

LECTURES

coordination, Cynthia Fleury

Lorenzo VILCHES (dir.) *Culturas y mercados de la ficción televisiva en Iberoamérica. Anuario Obitel 2007*, Barcelone, Gedisa, 2007.

Ces dernières années, la diffusion de séries de fiction et de *telenovelas* a augmenté progressivement dans de nombreux pays ibéro-américains, affirmant ainsi leur présence dans toutes les tranches horaires de la grille des programmes de télévision et occupant même, pour certains d'entre eux, les heures de grande écoute (*prime time*), ce qui était impensable il y a seulement une dizaine d'années. Ce phénomène a acquis, comme le montre ce livre, une importance culturelle et économique considérable dont une analyse systématique s'avérait nécessaire. Tel a été l'objectif d'Obitel (Observatoire ibéro-américain de la télévision) créé en 2005.

Culturas y mercados de la ficción televisiva en Iberoamérica (Cultures et marchés de la fiction télévisuelle ibéro-américaine) est le titre de cet annuaire Obitel 2007 sur la production et la programmation des huit pays de langue espagnole ou portugaise qui ont le plus d'importance dans ce domaine. Cet annuaire est structuré à partir d'une étude, réalisée par des groupes de chercheurs dans chacun des pays faisant partie d'Obitel et, coordonnée par Lorenzo Vilches. L'Argentine, le Brésil, le Chili, la Colombie, l'Espagne, les États-Unis (dans son secteur hispanophone), le Mexique et le

Portugal font partie de cette photographie d'ensemble du marché ibéro-américain. Le cadre de cet Annuaire est éminemment culturel. Une culture dont les racines espagnoles et portugaises confèrent un caractère identitaire à une mondialisation en puissance, de plus en plus homogénéisatrice.

Dans quatre ans, l'Amérique latine commencera à célébrer le bicentenaire de son indépendance. La fin de la vice-royauté portugaise et de la guerre entre Espagnols et Créoles, donnant l'indépendance surtout à une classe au pouvoir, est maintenant bien loin dans le temps, mais cette liberté s'est progressivement étendue à toutes les classes du continent américain. De nos jours, les relations du Portugal et de l'Espagne avec leurs ex-colonies sont plus intenses que jamais surtout dans la revendication d'une relation culturelle et économique de plus en plus égalitaire. Si en 1800, ni la politique, ni l'économie n'étaient parvenues à forger une cohésion entre les peuples américains, la langue espagnole a, pour sa part, progressé, jusqu'à occuper un territoire qui va au-delà du domaine linguistique, pour raconter ce que l'écrivain colombien William Ospina appelle « la naissance d'une sensibilité, d'une cosmovision et d'une esthétique ». Des données significatives de cet annuaire montrent un marché global dont la force provient de l'industrie de la fiction télévisuelle, qui a une identité propre à l'intérieur et à l'extérieur du monde ibéro-américain.

L'Ibéro-Amérique est le premier marché de la fiction télévisuelle dans le monde. Ne serait-ce qu'aux États-Unis, la population d'origine hispano-américaine, occupe déjà la troisième place dans la communauté hispanophone mondiale, après celle du Mexique et de l'Espagne, avec plus de 30 millions de personnes, soit l'équivalent de toute la population du Canada. On estime qu'en 2010, cette population sera de 48 millions. Son marché, quant à la consommation, est évalué entre 390 et 500 milliards de dollars annuels et de nouvelles possibilités de programmation continuent à s'ouvrir. Au Mexique, l'investissement publicitaire qui est réalisé sur les chaînes non payantes, a été estimé à 3 000 millions de dollars pour 2006. Televisa, avec 258 stations affiliées dans le pays, a obtenu en 2005, 170 millions de dollars en concept d'exportation de ses programmes. Pour la seule vente de contenus à la chaîne nord-américaine Univision, elle a obtenu 109 millions de dollars pour ce même exercice. Le grand concurrent de Televisa, TV Azteca a réalisé un investissement d'environ 10,5 millions de dollars en équipement de production, consacré principalement à la production de *telenovelas*, entre 1996 et fin 2005.

Le chiffre d'affaires des entreprises de fiction télévisuelle, maisons de production et télévisions, d'origine ibéro-américaine, est impressionnant. Il en est de même pour ce qui est de la pénétration des genres et des formats qui entrent en compétition avec ceux des États-Unis (dont les programmes étaient récemment encore dominants dans les chaînes européennes et latino-américaines). Or, maintenant, le rapport de forces a changé et la production latino-américaine, spécialement les *telenovelas*, a peu à peu gagné du terrain face à la production nord-américaine. Dans le cas de l'Espagne, la présence de la *telenovela* n'a jamais disparu, mais nous sommes à une époque de changements technologiques et d'expansion audiovisuelle où la présence de l'Amérique latine est devenue indispensable pour assurer un équilibre dans un panorama audiovisuel extrêmement fragmenté.

Dans cet annuaire, nous pouvons également observer le déploiement de deux modèles. L'un privé, le plus important quant au chiffre d'affaires sur le plan international, et l'autre public, présent surtout en Espagne et au Portugal. Cela fait que les structures de l'audiovisuel sont hétérogènes de part et d'autre de l'Atlantique. Aussi bien le Brésil que le Mexique, la Colombie, l'Argentine et le secteur hispanophone des États-Unis ont des télévisions avec un caractère privé et commercial marqué, à la différence de l'Espagne et du Portugal où la télévision publique a eu, historiquement, une place prédominante dans le panorama audiovisuel.

Les télévisions brésiliennes et mexicaines qui sont les deux principales puissances télévisuelles de la région ont eu depuis leur début une stratégie bien marquée d'internationalisation de leur projet phare, la *telenovela*, ce qui n'a pas été le cas des pays de la péninsule ibérique, très dépendants des Soaps et des Sitcoms venus des États-Unis. La télévision publique portugaise a été le récepteur principal des productions brésiliennes jusqu'à tout récemment et l'Espagne n'a déployé son marché vers l'Amérique latine que vers la fin des années 1990.

Ce qui retient tout d'abord l'attention, après un examen général de la production et de la circulation de la fiction dans le marché des télévisions ibéro-américaines, pendant l'année 2006, c'est la tendance à une certaine standardisation des modèles à l'intérieur de pays extrêmement divers : un équilibre entre l'offre de production nationale et ibéro-américaine ; un déplacement de la fiction nord-américaine vers des horaires moins compétitifs ; un renforcement de toutes les tranches horaires (et pas seulement celle de *prime time*), avec une offre de fiction nationale et ibéro-américaine ; une prédominance de formats de courte durée favorisant un rendez-vous quotidien avec le public du pays ; *last but not least*, la préférence pour une adaptation des formats, qui se révèle une alternative incontournable face aux difficultés que rencontrent les coproductions

de ces pays, à l'intérieur d'un marché traditionnellement dominé par la circulation de produits prêts à consommer.

Le nivellement des modèles se voit également reflété, d'une façon négative, dans les carences structurales du marché de la fiction : le manque d'enthousiasme pour la coproduction internationale après les premiers écueils rencontrés auprès du public ; l'absence notable de produits européens (on ne réalise plus d'émissions à succès telles que *Coronation Street* ou *East Enders* qui étaient des produits compétitifs à niveau international) ; la faible diversité de formats allant au-delà de la série dramatique et de la *telenovela* (téléfilms ou TVMovies, mini-séries ou formats hybrides).

Culturas y mercados de la ficción televisiva en Iberoamérica est le premier ouvrage de ce genre, en langue espagnole (il existe également une version en portugais) que l'on peut comparer avec Eurofiction, publication réalisée sous le patronage de l'Observatoire européen de l'audiovisuel et parue en 2003. Bref, cet annuaire a su montrer que la fiction télévisuelle constitue aujourd'hui une enclave stratégique pour la production audiovisuelle ibéro-américaine dont il faudra tenir compte lors de la mise en place de politiques culturelles et économiques de l'audiovisuel dans les pays concernés.

Jesús Bermejo

Université de Valladolid

Faculté des Sciences sociales et de la Communication

Courriel : <jbermejo@hmca.uva.es>

Isabelle Veyrat-Masson, *Télévision et histoire, la confusion des genres. Docudramas, docufictions et fictions du réel*, Bruxelles, INA et De Boeck, 2008.

Ce livre issu de la plume-clavier de la directrice du laboratoire CNRS, Communication et Politique, et dont

l'ouvrage *Quand la télévision explore le temps* (Fayard) fit date lors de sa parution en 2000, s'inscrit comme la troisième parution de la série « Histoire » de la collection d'ouvrages INA / De Boeck. Illustré par de nombreuses « imagettes » et ventilé en six parties, qui chacune comporte de trois à six chapitres, *Télévision et histoire* explore, en effet, en quelques 200 pages, la « confusion des genres » : docudramas, docufictions et fictions du réel. Cette dernière appellation aurait, en quelque sorte, le vent en poupe.

À lire ce travail de recherche, forte serait la dette envers les historiens du cinéma voulant traiter des représentations du réel, mais aussi envers les professionnels du documentaire – et ce en remontant à l'Américain Robert Flaherty et au documentariste John Grierson (années 1910 et 1920). En effet, l'apport des travaux anglo-américains, tant des réalisateurs que des analystes, est des plus considérable. La typologie même que propose Isabelle Veyrat-Masson, reprend ces travaux d'inspiration anglo-américaine. *Nanook of the North*, de Flaherty, et la notion même de *documentary value* (Grierson) sont des repères tôt mis en valeur par la chercheuse.

Celle-ci n'a pas la langue dans sa poche. À en juger par les archives de l'INA et d'autres fonds, la télévision française (d'État, donc) pendant plusieurs décennies n'osait aborder certaines questions sensibles, postérieures à la Seconde Guerre mondiale. Isabelle Veyrat-Masson évoque l'impact des débats de plateau de télévision qui parfois devenaient débats de société, liés à la série « Les dossiers de l'écran ». Elle n'insiste pas sur l'importance (et le traumatisme pour certains) qu'a représentée le film d'Ophuls, Harris et Sédouy, *Le Chagrin et la pitié*, diffusé pour sa part, comme d'autres longs métrages, en salle de cinéma. Mais elle montre comment durant ces dix à quinze dernières années, les télévisions publiques en France, comme les télévisions de service public d'autres pays européens, la BBC en tête, ont réalisé des

fiction (factions dit utilement l'anglais) basées sur des questions marquantes et sensibles de « l'histoire récente » de la France (de l'affaire Dreyfus à Vichy et de Charles de Gaulle à François Mitterrand, avec en filigrane... la décolonisation).

Ceci va de pair, pourrait-on croire, avec des débats sur le devoir de mémoire, la « cicatrisation » de la plaie que représentait le souvenir de Vichy, période noire que le président Jacques Chirac voulut refermer définitivement. On sait que Pierre Péan, le journaliste-auteur et auteur du texte dont s'inspire le *Jean Moulin* réalisé pour France 2, revisitant les années de jeunesse de François Mitterrand, est comme l'historien Benjamin Stora et le réalisateur Bernard Stora (*De Gaulle : Le Grand Charles*) de ceux dont les remarques et réalisations renouvellent en quelque sorte l'approche française des « docu-drames ».

Pour Isabelle Veyrat-Masson, la télévision reste un média profondément national, les discours sur la globalisation nonobstant, mais la dérégulation des années 1970-80, « dénationalisa » en quelque sorte, la matrice ou creuset national des films. Elle a des mots durs pour l'impact et la scénarisation de téléfilms de séries tels que *Dallas* ; et elle reprend la formule de Claude Lanzmann qui condamna sans appel *Holocauste* d'un réalisateur américain : la décision de faire réaliser le document monument *Shoah* fut prise en conséquence.

Notre auteur n'est pas plus tendre pour bien des réalisations des télévisions privées françaises. Elle met en parallèle le *Jean Moulin* tourné par France 2 et celui de TF1. Le second, avec comme « star » Francis Huster et avec la notion de complot comme clé de l'intrigue obtint, reconnaît-elle, des parts de marché – logique de

TF1 oblige – que ne put atteindre le *Jean Moulin* de service public avec Charles Berling dans le rôle titre. Pourtant ce dernier serait une production autrement plus fine.

Afin de nous faire remonter « dans la nuit des temps », sont évoqués *Walking with dinosaurs* et *L'Odyssée de l'espèce*, des réalisations télévisuelles à propos de la préhistoire. Les scientifiques resteraient prudents, si ce n'est méfiants, devant les représentations ainsi fournies ; même si *L'Odyssée de l'espèce* (où le réalisateur français dut – face aux budget requis – recueillir le soutien d'au moins treize coproducteurs) reçut le sceau de légitimité que conférait le paléo-anthropologue, Yves Coppens. Ici, c'est la réalisation BBC qui souleva des remarques du genre *prehistoric safari park*, ce qui renvoie quelque part à *Jurassic Park*. On se demandera comment faire – ou faut-il faire – pour que le regard anthropocentré n'éclaire pas (trop) de telles réalisations ?

Dans ses dernières lignes, Isabelle Veyrat-Masson va jusqu'à évoquer la question de la « supériorité de l'image », et donc de la télévision, sur les textes écrits, pour restituer et faire partager... l'histoire. Elle se protège avant de se permettre cette formule : Roger Chartier et Carlo Ginzburg figurent parmi les auteurs cités en référence. Le lecteur de ce livre, mi-encyclopédie, mi-texte plaidoyer fortement documenté, jugera. *What is history, what is a damn' good story ? That is the question...*

Michael Palmer

Université Paris III

EA1484 CIM (Communication Information Médias)

Courriel : <mpalmer@univ-paris3.fr>