téléspectateurs français pour comprendre pourquoi les chaînes ne cherchent pas à utiliser cette image. Il semblerait qu'elle s'accorde difficilement avec certaines logiques de consommation télévisuelle. Les français se font deux conceptions différentes du Brésil.

L'image du Brésil dans les classes populaires françaises: une image non consensuelle et dérangeante

Il y a premièrement une image de pauvreté, le Brésil des favelas, des "garimpeiros", de la violence, du meurtre et des désordres politiques et sociaux. Et il y a deuxièmement l'image de l'exotisme, de la chaleur tropicale, de la danse, de la samba et du carnaval de Rio, du mélange racial et de la promiscuité sexuelle. Le "Brazilian Way of Life" tel que les français le conçoivent est composé de ces deux pôles qui ont en commun l'étrangeté, la différence par rapport à la représentation que les français se font de leur propre vie.

Les conséquences de cette image sur la réception des novelas

L'on sait que les séries doivent avoir un contenu "soft", il faut éviter les extrêmes, ce qui dérange les spectateurs et ce qui ne peut pas susciter l'adhésion chez des personnes d'âge, de CSP, ou de sexes différents, donc ces deux séries de thèmes ne peuvent pas être évoqués de façon trop principale car ils ne sont pas assez consensuels, le public français ne pourrait pas s'identifier, vivre au rythme de la série. Inversement si le feuilleton arrivait à surmonter cette im-

pression de trop grand exotisme, le public risquerait d'être surpris et déçu de ne pas retrouver le Brésil qu'il imagine.

Une image également non globale:

Mais outre l'aspect non consensuel et trop "dérangeant", que ce soit par la sensualité, par l'horreur de la pauvreté et du sang, l'image du Brésil souffre d'un autre handicap majeur: elle n'est pas globale, cette image culturelle ne peut pas servir de référence face à toutes les expériences de la vie, la terre de martyr des chercheurs d'or, ou le "paradis des sens" ne sont pas des représentations qui peuvent servir de modèles pour la vie quotidienne de beaucoup de téléspectateurs français. Alors que les séries américaines, même si elles relèvent d'une culture conçue comme différente, présentent un mode de vie qui peut servir de modèle à la vie de tous les jours, c'est un modèle complet, l'identification peut être totale. Ces obstacles: aspects dérangeants, non consensuels et non globaux de l'image du Brésil en France font qu'à priori les français n'auront pas envie de regarder des feuilletons brésiliens, et si cet à priori, négatif est surmonté, le public risque alors d'être surpris et déçu de ne pas retrouver le Brésil qu'il croit connaître. Outre cette déception, les téléspectateurs peuvent également penser que la novela qu'on leur présente n'est qu'une copie, un fac similé d'une série américaine, en version "pauvre".

Cette image de pauvreté étant à la fois suscitée par la nature du filmage, ce que nous évoquerons par la suite, et par l'image traditionnelle du Brésil et même éventuellement du Portugal.

Du Portugal, tout d'abord, car les rares téléspectateurs français qui connaissent les novelas pensent souvent qu'il s'agit de produits portugais et non pas brésiliens, les novelas sont donc considérées comme des "Dallas portugais", ce qui dans la bouche des français est assez péjoratif. En effet, l'image du Portugal, bien qu'elle évolue positivement depuis que ce pays a rejoint la CEE, est encore celle d'un pays pauvre, agricole, du Sud. Il existe une forte communauté portugaise immigrée en France, qui bien qu'elle ne pose pas de problèmes d'intégration majeurs, reste encore cantonnée à des positions sociales et professionnelles subalternes, beaucoup de concierges parisiennes sont portugaises par exemple. Les novelas peuvent donc pâtir d'un handicap culturel, les téléspectateurs préférant s'identifier et se projeter dans la culture nord-américaine, anglo-saxonne que dans une culture méditerranéenne. De même, la représentation que les français se font du Brésil risque de constituer un handicap à la diffusion des novelas. Nous avons déjà montré que le Brésil était associé aux favelas, à la misère, donc même si la novela met en scène des gens de la classe moyenne ou supérieure, le téléspectateur français trouvera que cela "sonne faux", car cela ira contre sa certitude intérieure que tous les brésiliens vivent dans une cabane de tôle et de carton. La novela ne sera pas "crue", la magie de la fiction n'opérera pas, le feuilleton ne sera pas considéré comme sincère dans sa volonté de montrer la vie réelle des brésiliens, le public ne pourra pas s'identifier avec des personnages qu'il jugera faux. De plus, les téléspectateurs n'ont pas envie de s'identifier à des acteurs brésiliens. Bien sûr les gens imaginent également que si 99% des gens sont très pauvres 1% sont très riches, mais il ne peut pas y avoir de classes moyennes, c'est à dire de gens qui leurs ressemblent dans un pays sous développé, le public français n'a pas envie de voir que sa situation

économique et sociale peut être comparable avec celle d'une grande partie de la population d'un pays qu'il considère comme "retardé". Pour une série américaine les effets seront inverses. Premièrement l'histoire racontée semblera réelle car il y a une telle masse de séries américaines distribuées en France que le public qui s'en nourrit depuis des années ne peut plus imaginer que la fiction soit distincte de la réalité et de toute façon le public français veut y croire, la culture américaine est perçue comme dominante, plus prestigieuse que toute autre culture y compris, bien sûr, la sienne.

En résumé, il apparaît que les novelas ne peuvent reprendre les thèmes correspondants à l'image traditionnelle du Brésil car ils ne sont ni consensuels ni ils ne concernent l'ensemble de la vie, et si elles s'écartent de ces thèmes alors soit le public est déçu de ne pas trouver ce à quoi il s'attendait, soit il ne croit pas à l'authenticité des registres abordés, à leur correspondance avec la vie réelle des brésiliens. De toute manière, les spectateurs ne veulent pas y croire car l'image du Brésil n'est pas valorisante comme peut l'être l'image des Etats-Unis. Ce qui s'ajoutant au handicap lié au contenu, ne permet pas au téléspectateur de consommer les telenovelas selon les règles habituelles de consommation des séries télévisées.

Une moindre fluidité

Yann Lardeau a montré que le second handicap des telenovelas face aux séries américaines était leur "moindre fluidité", le "tout américain" s'intégrant dans une conception globale de la télévision qui doit tendre vers la fluidité maximale:

- "A la différence des autres chaînes, d'une programmation classique, le flux, ici, prime sur les interruptions, la continuité, sur la ponctuation." Cette notion de fluidité recouvre deux aspects, elle s'exprime premièrement au niveau du genre, le genre novelas contre le genre séries américaines et deuxièmement elle s'exprime au sein même d'un épisode.

Ainsi en premier lieu, les novelas de façon globale ne permettraient pas d'obtenir la même fluidité et la même unité que les séries américaines.

Pourquoi le genre séries américaines est supérieur au genre novelas brésiliennes.

Premièrement, les feuilletons américains sont conçus de telle façon qu'ils puissent s'enchaîner les uns aux autres: avant la fin d'un épisode, un prégénérique vient annoncer la série suivante afin de faire naître un suspens pour que le téléspectateur ne change pas de chaîne après la fin du présent feuilleton, en quelque sorte, la série suivante commence avant la précédente, donc il y a une forte impression de flux, de continuité, Yann Lardeau écrit:

- "Le seul véritable feuilleton, c'est le flux"

Les telenovelas, dans l'hypothèse où elles seraient diffusées de façon massive, n'ont pas ce type de près génériques, et de toute manière, il semble qu'un tel enchaînement serait impossible ou très artificiel car les novelas ne présentent pas la même unité de contenu que les séries américaines. En effet elles évoquent des thèmes différents ou se déroulent à des époques éloignées les unes des autres.

L'effet d'hypnose généralement produit par le flux ne pourrait alors pas se développer, le spectateur ayant l'impression de se trouver devant des récits très différents, sans continuité, inversement lorsque les feuilletons américains de thèmes et de personnages identiques ou très voisins, sont diffusés les uns après les autres, la télévision devient alors vraiment "une boîte à séries".

Deuxièmement, même si les novelas proposées sur le marché international étaient conçues avec une unité de thèmes et avec des prés-génériques, il faudrait qu'elles soient diffusées en masse pour qu'il y ait un sentiment de flux car au dessous d'un certain seuil de diffusion, le public n'est pas habitué à leurs particularités. Et ce d'autant plus que ces particularités ne sont pas compatibles avec le concept de flux.

Pourquoi le contenu des séries américaines passe mieux que celui des novelas

Il s'agit des particularités intrinsèques liées à la nature même du tournage. D'une part, le fil narratif n'est pas clair pour un spectateur français, nous avons déjà évoqué ce problème: TFI a dû refaire le montage de "l'Esclave blanche" pour que l'histoire soit compréhensible par le public français. Le récit est trop heurté, il y a trop de rebondissements, la sonorité, doublement étrangère, des noms des personnages, ni française, ni anglo-saxonne n'aide pas à mémoriser les situations et les personnages. Les analystes de la perception des feuilletons ont montré que le public a le maximum de satisfaction quand le fil narratif ménage certaines surprises mais respecte également certaines conventions narratives pour que le spectateur puisse avoir le sentiment de deviner une partie de l'histoire. Jean Bianchi écrit:

- "La télévision participe pleinement du plaisir de l'histoire racontée. Dans le feuilleton à épisodes, ce plaisir du récit porte sur deux ressorts... le plaisir d'être embarqué par le suspense y est systématiquement tempéré par le plaisir de la répétition." ("Comment comprendre le succès international des séries de fiction à la télévision? Le cas Dallas", Bianchi Jean, ministère de l'industrie et de la Recherche, Laboratoire CNRS/IRPEACS, juillet 1984, Ecully).

Cette narration heurtée, rapide explique pourquoi les novelas ont tant plu aux critiques de Libération, c'est paradoxalement une image d'intellectuels, l'étrangeté de la forme attire ce public d'initiés alors qu'elle éloigne le public moyen.

Mais d'autre part outre les problèmes liés aux heurts de la narration, le contenu des télénovelas ne serait pas assez aseptisé. Le corps humain est trop présent, l'image est trop sensuelle alors que dans les séries américaines, qui sont la référence du public français, le ton est beaucoup plus "soft", le corps est habillé, absent, les personnages sont présentés dans leur aspect social.

Tandis que dans une novela le public est constamment rappelé à sa réalité physique, la distanciation nécessaire au sentiment de fiction ne joue pas. Ceci est d'autant plus grave que les publics habituels de ce genre de programmes, généralement diffusés aux heures creuses, sont essentiellement des femmes au foyer et des personnes âgées retraitées qui sont supposés être très sensibles à la douceur et à l'hygiène des images. D'éventuels programmeurs français devraient faire attention peut-être à ne pas diffuser l'après midi des séries conçues pour l'audience de soirée ou de fin de soirée qui est plus active, plus jeune; mais

alors diffuser les novelas conçues spécialement pour les femmes au foyer brésiliennes et qui sont diffusées l'après midi supposeraient sans doutes un réécriture, un remontage pour améliorer leur qualité.

La notion américaine de fluidité n'a pas de racines dans la société brésilienne

Ainsi, les novelas apparaissent comme incapables de produire ce sentiment de flux, ce qui limite considérablement leur capacité de toucher le public français. Au delà des causes précédemment avancées, il semble que le flux que l'on retrouve dans les séries américaines est un produit, un reflet de la société américaine elle même. Jean Baudrillard a montré combien la société américaine est une société de simulateur ou représentations médiatiques et réalité se confondent, les notions de temps et d'espace n'ont plus de significations. Quand l'espace devient désert et le temps un éternel présent alors il n'y a plus de discontinuité, la fluidité règne. La société brésilienne est très loin de ce modèle américain, même si elle produit des images de synthèse, des habillages, la fluidité n'a pas de racines sociales.

Ainsi, plutôt que d'étudier les réactions du public français aux quelques novelas diffusées en France en 1984 et 1987, ce qui aurait été difficile du fait qu'aucun chiffre d'audience ou courrier n'a été conservé et d'ailleurs fort peu significatif et consistant, vu le faible nombre de novelas diffusées et l'indifférence du public à leur égard, nous avons trouvé plus judicieux de rechercher pourquoi la France s'était intéressée aux novelas.

Nous avons alors constaté que les novelas ont été utilisés comme outil de promotion, comme modèle pour faire accepter à l'opinion les transformations du système télévisuel vers le secteur privé, la déréglementation, le financement publicitaire. A cet égard, il faut noter que la diffusion proprement dite des telenovelas, n'était qu'une partie de cette entreprise "idéologique", le discours développé par la presse, les manifestations publiques étaient aussi important pour convaincre le public de l'intérêt du modèle marchand.

Il n'y a donc jamais eu en France la volonté de réellement implanter les novelas, de les utiliser comme de véritables objets de programmation, comme nous l'avons souligné, le but en 1984-1987 était différent et par la suite le principal obstacle était la politique de programmation des chaînes, dans un système de plus en plus concurrentiel et marchand, les chaînes ne peuvent pas, vis à vis des annonceurs, prendre des risques d'audience. Si au prime time, elles diffusent des programmes onéreux généralement français, aux heures creuses, l'arbitrage entre les programmes moins chers se fera au profit des soaps américains, ce qui s'explique d'une part des facteurs subjectifs: la puissance du "mythe américain" et la mauvaise image du Brésil en France et d'autre part par des facteurs plus concrets: la mauvaise qualité du contenu des novelas, notamment un fil narratif difficile à suivre pour le public français, accompagnée d'un prix d'achat élevé.

Une réussite des novelas en France supposerait donc:

- "l'existence d'une véritable volonté des chaînes, qui devrait se concrétiser par une programmation à des horaires où l'audience potentielle n'est pas nulle, cette programmation étant soutenue par une forte autopromotion (successions de bandes annonces par exemple) et une campagne dans la presse spécialisée dans la télévision. Un tel schéma illustre bien quels sont les moyens dont l'offre dispose pour créer sa demande.

- il conviendrait que les novelas présentées en France "gommant" leurs spécificités brésiliennes pour plus ressembler à des produits américains. L'offre développe la demande notamment en reprenant des usages ou ici des caractéristiques de perception antérieures.

Compte tenu du leadership géo-politique et culturel américain, les telenovelas brésiliennes ne pourront jamais être plus qu'un simple programme de complément à condition d'ailleurs que leur rapport qualité-prix s'améliore notablement. Il ne serait pas surprenant que le cinéma brésilien ou d'autres types de programmes plus exigeants que les novelas, aient plus de facilités à s'implanter sur les écrans français, notamment du fait du développement des "audiences fragmentées", c'est à dire des canaux thématiques possédant des audiences culturellement et sociologiquement spécifiques.

PUBLICAÇÕES INTERCOM

LIVROS

- L01 Comunicação, Democracia e Cultura**
Margarida M. K. Kunsch/Francisco Assis M. Fernandes
- L02 Estudos de Comunicação Rural**
Miguel Angelo da Silveira/João Carlos Canuto
- L03 Novas Tecnologias da Comunicação**
Anamaria Fadul

BIBLIOGRAFIAS

- BBC Bibliografia Brasileira de Comunicação nº 3
- BBC4 Bibliografia Brasileira de Comunicação nº 4
- BBC7 Bibliografia Brasileira de Comunicação nº 7

REVISTA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO

- RBC 49/50 Estado, Sociedade Civil e Meios de Comunicação
- RBC 51 O mercado da Cultura (esg.)
- RBC 52 O povo entre a vida e a morte de Tancredo Neves
- RBC 53 ENZENSBERGER: poder e estética televisiva (esg.)
- RBC 54 Comunicação na Selva Amazônica
- RBC 55 Comunicação & Desenvolvimento
- RBC 56 A crônica como gênero jornalístico na imprensa luso-brasileira e hispano-americana: contrastes e confrontos (esg.)
- RBC 57 Democracia, Comunicação e Cultura (esg.)
- RBC 58 10 anos da Intercom
- RBC 59 Comunicação Rural
- RBC 60 Comunicação na Europa
- RBC 61 Comunicação nos EUA e URSS
- RBC 62/63 Telenovela made in Brasil

O número 64 da Revista Brasileira de Comunicação – Intercom, nos propicia um contato mais próximo com temas de interesse diverso, abrangendo vários setores da área de comunicação.

Nos artigos, os assuntos não seguem um tema comum, sendo os títulos: “Mediciones familiares y escolares en la recepción televisivo niños”; “Ação social e comunicação: ação comunicativa?” e “O poder da morte e a agonia do jornalista”.

No capítulo sobre comunicações científicas, destacamos a matéria de Luis Antonio Marcuschi que trata do polêmico assunto da intencionalidade interpretativa dos jornalistas, em “A ação dos verbos introdutórios de opinião”.

Os comentários e resenhas dessa edição trazem uma gama de temas com autoria de professores e pesquisadores de várias universidades do país, retratando a realidade de cada região.

A Revista Brasileira de Comunicação – Intercom, sai com seu número 65, tratando principalmente de assuntos relacionados aos meios de comunicação massivos.

Os artigos tratam das principais profissões da área de comunicação, como: jornalismo, turismo, comunicação televisiva e relações públicas. Os temas relacionam as profissões com a complexidade do mercado profissional brasileiro.

No capítulo comunicações científicas, encontramos os trabalhos de vários pesquisadores que falam dos meios de comunicação que atinge as classes mais populares da população, como a fotonovela e as revistas em quadrinhos.

Nos capítulos comentários e resenhas encontramos diversos títulos que tratam de assuntos pouco debatidos sobre a comunicação, como:

“Comunicação cristã, história mal resolvida” e “Propaganda, consumidor e interesse público”.

INTERCOM

Revista Brasileira de Comunicação

São Paulo, Ano XIV, nº 65, Junho/Dezembro de 1991

Doze anos de merchandising no Brasil.
Um caso de Relações Públicas?

A fotonovela como instrumento
mantenedor das ideologias dominantes,
na América Latina

O enfoque neo-schumpeteriano da
concorrência, no mercado da televisão.

INTERCOM

Revista Brasileira de Comunicação

São Paulo, Ano XIV, nº 64, Janeiro/Junho de 1991

Mediações familiares e escolares na
recepção televisiva das crianças

O poder da morte e a agonia do jornalismo

A ação dos verbos introdutórios de opinião