



HAL
open science

Persistence et consolidation de l'identité brésilienne par la parabole

Tajah van Kalken

► **To cite this version:**

Tajah van Kalken. Persistence et consolidation de l'identité brésilienne par la parabole. Littératures. 2011. dumas-01067491

HAL Id: dumas-01067491

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01067491>

Submitted on 23 Sep 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Persistance et consolidation de l'identité brésilienne par la parabole.

VAN KALKEN
Tajah

Sous la direction de Bernard Emery et Gérard Police

Laboratoire : Nom du laboratoire

UFR Stendhal 3
Grenoble

Mémoire de master 2 recherche

Spécialité ou Parcours : Etude Ibériques et Ibéro-Américaines

Année universitaire 2010-2011



Déclaration anti-plagiat
Document à scanner après signature
et à intégrer au mémoire électronique

DECLARATION

1. Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original.
2. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.
3. Personne d'autre que moi n'a le droit de faire valoir ce travail, en totalité ou en partie, comme le sien.
4. Les propos repris mot à mot à d'autres auteurs figurent entre guillemets (citations).
5. Les écrits sur lesquels je m'appuie dans ce mémoire sont systématiquement référencés selon un système de renvoi bibliographique clair et précis.

NOM : VAN KAUREN PRENOM : Tajah
DATE : 15 juillet 2014 SIGNATURE : 

Mise à jour mars 2013

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	p.7
PARTIE 1	
LA TÉLÉVISION AU BRÉSIL	p.10
1.1 Histoire	p.12
1.1.1 Les années 1950	p.12
1.1.2 Les années 1960	p.15
1.1.3 Les années 1970	p.17
1.1.4 Les années 1980	p.19
1.1.5 Les années 1990	p.22
1.1.6 Les années 2000	p.24
1.2 Popularité	p.25
1.2.1 Construction identitaire	p.25
1.2.2 Rayonnement par la <i>telenovela</i>	p.28
1.3 Modernité	p.30
1.3.1 Tout en couleur	p.30
1.3.2 De l'analogique au numérique	p. 31
PARTIE 2	
L'ANTENNE PARABOLIQUE BRÉSILIENNE	p.34
2.1 Technologie, Commercialisation et Installation	p.36
2.1.1 Technicité	p.36
2.1.2 Commercialisation	p.37
2.1.3 Installation	p.40

2.2 Chaînes et Programmes	p.40
2.2.1 Les chaînes	p.40
2.2.2 Les programmes	p.43
2.2.3 Les programmations des chaînes les plus regardées	p.45
2.3 La Télévision Française	p.50
2.3.1 Les chaînes	p.50
2.3.2 Vision de la communauté brésilienne	p.52
2.3.3 La chaîne locale	p.55

PARTIE 3

L'IMPACT DE LA PARABOLE SUR LA COMMUNAUTÉ BRÉSILIENNE

p.57

3.1 Identité Nationale	p.58
3.1.1 Représentativité de toutes les régions du Brésil	p.58
3.1.2 Représentativité des différents visages du Brésil	p.61
3.1.3 Représentativité des Brésiliens de l'extérieur	p.64
3.2 Culture et Tradition par la Langue	p. 66
3.2.1 Le carnaval	p.66
3.2.2 Le football	p.69
3.2.3 La religion	p.70
3.2.4 Les fêtes	p.73
3.2.5 La langue	p.76
3.2.6 La musique	p. 78
3.2.7 La mémoire et l'histoire	p.79
3.3 Expansion et Influences	p.80

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

3.3.1 Une place internationale	p.80
3.3.2 Expansion par la <i>telenovela</i>	p.80
3.3.3 Impact international	p.84
3.3.4 Impact en Guyane	p.85
CONCLUSION	p.89
Références bibliographiques	p.92
Annexe	p. 95

Introduction

La télévision : *transmission de l'image à distance*¹, omniprésente dans la société brésilienne, possède une place importante voire primordiale dans les ménages et ne tient pratiquement pas compte des conditions sociales. Objet clé de la culture populaire, le téléviseur est dans la société brésilienne un des principaux médias d'informations. Toute la famille y trouve son compte et la télévision fait partie intégrante du mode de vie de cette population. Dans le mémoire précédent intitulé « Le Brésilien dans le système éducatif français en Guyane », nous avons pu constater lors des enquêtes et interviews menées, que la langue maternelle, c'est-à-dire le portugais, était non seulement dominante mais en plus semblait avoir un lien étroit avec la télévision brésilienne quotidiennement regardée. Au-dessus de chaque toit, nous pouvons remarquer ces grandes oreilles métalliques toutes orientées vers la même direction, ce ne sont autres que ces antennes paraboliques, objets représentatifs de leur identité.

En Guyane, les quartiers, où la présence de la communauté brésilienne est prépondérante, sont vite repérables par cet imposant cercle métallique ; les Brésiliens dépourvus d'antenne parabolique sont quasiment inexistantes. Tous : jeunes, adolescents, moins jeunes, personnes âgées regardent la télévision brésilienne, et de plus en plus de Guyanais mesurent la place qu'elle occupe au quotidien. En quête d'une vie meilleure, tous les Brésiliens ne s'installent pas en Guyane sans leur antenne parabolique. C'est ce constat qui nous amènera à étudier la relation que les Brésiliens maintiennent si étroitement avec leurs origines depuis qu'ils ont quitté leur pays, tout cela à partir d'une connexion à une antenne parabolique. Comment et pourquoi est-elle synonyme de persistance et de consolidation identitaire. Nous nous intéresserons également de près au rôle qu'elle joue sur la mentalité de cette communauté, le lien national et patriotique qui relie les brésiliens à leur pays par la télévision ainsi qu'à l'impact culturel, linguistique, identitaire et comportemental de la télévision brésilienne sur la vie quotidienne de ceux qui la regardent.

Comment expliquer l'importance de la télévision sans passer par les étapes importantes de son histoire dans la société brésilienne ? Cela sera nécessaire pour comprendre d'une part son évolution et comment elle s'est fait une place prépondérante dans chacun des ménages, sachant que d'autres modes de communication prospèrent tel qu'Internet. Devenu assez rapidement populaire, nous nous pencherons sur son développement et toute la modernité grandissante qu'elle suscite au quotidien et qui prend plaisir à faire parler d'elle.

¹ Définition selon *Le Petit Robert*.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

De retour en Guyane, nous nous intéresserons à la parabole et à sa technicité, en passant par sa commercialisation et à son installation. Le choix des chaînes et des programmes par les téléspectateurs est fondamental pour évaluer les liens tissés entre le peuple et sa télévision. Les opinions de chacun sur la télévision brésilienne détailleront les sentiments d'une communauté dans sa généralité, alors que la télévision française n'a pas l'air d'influencer véritablement les Brésiliens dans sa culture, son quotidien et son mode de vie.

Dans le dernier point, grâce à l'enquête ciblée et menée dans les quartiers dits « brésiliens » sur l'île de Cayenne tels que la Digue Ronjon rebaptisé « A matinha » par les Brésiliens eux-mêmes, la « B.P 134 » actuellement dénommée La Cité Arc-en Ciel par la municipalité de Rémire-Montjoly, « Balata » et « Cogneau Lamirande », cela nous permettra de connaître le choix et les raisons de l'acquisition de la parabole tout en tentant de définir la relation des Brésiliens de Guyane avec la télévision brésilienne. En traitant un sujet qui touche l'audiovisuel, quelle meilleure vision des données recueillies si ce n'est par des graphiques, des tableaux ou encore des photographies qui illustreront les résultats obtenus afin de mieux les visualiser et de pouvoir en faire une analyse claire. Dans ce sujet, qui se tourne plutôt vers les Sciences Humaines, peu d'ouvrages ont permis d'approfondir la question : c'est la raison pour laquelle à partir des questionnaires anonymes, auxquels ont répondu les Brésiliens de Guyane et des analyses faites, nous en tirerons une conclusion et nous tenterons de faire surgir et de définir l'impact réel de l'antenne parabolique en Guyane sur la communauté brésilienne, à travers l'image projetée par les médias audiovisuels pour les Brésiliens, la reconnaissance en tant que brésilien et l'identité sur la communauté brésilienne qui vit en Guyane.

PARTIE 1

LA TÉLÉVISION AU BRÉSIL

1.1 Histoire

1.2 Popularité

1.3 Modernité

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

L'utilisation de l'image est présente depuis la nuit des temps et elle est étroitement liée à l'histoire de la civilisation. C'est à travers l'image que les hommes de la préhistoire racontèrent leur vie quotidienne, laissant sur des roches ou dans des grottes, leurs gravures en témoignage de leur passé. Puis, au fil des siècles et de l'évolution humaine, l'Homme réussit à transmettre en temps réel et par l'image à travers un petit écran, des rêves, des réalités, des vies et des personnes. La transmission par ondes électromagnétiques prit forme et permit d'abord les transmissions audio puis, bien plus tardivement visuelles.

Au Brésil, la première tentative de radio-transmission remonte à 1893 grâce au Père *gaúcho*² Roberto Landell de Moura³ qui réalise dans la ville de São Paulo du haut de l'avenue Paulista, les premières transmissions sans fil avec un appareil qu'il a lui-même inventé, séparant le transmetteur du récepteur de huit kilomètres.

En 1904, le père Landell crée un projet de transmission d'images à distance. Il désirait avant tout que celles-ci dépassent les villes du Brésil, le pays, les continents, les océans et envisageait même la possibilité de communiquer avec d'autres planètes. Malheureusement, le Père Landell fût confronté à de nombreuses difficultés essentiellement religieuses : en effet, l'église voyait d'un très mauvais œil ces nouvelles inventions et le considérait comme un hérétique.

Bien que son laboratoire fut détruit par des fanatiques religieux dans la ville de Campinas à São Paulo et se retrouvant seul sans aucun soutien du gouvernement brésilien, Landell réussit tout de même à laisser ses manuscrits expérimentaux patents à la disposition de ceux qui s'y intéresseraient un jour aux États-Unis, en voici les principaux registres :

- Transmetteur d'ondes – octobre 1904
- Transmetteur sans fil- novembre 1904
- Téléphone sans fil- novembre 1904

De tous les scientifiques, Roberto Landell est le moins connu. En effet, très peu de personnes se sont intéressées à ses expériences alors qu'il fut le père fondateur de la transmission de la voix humaine à distance sans fil conducteur.

La télévision est présente au Brésil depuis le début des années 1950 ; cependant, elle ne fait son

² Habitant de Rio Grande do Sul

³ Référence: <http://Tudosobretv.Com.br/> Chap: "As primeiras transmissões"pages 1 et 2

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

apparition dans les foyers que très tardivement. Basée sur le modèle américain, elle est lancée le 18 septembre 1950 grâce à Assis Chateaubriand qui fonda la première chaîne de télévision appelée *TV Tupi*. Dès lors, la télévision prit une ampleur importante au point de s'imposer dans la culture populaire moderne de la société brésilienne.

1.1 HISTOIRE⁴

1.1.1 Les années 1950 :

Dans les années 1950, l'aventure de la télévision brésilienne est marquée par des improvisations en direct, l'enregistrement vidéo n'étant pas encore fonctionnel. Les moyens techniques étant encore à l'état primaire, les chaînes ne disposaient que de faibles revenus à peine suffisants pour les maintenir en vie. La télévision, qui à l'époque était un objet importé, représentait un coût élevé pour les ménages et restreignait son accès uniquement aux classes sociales aisées.

Francisco Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, patron des *Diários Associados* qui était un réseau de presses et de radios, décida d'importer tout l'appareillage et le matériel nécessaires pour la télévision depuis les États-Unis vers le Brésil. Le matériel arriva un 25 mars 1950 par bateau au port de Santos et fut inauguré officiellement le 18 septembre 1950, alors que la première diffusion audiovisuelle eut lieu le 3 avril 1950 lors d'une présentation du frère José Mojica (un chanteur mexicain) et le 10 septembre la première transmission par la chaîne de télévision *TV Tupi* d'un film dans lequel Getúlio Vargas parle de son retour à la vie politique.

Le pionnier de la télévision brésilienne Assis Chateaubriand réalise ainsi son rêve, installant également 200 téléviseurs dans des lieux stratégiques de la ville de São Paulo qui sera la seule à bénéficier de ce support.

A l'époque, la programmation était totalement improvisée et retransmise en direct, ce qui provoquait naturellement des imprévus très fréquents comme lors de l'inauguration officielle où une des deux caméras fit défaut quelques heures à peine avant la première diffusion en direct. C'est alors que tout le programme fut filmé par une seule caméra et l'improvisation devint ainsi la marque de fabrique de la télévision brésilienne.

⁴ Les éléments marquants sont tirés du site : <http://www.tudosobretv.com/historia>

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

Cette première diffusion en direct débute à 17h avec pour première image celle d'une petite fille de 5 ans qui dit cette phrase célèbre : « *Está no ar a TV no Brasil !* »⁵, puis elle est suivie d'un chant de l'hymne de la station interprété par Lolita Rodriguez et composé spécialement pour l'occasion par Marcelo Tupinamba. De 18h à 23h, la première émission créée pour la chaîne *TV Tupi* qui s'appellera *TV na Taba*, est présentée par Homero Silva dans laquelle nombreux seront les professionnels de la radio, du théâtre et des journaux de presses qui y prennent part.

C'est également cette même chaîne qui diffusera le premier journal télévisé à un horaire variable, 21h30 ou 22h00, dépendant non seulement de la réception des enregistrements qui arrivaient bien souvent à la dernière minute par avion de tout le Brésil ainsi que des problèmes rencontrés lors des opérations. Rui Rezende a été le premier à présenter le journal télévisé au Brésil. Malgré une audience encore peu significative quant au nombre réduit de téléviseurs qui étaient importés, Chateaubriand gagna son pari en réussissant à vendre pour une durée d'un an, un espace publicitaire télévisé pour certaines marques comme *Antartica* (l'une des marques de bières les plus célèbres), mais aussi certaines entreprises comme *Sul América Seuros*, *Moinho Santista*...

En novembre de la même année, *TV Tupi* diffuse sa première pièce de théâtre télévisée inspirée et adaptée du film américain « *Sorry Wrong Number* » qui est un drame policier racontant l'histoire d'une femme étranglée par son mari à l'aide d'un fil de téléphone. Au même moment, le gouvernement brésilien accorde les concessions à *TV Record* et *TV Tupi* canal 7 à São Paulo et *TV Jornal do Comércio* canal 2 à Recife.

En 1951, des agences de publicités dirigées par les américains McCann Erikson et Thompson s'installent au Brésil et utilisent la télévision brésilienne comme vecteur publicitaire. Cependant, étant donné le manque d'expérience professionnel et le manque d'hommes et de femmes formés dans la communication audiovisuelle, ce sont eux qui décideront du contenu des programmes publicitaires ainsi que des artistes et producteurs, tout en l'adaptant au modèle de vie brésilien. Le 20 janvier, la *TV Tupi* s'installe à Rio de Janeiro et diffuse sa première émission à 12h49. Le transmetteur sera situé du haut du *Pão de Açúcar*. Au même moment, les premiers récepteurs de télévisions sont construits au Brésil ; cependant bien que plus accessible, le téléviseur reste un produit cher réservé au foyer aisé.

⁵ "la télévision brésilienne est maintenant à l'antenne"

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

Le 21 décembre de la même année, la première *telenovela*⁶ brésilienne écrite par Walter Forster avec le premier baiser télévisé sera diffusée pendant à peine deux mois retransmise deux fois par semaine en direct vu les difficultés techniques de la *TV Tupi*.

L'année suivante, 1952, est marquée par la forte présence des partenaires commerciaux qui prendront part aux programmes télévisés utilisant leurs marques pour intituler différentes émissions qu'ils financent : « *Reporter Esso* », « *Telejornal Pirelli* », « *Sabatina Maizena* ». Quant au prix du téléviseur, il est toujours aussi élevé et coûte à peine moins cher qu'une voiture. Des émissions qui connaîtront une longue durée de vie comme le « *Sítio do Pica Pau* » (divertissement destiné au jeune public encore diffusé aujourd'hui) prennent naissance, le théâtre télévisé prend de l'ampleur et le journal télévisé est présenté grâce à un meilleur équipement.

En 1953, *TV Record* est la première chaîne de télévision qui s'installe dans un immeuble construit spécifiquement à cet effet contrairement à toutes les autres chaînes qui ont dû adapter leurs locaux. De plus, certaines émissions rentreront dans l'histoire du Brésil car elles connaîtront un succès de longue durée comme par exemple « *Reporter Esso* » de la *TV Tupi* qui va durer pendant 17 ans, ainsi que « *A praça da Alegria* » sur la *TV Paulista* puis transféré à la *TV Record*, la première série d'aventures produite au Brésil « *Capitão 7* » en 1954 et qui va se prolonger sur 10 ans. Au même moment, la *TV Record* devient imbattable en tout ce qui concerne la retransmission en direct des événements sportifs pendant toute cette décennie.

En 1955, apparaît la toute première émission féminine présentée par la célèbre Hebe Camargo, ainsi qu'une émission pour les enfants « *Grande Gincana Kibon* » qui sera diffusée pendant plus de 16 ans sur les ondes télévisées. En 1956, les trois chaînes de télévision dépassent le taux d'audience des treize stations de radio et diffuse en février de la même année le match opposant le Brésil à l'Italie qui a lieu au stade Maracanã grâce à la *TV Tupi* qui arrive à transmettre à São Paulo. En 1957 il existe plus de 10 chaînes de télévision opérationnelles au Brésil ; c'est alors que 1958 est marquée par la première émission de boxe diffusée tous les dimanches soirs et qui explose les audiences. Le 11 juin 1958 *TV Rio* retransmet en différé pour la première fois un match de la coupe du monde qui oppose le Brésil à l'Australie.

En 1959, le gouvernement autorise enfin l'importation d'appareils d'enregistrement vidéo et signe la première législation réglementant la censure de la télévision brésilienne.

⁶ Feuilletons quotidiens des pays hispanophones et lusophones.



Téléviseur des années 1950.

1.1.2 Les années 1960 :

Dès 1960, la télévision brésilienne poursuit son chemin grâce à l'enregistrement vidéo. Cette méthode de travail va permettre que les erreurs commises en direct soient effacées et corrigées et donc proposer aux téléspectateurs des émissions de bien meilleure qualité. Le gouvernement brésilien va pousser la télétransmission à distance en tentant d'atteindre le plus grand nombre de téléspectateurs pour la diffusion de l'inauguration du nouveau *Distrito Federal de Brasília*. Les images arrivent alors jusqu'à Rio de Janeiro, São Paulo et Belo Horizonte.

La publicité prend une nouvelle forme. En effet, les présentatrices de produits publicitaires qui improvisaient leurs mises en scènes peuvent maintenant enregistrer ces publicités commerciales. La *TV Itapoan* apparaît et est la toute première chaîne de télévision « bahianaise » inaugurée le 19 novembre 1960 à Salvador. En 1961, le gouvernement met en place le Conseil National de Télécommunication (CONTEL), puis, suite à un décret fédéral, la pause commerciale ou publicitaire est fixée à 33 minutes et les moins de 18 ans ne peuvent participer aux débats télévisés.

En 1962, grâce au lancement d'un satellite de communication par la NASA, la télévision brésilienne prend un nouveau tournant avec l'utilisation régulière et presque systématique de l'enregistrement vidéo en diffusant les émissions plus largement et plus rapidement. Les *telenovelas* qui n'étaient diffusées que deux fois par semaine font des apparitions récurrentes

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

sur les petits écrans et avec moins d'erreurs de textes. En même temps l'ABERT (*Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão*) et le CONTEL obligent une diffusion de 25 minutes par jour de film brésilien ainsi que le doublage de tous les films étrangers.

En 1963, Silvio Santos, encore présent sur le petit écran aujourd'hui, démontre sa capacité à retourner une situation financière difficile que traverse sa chaîne en proposant une émission incomparable, celle du «*Baú da Felicidade* ». Dans la même année, les premières télévisions en couleur importées des Etats-Unis apparaissent mais représentent un coût bien trop élevé à cause de l'importation des téléviseurs ; aussi la télévision en couleur ne se développera réellement que dans les années 70. Cependant, la première série télévisée en couleur sera diffusée la même année et s'appellera «*Bonanza* ». De plus, la chaîne *TV Excelsior* va bouleverser le petit écran en habituant ses téléspectateurs à un ordre bien défini de ses émissions : la matinée est réservée aux émissions qui intéressent les plus jeunes et le soir à 20h la (première) *telenovela* quotidienne, le journal, un spectacle et finalise sa programmation avec un film, le plus souvent étranger.

Dès 1964, la télévision joue un nouveau rôle, celui d'accélérer le processus de circulation du capital afin de viabiliser une sorte d'accumulation du monopole. Elle occupe parmi les médias (journaux, revues, radios et autres) 36% de ces derniers. En 1965, la *TV Record* participe à l'élan que connaît la MPB (*Música Popular Brasileira*) grâce à son émission «*O fino da Bossa* » présentée par Elis Regina et Jair Rodrigues dans laquelle de nouveaux talents sont propulsés sur la scène comme Chico Buarque de Hollanda, Gilberto Gil, Caetano Veloso, Maria Bethânia ; même les artistes déjà consacrés y participent tels que Vinicius de Moraes ou Baden Powel.

Ce n'est qu'en 1965, suite à des difficultés politiques que la *TV Globo* fait son inauguration aussi bien à Rio de Janeiro qu'à São Paulo. Elle va rapidement se faire une place sur le marché en achetant dès 1966 la *TV Paulista*, ce qui donne un nouveau tournant au panorama télévisuel brésilien en imposant des plages horaires aux publicités commerciales. Le gouvernement brésilien quant à lui va inciter et stimuler la création de nouvelles chaînes éducatives obligeant la *TV Cultura* à fournir des émissions préalablement enregistrées dans d'autres États. La *TV Bandeirante* prend naissance dans des locaux situés à Morumbi (São Paulo) construits pour accueillir cette nouvelle chaîne qui se trouve depuis 1967 à la même adresse.

Le 4 avril 1968, alors que l'homme qui avait fait venir la télévision au Brésil, Assis Chateaubriand décède, un crédit à la consommation propulse la vente des téléviseurs qui augmentent de 47%.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

En 1969, la sortie du groupe américain *Time Life* dans la *TV Globo* va permettre sa nationalisation en vue de devenir un réseau national. L'inauguration de deux stations à Rio pour les retransmissions internationales *via stellite*, va permettre la diffusion en direct du premier pas de l'homme sur la lune.

Après 10 ans de transmission, la *TV Excelsior* disparaît, alors que la *Rede Globo* inaugure un nouveau style de journalisme qui développe le direct, la diversification des sujets, le Journal National diffusé le soir...



Téléviseur des années 1960.

1.1.3 Les années 1970 :

Lors du recensement démographique national, on note que 27% des foyers brésiliens sont équipés de téléviseurs et 75% de ces derniers se concentrent dans la zone Rio - São Paulo. C'est la coupe du monde de la Fifa qui se déroule au Mexique qui va catalyser cette décennie alors que la télévision voit ses premières couleurs, seules quelques personnes pourront bénéficier de cette nouvelle image.

En 1971, 4% de foyers brésiliens en plus de l'année précédente, soit 31%, possèdent un téléviseur, cela montre l'intérêt croissant pour cet appareil moderne et qui ne cesse d'être au centre de toutes les discussions. C'est à partir de la même date que *TV Globo* va investir et former ses techniciens à l'utilisation de la télévision couleur, tout en s'appuyant sur la demande de l'audience et en adaptant leurs programmes au goût du public. En effet, les téléspectateurs se sont rapidement habitués aux *telenovelas* qui débutent dès 18h et qui s'ouvrent à un public large

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

avec des feuilletons aussi bien humoristiques, romantiques qu'enfantins. En effet, le « *Sítio do Pica-Pau* » (1977- 1986) recevra de l'Unesco le prix du meilleur programme destiné au jeune public.

C'est en 1972 que débute officiellement la première retransmission couleur à Rio Grande do Sul à l'occasion de la « *Festa das Uvas* », grâce à la vente de récepteurs couleur, le Brésil intègre définitivement la télévision couleur. La *TV Globo* quant à elle, avec ces centaines de stations de retransmission ainsi que ses chaînes régionales, sera avec la *TV Tupi* une chaîne nationale présente dans une grande partie du territoire jusqu'à en garder le monopole suite aux crises successives et administratives vécues par la *TV Tupi*. Son empire ira crescendo et s'imposera jusqu'à nos jours. Ses programmes seront d'ailleurs d'une longévité remarquable puisqu'ils sont très appréciés du public brésilien, nous pouvons citer en exemple l'émission « *Fantástico* » qui se présente sous forme d'émission d'information et de variétés depuis 1973, ou encore « *Globo Reporter* » et le « *Jornal Nacional* » attendu par tous les Brésiliens.

Dans une politique commerciale et pour inciter la société à s'équiper de récepteurs en couleur, des rediffusions de matches de football seront retransmis tous les après-midi augmentant ainsi la vente de ces récepteurs couleur modernes. De plus, la coupe du monde de la Fifa va accélérer ce processus, incitant les foyers à s'équiper de ce récepteur innovant, d'ailleurs en 1974, 41% de la population est équipé d'un téléviseur.

Malgré cette période florissante, en 1977, 50% de la population ne possède pas encore cet objet et ceux qui le possèdent se concentrent sur 80% dans les régions Sud, Sud-Est du pays.

En 1978, une étude nationale⁷ sur la diffusion de la télévision brésilienne montre que les *telenovelas* occupent 12% des programmations télévisées, alors que les films atteignent 22%, ceci prouve déjà le grand intérêt des téléspectateurs brésiliens. Cependant 48% de sa programmation est issue d'émissions importées, ce qui va pousser encore une fois la *Rede Globo* à créer et réaliser plus de séries et de films brésiliens qui reflètent davantage la vie quotidienne des Brésiliens.

⁷ Étude nationale menée par l'ABEPEC en 1978.



Téléviseur couleur des années 1970.

1.1.4 : Les années 1980

Cette décennie est marquée par la fin de la dictature qui censurait un nombre conséquent d'émissions, de films ou de *telenovelas*. Le recensement national de 1980 constate que 55% de la population brésilienne est équipée d'un téléviseur, ce qui témoigne de sa notoriété. Malheureusement, c'est pendant cette période que la toute première chaîne brésilienne qui avait vu le jour disparaîtra suite à d'énormes difficultés financières et administratives, ouvrant ainsi les portes à une nouvelle chaîne qui aura toute sa place, la SBT dirigée par le célèbre animateur télé : Silvio Santos. En effet, ce dernier grâce à son charisme et ses compétences professionnelles saura avec toute son équipe attirer les téléspectateurs avec des émissions qui lui sont propres tout en développant une relation de complicité avec ceux qui la regardent, sans pour autant prendre la place de la *Rede Globo*.

La *TV Globo* accumulera des prix de renoms pour la qualité des programmes qu'elle propose :

→ Le prix *Salute* décerné par l'*Internacional Council of the National Academy of Television Arts and Sciences*.

→ L'émission *Criança Esperança* qui sensibilise et aide les enfants obtient le soutien de l'UNICEF.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

- L'émission « *Tv Mulher* » rebaptisée « *Network of Brasil* » s'exporte dans plus de 71 pays.
- Le prix international Emmy pour son émission destinée aux enfants « *Vinicius para crianças-Arca de Noé* ».
- Le prix Emmy décerné par l'*International Council of the National Academy of Television Arts and Sciences* pour la mini série « *Morte e Vida Severina* » tiré de l'œuvre littéraire de João Cabral de Melo Neto.
- La *Rede Globo* peut même se permettre d'acheter la *TV Monte Carlo*. Cependant la *Rede Globo* reste encore très attachée au modèle américain proposant des émissions similaires telles que « *Bom dia Brasil* » qui est une adaptation de « *Good Morning America* ».
- Le « *Jornal Nacional* » bat les records d'audiences des télévisions brésiliennes.

Une guerre d'audience qui parfois se joue au coude à coude entre la *Rede Globo* et la *SBT* dont Silvio Santos qui incite ses téléspectateurs à regarder d'abord le « *Jornal Nacional* » puis la telenovela « *Roque Santeiro* » qui par ailleurs avait été censurée dans les années 1970 sur la *TV Globo*, pour ensuite regarder le téléfilm de la *SBT*. La *SBT* bat ainsi la *Tv Globo* avec une audience de 47% contre 27%. C'est alors que la *Rede Globo* prolonge son journal et sa telenovela. Nous observons d'ailleurs entre ces deux chaînes des « échanges » de présentateurs de télévision permettant ainsi à la *SBT* d'être considérée comme étant la seconde meilleure chaîne de télévision du Brésil, malgré les problèmes de santé rencontrés par le célèbre Silvio Santos. Elle devient une chaîne très appréciée du public qui se soucie de la qualité de ses émissions en créant « *Hebe Camargo* », « *Programa Flávio Cavalcanti* » donnant ainsi la place aux grands animateurs des débuts de la télévision.

Cependant la *TV Globo* ne démérite pas, bien au contraire, elle poursuit son ascension en devenant la 4^{ème} chaîne de télévision commerciale au monde après les chaînes nord-américaines telles que *BBS*, *ABC*, ou encore *NBC*. De plus, elle couvre 98% de son territoire, détient 70% des audiences qui atteignent même 82% à partir de 20h et elle exporte également des émissions plus de 128 pays. Les autres chaînes telles que : *Rede Bandeirantes*, *SBT*, *TV Paraná*, *TV Cultura*, *TV Record*,... poursuivent leur chemin sans réellement connaître l'ascension de la *Rede Globo*.

Une nouvelle chaîne voit le jour, *Rede Manchete* qui se tourne vers un public beaucoup plus instruit et intellectuel, lecteur de la revue hebdomadaire *Manchete* dont Adolfo Bloch est aussi

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

le propriétaire. Elle connaîtra d'ailleurs quelques moments de gloire grâce à la *telenovela* « *Dona Beija* » qui fera « exploser » l'audience dans tout le pays bien que ses soucis financiers perturbent la continuité de certaines de ses émissions.

La *Rede Bandeirantes*, en 1982, sera la première à retransmettre la totalité de ses émissions via le satellite réduisant considérablement ses coûts. La *TV Cultura* qui propose beaucoup d'émissions culturelles et divertissantes se voit attribuer à de nombreuses reprises des prix de meilleure émission telle que « *Bambalão* » élue meilleur divertissement pour enfant à plus de cinq reprises par exemple.

En 1988, le Brésil envoie son troisième satellite permettant à 48 chaînes d'apparaître sur le petit écran.



Téléviseur des années 1980

1.1.5 Les années 1990 :

C'est le 1^{er} janvier 1990 que les Brésiliens assisteront pour la première fois en direct à la prise de pouvoir du chef de l'Etat élu démocratiquement depuis le coup d'État de 1964, Fernando Collor de Mello. Cependant, dans le cadre du *Plano Brasil* la restriction budgétaire est de mise et les chaînes de télévision se voient obligées de réduire leurs dépenses en supprimant des emplois. Ceci ne les empêchera guère de couvrir, toutes sans exceptions, l'événement sportif tant attendu par tout le pays : la coupe du monde de la Fifa qui représente tout de même un coût très élevé. À noter également l'apparition de chaînes câblées, qui ne connaîtra pas le même essor.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

Une année marquée par la concurrence grandissante entre *Rede Globo*, *SBT* et *Rede Manchete* qui d'ailleurs disparaîtra pour laisser place à la *Rede TV* suite à des crises financières répétitives et des grèves interminables malgré un petit souffle en 1995 qui se terminera définitivement en 1999, date à laquelle la *Rede TV* inaugure sa nouvelle chaîne en se tournant vers les jeunes avec des programmes très populaires. Cependant, la *Rede Manchete* saura faire concurrence à la *Rede Globo* en proposant des émissions affolant l'audience sur les mêmes plages horaires que cette dernière. Par exemple la telenovela « *Pantanal* » connaîtra un succès incontestable brisant les normes classiques de la telenovela.

La chaîne *SBT* menace également la *Rede Globo* en proposant des émissions interactives proches du public. Après avoir vécu 11 ans dans la tourmente financière, la *SBT* va enfin pouvoir vivre de ses moyens dès 1992 et proposer des programmes qui fidéliseront ses téléspectateurs. L'émission de Silvio Santos rentrera dans le *Guinness Book* comme étant le plus long programme diffusé, soit 30 années. Cette même chaîne obtiendra même en exclusivité la retransmission des Oscars en 1996 alors que le film brésilien « 3^o Quatrilho » se dispute le prix du meilleur film étranger. La chaîne de Silvio Santos connaîtra un tel succès qu'il sera celui qui paiera le plus d'impôts sur le revenu, 15 millions de Reais.

Une nouvelle chaîne voit le jour : *MTV*, d'origine américaine, elle est la seule à diffuser 24h sur 24. La *Rede Bandeirante* connaîtra une relance d'audience avec l'émission proposée par Silvia Poppovic qui sait mettre en avant des thèmes à polémiques ou tout simplement tabous. Malgré des licenciements dus aux restrictions budgétaires gouvernementales, elle va mettre en avant des présentateurs dont la *Rede Globo* portera un intérêt certain conclu par une proposition d'émission. La *Rede Bandeirante* modernisera le regard du public en proposant une émission axée sur la culture afro-brésilienne : « *Axé Brasil* ».

La *Rede Record* après quelques soucis judiciaires, trouvera un renouveau dans l'émission journalistique « *Cidade Alerta* » se positionnant ainsi au 2^{ème} rang de la Médiamétrie. Une présentatrice du nom d'Ana Maria Braga trouvera vite sa place chez le concurrent *Rede Globo* grâce à son émission destinée aux femmes et à leurs vies quotidiennes. Afin de rester dans l'ascension audiovisuelle, la *Rede Record* va investir une grande somme pour un équipement à la pointe de la technologie. La *Rede Cultura* poursuit sa route sur un principe de communication sociale, culturelle et artistique, en offrant toujours aux téléspectateurs un programme de qualité récompensé par l'Unesco ou encore l'Unicef à plusieurs reprises.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

Quant à la plus grande chaîne du Brésil, *Rede Globo*, avec sa nouvelle centrale de production, *PROJAC (Projeto Jacarepaguà)*, de 1.300.000 m², regroupant des studios d'enregistrement, une fabrique de figurines, scénarios, cité cinématographique, elle arrive confortablement à faire partie du quotidien des brésiliens et de ses téléspectateurs. Malgré une menace de courte durée provoquée par la *Rede Manchete* avec son feuilleton « *Pantanal* », elle réussira à reprendre l'audience grâce à une nouvelle *telenovela* « *Rei do Gado* » qui met en relief les problèmes rencontrés par les « Sans-terre ». Et pour garder son public, elle s'offre le luxe et l'exclusivité des droits d'images au Brésil de la transmission de la coupe du monde de football en 2002 et en 2006. Avec le *Plano real*, en 1994, la télévision s'ouvre au grand public et donne même accès aux classes les plus défavorisées : en effet, la masse populaire peut acquérir plus facilement un poste de télévision. Ceci aura pour conséquence des petites modifications dans les programmes proposés par les grandes chaînes, l'érotisme, la violence et les autres thèmes seront de tous les goûts.



Téléviseur des années 1990.

1.1.6 : Les années 2000 :

Le Président Lula inaugure la *TV Digital* au Brésil. Cette évolution moderne, ainsi que la croissance de l'utilisation d'Internet, va permettre une interaction plus directe et approfondie avec les téléspectateurs. Ainsi, chaque chaîne détient son site internet actualisé avec des extraits d'émissions de télévision pour le plus grand plaisir des internautes.

Ce début de siècle est surtout marqué par la réalisation de nouvelles émissions de télé réalité, mettant en avant la vie privée et quotidienne de personnes sélectionnées. Calqué sur le modèle américain ou européen, les émissions de télé réalité sont nombreuses telles que : « *Casas dos*

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

artistas » sur la *SBT* ou encore, « *No Limite* » et « *Big Brother Brasil* » encore diffusé sur *Rede Globo*. Ces émissions auront un succès tel qu'elles feront même chuter l'audience à l'heure où l'audimat est à son paroxysme concernant les telenovelas. Bien que la *Rede Globo* détienne le monopole des audiences, la *Rede TV* va en 2007, grâce à un *marketing* massif, se positionner juste derrière la *TV Globo*. Alors qu'à la même année la télévision digitale ou numérique entre en scène, la *TV Brasil* fait son apparition sur le petit écran : c'est la première chaîne de télévision publique lancée par le gouvernement fédéral.



Téléviseur des années 2000.

1.2 POPULARITE.

La petite boîte à images est devenue en quelques décennies l'appareil incontournable de tous les foyers brésiliens et européens. D'une popularité grandissante, elle gagne même l'intérêt des Amérindiens de l'Amazonie. Encore à ses débuts, nul ne pouvait imaginer et espérer un tel essor de ce système de transmission d'images.

1.2.1 Construction identitaire :

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

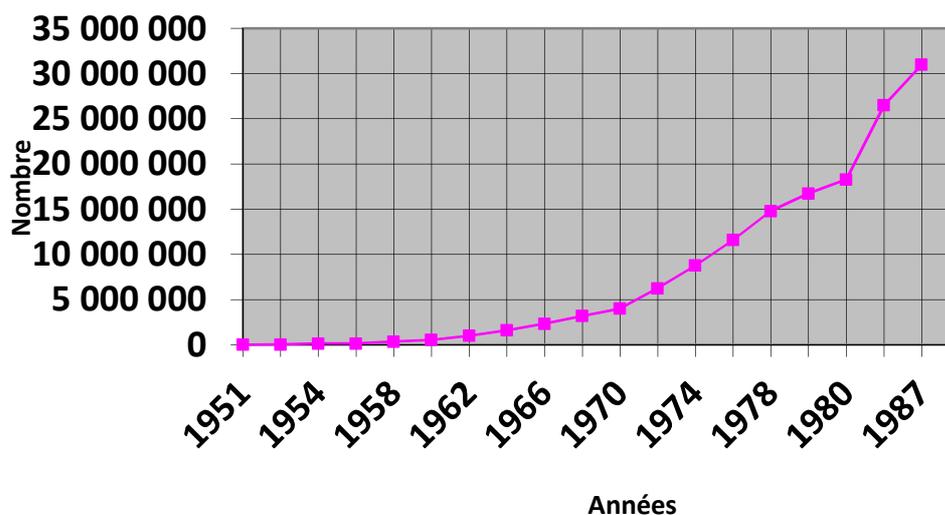
L'objectif premier de chaque *Rede*, ou *Network*, était en premier lieu de prendre possession de la plus grande partie du territoire brésilien. En effet, chaque *Rede* va s'installer dans plusieurs villes afin de pouvoir toucher un maximum de téléspectateurs. Dans un but de démocratisation de l'objet audiovisuel encore peu accessible par l'ensemble de la population de par son coût et sa nouveauté, c'est Assis Chateaubriand qui va installer quelques postes de télévisions à des endroits stratégiques de certaines villes, favorisant ainsi l'utilisation et la connaissance de cet objet nouveau. Bien que cet outil soit présent principalement dans la région Sud-Est du Brésil dans les premières décennies, il va se répandre de façon modérée puis va bondir dès les années 70⁸ pour atteindre son apogée vers la fin des années 80.

D'abord réservées à l'élite brésilienne, les programmations sont adaptées au public en question en offrant par manque d'investissements des émissions d'importations. Puis, ce public va s'élargir de façon paradoxale grâce à la période politique des années 1960, le régime militaire. En effet, ce dernier dans un intérêt politique et social d'identité nationale et dans la crainte d'une dispersion des diversités culturelles va utiliser la télévision pour étendre ses idées et sa vision au peuple brésilien, en « homogénéisant et uniformisant cette culture brésilienne⁹ ». Il agira de manière financière en aidant les foyers à investir dans l'achat de cet objet moderne, pouvant ainsi fédérer au mieux les Brésiliens autour du gouvernement militaire.

⁸ Graphique réalisé à partir des données de <http://tudosobretv.com.br>

⁹ Citation de l'ancien ministre de la culture Juca Ferreira dans l'interview réalisée par Lucia Rodrigues le 30 avril 2010 consultable en ligne : <http://www.cultura.gov.br/site/2010/04/30>

Evolution du nombre de téléviseurs.



Par ailleurs, la *Rede Globo* sera en étroite collaboration avec l'État, tout en restant une chaîne privée. Le régime militaire de 1964 va aussi fortement encourager la production nationale, laissant ainsi au fil des années moins de place pour les importations des programmes et proposant des émissions variées pour ce public brésilien en évolution. Cependant, le gouvernement militaire appliquera une politique de censure réduite en 1985 par l'intervention de l'État démocratique qui va propulser d'une nouvelle manière la télévision brésilienne grâce à l'exportation de ses émissions, principalement des séries, vers des pays étrangers.

Quant aux chaînes de télévision, les plus regardées sont : *Rede Globo*, *Rede Tv*, *SBT*, *Rede Record* et *Rede Bandeirante*. Derrière la *Rede Globo* chacune d'entre elle tentera de garder une place importante en jouant des coudes avec ses concurrentes. Les émissions proposées varient selon les chaînes mais nous observons la durée de vie des programmes qui peuvent dépasser une quinzaine d'années, ce qui montre la fidélité du public et la place qu'elles occupent dans la vie quotidienne des Brésiliens.

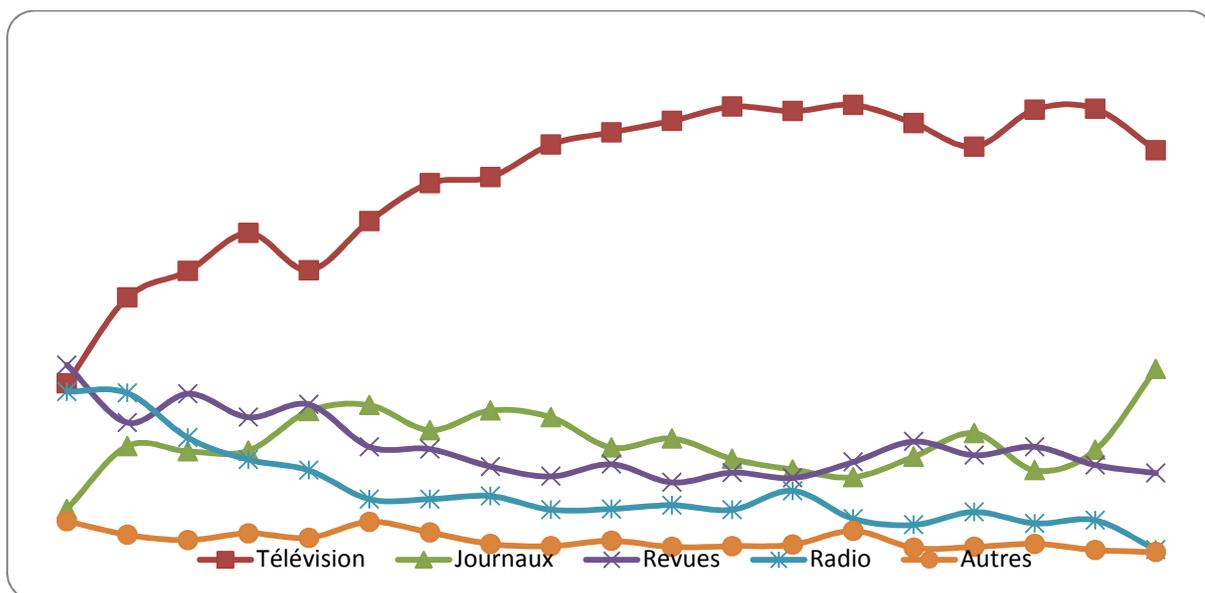
En plus de ces émissions avec lesquelles les jeunes Brésiliens grandissent, nous remarquons également la fidélité des animateurs ou présentateurs ; en effet, ces derniers restent fidèles à leurs émissions tout en innovant chaque jour. Nous pouvons citer l'exemple de Silvio Santos de la *SBT*, personnage très présent depuis les débuts de la télévision au Brésil et qui est toujours resté sur le même style de programme côtoyant ainsi la classe ouvrière qui représente une grande part d'audience. Ana Maria Braga avec son émission matinale ou encore Faustão présent tous les

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

dimanches après-midi et qui fait partie intégrante du repos dominical des Brésiliens en proposant un programme varié et pour tous les âges.

Cette innovation ne peut se faire sans le public qui s'implique volontiers dans la préparation de ses émissions. Le public n'est plus seulement qu'un simple spectateur mais il devient acteur dans son émission préférée en donnant son point de vue, ses attentes et ses envies. D'ailleurs ce public présent sur les plateaux vient de tout le pays et est de toutes les classes sociales, ce qui peut prétendre à la cohésion sociale identitaire dans un pays en plein développement. C'est ce même public qui va faire de la télévision le véhicule médiatique le plus utilisé et le plus regardé.

Sur une période de trente années, nous notons l'aisance dont dispose la télévision parmi les autres médias. Les revues qui jusqu'alors représentaient le média le plus utilisé avec la radio, vont vite laisser place à la télévision qui détient une courbe ascendante et qui ne se juxtapose à côté d'aucun autre média. Alors que la radio va au fil des années perdre de son rayonnement, les journaux toucheront un large public (juste après la fin du régime militaire du pays) laissant une petite distance aux radios et aux revues. Le graphique¹⁰ illustre également la difficulté des autres médias¹¹ à rester proche du peuple brésilien.



Évolution des différents médias au Brésil.

¹⁰ Graphique réalisé à partir des données de Distribuição Verba de mídia por veículo en pourcentage et par type de média.

¹¹ Autres médias non explicités par les données de Distribuição de Mídia por Veículo.

1.2.2 Rayonnement par la *telenovela* :

Ce sont essentiellement les *telenovelas* qui vont faire du petit écran l'objet de convoitise du peuple brésilien, en effet, tout commence par la première *telenovela* intitulée « *Sua vida me pertence* » apparue en 1951 qui va susciter l'intérêt des téléspectateurs incitant alors la réalisation interminable de nouveaux feuilletons télévisés alliant une fiction nationale toujours un peu plus poussée.

La *telenovela* ne se limite plus aux histoires à l'eau de rose, elle propose une fiction toujours un peu plus variée et allie aussi bien l'humour, l'amour que la musique et la mode ainsi que les thèmes d'actualité de sensibilisations sociales et sanitaires. De plus, ces *telenovelas* seront une alternative aux importations des programmes étrangers, provoquant alors la réalisation intense des feuilletons et l'exportation de ces derniers vers l'Europe ou ailleurs.

Tout a commencé avec la *telenovela Isaura*¹², dans les débuts des années 71 ; cette série sera diffusée dans plus de 80 pays. C'est ainsi que le Brésil ouvre bien des portes et poursuit une série d'exportation. La plus récemment diffusée sur les écrans français et la plus regardée est actuellement *Caminho das Indias*¹³, ou plutôt *India, a love Story*, qui a reçu en 2009 le prix de la meilleure série.

Dans cette liste¹⁴ des *telenovelas* brésiliennes diffusées dans des pays francophones, nous pouvons en dénombrer plus d'une vingtaine, sachant que la liste n'a pas encore été actualisée car la *telenovela* en cours sur le petit écran *India A Love Story* plus connu sous le nom de *Caminho das Indias* au Brésil ne figure pas encore sur cette liste, ainsi que la prochaine novela qui sera diffusée mi-juin *Viver a Vida*.

LISTE DES NOVELAS DIFFUSÉES EN France

- *La Beauté du diable* (*Anjo Mau*)
- *Le Cercle de feu* (*Roda de Fogo*)
- *Cœur de diamant* (*Brilhante*)

¹² Série mettant en scène l'histoire d'une esclave noire qui est l'actrice principale.

¹³ Série mettant en scène les cultures et traditions de l'Inde mêlées au mode de vie brésilien.

¹⁴ Liste émise par <http://fr.wikipedia.org/>

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

- *Au Cœur du Péché* (*Da Cor Do Pecado*)
- *Dancin' Days*
- *Danse avec moi* (*Baila Comigo*)
- *Dona Beija*
- *Le Droit d'aimer* (*Direito de Amar*)
- *Femmes de sable* (*Mulheres de Areia*)
- *Helena* (*Felicidade*)
- *Isaura* (*Escrava Isaura*)
- *Mademoiselle* (*Sinhá Moça*)
- *La Préférée* (*A Sucessora*)
- *Le roman de la vie* (*Paginas da Vida*)
- *Secrets de famille* (*Laços de Família*)
- *Sublime mensonge* ou *Destinées* ou *Tout pour l'amour* (*Por Amor*)
- *Terra Nostra*
- *Tour de Babel* (*Torre de Babel*)
- *Une histoire d'amour* (*História de Amor*)
- *Virgínia* (*Ciranda de Pedra*)

En plus des *telenovelas* en séries, les micro-séries victimes de leur succès vont devoir sur les chaînes brésiliennes proposer sans cesse de nouvelles séries les unes toujours plus originales que les autres. Il n'y a pas que les histoires d'amour qui rassemble la petite famille devant le téléviseur, de grands moments de joie nationaux vont unir tout un peuple devant le même objet et dans le même objectif.

Les grands événements tels que les compétitions mondiales auxquelles participent la sélection brésilienne, les élections démocratiques, le carnaval, le premier homme sur la lune ; tout cela va engendrer une communion du peuple brésilien devant la télévision la rendant davantage populaire et accessible. D'ailleurs, la coupe du monde de la Fifa en 1970 va provoquer une constante augmentation des ventes de téléviseurs, ce qui prouve définitivement la place dominante qu'ils occupent dans la société.

1.3 MODERNITE

1.3.1 Tout en couleur :

Alors que le Brésil a toujours quelques années de retard en termes d'innovation audiovisuelle, il arrive toujours à acquérir et à s'adapter à ses nouvelles fonctionnalités. En effet, la télévision arrive dès 1931 en France, le Brésil devra attendre 1950, soit près de 20 ans après. Pour ce qui est de ses premières couleurs déjà fonctionnelles en 1967 en France, le Brésil, lui ne sera équipé qu'en 1972, soit 5 années plus tard. L'attente pour la télévision numérique, présente en France depuis 2005, est réduite car le Brésil inaugure officiellement la sienne dès 2007 soit deux années plus tard.

La télévision en couleur représentait déjà une avancée considérable dans sa technologie, l'évolution du téléviseur ne cesse de lui donner de la grandeur et de la finesse, mais la télévision numérique est, 70 ans après son invention, un succès relevant tous les défis. Ce système de diffusion numérique de la télévision *via* un réseau d'émetteurs terrestres va permettre aux chaînes de télévisions par la numérisation et la compression de données, de réduire les coûts de diffusion par chaîne et par conséquent, multiplier ses offres.

1.3.2 De l'analogique au numérique :

Le Brésil choisit donc la transmission *digital*¹⁵ non seulement pour des raisons financières mais aussi pour la qualité d'image et de son qu'elle propose. Basée sur le système et le modèle japonais, le Brésil crée le ISDB-TB¹⁶, un système de Tv Digital unique au monde et incompatible avec celui des Japonais. Inaugurée le 2 décembre 2007 à São Paulo par le Président Lula, cette innovation n'aura pas de coût pour le téléspectateur¹⁷ car elle se présente sous forme de système ouvert, libre et gratuit. Ainsi, la transmission par ce système permet une transmission de qualité et de haute définition, en temps réel sur d'autres outils de télécommunication tels que les téléphones ou ordinateurs portables.

¹⁵ Au Brésil la télévision numérique est définie comme a TV DIGITAL

¹⁶ ISBTB-TB: *Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial*

¹⁷ Selon le SITE OFICIEL DE LA TELEVISION DIGITALE AU BRESIL: <http://www.dtv.org.br/>

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

À partir des deux cartes¹⁸ suivantes, nous observons la répartition de l'utilisation du système ISDB-TB en Amérique Latine, ainsi que les régions du Brésil déjà équipées par ce nouveau système. Une fois de plus comme à ses débuts avec l'apparition de la télévision, la télévision numérique est déjà fortement présente dans le sud-est du pays, offrant une panoplie de chaînes à ses téléspectateurs, alors que dans la région Nord et centre-ouest elle se fait déjà plus rare voire absente. L'équipement et l'installation de ce nouveau système dans un si vaste pays requiert un temps nécessaire d'adaptation ainsi qu'une étape préalable basée sur l'information et la communication pour transmettre au mieux ce nouvel outil à ses utilisateurs. La carte B montre clairement l'impact et l'intérêt que porte l'Amérique Latine à cette toute nouvelle télévision en adoptant ce système modifié par le Brésil. De tous les pays de l'Amérique du Sud, seuls quatre n'ont pas adopté ce système qui s'étend d'ailleurs jusqu'aux Philippines et au Japon.

Pour ce qui est de la programmation des installations de la *televisão digital* dans le reste du Brésil, il est prévu qu'en 2013 tout le territoire soit équipé par ce nouveau mode de transmission et qu'en 2016 la transmission par signaux analogiques cède totalement sa place au numérique et ainsi disparaître définitivement.

Selon le *Pantanal News*¹⁹, près de 46% de la population brésilienne, s'est déjà dotée de cette nouvelle télévision (soit 87.7 millions de personnes et 480 villes) ce qui semble lui donner un nouveau souffle puisque ces dernières années, avec l'utilisation massive du réseau Internet et des téléphones portables, l'audience du petit écran semblait être réellement menacée étant donné une constatation d'une baisse de téléspectateurs, principalement de jeunes qui portent de moins en moins d'intérêt à la télévision, lui préférant le portable dernier cri ou encore les jeux vidéos. C'est la raison pour laquelle la télévision numérique s'allie étroitement avec les *notebook*, portables et réseau internet afin d'étendre le plus largement possible ses atouts de transmissions de haute définition et de grande qualité. Par ailleurs, ils envisageraient même de se servir du *Smartphone*²⁰ comme télécommande de la télévision digitale.

¹⁸ Cartes réalisées par le Site Officiel de la télévision numérique du Brésil.<http://www.dtv.org.br/> SITE OFICIAL DA TELEVISAO DIGITAL NO BRASIL

¹⁹ Pantanal News : article du 20/04/2011 : [TV digital chega a 46% da população brasileira segundo a Anatel](#) :: | :: [Fonte: Grupos do Google] ACCESS Announces NetFront™ Browser Ginga Edition for Growing Brazilian Mobile TV Market

²⁰ Fonte: Farol Comunitário : [TV Digital: Programas buscam capacitar programação e difundir conteúdos interativos](#) Dilma e Mujica assinam acordos de energia e TV



Carte A²¹



Carte B²²

²¹ Carte représentant l'utilisation du système ISDB-TB par les pays de l'Amérique Latine.

²² Carte représentant les Etats et les villes qui disposent de la télévision *digitale*.



Cartogramme de l'installation de la *televisão digital* au Brésil²³.

Les principales chaînes telles que : Rede Globo, SBT, Rede Bandeirante, Rede Record, Rede Tv mais aussi, Tv Brasil, Tv Bahia, Tv câmara émettent déjà en HD et en numérique.

²³ Source : <http://www.dtv.org.br/> SITE OFICIAL DA TELEVISAO DIGITAL NO BRASIL

PARTIE 2

L'ANTENNE PARABOLIQUE BRÉSILIENNE EN GUYANE

1.1 Technologie, Commercialisation et
Installation

1.2 Chaînes et programmes

1.3 La télévision française

L'antenne parabolique est le moyen le plus utilisé par les Brésiliens pour regarder la télévision au Brésil. La télévision dite câblée, n'est pas accessible à tous étant donné le coût que cela représente mensuellement. Le Nord du Brésil n'utilisant pas réellement le numérique, la réception d'image se fait encore sous forme analogique. Pour mieux comprendre l'antenne parabolique il est important de maîtriser quelques points essentiels à son fonctionnement, les différentes chaînes qui composent cette télévision ainsi que sa programmation. Nous détaillerons également la relation développée par les Brésiliens de Guyane avec la télévision en passant aussi bien par le satellite que par le système analogique qui vit ses derniers jours.

C'est dans ce chapitre que débutera le développement des résultats des données recueillies lors de l'enquête menée dans les différents quartiers. D'abord plusieurs quartiers ont été ciblés, ils étaient tous habités essentiellement par la communauté brésilienne :

- *A Matinha*²⁴ situé aux abords du centre ville de Cayenne.
- La cité Arc-en-ciel²⁵ à Rémire.
- Le quartier populaire de Balata²⁶ situé à Matoury.
- Quelques habitants de Cogneau-Lamirande et d'Atila Cabassou.

Puis, pour chacun de ces quartiers, une vingtaine de familles a été interrogée ce qui fait un total exact de 82 personnes, chiffre à partir duquel seront établis différentes statistiques représentées par des graphiques. Ces familles étaient pour la plupart issues de milieu modeste, certains foyers étaient très défavorisés, et d'autres très aisés. L'entrée et l'accueil s'est fait à l'aide de mes élèves du Lycée Léon Gontran Damas, qui connaissent et côtoient quotidiennement ces lieux, ce qui a rendu mon enquête plus facile. Les familles nous ont donc accueilli ouvertement et n'ont pas démontré de désintérêt pour le sujet mais plutôt la fierté d'être les acteurs principaux d'une enquête.

²⁴ Nom donné à ce quartier par ses propres habitants, ce quartier se situe non loin du Village Chinois à Cayenne.

²⁵ Plus connu sous le nom de la BP.134

²⁶ Quartiers où résident plus de Brésiliens que de Haïtiens, de Guyaniens, de Créoles guyanais.

2.1 TECHNOLOGIE, COMMERCIALISATION ET INSTALLATION

2.2.1 Technicité :

L'antenne parabolique, appelé plus communément parabole par le grand public, est une antenne qualifiée d'universelle car elle peut en théorie fonctionner sur n'importe quelle fréquence. Utilisée pour la réception de signaux radios et télévisuels, ces derniers sont transmis uniquement par satellite.

Ces signaux venus de l'espace et qui arrivent de toutes les directions sont dirigés au centre de l'antenne à l'endroit où se situe le capteur, qui lui, va à son tour réunir ces signaux sur un seul et unique point afin d'obtenir une réception correcte. Puis, un circuit électrique va codifier ces signaux et contrôler la fréquence grâce à un décodeur de télévision. La forme géométrique de l'antenne est appelée paraboloïde de révolution²⁷, sa forme courbée permet de concentrer les ondes émises vers son foyer.

Les antennes paraboliques de petit diamètre sont fabriquées en tôle emboutie (acier ou aluminium). Pour les antennes de grand diamètre, les plus achetées, elles sont réalisées en grillage, ce qui a pour effet de diminuer la prise au vent. Elles sont presque toujours utilisées aussi bien sur le littoral du Brésil que dans l'intérieur du pays, d'une part parce que la qualité des chaînes reçues par satellite est bien meilleure mais aussi parce que le nombre de chaînes proposées est considérablement supérieur. En effet, elle peut atteindre une centaine de chaînes²⁸.

En règle générale, aucun abonnement payant n'est nécessaire pour pouvoir bénéficier de toutes ces chaînes, il suffit pour cela d'acheter un kit complet comprenant : l'antenne parabolique complète, le décodeur (digital ou analogique) et les câbles de connexion. Cette facilité d'accès à la télévision par la parabole permet à tous les brésiliens quelque soit leur point géographique sur ce si vaste pays, d'avoir une transmission audiovisuelle de qualité et de

²⁷ En mathématiques, un **paraboloïde** est une surface du second degré de l'espace euclidien. Il fait donc partie des quadriques, avec pour caractéristique principale de ne pas posséder de centre de symétrie. (Le Petit Robert).

²⁸ D'après la source suivante : http://pt.wikipedia.org/wiki/Antena_parab%C3%B3lica

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

ne pas être coupé du monde. Elle s'étend même un peu plus loin que le Brésil, allant jusqu'en Guyane et au Surinam. Au-delà de cette limite spatiale qui est celui du bassin amazonien, un abonnement est nécessaire, c'est le cas pour les Brésiliens résidant en Europe ou sur un autre continent que celui de l'Amérique du Sud.

Rares sont les Brésiliens qui ne possèdent pas de télévision, devenu l'outil indispensable de tous les foyers et de toutes les classes sociales, les magasins d'antennes paraboliques se trouvent facilement dans toutes les villes du Brésil. Les commerçants en vendent de toutes les tailles et de toutes les marques. Construites uniquement au Brésil, la vente d'antennes paraboliques constitue un marché non négligeable.

2.2.2 Commercialisation :

Les Brésiliens qui quittent le Brésil pour des pays limitrophes tels que la Guyane ou le Surinam, font rapidement l'acquisition d'une antenne parabolique. Elle se fait de deux façons : un Brésilien qui s'installe en Guyane peut acheter cette antenne à Oiapoque²⁹, où alors dans un commerce de meubles et d'électroménager de la place de Cayenne. La première possibilité est la plus courante, en effet il existe dans la petite ville d'Oiapoque, des magasins d'antennes paraboliques qui sont le plus souvent achetées par des Brésiliens vivant en Guyane plutôt que les Brésiliens d'Oiapoque qui sont certainement déjà bien équipés.

Le prix varie selon la taille de l'antenne parabolique choisie. Elle peut aller de 100 Reais pour une toute petite antenne, à 400 Reais(Rs) pour celle de taille supérieure. Le plus souvent les Brésiliens achètent l'antenne parabolique coûtant entre 200 et 400 Rs. Le prix le plus courant est d'environ 280 Reais, le diamètre de la parabole à ce prix est d'un mètre cinquante. Pour le paiement, au Brésil, les commerçants ont une politique d'aide à la consommation en mensualisant les frais, ou tout simplement en offrant des privilèges tels que des paiements en 3 ou 5 fois par exemple.

²⁹ Ville du Brésil située au nord de l'Amapá, en face de St-George de l'Oyapoque.



Antena Parabólica 1,50 Mts + LNBF R\$ 279³⁰,
Monoponto + Receptor VT1000 Plus Visiontec

En Guyane, l'achat d'une antenne parabolique brésilienne ne pouvait se faire que dans un seul commerce *Mégabriel* : un magasin de meubles et d'électroménagers. Depuis le début des années 2000, seul ce magasin pouvait offrir aux clients la possibilité d'acheter sur place leur parabole. Importée de São Paulo, depuis un an, sa commercialisation a cessé pour des raisons de délais d'acheminement et les nouvelles contraintes d'importations obligeant les commerçants à importer au moins un container de paraboles à chaque commande.

La demande était importante, en moyenne une dizaine de paraboles étaient vendues par mois, ce qui représentait en un an une centaine de paraboles. Le montant était assez élevé, environ 400 euros, pour une antenne complète d'un diamètre d'un mètre cinquante, le décodeur et la télécommande. Les facilités de paiement sont limitées à une possibilité de facturation en deux fois. Les clients étaient tous des Brésiliens avec parfois, et très rarement, des Créoles Guyanais qui décidaient de posséder la parabole brésilienne dans le but d'apprendre la langue portugaise.

Depuis les difficultés et l'arrêt de l'approvisionnement des paraboles brésiennes de São Paulo à Cayenne, les Brésiliens résidant en Guyane s'approvisionnent eux-mêmes à Oiapoque au Brésil, ville frontalière avec Saint-Georges de l'Oyapock à l'est de la Guyane. Vu leurs déplacements réguliers d'une ville à une autre pour des raisons familiales, administratives ou encore commerciales, les brésiliens n'hésitent pas à se déplacer dans le seul but d'acheter leur parabole.

³⁰ Prix indiqué par le site : <http://www.agressive.com.br/Eletronicos/Equipamentos-de-TV/>



A La Matinha comme partout ailleurs, ces antennes paraboliques permettent de capter une trentaine de chaînes brésiliennes (GA)

Dans l'enquête menée auprès des brésiliens résidant en Guyane, l'hypothèse d'un commerce illégal ou d'un trafic de parabole entre le Brésil et la Guyane serait totalement nulle. Les Brésiliens en achètent selon leur besoin et leur déplacement vers le Brésil. Au Surinam cependant, une taxe à l'aéroport international est demandée lorsqu'ils emmènent leur parabole, ceci n'altère en rien leurs habitudes car cette taxe ne représente environ qu'un tiers du prix total de la parabole. Sur cent foyers situés dans différents quartier dits : « Brésiliens » ou à forte dominance brésilienne :

→ Seul un foyer s'est approvisionné sur place, tous les autres foyers se sont approvisionnés directement au Brésil.

→ Seuls 5 d'entre eux ne possèdent pas de parabole brésilienne pour les raisons suivantes :

- 1 n'en voit pas l'utilité ni l'intérêt.
- 1 n'en a volontairement pas acheté dans le but d'apprendre le français avec la télévision française.
- 3 ne l'ont pas uniquement par manque de moyen financier et ou par l'absence du réseau électrique.

2.2.3 Installation :

Pour ce qui est de l'installation de la parabole, le commercial de l'unique magasin qui proposait ce produit, précise que contrairement aux paraboles françaises, l'installation de la parabole brésilienne n'était pas prise en compte lors de son achat et qu'il n'existe aucun technicien spécialisé, proposé par le magasin ou une autre société pour en faire l'installation. Cette particularité n'est pas une d'inquiétude pour les brésiliens qui sont tous capables avec le « *jeitinho brasileiro*³¹ » de procéder eux-mêmes à l'installation de leurs antennes paraboliques sans avoir à dépenser plus d'argent.

Le commercial de la société de meubles rappelait que les brésiliens portaient une importance au choix de leur téléviseur, d'une part parce qu'il devait pouvoir offrir une image en couleur de leur télévision brésilienne, ce qui n'est pas possible avec toutes les marques de téléviseurs qui sont sur le marché ; et d'autre part ils n'hésitent pas à investir sur des modèles modernes qui peuvent représenter une somme importante. Les foyers ayant participé à l'enquête sont toutes des familles composées de un ou deux parents avec des enfants. 42% de ses familles possèdent un téléviseur, les 58% restant en possèdent plusieurs pouvant aller jusqu'à quatre.

Bien que la télévision soit un peu moins regardée depuis les avancées technologiques qui mettent en valeur d'autres outils de communication, tels que le téléphone et l'ordinateur portable, elle reste quand même dans une position tout à fait confortable et réussit à intéresser le peuple brésilien grâce aux programmes proposés.

2.2 CHAINES ET PROGRAMMES

La télévision *digitale* n'étant pas encore réellement opérationnelle au nord du Brésil dans la Région de l'Amapá et en Guyane, nous nous contenterons des chaînes proposées aux téléviseurs analogiques.

³¹ Expression désignant la débrouillardise brésilienne.

2.2.1 Les chaînes :

A partir de la liste³² des chaînes qui émettent vers les téléviseurs analogiques, la **plupart** sont facilement détectables par la parabole depuis la Guyane. Pour capter la totalité des chaînes, certains brésiliens y arrivent avec une antenne d'un diamètre bien supérieur à celui utilisé habituellement mais qui revient à un coût bien plus élevé, ce qui malheureusement reste inaccessible à bon nombre d'entre eux.

En somme, une vingtaine de chaînes offrent une image et un son de qualité, quant aux autres chaînes soit l'image transmise manque de clarté et le son est quasiment inaudible, ou alors, l'image grisaille complètement. Les raisons de ces quelques difficultés de transmissions de canaux ou d'images sont, selon les techniciens français³³ interrogés sur l'installation des antennes paraboliques, diverses et variées. Premièrement il pourrait s'agir uniquement de la taille de la parabole choisie, en effet, plus elle est grande et large mieux elle captera les canaux. La deuxième hypothèse émise par ces techniciens est le fait que la Guyane bien que située dans le bassin amazonien dépasse légèrement le champ des satellites émettant au Brésil. La dernière hypothèse est la façon dont est installée la parabole qui doit respecter une position bien précise et bien calculée du satellite dans l'espace.

Dans la liste des chaînes de la page suivante, certaines chaînes s'orientent vers un public averti, en effet la chaîne *Canal do Boi* par exemple se consacre à la vente du bétail dans les différentes régions du Brésil, cela peut paraître quelques peu atypique pour certains téléspectateurs étrangers. Une autre chaîne, déjà plus courante, se consacre uniquement à la religion, des prières, des messes, des chants sont diffusés à longueur de journée sur *TV Igreja Mundial*, ou encore les chaînes de téléachat de plus en plus courantes.

Les autres chaînes sont déjà plus communes, comme la *MTV*³⁴ Brasil qui est semblable à toutes les *MTV* dans le monde. La *TV Esporte Interativo* ne se consacre qu'au sport. Canal Rural est porté uniquement sur l'agriculture, et la *TV Câmara* est identique à la TV Sénat en France. Les autres chaînes, *TV Globo*, *SBT*, *Band*, *Record*... ; sont des chaînes proposant une programmation classique aux chaînes communes.

³² à la page 27, source : <http://www.brasilsatdigital.com.br/charts/charts.php?ir=c2>

³³ Techniciens opérant pour « Canal Satellite Caraïbes »

³⁴ Chaîne exclusivement musicale.



Logos des différentes chaînes de télévision au Brésil.

Liste des canaux émettant sur des téléviseurs analogiques.

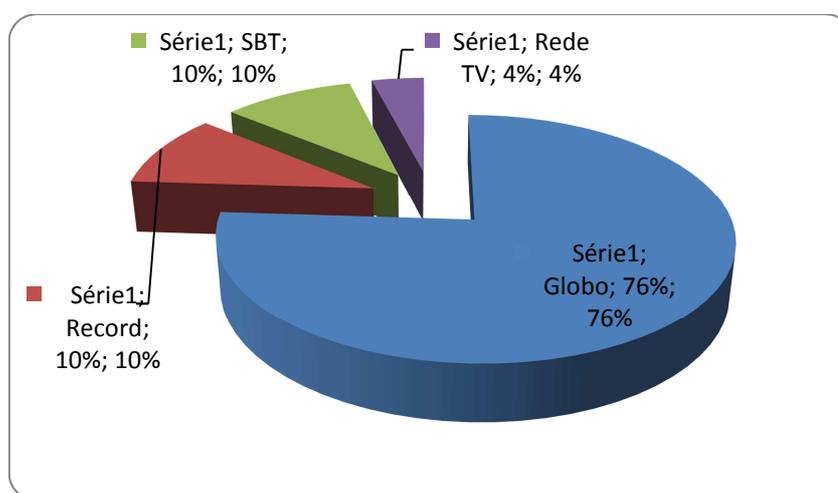
(Source : www.wikipédia.com)

<u>Globo</u> (Nacional)	<u>Terra Viva</u>	<u>Canal do Boi</u>	<u>RIT</u>
<u>SBT</u> (Nacional)	<u>Band</u> (Nacional)	<u>Rede Vida</u>	<u>TV Aparecida</u>
<u>TV Brasil</u>	<u>E-Paraná</u>	<u>Rede 21 + TV Igreja Mundial</u>	<u>NBR</u>
<u>TV Escola</u>	<u>Polishop TV</u>	<u>Via Embratel</u>	<u>Novo Canal</u>
<u>RedeTV!</u> (Nacional)	<u>Record</u> (Nacional)	<u>MTV Brasil</u>	<u>Canção Nova</u>
<u>TV Cultura</u> (Nacional)	<u>TV Câmara</u>	<u>Record News</u>	<u>Rede Gazeta</u> (Nacional)
<u>TV Século 21</u>	<u>Futura</u>	<u>Canal Rural</u>	<u>Shoptime</u>
<u>TV Esporte Interativo</u>	<u>Agro Canal</u>	<u>TV Senado</u>	

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

Tous ont définis leur chaîne de télévision préférée répartie de la façon suivante :

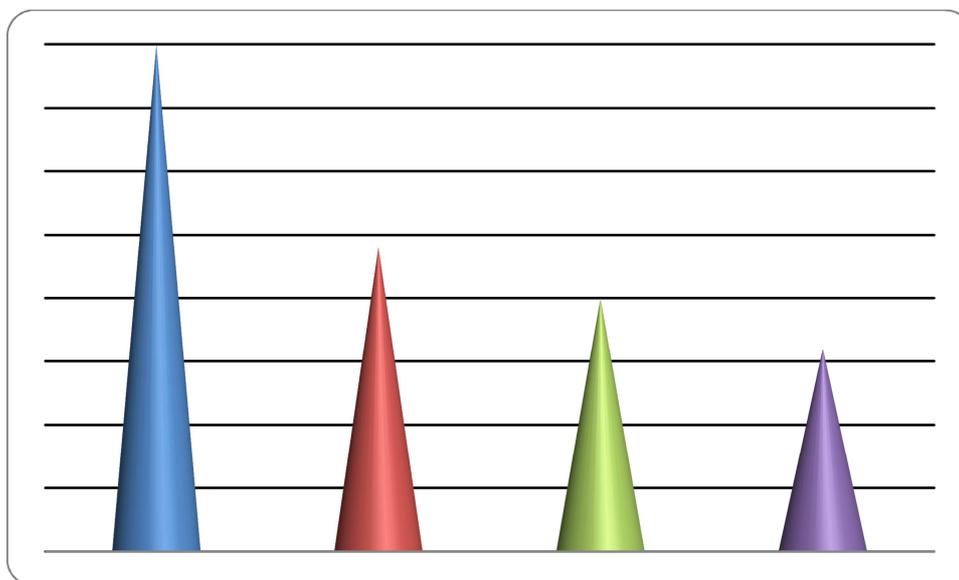
Nous constatons, sans grand étonnement, que la plupart des téléspectateurs se branchent principalement sur la chaîne nationale *Rede Globo*. Ceux qui ne la regardent pas systématiquement la positionnent au second rang. Ceci confirme la place prépondérante qu'occupe cette chaîne dans les audiences. La *TV Record* et la *SBT* se disputent la deuxième place suivie de la *Rede TV* qui transmet ses programmes en HD. S'agissant des autres chaînes à caractère spécifiques telles que les canaux religieux, commerciaux ou agricoles, elles semblent remporter très peu de succès auprès de la communauté brésilienne vivant en Guyane.



Chaînes les plus regardées par les brésiliens de Guyane

2.2.2 Les programmes :

Concernant les programmes les plus regardés par les membres des foyers interrogés, les réponses sont presque analogues, bien que les chaînes favorites ne soient pas les mêmes. Les programmes les plus regardés sur la Rede Globo et les autres chaînes suivent souvent le même ordre : le journal télévisé, puis les *telenovelas*, les émissions de divertissement et enfin le sport.



Programmes les plus regardés

❖ Les Journaux Télévisés

Les Journaux Télévisés occupent le premier rang, en effet pour les Brésiliens questionnés il est important pour eux de se tenir informé des événements dans leur pays natal. Le journal est diffusé le matin, à midi, le soir entre les *telenovelas* vers 18h et 20h, puis à minuit sur la plupart des chaînes. Posséder une antenne parabolique brésilienne sans se soucier de ce qui s'y passe dans le pays d'origine serait presque inconcevable surtout quand on connaît le lien qui existe entre eux.

❖ Les *telenovelas*

En deuxième lieu viennent les fameuses *telenovelas* dont les brésiliens raffolent, en début d'après-midi débute la première *telenovela* qui est généralement une ancienne *novela* déjà diffusée depuis quelques années mais qui par son succès bénéficie d'une rediffusion. A 17h, *Malhação* est le feuilleton réservé aux jeunes, puis deux autres *telenovelas* : rappelant une période de l'histoire pour la première et très portée sur l'humour pour la seconde, et enfin la *telenovela* de 20h, qui est la plus attendue de tous.

❖ Les divertissements

Les émissions de divertissement se placent à la troisième place, les plus citées sont : « *Big Brother Brasil* » (émission de télé-réalité), « *Sexo e Amor* » (émission ludique sur les relations

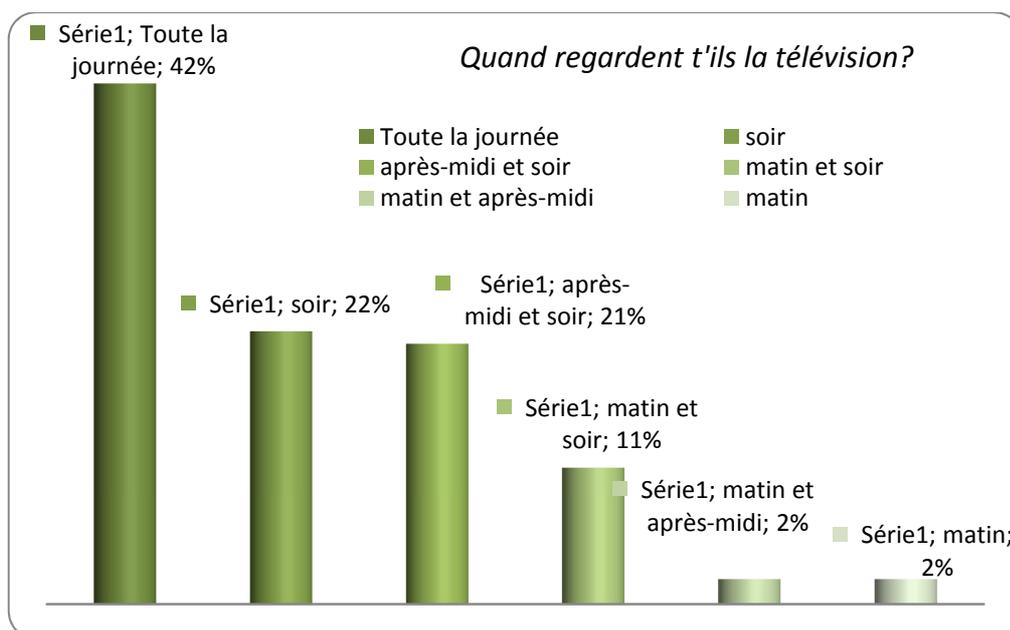
PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

amoureuses et sexuelles) ; « *Fantástico* » (émission d'informations à partir de reportages et de petits documentaires...)

❖ Le sport

Le sport est incontournable, les émissions sportives ou les matchs de football sont diffusés tous les mercredis soir, dimanche matin et après-midi. D'ailleurs, dès que la *Seleção*³⁵ *de futebol* rentre en jeu, les autres programmes prévus sont écourtés ou tout simplement annulés afin de laisser place au football brésilien.

Dans ces foyers la télévision est allumée tous les jours, pour près de la moitié d'entre eux, elle reste allumée toute la journée, beaucoup la regarde essentiellement le soir et en fin de journée ; les matinées sont beaucoup moins consacrées à la télévision sans doute à cause des activités professionnelles ou scolaires de chacun des membres de la famille.



En observant davantage ce graphique cylindrique, on peut considérer également que les soirées devant le petit écran sont quotidiennes et constituent presque un rituel. À partir de ce constat, nous pouvons déduire que le pic d'audience se situe à ce moment avec d'une part le *Jornal* et la

³⁵ Equipe nationale de football du Brésil.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

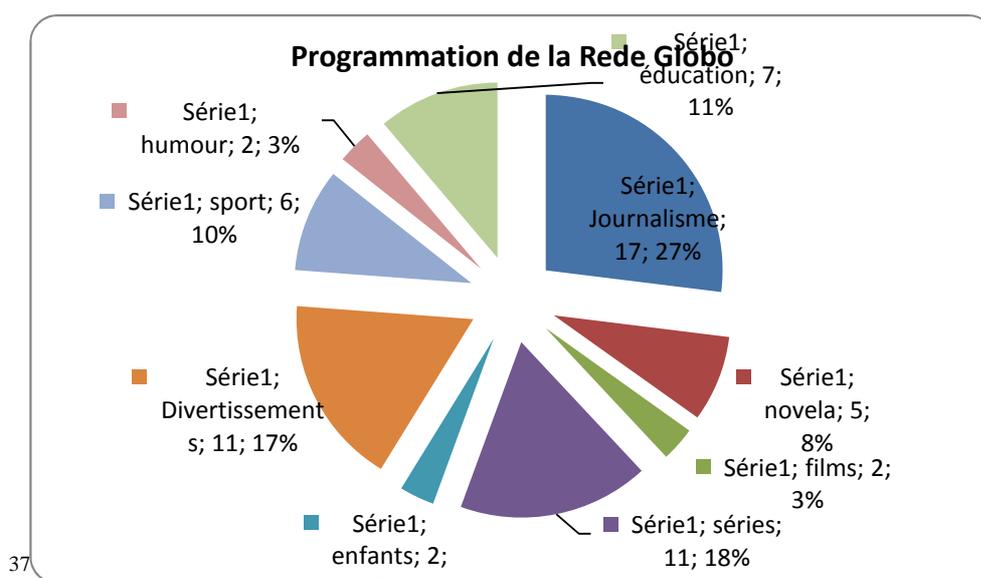
telenovela de 20h. En se rapportant au graphique de la page 28, les programmes les plus regardés le confirment. En effet, le journal est en première position lui-même suivi des *telenovelas*.

Ceci est aussi une conséquence de la programmation quotidienne de la télévision brésilienne qui s'est ancrée dans des habitudes précises dès ses toutes premières heures. En effet, le soir étant le moment où tous les Brésiliens sont réunis en famille après une longue journée de dur labeur, les chaînes ont établi un programme qui inciterait les téléspectateurs à faire monter l'audience. Depuis, le peuple Brésilien est resté fidèle à ses habitudes.

2.2.3 La programmation des chaînes les plus regardées :

Cependant toutes les chaînes ne présentent pas de programmations identiques et des intérêts communs pour le genre des programmes. Si à la *Rede Globo* les programmes d'informations dominent les journées, à la *SBT* ce sont les séries américaines qui monopolisent le petit écran alors que la *Record* est aussi bien portée sur les *Reality Show* que les émissions journalistiques. Quant aux *telenovelas*, elles sont toutes autant présentes sur ces trois chaînes et constituent entre 5 et 8 % de la programmation, malgré ce faible pourcentage, les *telenovelas* sont très bien suivies par ses téléspectateurs.

Les trois graphiques³⁶ suivants montrent avec précision les différents programmes proposés par les chaînes les plus regardées par les Brésiliens de Guyane.



³⁶ Graphiques réalisés à partir des sites officiels des 3 chaînes les plus regardées.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

La *Rede Globo* propose une programmation presque totalement de production locale. Il n'y a que les films, qui ne représentent que 3% de la programmation, qui ne sont pas de production brésilienne, ainsi que les programmes pour enfants tels que les dessins animés diffusés le matin pendant 1h30.

Généralement ces derniers sont plutôt d'origines américaines ou européennes. Tous les autres programmes sont exclusivement brésiliens, même les émissions humoristiques ou encore les séries qui d'ailleurs représentent un investissement important de la part de la chaîne depuis quelques années et qui sont devenues une nouvelle attraction pour ses téléspectateurs. Ses mini-séries ne durent juste que quelques semaines, elles ont une touche humoristique et jouissent d'un succès important. Des *telenovelas*, il y en a 5 par jour du lundi au samedi, aux mêmes horaires et durent environ entre 6 et 9 mois.

Pour ce qui est des programmes sportifs, tous les matins il y a une mise au point, le mercredi soir est consacré aux championnats brésiliens ou sud-américains de football et tous les dimanches matins et après-midi sont réservés au sport.

Les émissions dites éducatives sont diffusées très tôt le matin, entre 05h30 et 07h00, elles proposent des cours à des niveaux scolaires différents, allant de la filière professionnelle à la générale, s'appuyant sur des points précis du programme de l'éducation brésilienne.

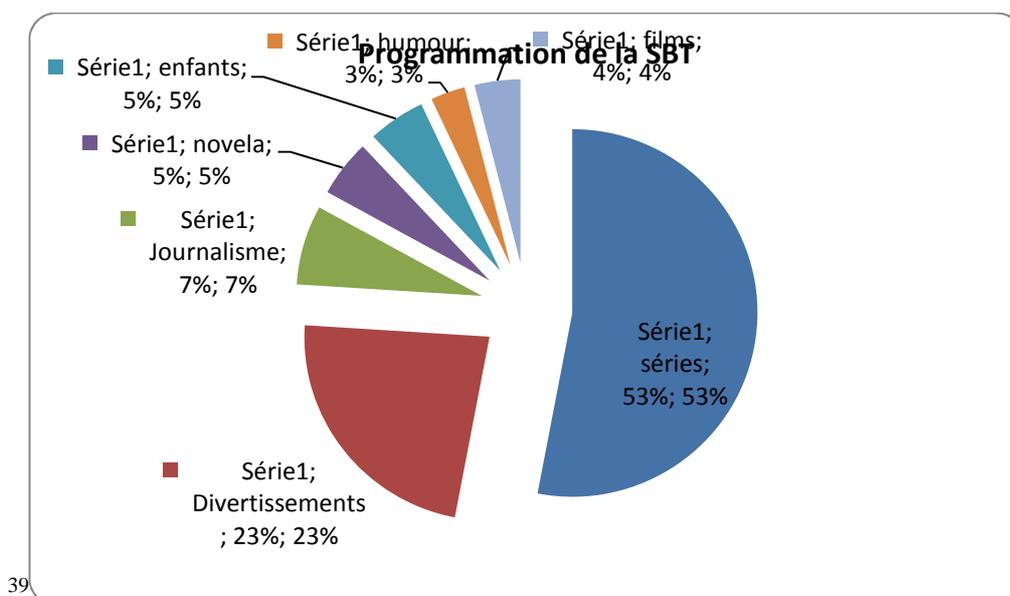
Les émissions de divertissement sont quotidiennes, variées et innovantes de sorte qu'elles continuent à attirer ses téléspectateurs le plus longtemps possible. Certaines sont épisodiques et n'apparaissent que pendant l'été telle que l'émission «*Sexo e Amor*³⁷», d'autres ont lieu tous les dimanches aux mêmes heures et durent depuis plus d'une quinzaine d'années comme *Domingão do Faustão*, ou encore *Mais você*.

Quant aux programmes journalistiques, elles sont au nombre de 17 et interviennent à tous les moments de la journée, elles peuvent se focaliser uniquement sur l'information quotidienne, s'orienter sur des points précis de l'actualité ou encore aborder des thèmes proposés par ses téléspectateurs.

³⁷ Graphique réalisé à partir des données de <http://redeglobo.globo.com/programacao.html>

³⁸ Emission définie à la page 31.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE



La programmation de la *SBT* se présente de façon bien différente. En effet, on constate que les séries constituent la part la plus importante de la programmation. Ces séries sont toutes étrangères, généralement américaines, 39 sont diffusées par semaine ce qui représente un nombre très important. Elles sont diffusées toute la journée durant.

Les émissions de divertissements sont bien plus nombreuses le dimanche que durant la semaine. Elles se succèdent en débutant l'après-midi et en s'achevant avec l'émission du célèbre Silvio Santos⁴⁰, qui dure plus de cinq heures d'affilées. Cette émission a pour vocation de rassembler toute la famille devant le petit écran afin de communiquer l'humour et la joie de vivre.

Les émissions de journalisme sont déjà moins cotées par cette chaîne, contrairement à sa concurrente *Rede Globo* elles ne monopolisent pas les journées et sont diffusées essentiellement le matin et le soir.

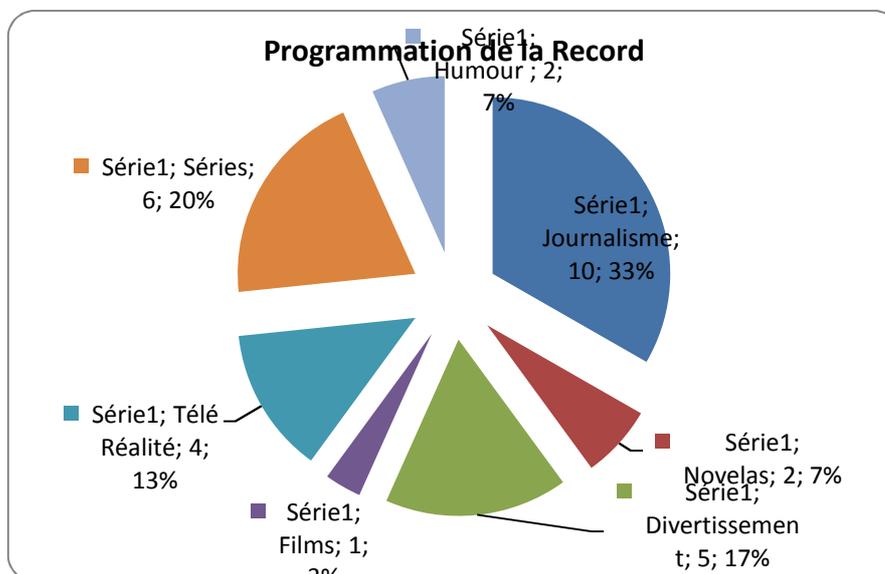
Quatre telenovelas sont proposées, elles sont diffusées en semaine en fin d'après-midi jusqu'en milieu de soirée, un peu dans le même ordre que sa concurrente *Rede Globo*. Les dessins animés apparaissent uniquement le matin pendant plus de 4 heures. Les films sont peu nombreux également et sont comme les séries et les dessins-animés d'origine étrangères.

³⁹ Graphique réalisé à partir des données de <http://www.sbt.com.br/home/>

⁴⁰ Décrit à la page 13 comme étant battant le record de la plus ancienne émission dans le Guinness Book.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

En additionnant les programmes étrangers, nous voyons bien qu'ils représentent largement plus de 60%⁴¹ de la programmation de la SBT. La production locale se concentre principalement dans des émissions de divertissements, de journalisme, d'humour et des novelas, soit 38% de sa programmation totale. .



La *Record* est une chaîne qui se différencie des autres par sa programmation qui est à la fois limitée et attrayante pour le public. En effet, les émissions journalistiques, et d'information monopolisent les matinées des téléspectateurs, elles laissent place aux séries l'après-midi pour revenir en début de soirée. Ces séries sont comme pour la chaîne *SBT*, toutes étrangères principalement de productions américaines : 6 sont diffusées quotidiennement.

Les émissions de divertissements et de télé-réalités ont toute leur place dans la programmation de la *Record*. En effet les émissions de divertissements sont au nombre de 5 et sont comme la *SBT* essentiellement programmées le dimanche, jour où la famille se réunit devant le petit écran.

La télé-réalité a un succès peu négligeable, basée sur le modèle américain avec des émissions de concours de chants, de danse, des défis aidant les personnes les plus nécessiteuses, mais aussi une émission semblable à « La Ferme », qui regroupe des personnalités populaires dans une ferme appelée : *A fazenda*. Quatre émissions de télé-réalités se succèdent durant l'année et sont reconduites à la même période les années suivantes. La *Record* n'investit que dans deux

⁴¹ Série : 53% + Enfant : 5% + films : 4% = 62%

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

telenovelas diffusées pour la première en fin d'après-midi et la deuxième après le journal de 20h. Les films sont également au nombre de deux et sont de production américaine, alors que l'humour locale est au rendez-vous tous les soirs vers 23h00.

Les trois chaînes les plus regardées par les Brésiliens de Guyane montrent bien ses différences les unes par rapport aux autres. En effet, la *Rede Globo* s'efforce de proposer une programmation essentiellement de production brésilienne, alors que les émissions étrangères monopolisent la *SBT* dans bien plus de la moitié de sa programmation, la *Record* quant à elle calque quelque peu ses émissions sur celles des américains et tente de les reproduire à la "brésilienne", laissant aux étrangers 23%⁴² de sa programmation.

2.3 LA TELEVISION FRANÇAISE

2.3.1 Les chaînes :

En Guyane, la télévision française continue d'être transmise sous forme analogique jusqu'à la fin de l'année 2011. D'ici là, les utilisateurs devront s'adapter à la TNT⁴³ et auront le choix entre : acheter le décodeur TNT ou alors la parabole française avec l'abonnement payant à la télévision par Satellite. Dans les deux cas, la méthode classique qui consistait à se brancher avec une petite antenne d'intérieur pour avoir accès plus facilement aux chaînes françaises ne sera plus possible vu l'évolution technologique de la télévision.

Cependant cette nouvelle technologie offre un avantage, celui de l'augmentation des chaînes. En effet, il n'existait avant l'arrivée de la TNT que deux chaînes : RFO Guyane et Tempo. Une chaîne locale, KKC puis devenue ACG, a définitivement cessé d'émettre depuis quelques années appauvrissant le choix des téléspectateurs. Ceux qui décident d'acheter le décodeur de la télévision numérique pour une somme approximative de 80€, font un seul investissement, aucun abonnement n'est nécessaire cependant, le nombre de chaînes est limité au nombre de huit, dont voici les noms :

France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, France 24, Arte et Télé Guyane

⁴² Séries : 20% + Films : 3% = 23% de programmation étrangère pour la Record.

⁴³ Télévision Numérique Terrestre

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

S'agissant de la télévision satellite, l'offre diffère sur bon nombre de points. Premièrement elle nécessite l'achat d'une parabole spécifique et d'un abonnement mensuel d'une durée minimale d'un an. Le choix des chaînes est largement supérieur à celui de la TNT et elle comprend :

✚ 7 chaînes de cinéma : 

✚ 6 chaînes de sport : 

✚ 6 chaînes pour la jeunesse : 

✚ 6 chaînes de découvertes : 

✚ 10 chaînes de divertissements : 

✚ 15 chaînes généralistes et locales : 

✚ 4 chaînes de musique : 

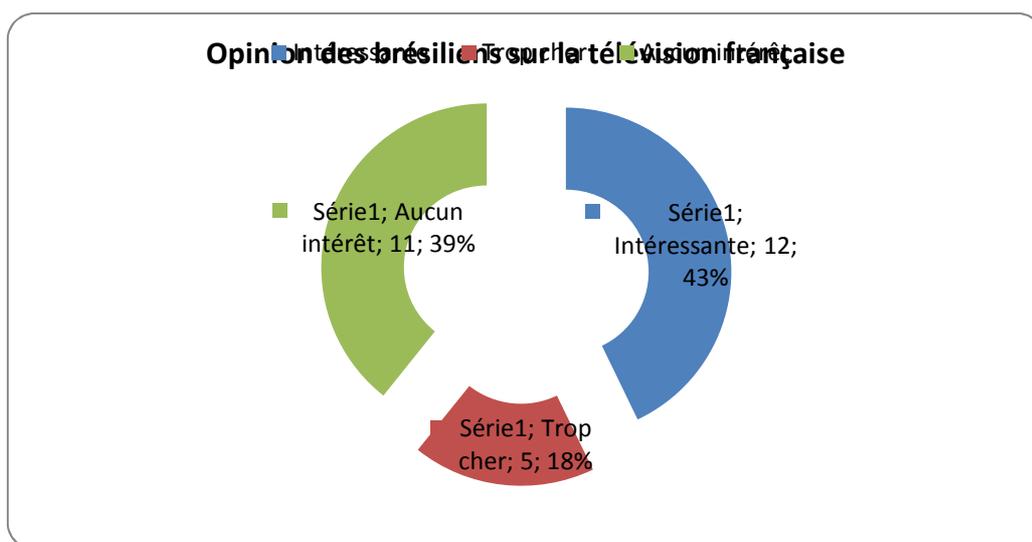
✚ 7 chaînes d'informations : 

✚ 4 chaînes de charme : 

Elles représentent un total de 65 chaînes, qui selon les commerciaux des différents points de vente de paraboles françaises, sont très peu côtoyées par le public brésilien. En effet, les principaux abonnés ne sont pas des personnes d'origines brésiliennes car celles-ci s'intéressent très peu à la télévision française.

2.3.2 Vision de la communauté brésilienne :

Parmi tous les ménages interrogés, 56% d'entre eux ont décidé de ne pas choisir l'antenne parabolique française, les 44% restant n'ont pas hésité à se l'approprier. Les brésiliens qui ont choisi la télévision française possèdent tous la parabole brésilienne. La télévision française apparaît alors comme un complément du fait de la région dans laquelle ils se situent.



Les raisons de ce choix sont détaillées comme suit :

- La programmation : le choix des chaînes et des programmations sont variés et attirent les téléspectateurs Brésiliens. Il s'intéressent beaucoup aux journaux télévisés de la chaîne locale, il est pour eux tout à fait normal de s'intéresser aux actualités diffusées par Guyane 1^{ère}. Les feuilletons télévisés leurs sont aussi d'un grand intérêt, en effet Guyane 1^{ère} enchaîne la troisième *telenovela* brésilienne consécutive en deux ans, ce qui ne désintéresse pas cette communauté.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

- Le choix des enfants : il semble que pour certains foyers que ce soit à la demande des enfants scolarisés que la parabole française ait été achetée. Celle-ci propose des chaînes uniquement dédiées au jeune public avec des dessins animés diffusés du matin au soir. De plus, les parents trouvent la télévision française riche et éducative : c'est pour cela qu'ils ont accepté la demande des enfants.
- La langue : le français est la langue principale de communication en Guyane, l'apprendre est nécessaire et fortement recommandé pour tous ceux qui s'y installent. C'est pour cela que certains foyers ont choisi d'utiliser la télévision française comme mode d'apprentissage et de perfectionnement d'autant plus que tous s'accordent à dire qu'elle est un outil indispensable à la maîtrise de la langue française.

Bien que tous y voit un intérêt particulier, nombreux sont ceux qui trouvent que les chaînes de la TV Satellite représentent mensuellement un coût qui n'est vraisemblablement pas à la portée de tous. En effet, ceux-là ont décidé de se contenter de la TNT⁴⁴, où alors de se désabonner de la seule société⁴⁵ qui existe en Guyane et propose la TV Satellite.

Plus de la moitié des téléspectateurs Brésiliens pensent également que la télévision française ne nécessite pas d'améliorations particulières et sont par conséquent satisfaits du service. Ceux qui pensent le contraire disent qu'elle manque de créativité, de canaux, d'animation, de programmes dédiés à la jeunesse, allant même jusqu'à réclamer « *um gostinho brasileiro* »⁴⁶. Il n'y a que la moitié des Brésiliens qui regardent systématiquement la chaîne régionale : Guyane 1^{ère}, les autres préfèrent les chaînes nationales tels que TF1, France 2, Canal +, ou encore les chaînes musicales telles que TRACE, et les dessins animés de Disney Chanel par exemple.

Autant de foyers brésiliens préfèrent la télévision française à la télévision brésilienne et vice-versa. Cependant un petit nombre trouve son compte sur les deux télévisions et les mettent en position d'égalité. Ceux qui préfèrent la télévision brésilienne l'expliquent du fait de la langue et de la culture qui est si proche de ce qu'ils vivent au quotidien. Cependant ceux qui préfèrent la télévision française disent simplement que c'est parce qu'ils y sont habitués (généralement ceux-là sont nés en Guyane) ou alors c'est parce qu'ils recherchent des chaînes spécifiques, musicales ou destinées aux jeune public.

⁴⁴ Télévision Numérique Terrestre

⁴⁵ Il s'agit de Canal SAT déjà cité auparavant.

⁴⁶ Un petit goût brésilien.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

S'agissant de l'image véhiculée des Brésiliens par la chaîne locale, Guyane 1^{ère}, la moitié se considère inexistante au niveau des médias, et l'autre moitié déplore que cette image soit si négative relevant le fait que quand on parle des Brésiliens, il s'agit soit de garimpeiros clandestins ou alors de délits, d'actes de violence ou de criminels. Lorsqu'elle apparaît moins sombre, c'est uniquement pendant la période festive du carnaval guyanais auquel participe vivement la communauté brésilienne.

Les autres familles n'ayant pas choisi la télévision française voient cette dernière d'un tout autre œil, ils la qualifient presque tous d'inintéressante, sauf quelques exceptions qui pensent sans réellement la connaître qu'elle peut être de bonne qualité, cependant ils se retrouvent face à l'obstacle du prix élevé de Tv Satellite pour avoir une panoplie de chaînes.

Voici une liste succincte de quelques arguments relevés.

- Même si quelques-uns pensent probablement qu'elle est une bonne télévision, la plupart la trouve extrêmement cher, certains souhaiteraient même s'y abonner à condition d'en avoir les moyens. D'un point de vue financier s'abonner à une télévision Satellite revient cher et malheureusement bon nombre d'entre eux ne peuvent se le permettre.
- Une large partie des interrogés la trouve de mauvaise qualité, ne défiant pas la concurrence des chaînes brésiennes, ne rien y comprendre voir même inutile.
- Certains les avaient déjà expérimentés, seulement trop attachés à la télévision brésilienne ils ont vite abandonné les chaînes françaises.
- Ils reprochent également à la parabole française d'être incapable de retransmettre en période de fortes pluies, en effet ce constat est général dès l'annonce de la saison pluvieuse, la transmission est interrompue pour le plus grand malheur des téléspectateurs, alors que la télévision brésilienne ne présente pas ce type de problème.

D'ailleurs beaucoup de Brésiliens et de Guyanais ne comprennent pas qu'un département français et européen envoyant des satellites régulièrement puisse rencontrer ce genre de difficultés de transmission météorologique.

- Le dernier argument est l'absence totale d'intérêt que quelques foyers ont démontré lors de l'enquête, comme s'il s'agissait d'une idée impensable voir inimaginable dans leur esprit.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

Quoi qu'il en soit, accéder à la télévision française aujourd'hui est devenu compliqué pour tous les foyers à petit budget. En effet, depuis l'installation définitive de la télévision numérique en Guyane, tous ont dû faire l'acquisition d'un adaptateur contenant également un décodeur. Cette nouvelle norme technologique oblige tous les utilisateurs à s'y accorder puisque la télévision analogique va totalement disparaître, mais surtout à dépenser une somme approximative de 80€.

2.3.3 La chaîne locale :

Les téléspectateurs brésiliens reprochent à la chaîne locale Guyane 1^{ère}, sa simplicité dans sa programmation, ils souhaitent une chaîne locale qui ressemble davantage à toutes les communautés qui composent la Guyane, c'est pour cela qu'ils se retournent tout naturellement vers leur télévision brésilienne. De toute évidence cette dernière semble leur apporter tout ce dont ils ont besoin en matière de représentation de soi. Ils cherchent à se reconnaître et à se retrouver, malheureusement les télévisions françaises n'ont pas exactement le même mode de fonctionnement et n'ont surtout pas les mêmes intérêts culturels et informatifs que ceux que peut offrir la parabole brésilienne.

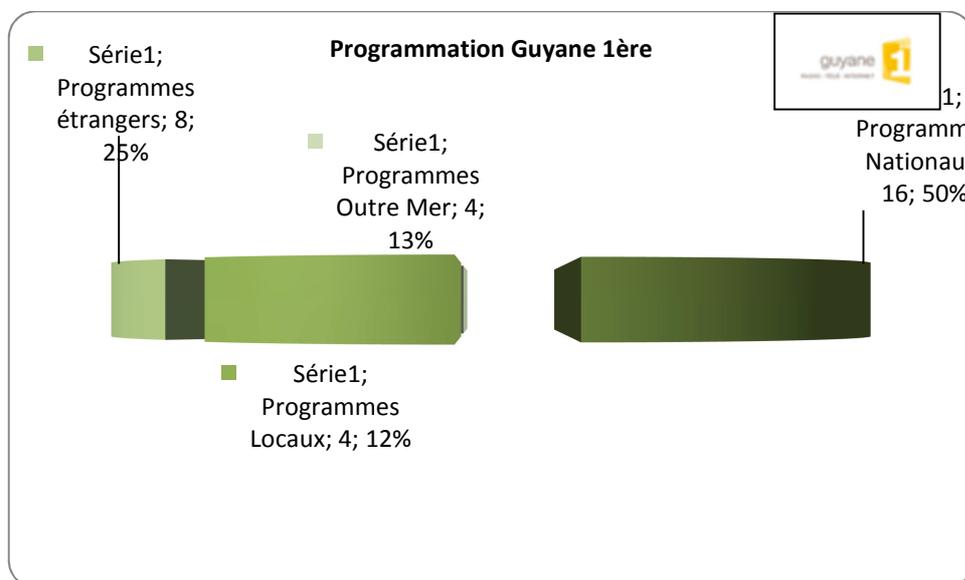
La chaîne locale, Guyane 1^{ère} qui fait partie du réseau France Outre-Mer, n'a véritablement pas de programmation locale. En effet, l'essentiel de la programmation vient de la France Hexagonale et seuls quelques programmes sont réalisés dans la Région Guyane. Quotidiennement, nous ne dénombrons que 5 programmes réalisés en Guyane, évidemment c'est avec grand peine que la programmation locale pourrait combler les journées des téléspectateurs Guyanais. Observons le graphique de plus près :

La moitié de la programmation de l'unique chaîne locale est dominée par des programmes nationaux, c'est-à-dire venant de l'Hexagone ; un quart par des programmes étrangers, essentiellement des films et des séries ; le quart restant est réservé aux programmes de l'Outre Mer (informations, météo, qualité de l'air...) et à ceux de la Guyane qui propose deux séances d'informations régionales et deux émissions de divertissements quotidiennes, et quatre autres émissions hebdomadaires consacrées à la politique locale, aux reportages de faits d'actualité et au sport.

Par ailleurs, le moment de la journée où Guyane 1^{ère} a le plus d'audience de la part du petit public brésilien est bien le soir, lors de la diffusion de la novela à 18h00 qui depuis deux ans est

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

brésilienne, ou alors à partir de 19h30, heure à laquelle les information locales et régionales sont présentées.



Contrairement à beaucoup d'émissions brésiliennes, les programmes proposés par la chaîne locale ont une durée de vie réduite à celle du Brésil. Ils ne restent pas à l'antenne plus de deux ans et sont rapidement remplacés, à croire que notre chaîne locale est encore à la recherche de son identité. Seul le magazine de reportage PAGRA arrive à proposer des émissions quasi-mensuelles, de qualité, qui intéressent et concernent tous les habitants du Département de la Guyane.

Guyane 1^{ère} est également événementielle, elle n'hésite à pas à se mobiliser lors de grands rassemblements réunissant toute la Guyane comme celui du Carnaval où elle diffuse les grandes parades montrant les différents groupes défilant, ou tout simplement lors du départ d'une fusée, qui à vrai dire, n'intéressent plus vraiment les propres guyanais eux-mêmes et toutes les autres communautés.

Pour une télévision qui est née en 1967 et qui a grandi en passant par *RTF*, *FR-3*, *RFO 1*, *Rfo Guyane*, *Télé Guyane*, et depuis fin 2010 *Guyane 1^{ère}*, beaucoup reste à faire pour que tous les habitants de la Guyane se reconnaissent à travers leur propre chaîne locale.

PARTIE 3

L'IMPACT DE LA PARABOLE SUR LA COMMUNAUTÉ BRÉSILIENNE

1.1 Identité et société

1.2 Culture et Tradition

1.3 Expansion et influences

Les chapitres précédents ont déjà donné un aperçu de l'influence quotidienne qu'a la télévision sur les brésiliens d'ici ou là-bas. Sa relation si proche avec ses téléspectateurs si fidèles, lui donne une grande popularité et l'oblige à proposer une programmation de qualité et attendue par son public. Son évolution technologique, pour laquelle l'adaptation est rapide pour la majorité d'entre eux, ainsi que sa facilité de commercialisation et d'installation, montre bien que malgré l'augmentation d'utilisation d'autres moyens de communication, la télévision a encore de beaux jours devant elle, surtout en Guyane. Cette longévité se joue également sur le sentiment de reconnaissance de soi à travers les images projetées par sa culture, ses traditions ainsi que par des avis qui argumentent un état d'esprit de supériorité. Ces différents éléments sont clairement visibles à travers les *telenovelas* par lesquels les brésiliens démontrent un réel engouement.

3.1 IDENTITÉ NATIONALE

Si en 2007 plus de 90%⁴⁷ des Brésiliens possèdent un téléviseur, cela montre bien que la télévision fait partie intégrante de leur culture, d'ailleurs selon l'IBGE⁴⁸, elle constitue la principale source d'information et de divertissement. Cela s'est confirmé en Guyane par l'enquête que nous avons menée auprès d'une centaine de ménages vivant dans des quartiers différents.

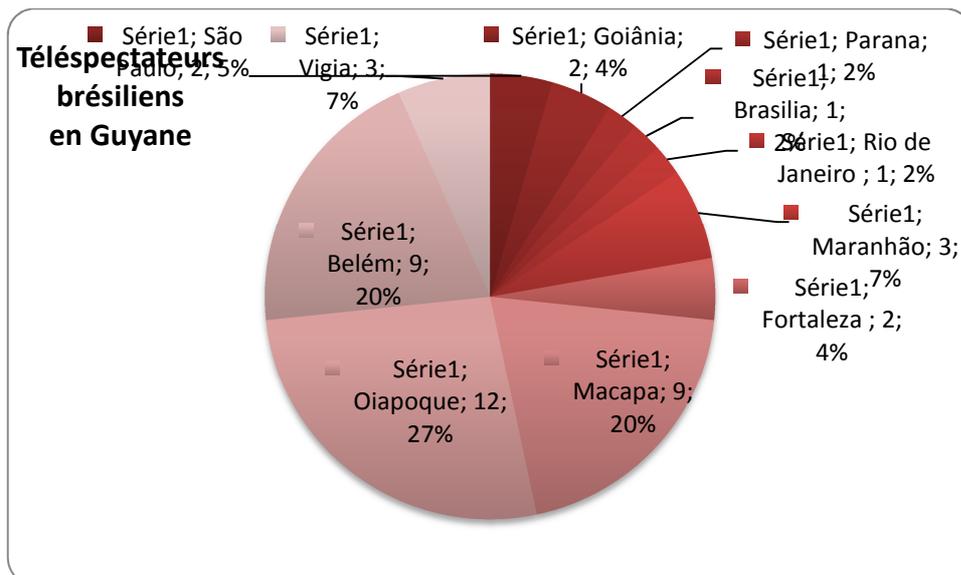
3.1.1 Représentativité de toutes les régions du Brésil :

Puisque la télévision s'est démocratisée dans le monde, il était important pour nous de comprendre comment un aussi vaste pouvoir utiliser l'audiovisuel comme vecteur d'unification d'une société et d'une population éparpillée sur plus de 8 512 000 km², s'étendant même vers ses pays frontaliers comme la Guyane ou le Surinam. Nous nous sommes donc intéressés à l'origine de la communauté brésilienne et à leur avis sur la façon dont ils s'identifiaient à cette télévision qu'ils adulent tant. Voici comment se répartissent dans le pays les ménages interrogés :

⁴⁷ Données de l'IBGE, Institut brésilien de la statistique

⁴⁸ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE



La région d'origine du public brésilien en Guyane met en évidence une majorité venant du Nord du Brésil à 74%, ce qui représente un pourcentage élevé contrairement aux autres régions du pays. En justifiant que la culture audio-visuelle touche tout le Brésil même la ville la plus éloignée et souvent inconnue de beaucoup de Brésiliens, Oiapoque, tous regardent la télévision de leur pays natal. Ils sont si proche d'elle qu'il est presque inenvisageable pour ses ménages de s'en passer :

« C'est comme si j'étais dans un coin du Brésil en Guyane grâce à la télévision »

« Cela fait partie de mon quotidien »

« C'est comme une dépendance »

« C'est ma deuxième religion »

Seuls deux témoignages ne suivent pas les sentiments des Brésiliens cités plus haut, en effet ceux-là possèdent également la télévision française et disent qu'ils peuvent s'en passer puisqu'ils ont la télévision française en complément. Ceux-là vivent entre Oiapoque et Cayenne, maîtrisent autant le français que le portugais mais semblent se sentir plus à l'aise devant le petit écran français. Néanmoins ils ne constituent qu'un très faible pourcentage qui altère à peine le sentiment général des télespectateurs Brésiliens en Guyane.

A priori nous pouvons croire que tous se reconnaissent à travers la télévision brésilienne, et qu'elle constitue une part de leur être surtout lorsqu'ils habitent à l'extérieur du Brésil.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

Cependant en approfondissant la question sur l'image qui leur est renvoyée sur eux-mêmes, leur ville, leur région, à savoir tout simplement s'ils se sentent valorisés par ce qu'ils voient, le discours tenu diffère quelque peu de l'apologie faite à la télévision précédemment par ces mêmes personnes.

Tous ceux qui sont issus des Régions Nord et Nordeste, s'accordent à dire que leur ville ou leur région est très peu mise en valeur par la télévision brésilienne, ils ont le plus souvent l'impression qu'une certaine partie du territoire brésilien n'existe pas ou qu'ils sont tout simplement les oubliés du Brésil, reprochant aux chaînes télévisées de consacrer leur programmes uniquement aux régions du Centre au Sud.

Les natifs de São Paulo, Paraná, Goiânia, Rio de Janeiro et Brasília cités dans le graphique plus haut, le confirment, quand ils manifestent le plaisir ressenti à voir très souvent des paysages, des lieux qui leurs sont familiers et qu'ils connaissent parfaitement, rappelant par exemple qu'il existe des centres de production, des studios très importants dans les villes où ils habitent, ou alors que la principale économie du pays se situe dans leur ville et qu'il est donc normal qu'elles soient beaucoup plus mises en avant sur les chaînes de télévision.

Cela pourrait peut être expliqué les deux témoignages qui ne démontraient aucune dépendance à la télévision du pays natal, puisque située à la frontière de la Guyane, de la France et de l'Europe, Oiapoque se tourne de plus en plus vers cette direction car ces derniers y apportent d'avantages d'intérêts économiques et sociaux, se détachant ainsi petit à petit à leur pays d'origine. Les commentaires qui reviennent le plus souvent sur l'intérêt porté par les médias sur les régions du Nord du Brésil sont :

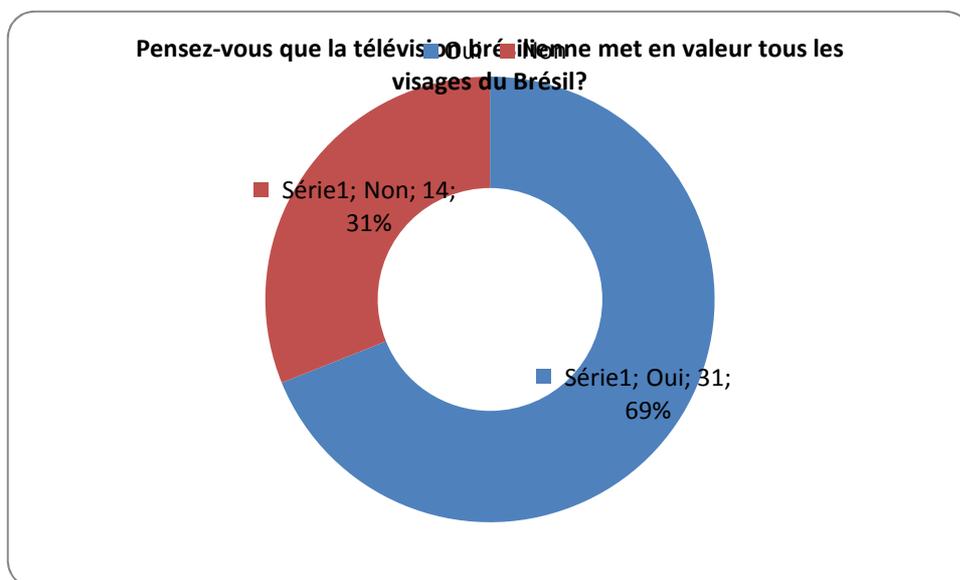
« Oiapoque c'est le bout du monde, ils ne doivent pas savoir que l'on existe ou que l'on fait partie du Brésil, on est très pauvre à Oiapoque donc personne ne s'intéresse à nous... »

Pour les originaires de l'Amapá et du Pará, le discours est moins négatif mais suit la même logique, en effet, ils disent souvent que leur région est parfois citée dans les reportages journalistiques, mais ils ont conscience que le Sud et le Sud-est est beaucoup plus représenté et mis en valeur que les autres régions. Les *nordestinos*⁴⁹ quant à eux, ne se sentent pas autant dévalorisés, ils trouvent en effet que le Brésil est si grand et que cette région est si particulière, que les médias en parlent très souvent en termes de tourisme, loisirs et sports.

⁴⁹ Habitants de la région du nord-est du pays

3.1.2 Représentativité des différents visages du Brésil:

Cette première déception dans le souhait d'unification de la société brésilienne par la télévision, va s'accroître lorsque la question du reflet de son image et de l'identification de soi à travers le genre et le type de présentateurs qui apparaissent sur le petit écran va se poser.



A la question de la mise en valeur de tous les visages brésiliens qui composent la société et à leur place sur le petit écran, les Brésiliens de Guyane pensent à 69% qu'ils sont bien représentés, d'abord à travers les *telenovelas*, puis dans les programmes journalistiques et de divertissements.

Dans les *telenovelas* effectivement, beaucoup sont convaincus que tous les brésiliens sont mis en valeur et représentés sans distinction de couleur. Certains remarquent que les afro-brésiliens ne sont plus de simples employés de maison, mais sont de plus en plus présentés comme des chefs d'entreprises ou des politiciens, dans une catégorie sociale élevée pour ainsi dire. Ils admettent que les rôles sont majoritairement distribués aux Brésiliens blancs, souvent avec des yeux de couleur..

Mais sur la question de la position de l'Indien, ou du *caboclo*⁵⁰, tous admettent qu'ils sont rarement mis en évidence et l'explique du fait que les *telenovelas* ne sont pas réalisées dans cette région du Brésil, le Nord, et qu'il est donc logique que les habitants du Nord du Brésil ne soient pas d'avantage représentés. Cependant, ils rappellent qu'une *telenovela* a fait l'effort d'illustrer les Amérindiens Karuê dans *Araguaia*⁵¹ diffusée et réalisée par la *Tv Globo*, qui par ailleurs a

⁵⁰ Le caboclo est un individu issu d'un mélange de blanc et d'indien.

⁵¹ Fait référence à un long fleuve qui coule depuis le Mato Grosso jusqu'au Pará.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

connu un réel succès en 2010, bien que les rôles des Indiens Karué aient été interprétés par des blancs maquillés.

Du fait des origines amérindiennes de la plupart des Brésiliens de Guyane, ce n'est qu'en approfondissant et en insistant sur la place des Amérindiens dans l'audio-visuel que les personnes interrogées se sont finalement rendues compte qu'elles n'étaient quasiment pas représentés par la télévision et quand elles l'étaient, c'était sous forme stéréotypée. Prenons l'exemple de la *telenovela* intitulée *Uga Uga* de Carlos Lombardi en 2000, le titre interpelle et semble faire référence aux peuples indigènes qui ne sachant s'exprimer dans la langue des européens ont un langage avec des syllabes limitées. En plus d'un titre qui exprime déjà de forts préjugés, les deux personnages amérindiens sont présentés comme nymphomane pour la femme et paresseux pour l'homme. Cette image négative et stéréotypée des Amérindiens a été fortement contestée par sa communauté. Heureusement la *telenovela Araguaia* en 2010 a tenté d'effacer ces clichés en présentant autrement les amérindiens à travers leurs savoirs ancestraux et leur culture.

Pourtant, les personnes interrogées qui disaient se voir ou se reconnaître à travers la situation sociale, les rêves et les espoirs dans les interprétations des personnages de *telenovelas* sont nombreuses. Cependant une constatation personnelle sur les origines ethnique d'élèves Brésiliens montre et rappelle qu'ils se considèrent tous brésiliens avant tout au point d'arriver à oublier leurs origines ethniques. Pour la génération qui arrive, cette représentation de soi durera encore longtemps, par conséquent il est difficile de ne pas se reconnaître à travers tous ces personnages des *telenovelas* car en effet, ils représentent correctement les rêves et les désirs de chacun d'eux. Il y a toujours des personnages qui, tout comme eux, sont de classe sociale peu favorisée et qui rêvent de devenir riche. En dehors de la couleur de peau, la plupart des Brésiliens se reconnaissent à travers ses programmes qui reflètent, quelque soit la manière, un peu de leur réalité quotidienne et leur rappelle ce pour quoi ils se sont installés en Guyane. Pour ce qui est des présentateurs et des animateurs de télévision, tous voient une nette progression dans les choix de ces derniers. Ils trouvent que la diversité s'intensifie et que de plus en plus de visages révèlent les couleurs du Brésil.

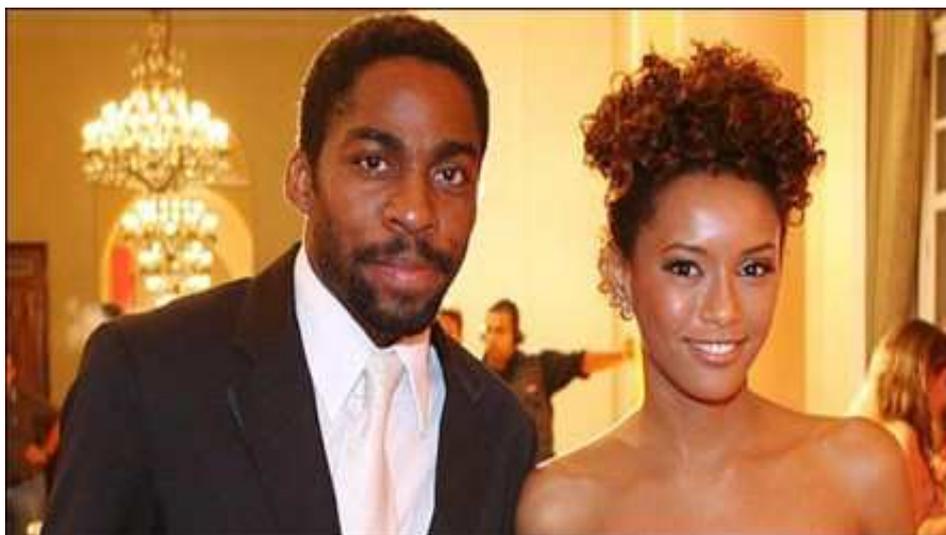
Ceux qui pensent le contraire ne sont que 31% mais sont déterminés dans leurs propos. En effet, ils reprochent, notamment à une chaîne en particulier, la *Rede Globo* de ne pas assez diversifier les présentateurs et ses acteurs, la plupart sont selon eux : « blancs aux yeux bleus » et les quelques noirs présents restent encore largement insuffisants et ne sont absolument pas représentatifs de la société. Á cela s'ajoute un commentaire pertinent d'une mère de famille qui

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

constate avec une grande clarté une réalité sociale qui n'est pas toujours présente dans les *telenovelas* : « *La plupart des brésiliens ne sont pas riches et la plupart des pauvres ne sont pas blanc aux yeux bleus* ».

S'agissant des *telenovelas*, il n'y a selon leurs témoignages, que quelques Noirs qui ont leur place, et une place différente de celle qu'on avait l'habitude de leur attribuer. Cependant, rien n'a encore totalement abouti, ils pensent clairement que l'Amérindien ou ses descendants n'est pas du tout représenté parce qu'à la différence de beaucoup de Noirs, les Amérindiens ou les *caboclos* préfèrent se croire plutôt Blanc, avec leur long cheveux noirs, c'est ainsi qu'ils arrivent à se fondre dans le paysage télévisuel et s'identifient plus facilement aux acteurs et actrices des *telenovelas*, ce qui n'est pas le cas des personnes de couleur noire. Ces témoignages prononcés par des Brésiliens souvent de couleur noire, montrent certainement un léger décalage entre les points de vue des uns et des autres.

La discrimination des Noirs dans les *telenovelas* est moins souvent manifestée, elle n'a cessé d'être contestée et on a pu observer une évolution des rôles joués par les Noirs depuis ce XXI^{ème} siècle. Les acteurs Noirs n'apparaissent plus seulement comme des esclaves ou de leurs descendants, des employés de maison ou en jardinier. Depuis quelques années, les Noirs sont des chefs d'entreprises, des politiciens ou font tout simplement partie de la classe moyenne. Depuis ces six dernières années, quelques acteurs bien connus des téléspectateurs obtiennent souvent des rôles importants dans les *telenovelas* en jouant des personnages noirs qui n'ont quasiment plus à lutter contre les préjugés ethniques. Thais Araujo par exemple a obtenu le rôle du personnage principal dans *A cor do Pecado* en 2004, mais aussi dans *Viver a Vida* en 2006 où elle incarne un mannequin très célèbre. Un homme Noir du nom de Lázaro Ramos dans la *telenovela* « *Duas Caras* » en 2007 a joué un rôle primordial dans ce feuilleton qui rassemblait une dizaine d'acteurs Noirs interprétant des rôles de toutes les classes sociales en passant par l'étudiant riche à la domestique. Bien que cette petite amélioration soit encore insuffisante voire même trop tardive, les Noirs arrivent à sortir des stéréotypes si longtemps établis et consolidés par les producteurs de *telenovelas*.



Lazaro Ramos et Tais Araujo, acteurs de la Rede Globo.

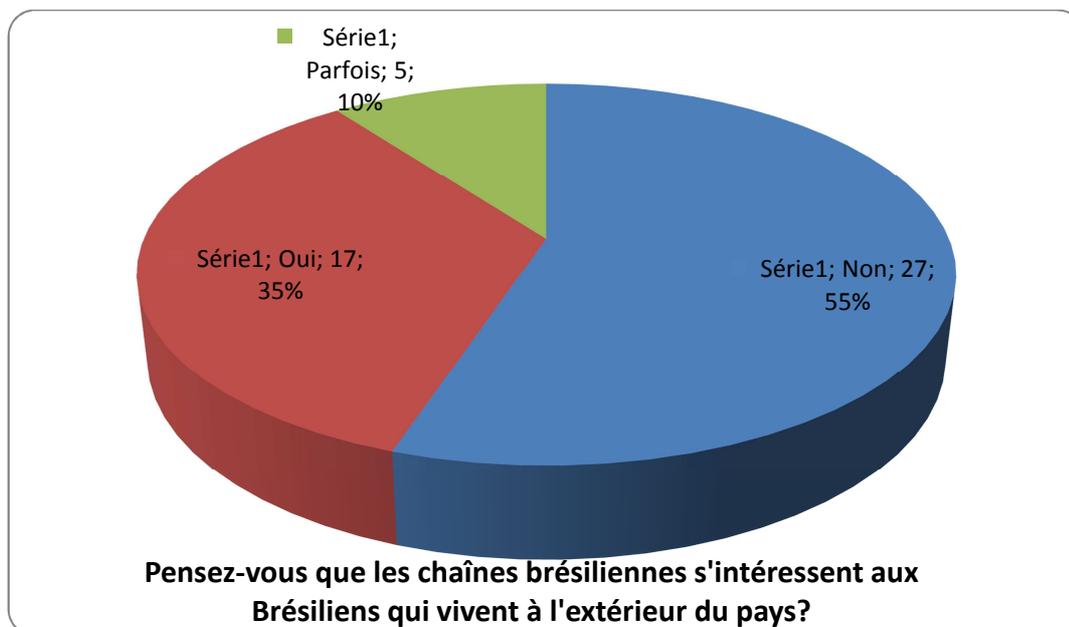
Dans le cas des opinions divergentes, il est vrai que la notion de nationalité brésilienne est presque devenue un leitmotiv pour la majorité d'entre eux, la remise en question de son image à travers le petit écran n'est mise en relief que lorsqu'elle est posée sur la table, cependant, elle n'apparaît pas immédiatement comme un constat logique de part la situation sociale et la couleur de chacun.

3.1.3 Représentativité des Brésiliens de l'extérieur :

Etant donné le nombre élevé de Brésiliens qui vivent hors de leur pays natal, l'avis des Brésiliens de Guyane sur la représentativité des Brésiliens vivant à l'étranger était un point également fort intéressant.

A partir du graphique, nous remarquons que la majorité d'entre eux ont le sentiment que les chaînes brésiennes ne s'intéressent pas suffisamment aux Brésiliens vivant à l'étranger comme en Guyane par exemple. En effet, aucun d'entre eux n'avait en souvenir un reportage récent parlant de natifs ayant quitté le sol natal, alors qu'en 2008 la *Rede Globo* avait réalisé un reportage sur ses compatriotes en Guyane.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE



Pourtant les personnes ayant répondu *Oui* trouvent récurrents les reportages ou documentaires sur des Brésiliens vivant en Europe, aux Etats-Unis, ou ailleurs. En précisant la question dans un deuxième temps sur les brésiliens habitant en Guyane, tous ont eu les mêmes propos que les partisans du *Non*, en exprimant clairement qu'ils n'avaient pas encore eu l'occasion d'assister à un reportage sur les Brésiliens vivant en Guyane. Pourtant, en rappelant que la *TV Globo* était de passage durant le mois d'avril 2011 en Guyane dans le cadre d'un reportage pour l'émission *Fantástico*, ceux qui avaient pu le regarder se sont souvenu qu'il ne s'agissait guère d'un fait se rapportant aux Brésiliens mais bien d'une enquête sur un éventuel trafic d'enfants haïtiens⁵² qui passaient par le Brésil pour arriver en Guyane, et qu'à aucun moment il n'avait été question d'une petite parenthèse sur ses ressortissants. D'ailleurs, certaines déceptions ont fait surgir les commentaires suivants :

« *Ils auraient pu faire un petit reportage sur nous, s'intéresser aux compatriotes qui ont quitté le pays, nous aussi avons des histoires à raconter.* »

La déception est telle qu'elle reflète bien les reproches faits aux médias brésiliens de se contenter et de s'intéresser uniquement qu'à une partie de la population et du territoire. Par conséquent,

⁵² Cf : <http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL1659456-15605,00.html>
<http://www.franceguyane.fr/regions/guyane/abandonne-par-des-passeurs-au-bresil-vilor-va-enfin-retrouver-sa-mere-23-04-2011-88514.php>

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

tous s'accordent à dire que de nombreux efforts restent à faire pour consolider au mieux cette volonté d'unité identitaire jusqu'à l'extérieur du pays.

Ce soucis d'unification a débuté dans les années 1960, lors de l'époque du régime militaire, où les moyens audiovisuels ont été utilisés comme outil de propagande par le gouvernement, en transmettant par la télévision et le cinéma, une image d'un Brésil et d'un peuple uni, luttant contre le communisme défini comme étant le diable, ainsi qu'en valorisant la religion chrétienne, tout cela en appliquant une politique de censure et imposant les horaires de ces mêmes médias. Toutes ces pratiques ont eu pour objectif de rassembler tout un peuple autour d'une même idéologie pendant un peu plus de vingt ans.

Bien qu'aujourd'hui cette politique de censure ne soit plus d'actualité, la télévision a bien réussi son rôle d'unificateur du peuple brésilien, valorisant la patrie et le pays dans lequel ils habitent, tissant des habitudes et une culture audiovisuelle. Les regards portés par les Brésiliens en Guyane montrent bien l'unité identitaire à travers laquelle ils s'identifient sans difficultés, même quand leurs descendants ne sont pas, ou peu représentés. Ce qui compte, c'est de se sentir, se voir et se reconnaître à travers la télévision.

3.2 CULTURE TRADITION ET HISTOIRE

La télévision a aussi permis la consolidation d'une culture brésilienne malgré son large territoire et ses différentes coutumes qui varient selon les régions et les origines des Brésiliens. Cette manifestation et la mise en valeur de ce que fait le peuple brésilien, sa façon de vivre, de fêter et de se divertir existe depuis très longtemps et est mise en avant par la télévision Brésilienne qui soutient beaucoup de manifestations culturelles.

3.2.1 Le carnaval :

Débutons par ce qui fait le tour du monde et éblouit le public venu du monde entier : le carnaval. Le carnaval du Brésil est l'évènement culturel le plus médiatisé et soutenu par la télévision brésilienne dans les différentes villes du pays. Avant même le début des festivités, les programmes se parent déjà de leurs plus beaux costumes et abordent souvent le thème du carnaval. Une chaîne va même définir sa muse du carnaval, il s'agit de la *Rede Globo* qui va

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

chaque année montrer son icône carnavalesque appelée « *Globeleza* ». Le terme vient de la beauté de la Globo. Depuis toujours c'est une « *mulata* » qui apparaît lors des heures d'audience les plus fortes, offrant une dizaine de secondes de samba avec un corps nu, qui n'a pour ornement que de la peinture corporelle et des paillettes.



L'icône du carnaval à la Rede Globo : "Globeleza "

Les émissions de divertissement vont par la même occasion inclure dans leurs programmes habituels des concours, à l'issue desquels sera élue la meilleure danseuse de samba. Les participantes sont généralement des danseuses d'écoles de samba. Il existe également l'élection du meilleur groupe musical de samba qui prend de plus en plus d'ampleur. Ainsi les groupes carnavalesques sont dignement représentés et vont même promouvoir leur école.

En 2011, une nouvelle émission est créée et s'est intéressée davantage aux acteurs principaux du carnaval. Ces derniers, qui sont issus des favelas sont pour la première fois mis sous les feux des projecteurs, de plus ils ne sont pas simplement des danseurs de carnaval mais des personnes à part entière qui vivent souvent des vies difficiles, menant un train de vie totalement différent des *people* voit à la télévision.

Cette émission diffusée tous les dimanches midi appelée « *Esquenta* », a battu tous les records d'audimat. Les jeunes des favelas qui, souvent perçus comme des trafiquants, ont eu l'opportunité de montrer ce qu'ils étaient capable de faire, de se produire, de raconter leur vie et

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

d'exister par la télévision brésilienne. Cette émission a eu une telle influence qu'elle sera reconduite à la même période l'année prochaine.

A Rio de Janeiro bien sûr, le plus célèbre mondialement, le carnaval est aussi bien organisé et préparé par ses écoles de samba que par les chaînes de télévision qui n'hésitent pas à louer un *camarote*⁵³ pour faire partie de la fête et diffuser en direct les sublimes costumes et chars des groupes carnavalesques à travers tout le pays. Ils font ainsi profiter, à toute une nation, du carnaval qui fait partie intégrante de la culture du pays.

Les défilés des écoles de sambas participant au concours seront diffusés en direct et dans son intégralité, avec des reporters et des personnalités qui animeront des nuits entières les sublimes défilés attendus par tous. Les programmes habituels seront décalés ou annulés pour l'occasion et tous les regards seront tournés vers le *sambódromo*⁵⁴

En Guyane aussi l'intérêt est majeur, en effet, les groupes brésiliens participant au carnaval guyanais vont se détacher des autres groupes en proposant un défilé d'école de samba sous forme beaucoup plus réduite mais avec quelques chars. Les inspirations des couturières et des artisans viennent directement de ce qu'ils voient sur le petit écran, tentant le plus possible d'imiter les prestigieux costumes des danseuses ou des chars délicatement construits et habillés. Bien évidemment en Guyane la qualité artistique et musicale ne sera pas égale à celle de Rio, mais elle saura plaire et surprendre son public guyanais.



Un char brésilien en Guyane

⁵³ Cabine qui se transforme en studio de télévision pour l'évènement.

⁵⁴ Lieu où se déroulent les défilés à Rio

Il n'y a pas que le carnaval de Rio qui influence les carnavaliers Brésiliens de Guyane, un autre carnaval, surtout médiatisé par la *Rede Bandeirante*, va intéresser les groupes brésiliens qui vont imiter le carnaval de Salvador. En effet, le carnaval de Salvador de Bahia par ses *trios elétricos*, qui sont en fait des camions aménagés d'une scène musicale et d'une estrade sur le toit du véhicule pour permettre au groupe de musique *Axé* de Salvador, de se produire en emmenant avec elle une foule immense de carnavaliers.

Ce mode d'amusement ressemble à quelque détails près au « vidé » guyanais qui a les mêmes principes, seulement l'agressivité, les bousculades et autres règlements de compte en augmentation font qu'il perd sa place au sein du carnaval guyanais. Les Brésiliens ont su donc à partir d'une tradition culturelle de leur pays, l'associer à celle du pays où ils se sont installés et montrer ses valeurs et ses différences. Le *trio elétrico* a d'ailleurs eu un tel succès depuis quelques années qu'elle fait maintenant partie des paysages carnavalesques de la ville de Kourou. Il a en plus déjà été sollicité par d'autres villes du Département pour clôturer ces parades qui font la joie de tous les Guyanais.

Ce qui est d'autant plus étonnant c'est la capacité des Brésiliens de Guyane à s'approprier entièrement la culture et les traditions des différentes régions du Brésil et de l'adapter à la Guyane tout en calquant ce qu'ils voient à la télévision, car c'est cette dernière qui limite la distance existante entre ces deux pays qui s'opposent totalement et permet d'agir de façon indirecte comme un facteur de cohésion sociale.

3.2.2 Le football:

Le sport est au Brésil une activité très appréciée par son peuple, en remportant cinq fois la coupe du monde de football, ils vouent un véritable culte à tous les championnats qui existent suivant de près la qualification de leur équipe nationale. Chacun d'eux supportent une équipe en particulier et leur démontrent une grande fidélité. Beaucoup de ceux qui résident en Guyane supportent généralement les mêmes équipes qui font partie des plus grandes de la nation : *Flamengo*, *Vasco*, *Fluminense*, et *Santos*. D'ailleurs ils s'affichent fièrement avec le maillot respectif de leur équipe et se rassemblent régulièrement devant la télé, entre amis autour de quelques bières, pour regarder leur match de football le dimanche après-midi ou le mercredi soir. S'agissant de la coupe du monde de football, le principe est le même mais prend une dimension bien plus importante. Tous, du même quartier, se réunissent à un point stratégique, installent des

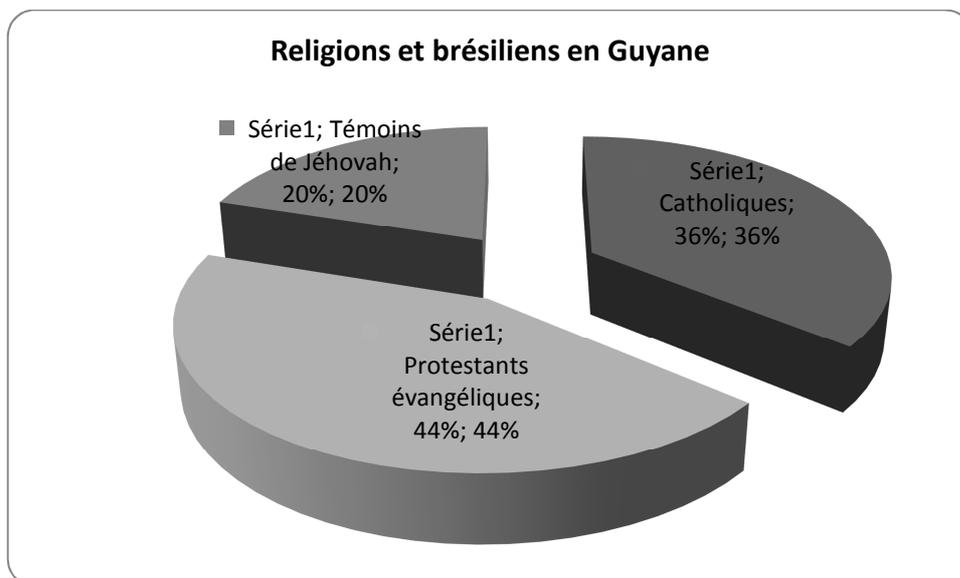
PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

tentes, tables, chaises, bar ; ils préparent même des grillades, décorent les rues en jaune et vert ; le quartier prend alors la forme d'une ville brésilienne telle qu'elle se présente pendant la coupe du monde. D'ailleurs cet évènement a une telle influence sur eux qu'à Cayenne un bar typiquement Brésilien installe un écran géant pour l'occasion et figure aujourd'hui comme un lieu de rassemblement pour tous les supporters de la *seleção* qu'ils soient Créoles, Métropolitains, ou Brésiliens. Cependant, tous les matches seront transmis par l'antenne parabolique brésilienne car les Brésiliens refusent de regarder un match sur une chaîne française dont ils trouvent les commentaires ennuyants.

3.2.3 La religion :

La religion et la religiosité de l'Homme brésilien est une marque identitaire de ce dernier qui sait l'exprimer par tous les moyens et en tous lieux. En effet, sur le petit écran, à la clôture du journal de 20h, nombreux sont les journalistes qui quittent les téléspectateurs en citant cette phrase récurrente : « *Até amanhã se Deus quiser !* » (À demain si Dieu veut). Il est inimaginable d'entendre cette phrase sur les chaînes françaises, le principe de laïcité étant strictement respecté, alors qu'au Brésil les animateurs de télévision manifestent comme ses téléspectateurs, leur appartenance religieuse et leurs croyances sans aucune gêne ni crainte de sanctions éventuelles. Cela défini de fait, un des aspects de la culture brésilienne que la télévision entretient pour le plus grand plaisir des fidèles. Nous avons demandé aux participants des enquêtes de bien vouloir nous préciser leurs religions, et les résultats obtenus sont quasiment identiques à ceux du Brésil, pays d'origine, surtout quand on sait que le christianisme représente à 89% la religion des Brésiliens. Pour la Guyane voici les résultats :

La religion dominante reste bien le christianisme, cependant les protestants évangéliques sont bien plus nombreux que les catholiques. En effet, on observe depuis quelques années une augmentation de petites églises improvisées de foi protestante évangélistes dans les quartiers. La religion est de fait très importante pour eux, quel que soit le pays où ils résident.



Cela explique pourquoi un autre évènement majeur à sa place sur le petit écran pour tous les pratiquants de la religion chrétienne. Il s'agit du *Círio de Nazaré* c'est l'une des plus grandes fêtes catholiques du monde qui rassemble pendant 15 jours à partir du deuxième dimanche du mois d'octobre à Belém, un nombre considérable de fidèles. Le premier jour est le plus important. Le *Círio*⁵⁵, le Cierge de Notre-Dame de Nazareth, est une fête typique régionale.

Chaque année, depuis 1793, année de la découverte d'une statue de Notre Dame, près de la rivière Murucutu, une gigantesque procession de plus d'un million et demi de personnes traverse les rues de Belém, capitale de l'Etat du Pará, pour honorer la Vierge de Nazareth. L'image de Notre Dame de *Nazaré* est conduite à Icoaraci où commence une procession fluviale sur la baie de Cuajarà.

A Belém, la Vierge, aux traits indigènes, est transférée en grande procession de la cathédrale *da Sé* à la basilique *Nossa Senhora de Nazaré*. Le symbole de cette manifestation religieuse est associé à une corde de 400 m de long pesant 700 kg, elle représente la foi de la population qui la tient avec une telle force que certains vont jusqu'à se blesser les mains. Puis, presque chaque jour, les habitants de Belém et de la région (voire du pays tout entier) viennent honorer la Vierge et le soir se recueillir à l'occasion de messes spéciales. Ce *Cirio* est le plus grand au monde et

⁵⁵ <http://documentaire.tv5monde.com/documentaire/le-cirio-de-nazare>

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

c'est la Guyane qui envoie le plus grand nombre de pèlerins, suivie de la France, du Portugal, des Etats-Unis et de la Hollande.

Ce moment important pour les catholiques, rassemble environ un million de personnes, et sur le petit écran la plupart la visionne sur la chaîne religieuse TV Igreja Mundial. La tradition de la fête du *Cirio* est arrivée en Guyane avec des habitants du Pará et a pris de l'ampleur avec le soutien des prêtres locaux et la bénédiction de l'Ordinaire. Les participants à la fête sont de plus en plus nombreux et le comité chargé de l'organisation a pris de l'ampleur.

En 2004, la fête est préparée par un petit groupe de fidèles Brésiliens avec l'aide du Père Elie Lagrielle. La fête est précédée par la réalisation d'une neuvaine faites dans dix foyers qui correspondaient à dix quartiers différents. A chaque rencontre, le nombre de participants s'élevait à une quarantaine de fidèles. Quant à la procession, elle se déroule entre la chapelle Saint Martin de Porrès et la cathédrale de Cayenne. L'évêque de Cayenne conduisait la procession d'environ 1500 personnes, dont la majorité était des Brésiliens, puis il présidait la messe de clôture.

La foi chrétienne étant incontestablement ancrée dans la culture , ce trait caractéristique est consolidé par la télévision et les chaînes focalisées sur la religion en diffusant à toute heure du jour et de la nuit des messes, des spectacles de chants de louanges qui rassemblent une foule gigantesque, influençant les Brésiliens de Guyane à s'orienter vers la religion. En effet, tous les ménages interrogés sont de foi chrétienne, entre catholicisme, évangélisme et autres, chaque quartier que nous avons visité pour procéder aux interviews des ménages, accueille une église construite pour réunir les croyants du quartier, victime de son succès, généralement une autre église surgit dans un quartier avoisinant et sont toutes bondées de personnes venues manifester leur engouement religieux.

La plupart des chaînes diffusent de 04h ou 05h du matin avec un quart d'heure de prière, puis elle peut ensuite réellement commencer sa programmation. Lorsque l'on demande à ses familles si elles trouvent que la foi religieuse est clairement transmise par le petit écran tous répondent à l'unanimité oui, car selon elles : « *Toutes les chaînes à travers ses reportages, ses sensibilisations, ses animateurs, montrent la confiance qu'elles ont en Dieu et cela nous aide à lutter un peu plus chaque jour* » « *Tous les brésiliens croient en Dieu et cela nous reconforte davantage* ».

Des témoignages qui semblent apaiser leurs inquiétudes quant à leur avenir en Guyane, un peuple uni dans la foi religieuse et une nécessité pour tous de la manifester quelque soit les moyens.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

Bien que les chaînes uniquement consacrées à la religion ne soient pas celles qui soient dans le top 10 des audimats, elles font tout de même preuve de résistance puisqu'elles survivent à la concurrence et se maintiennent confortablement dans la liste des chaînes qui émettent au Brésil. Tous les ménages admettent regarder les chaînes religieuses au moins une fois par semaine, ou suivre la prière télévisuelle en début de programmation des chaînes pour les lève-tôt.



Cirio de Nazaré

3.2.4 Les Fêtes :

La religion et le carnaval ne sont pas les seuls facteurs identitaires dans ce si grand pays. D'autres événements, moins connus des étrangers ont toute leur importance dans la société brésilienne et particulièrement pour certaines régions du Brésil.

Les Fêtes *Juninas*, font référence au mois de juin et durent pendant toute cette période. C'est une des plus grandes traditions du Nordeste du Brésil, cette fête à lieu pendant la saison hivernale (dans l'hémisphère sud) au moment des récoltes, principalement celles du maïs. Au fil du temps, les fêtes *Juninas* ont évolué pour devenir des fêtes chrétiennes. En conséquence, il est de tradition de rendre hommage à des Saints au mois de juin. Par exemple, le 24 juin est dédié par l'Eglise Catholique à *São João* (Saint-Jean), celui-ci étant le plus connu des Saints célébrés lors des fêtes *Juninas*. La tradition des feux de joie est originaire du Portugal et a été importée au Brésil lors de la colonisation. Par ces feux, mais également par les détonations de pétards, les Portugais cherchaient à éloigner les mauvais esprits afin de s'assurer que les récoltes de juin ne seraient pas endommagées.

Cette tradition folklorique typique du Nordeste s'est également répandue dans le Nord du Brésil, étendant un peu plus ses us et coutumes. Les médias vivent de près cet événement en adaptant et modifiant leurs programmes pour l'occasion. Les publicités reprennent souvent le thème des Fêtes *Juninas*, en déguisant les comédiens en paysans comme il est de coutume lors des danses de quadrilles par exemple. Toutes les chaînes s'imprègnent du folklore du Nordeste et n'hésitent

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

pas à les intégrer dans leurs programmes télévisés, d'ailleurs à la grande demande du public et des téléspectateurs, l'émission « *Esquentá* » qui a connue une grande ferveur pendant le carnaval revient pendant le mois de juin pour célébrer justement les fêtes *Juninas*. Cette émission quelque peu humaniste met cette fois-ci les habitants du Nordeste, souvent méprisés par les habitants de Rio de Janeiro et de São Paulo, à l'honneur en sensibilisant les téléspectateurs sur les préjugés et stéréotypes dont ils sont sans cesse victimes. Les médias se mobilisent également pour prévenir les accidents causés par l'explosion de pétards, souvent fabriqués de façon artisanale, en réalisant des spots de prévention où des artistes et des célébrités, informent de ses dangers. La télévision n'est alors plus un simple élément publicitaire mais aussi un outil pédagogique.

En Guyane, c'est surtout la fête de la Saint-Jean qui sera célébrée, les quartiers décorés, les Brésiliens se réunissent pour célébrer, danser et partager ce moment de joie. Cette fête, peu connue des Guyanais, n'a pas la même portée que les chars brésiliens qui défilent pendant le carnaval. Elle ne regroupe généralement que la communauté brésilienne qui se rassemble pour l'occasion, et accueille à bras ouvert ceux qui veulent **bien** participer à la fête.



Affiche publicitaire promouvant la *Festa Junina* en Guyane.

D'autres fêtes connues et célébrées presque mondialement sont célébrées selon le calendrier brésilien. Par exemple la Saint-Valentin ne sera pas fêtée par les brésiliens de Guyane le 14 février comme il est de coutume en France hexagonale, mais plutôt le 12 juin. Bien que toutes ces fêtes soient définies comme étant commerciales, les Brésiliens de Guyane ne respectent que la date définie par le Brésil, une fois de plus cela montre bien l'attachement et les liens tissés entre cette communauté et son pays d'origine.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

Les brésiliens respectent minutieusement une autre date importante du calendrier qui est celle de la Fête des mères. Célébrée le deuxième dimanche du mois de mai, la communauté brésilienne de Guyane honore à cette date les mères du Brésil, en organisant de grandes fêtes ou de grands repas où toutes les mamans sont mises à l'honneur. Au Brésil, en plus d'être une fête commerciale, elle est surtout une fête familiale, où par exemple toutes les familles de la même rue se rassemblent pour célébrer l'évènement.

Les fêtes religieuses traditionnelles comme Noël, Pâques, sont bien sûr célébrées aux mêmes dates indiquées par le calendrier, cependant la célébration sera typiquement brésilienne la constitution d'une *Ceia de Natal*⁵⁶ (Banquet de Noël) où tous les délices de la gastronomie brésilienne se rejoignent. Il faut dire qu'ils sont très attachés à leur cuisine et ils préparent et mangent les plats typiques de leur région d'origine. Par exemple pour les fêtes de Pâques, ils ne mangeront pas le célèbre bouillon d'awara⁵⁷ des Créoles Guyanais, mais plutôt d'un *vatapá*⁵⁸ de crevettes ou autres.

Ces célébrations festives déterminées selon les dates du calendrier brésilien, montrent bien la forte influence et l'impact véritable que provoque la télévision brésilienne qui n'a de cesse de valoriser et rappeler la culture, les traditions, les fêtes et les croyances de tout un peuple si différent d'un bout à l'autre mais qui se ressemble aussi par la télévision, à tous ceux qui habitent hors du pays.

Cependant les dates historiques nationales telles que le jour de *Tiradentes* très commémoré le 21 avril par les habitants de Minas Gérais par exemple est presque inconnu des Brésiliens vivant en Guyane ; un autre exemple peut être ajouté, celui du jour de l'Indépendance du Brésil : le 7 septembre, qui n'est absolument pas célébré en Guyane, d'une part parce qu'ils l'ignorent, mais surtout parce qu'elle n'a pas le même impact sur la culture et le quotidien principalement de ceux qui résident en Guyane.

Il faut cependant préciser que les médias n'en font pas grand écho sur leurs chaînes, peut être est-ce là la raison de ce grand désintérêt des brésiliens qui ne regardent pratiquement tous que la télévision brésilienne ? Beaucoup de dates commémoratives qui marquent l'histoire du Brésil ne sont médiatisées que lors du *Jornal Nacional*, les spots publicitaires ou d'informations ne seront

⁵⁶ Un banquet gastronomique est réalisé pour l'occasion et est composé de plats typiques.

⁵⁷ Plat traditionnel des créoles guyanais préparé à base d'awara (une graine orange) e de différentes viandes boucanés et du poisson.

⁵⁸ Plats traditionnel culinaire du Brésil.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

pas autant visibles que ceux du carnaval pour sensibiliser la société brésilienne à son histoire, comme si la connaissance était réservée aux intellectuels et les fêtes au peuple.

Lors de l'enquête sur le terrain, à la question « Fêtez-vous les dates commémoratives de la Guyane », tous les brésiliens ont répondu non, que c'est un jour férié lorsqu'ils travaillent mais qu'elle n'appartient pas à leur culture et qu'elle ne fait non plus parti de leur histoire. Et lorsqu'on leur demande si par exemple ils commémorent l'abolition de l'esclavage ou encore la fête de l'indépendance au Brésil, tous ignorent si elles existent réellement au Brésil et si elles sont commémorées.

Faut-il rappeler que beaucoup de ces brésiliens immigrés en Guyane ont eu une scolarité de courte durée eu égard à leur situation socio-économique, malheureusement la connaissance de l'histoire du Brésil manque dans beaucoup de médias audiovisuels qui devraient avoir également pour mission d'instruire ses téléspectateurs et non pas seulement de les divertir.

3.2.5 La langue

Un autre aspect de la culture brésilienne est celui de la langue portugaise en constante évolution non seulement par la télévision, mais aussi par les influences extérieures, la modernité et la mondialisation. Les *telenovelas* en sont les principaux exemples, en effet, de plus en plus de mots nouveaux y sont utilisés surtout dans la série *Malhação* qui met en avant de jeunes étudiants. Ces derniers utilisent un vocabulaire parfois très proche de l'anglais et qui font partie intégrante aujourd'hui de la langue portugaise au Brésil, en voici quelques exemples souvent utilisés par mes élèves:

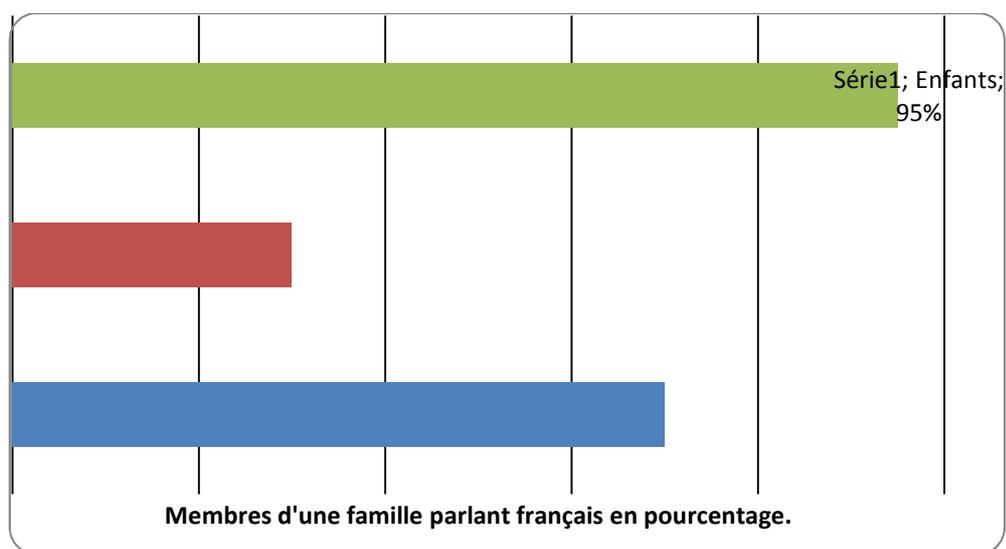
- « estressado » qui vient de l'anglais « stress » (nerveux)
- « bike » pour « bicicleta » (vélo)
- « fone » pour « celular » (téléphone portable)

Ces mêmes termes issus de l'anglais sont utilisés par les jeunes brésiliens également présents en Guyane et qui n'hésitent pas à les employer en trouvant que cela fait plus « *fashion* » comme ils disent à la télé. Cette évolution est une conséquence de la télévision brésilienne qui s'ouvre au monde depuis quelques années par ses séries et *telenovelas* vendues dans le monde entier.

La langue française aussi est très importante à la télévision, mais elle n'a pas les mêmes caractéristiques que la langue anglaise. En effet, elle apparaît souvent dans les *telenovelas* du

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

soir, 18h ou de 20h, selon le thème du feuilleton. Par exemple cette année, dans un feuilleton basé sur la haute couture, le rôle principal était attribué à un personnage d'un nom typiquement français, celui de Jacques Leclerc. Dans un autre feuilleton, une femme devenue riche exigeait des plats classiques de la gastronomie française comme le « *soufflé* » ou encore les « *mousses* ». Dans ce même feuilleton une actrice interprétant le rôle d'une grande décoratrice d'intérieur ne s'exprimait uniquement qu'en employant la langue française. Et les nombreuses lunes de miel ou encore les études universitaires qui ont lieu à Paris ne sont pas en reste, la capitale des amoureux et de la réussite semblent bien être celle de la France. La langue française devient alors par la télévision brésilienne une langue de noblesse, réservée aux personnes importantes de la société, elle rappelle la grandeur que l'on rend à la mode, aux parfums, à la gastronomie, à tout ce qui est fait à la française et en France. Comme disent souvent les Brésiliens : « *C'est chic !* ». Pourtant cela n'incite guère bon nombre de brésiliens résidant en Guyane à s'exprimer en français. En effet dans la même enquête, nous avons pu déterminer les membres de la famille sachant s'exprimer en français. Le graphique ci-dessous, nous montre clairement que nombreuses sont les personnes qui ne savent pas parler français.



Dans une famille, les membres qui parlent le plus fréquemment français sont les enfants qui généralement sont scolarisés et pratiquent régulièrement cette langue. Les pères de famille arrivent en seconde position, souvent ils s'expriment en français pour des raisons essentiellement liées à leur profession. Cependant beaucoup d'entre eux disent parler davantage le créole guyanais que le français. Les mères de familles sont celles qui ont le plus de difficultés à apprendre la langue française, d'une part parce que le plus souvent elles n'exercent pas de

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

profession et sont quasiment toutes femmes au foyer, d'autre part parce qu'elles ne manifestent pas véritablement l'envie ni l'intérêt d'apprendre la langue. Lorsqu'elles doivent se rendre dans des bureaux administratifs ou à l'école, ce sont les enfants qui se chargent de la traduction en passant facilement d'une langue à l'autre. Les femmes qui pratiquent la langue couramment ont dû soit l'apprendre pour des raisons professionnelles ou alors par motivation en prenant l'initiative de s'inscrire dans des centres de formations et de langues.

Il est important de noter que l'intérêt pour les langues au Brésil n'est pas très motivé par la télévision brésilienne qui diffuse tous les programmes étrangers en version brésilienne, alors que la version originale sous-titrée en portugais est possible, ce qui inciterait davantage la société qui la regarde quotidiennement à s'ouvrir vers d'autres pays. Les parents des familles interrogées pensent également qu'il est important pour les enfants de regarder la télévision brésilienne pour qu'ils améliorent leur langue natale, alors que ceux qui possèdent la télévision française⁵⁹ sont convaincus qu'elle est un outil indispensable à l'apprentissage de langue française.

3.2.6 La musique :

La télévision influence également beaucoup les brésiliens sur la tendance musicale et artistique. D'ailleurs des publicités de ventes de CD passent régulièrement pendant la journée, promotionnant ainsi certains artistes aussi bien brésiliens qu'étrangers. Dans les programmes de divertissements, les émissions musicales qui proposent des présentations en direct de groupes ou de chanteurs célèbres sont récurrents sur le petit écran. La télévision brésilienne valorise tous les genres musicaux pour le plus grand plaisir des téléspectateurs qui se voient proposer un éventail d'artistes dont ils connaissent très bien les chansons. Une fois de plus les *telenovela* vont également intégrer des musiques et des chansons faisant partie des grands classiques en réalisant pour chacune de ses *telenovelas* un CD sur lequel sont répertoriées toutes les musiques le plus souvent brésiliennes mais aussi étrangères.

3.2.7 La mémoire et l'histoire :

La télévision a également une autre fonction, celle de la mémoire à travers les *telenovelas* où se manifestent par des reconstitutions historiques de grands épisodes de l'histoire du Brésil

⁵⁹ Cf. Partie 2

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

comme dans : *O quinto dos Inferno* de Carlos Lombardi diffusée en 2002 où une vision satirique de l'indépendance du Brésil est mise en relief, *República* diffusée en 1989 ou encore *Abolição*, de Wilson Aguiar Filho, diffusée en 1988. D'autres *telenovelas* dépeignent des personnalités de l'histoire politique, comme *JK*, de Maria Adelaide Amaral, diffusée en 2006, retraçant le parcours du président Juscelino Kubitschek ou d'artistes comme *Chiquinha Gonzaga*. D'autres reviennent sur l'histoire de la dictature au Brésil : *Anos Rebeldes*, diffusée en 1992, a eu un impact important sur la scène politique.

Une chaîne en particulier s'efforce de mobiliser la mémoire du patrimoine historique et culturel du Brésil en produisant des téléfilms ou des séries relatant la vie et les actions de personnes qui ont fait et marqué l'histoire du pays. Nous pouvons citer en exemple plusieurs téléfilms tels que "JK" qui fait référence à Juscelino Kubitschek ou encore "Lula" plus récemment. Il existe même pendant l'été, « *O festival do verão* » qui propose pendant deux semaines et tous les soirs uniquement des films brésiliens. En plus de promouvoir le cinéma brésilien, elle permet également de transmettre à la société brésilienne une culture de la mémoire historique, sachant que la Brésil a environ 9% d'analphabètes ce qui correspond à 14.6 millions de personnes. La culture de la lecture étant très hétérogène selon les états, souvent c'est la tradition orale qui prime et avec le téléviseur elle ne peut que s'élargir lorsqu'elle exploite des faits historiques ou encore des œuvres littéraires du pays, participant ainsi à la transmission du patrimoine brésilien.

3.3 EXPANSION ET INFLUENCES.

La télévision brésilienne n'a cessé de se répandre sur le marché et d'influencer ses téléspectateurs, qu'ils soient à l'étranger ou dans les pays limitrophes elle est représentative d'un symbole identitaire de l'émigré Brésilien mais aussi de l'image qu'elle diffuse.

3.3.1 Place internationale :

Les programmes proposés sont conçus de façon à ce qu'ils attirent les téléspectateurs devant le petit écran. L'équipement et la modernité dont fait preuve la télévision brésilienne montrent

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

bien sa capacité à concurrencer les chaînes étrangères dans son propre pays mais aussi dans le monde. Cela s'explique d'abord par le fait que certaines chaînes brésiliennes comme la *Rede Globo* soit par exemple regardée par 140 millions de personnes au quotidien. De plus son siège est le plus grand de toute l'Amérique Latine et il est la troisième chaîne commerciale mondiale laissant la deuxième place aux américains avec la chaîne *ABC*. Non seulement elle n'a rien à envier aux chaînes américaines mais en plus de proposer une programmation locale à 97%, avec ses propres *telenovelas*, ses propres films, elle résiste très bien aux Etats-Unis en diffusant même ses propres séries tout en évitant de tomber dans l'« Américanisme », car les séries américaines fusent sur toutes les télévisions et ont une influence considérable sur les choix des programmes des téléspectateurs sur beaucoup de chaînes occidentales en l'occurrence. Une autre chaîne brésilienne se démarque différemment de la *Rede Globo*, il s'agit de *la Record* qui depuis quelques années déjà fait partie d'un bouquet de chaînes câblées et satellite élargissant ainsi sa zone d'émission à l'extérieur du Brésil.

3.3.2 Expansion par la *telenovela* :

La conquête mondiale ne repose pas uniquement sur la concurrence dont jouent certaines chaînes particulières brésiliennes sur le marché international mais elle vient surtout du fait de l'impact, de l'exportation et de la diffusion de ses programmes dans plusieurs pays de différents continents. Cet impact est provoqué par le succès des *telenovelas* qui a débuté avec *Escrava Isaura* diffusé en 1976 au Brésil, c'est ce feuilleton qui va propulser la commercialisation des *telenovelas* puisqu'il sera vendu dans 79 pays différents. C'est d'ailleurs la *Rede Globo* qui va s'épanouir sur ce marché puisque c'est elle qui en vendra le plus, jusqu'à la décennie actuelle ou la *TV Record* investit de plus en plus de moyens dans la production de ces dernières étant donné le succès qu'elle peut apporter. En effet la réalisation de *telenovelas* apporte un budget de plus de 60%⁶⁰ en matière d'audience en devenant ainsi le principal support de recette publicitaire.

Tableau de vente des telenovelas sur le marché international.⁶¹

⁶⁰ Thomas Erika, La telenovela brésilienne au Portugal.

⁶¹ Tiré d'Extra, 13/04/2009.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

Place	Titre	Nombre de pays
1°	<i>Da Cor do Pecado</i> (2004)	100
2°	<i>Terra Nostra</i> (1998)	95
3°	<i>O Clone</i> (2001)	90
4°	<i>Escrava Isaura</i> (1976)	79
5°	<i>Por Amor</i> (1997)	74
6°	<i>Mulheres de Areia</i> (1993)	62
7°	<i>Anjo Mau</i> (1997)	62
8°	<i>Sinhá Moça</i> (1986)	60
9°	<i>Laços de Família</i> (2000)	56
10°	<i>O Rei do Gado</i> (1996)	55

Toutes les *telenovelas* pré-citées sont produites et réalisées par la *Rede Globo*. Encore une fois cette chaîne prouve qu'elle détient le monopole et marque sa présence sur le marché international. « *Da Cor do pecado* » sorti en 2004 a connu un réel succès, elle a d'ailleurs été diffusée sur la chaîne locale de la Guyane. Toutes les *telenovelas* mentionnées ci-dessus ne sont pas diffusées sur la chaîne locale, cependant lorsque c'est le cas, elles connaissent en général un véritable succès auprès des téléspectateurs Guyanais comme dans d'autres pays.

Dans le graphique situé à la page suivante, les zones d'exportations des *telenovelas* sont mondiales, elles touchent tous les continents et principalement l'Europe. En effet le Portugal⁶² est un grand consommateur de *telenovelas* du fait de la langue commune elle ne nécessite d'aucun travail supplémentaire de doublage des voix ce qui représente un coût réduit dans son exploitation. La première *telenovela* diffusée sur la chaîne portugaise *RTP* est « *Gabriela* » en 1977. Elle donnera le point de départ d'un engouement auquel les portugais vont prendre part ouvrant ainsi ses portes à la production brésilienne. Aujourd'hui une moyenne de six *telenovelas* est diffusée par an. En plus du succès des *telenovelas* certaines émissions vont plaire au public portugais telles que : « *Viva o Gordo* » de Jô Soares.

Après l'Europe c'est bien l'Afrique qui semble porter un grand intérêt à la diffusion des *telenovelas*. D'une part parce qu'elles sont moins onéreuses que les feuilletons américains et d'autre part parce que le Brésil travaille son image extérieur depuis quelques années maintenant ce qui semble plaire et faire rêver les africains qui souvent veulent s'inspirer du Brésil comme

⁶² Thomas Erika, La *telenovela* brésilienne au Portugal.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

certaines pays lusophones tels que le Cap Vert ou l'Angola, mais aussi le Cameroun ou le Sénégal.



En Amérique Latine la commercialisation de ces *telenovelas* est très concurrencée avec celles des hispanophones qui vouent également un réel culte à ses productions. Cependant, en dépit des difficultés, les brésiliens arrivent à avoir une place dans la vente des *telenovelas* principalement au Mexique alors qu'il produit lui même une grande partie de *telenovelas*, au Chili, Bolivie ou encore en Équateur.

A partir de là nous définissons bien le lien existant entre le Brésil et les autres pays lusophones. D'abord ils parlent la même langue et ceci constitue un point fondamental, cependant c'est la représentation du Brésil non pas comme un simple pays émergent aux yeux des européens mais bien comme un pays à part entière qui a des compétences identiques à celles des américains ou occidentaux par exemple pour les autres pays lusophones. Le Brésil devient alors aux yeux des pays lusophones en manque de développement un pays exemplaire ou l'organisation de sa société et de son administration semble presque parfaite. Non seulement cela lui apporte une reconnaissance dans son travail mais permet à la chaîne de s'extérioriser et d'affirmer son identité de chaîne mondiale. Ce qui peut paraître le plus surprenant c'est bien le décalage de cultures entre plusieurs des pays acheteurs et le Brésil. En effet, certains pays de l'Est de l'Europe (Pologne, Russie, Roumanie...) et du Moyen orient semblent n'avoir aucun rapport avec le Brésil. Selon les recherches d'Aldo Luis Valentim, cela s'explique par le coût beaucoup plus faible des *telenovelas* brésiliennes qu'américaines.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

Bien que la plupart des feuilletons brésiliens soient réalisés principalement à Rio de Janeiro ou à São Paulo, nous remarquons souvent qu'un autre pays est mis à l'honneur par la Rede Globo. Par exemple en 2010 dans la *telenovela* "Passione" la Toscane en Italie était pendant quelques semaines le deuxième lieu de tournage. N'est-ce pas là une façon pour la Rede Globo en plus d'apporter de la culture, du savoir et de la connaissance aux téléspectateurs, de s'élargir davantage, touchant le plus grand nombre de pays en collaborant avec certains d'entre eux. D'ailleurs c'est dans cet objectif que la Rede Globo va travailler, en ajustant ses *novelas* par la réduction des épisodes ou par la suppression d'éléments trop liés à la culture brésilienne. Ces choix sont stratégiques et visent à des coproductions avec des pays étrangers comme cela a déjà été le cas avec certaines chaînes espagnoles, suisses et portugaises.

Il faut dire également que les images montrées dans ces feuilletons tentent de positiver et cacher les misères sociales du Brésil en les remplaçant par des paysages paradisiaques, des personnages, le plus souvent riches mais présentant des caractères négatifs et des situations très problématiques. C'est cela qui amène le téléspectateur à se passionner pour ces feuilletons tout en se réconfortant de sa situation parfois précaire. La psychologue Maria Do Rosario Dias⁶³ aboutit à la même conclusion disant que les laissés-pour-compte de nombreuses sociétés lusophones se consolent à regarder des riches qui vivent au milieu de problèmes et de trahison.

3.3.3 Impact international :

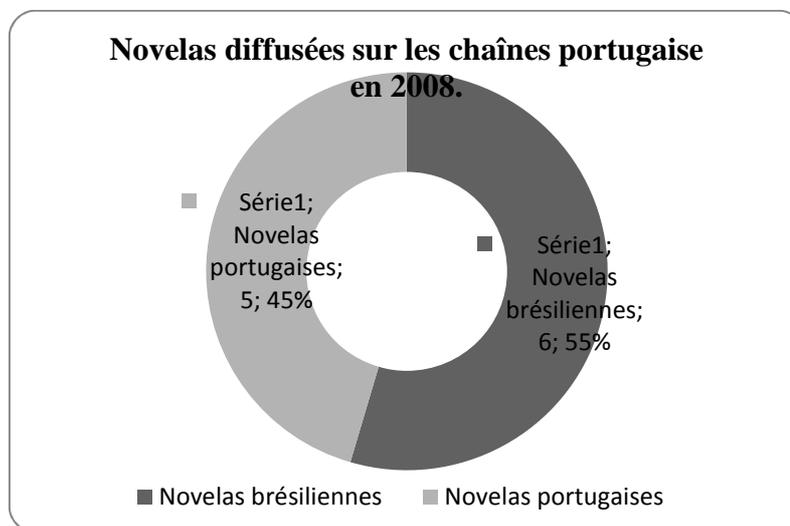
Selon une étude menée par Erika Thomas, la télévision brésilienne n'a pas seulement un impact dans la société brésilienne, il s'étend aussi sur l'ensemble des pays qui la regardent quotidiennement à travers les programmes qu'elle exporte. L'influence linguistique est très marquée au Portugal, en effet comme elle le précise dans ses travaux des expressions typiquement brésiliennes s'introduisent presque naturellement dans la langue mère du Portugal, nous pouvons citer les : « *tudo bom ?* », « *a gente* », « *tá legal* ». Bien que ces changements linguistiques ne soient pas du goût de tous les portugais elles s'insèrent progressivement et ne sont (selon le professeur Maria Helena Mateus) « pas préjudiciable, mais correspond plutôt à une évolution idiomatique naturelle ». D'autres aspects de son impact dans les pays étrangers existent et se présentent sous formes différentes. Généralement très marquée dans les pays fragilisés socialement et économiquement ces influences naissent par exemple suite à la

⁶³ Voir l'article DIAL D 2627 consultable en ligne.

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

diffusion de la *telenovela Roque Santeiro* qui est aujourd'hui une place qui porte son nom en Angola, il en est de même pour les noms des personnages donnés presque systématiquement aux nouveau-nés.

La télévision brésilienne va également servir de tremplin au Portugal qui va s'inspirer de ces méthodes pour réaliser à son tour ses propres feuilletons, ce qui aura pour conséquence une baisse des audiences des *telenovelas* brésiliennes puisque le Portugal aura appris à faire aussi bien. Elle va également développer, je cite : « L'expression des affects entre les hommes qui n'hésitent plus à s'embrasser aujourd'hui », et les magazines destinés aux jeunes qui mettent en évidence l'intérêt des Portugais pour la culture brésilienne. La télévision portugaise va mettre à profit l'expérience brésilienne pour fabriquer ses *telenovelas* qui auront une approche beaucoup plus authentique de la culture portugaise. Toutes les *telenovelas* se passent au Portugal, l'adhésion identitaire devient automatique de par la production locale des nouvelles *telenovelas* portugaises. Néanmoins l'augmentation des *telenovela* portugaise n'a pas effacé totalement les *telenovelas* brésiliennes de leur petit écran. Dans le graphique ci-dessous nous constatons à partir des données d'Ericka Thomas que les feuilletons brésiliens ont encore une place non négligeable sur le marché des *telenovelas*. En effet avec ses 55%, elle dépasse de quelques points les *telenovelas* portugaises qui elles prennent du terrain depuis la dernière décennie.



3.3.4 Impact en Guyane :

La *telenovela* intitulé *Caminho das Indias* de Gloria Pires en 2009, a été vendue à plus de 80 pays dans le monde, nous observons l'intérêt porté par les réalisateurs de s'ouvrir vers l'extérieur

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

en apprenant la culture de l'autre. Ici, ils ont opposés la culture traditionnelle indienne à celle du Brésil en mettant en relief les coutumes des mariages arrangés voire forcés, les croyances religieuses d'autrui, la langue en y incorporant des mots typiquement indiens, les habitudes vestimentaires et culinaires. C'est d'ailleurs la *telenovela* qui a eu le plus d'audience ces cinq dernières années car elle offrait un nouveau visage aux traditionnelles *telenovelas* de la chaîne en influençant la mode brésilienne sur les tissus indiens utilisés pour la confection des Saris, les méthodes de maquillages qui relèvent les yeux et les lèvres des jeunes femmes, ou encore les bijoux dont les femmes se parent au quotidien. Les brésiliens de Guyane ont eu pendant cette période un réel engouement pour la culture indienne, même certains élèves s'affichaient avec des tee-shirts aborant des images de dieu indien tel que Krishna ou Shiva, ou alors un point rouge sur le front plus communément appelé Bindi ou Tilak .

Cependant, la place de la *telenovela* va bien au-delà de ce qu'elle montre au quotidien à la communauté brésilienne et à sa reproduction, elle est pour eux le symbole de leur pays d'origine, de leur culture et de leur milieu tout en solidifiant leur identité surtout quand elle est diffusée sur la chaîne locale.³ *telenovelas* se succèdent ces deux dernières années en Guyane et les ressortissants brésiliens sont honorés et fiers de dire qu'elles sont brésiliennes et qu'elles sont les meilleures. Cette notion de supériorité déjà évoquée dans les travaux de Gérard POLICE intitulés *€udorado*, refait surface surtout quand le mépris pour la chaîne locale est clairement affiché. En plus de considérer que leur pays d'origine est supérieur à celui qui les accueille, en tout et pour tout, la télévision brésilienne fait également partie de cette notion de supériorité. Les *telenovelas* en sont l'exemple lorsque les élèves entre eux discutaient de ce tout nouveau feuilleton diffusé sur la chaîne locale : « Caminho das Indias ». Ils s'exprimaient face à leur camarade de classe un sentiment de fierté quand à l'admiration des autres élèves sur l'image projeté du Brésil. Aux Brésiliens d'exalter la beauté de leur pays mais aussi de rappeler que les *telenovelas* diffusées sur la chaîne locale avait déjà fait leur apparition sur leur petit écran et de leur raconter toute la trame de l'histoire alors que la chaîne française venait à peine de diffuser ses premiers épisodes. Insistant sur la qualité des *telenovelas* proposées par les chaînes brésiliennes, la communauté brésilienne sait mettre en valeur la représentation et l'image qu'elle renvoie vis-à-vis des étrangers qui la regardent.

D'ailleurs la communauté n'intègre en rien les coutumes et les traditions de la région si ce n'est le carnaval, elle va s'imposer en Guyane avec ses valeurs et sa culture en proposant aux Guyanais de la partager avec eux à travers les différents commerces typiquement brésiliens (restaurants au kilo, boutiques de prêt-à-porter, salon de beauté...). La manière de vivre fait totalement référence à leur culture qu'il s'agisse de l'alimentation qui est identique à celle du

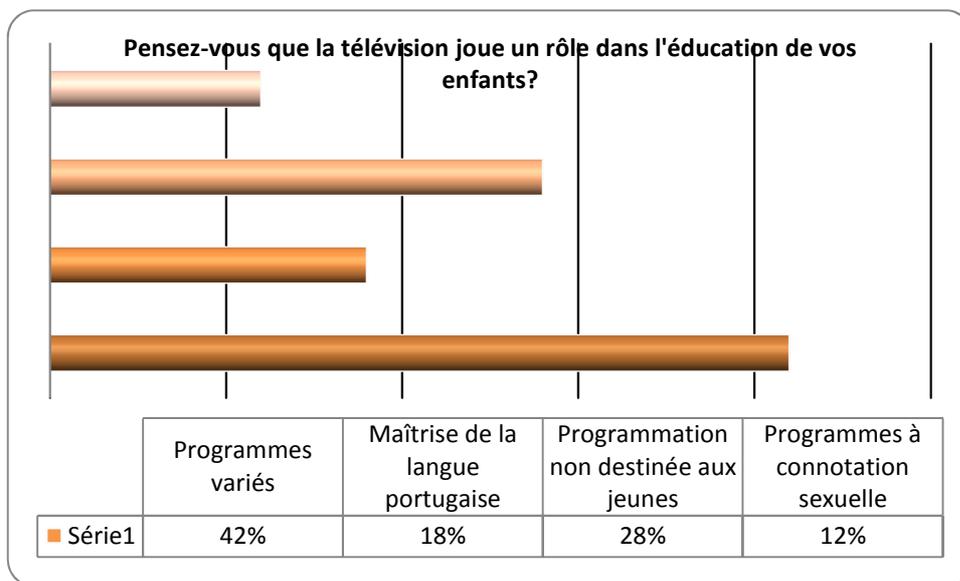
PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

Brésil basée sur les haricots rouge et la farine de manioc, ou encore les activités dominicales qui tournent autour de la plage et d'une partie de football comme cela se fait tous les dimanches au pays. Cela va même plus loin si l'on prend pour exemple le rôle de la publicité sur les chaînes brésiliennes, en Guyane de plus en plus de produits issus du Brésil sont commercialisés, ce qui intensifie l'impact de la diffusion de la télévision brésilienne sur la communauté. De nombreuses publicités promouvant des produits de beauté accessibles à toutes les classes sociales, ressurgissent dans les foyers interrogés et dans les commerces, par exemple les produits capillaire de la marque *Seda* ou encore la crème corporelle *Paixão* ou *Monange* sont utilisés par toutes les jeunes filles Brésiliennes mais aussi Guyanaises. Ces exemples illustrent une fois de plus les répercussions de la télévision brésilienne sur ses téléspectateurs qui sont aujourd'hui très valorisés en tout ce qui concerne les soins et produits de beauté, les tenues vestimentaires, et l'alimentation plus précisément la viande de bœuf qui est de très bonne qualité et les fameuses saucisses brésiliennes : les *calabresas*. Certains produits provenant du Brésil connaissent auprès des Brésiliens et des Guyanais un succès tel, qu'ils sont distribués dans de nombreuses épiceries ou supermarchés de Guyane.

Bien que les audiences des *telenovelas* aient légèrement baissées au cours de la dernière décennie au Brésil selon une étude menée par Erika THOMAS, les jeux vidéo ou encore internet n'ont pas totalement réussi à supprimer l'intérêt que suscite les *telenovelas* pour la communauté brésilienne. Et pour cause, tous regardent les *telenovelas* proposées par leur chaîne préférée, par ailleurs, elles ne sont pas uniquement vendeuses de rêves pour les plus pauvres, elles tentent de plus en plus d'aborder des thèmes d'actualité qui sensibilisent la société brésilienne qui parfois ignore l'existence de certaines maladies ou tout simplement persistent dans la croyance de préjugés sur certains aspects de la société dans laquelle ils vivent. Prenons par exemple la chaîne brésilienne qui vend le plus de *telenovelas* dans le monde : *Rede Globo*. Depuis quelques années elle s'efforce de transmettre à ses téléspectateurs de la culture, du savoir, de l'histoire et de l'éducation, ce qui donne l'impression à beaucoup de familles en Guyane qu'elle participe à l'éducation de leurs enfants. D'ailleurs les élèves prennent souvent les *telenovelas* pour illustrer leurs exemples. L'éducation des enfants étant nécessaire pour la construction de leur avenir et de la société dans laquelle ils vivent, les avis sur la télévision brésilienne sont alors controversés. Plus de la moitié des ménages (60%) adoptent le même discours en confirmant la qualité des programmations destinés aux jeunes. Les parents sont persuadés du rôle éducatif de la télévision, tant sur la connaissance et le savoir que sur la maîtrise de la langue. Pour eux, la télévision leur propose une large programmation qui aide le jeune public à s'instruire grâce aux diverses émissions télévisées des chaînes brésiliennes, elle apporte donc connaissance et savoir en plus de

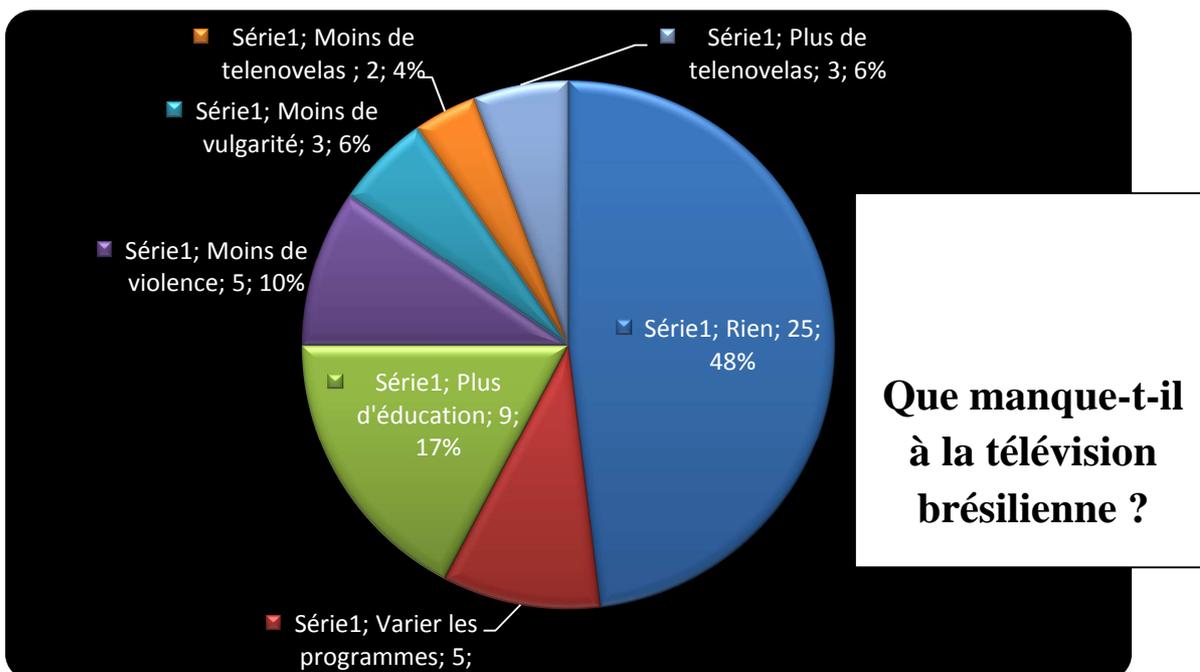
PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

permettre aux jeunes de perfectionner la langue natale lors des retours aux pays qui se font régulièrement.



Ceux qui la critiquent trouvent la télévision médiocre vis-à-vis des connaissances et des savoirs qu'elle pourrait transmettre puisque bon nombre des programmes ne sont pas destinés au jeune public. Nombreux sont les ménages qui dénoncent l'aspect sexuel dont abusent les différentes chaînes à toujours montrer des femmes à moitié nues, des baisers langoureux ou encore des étreintes à répétition. Selon les parents, la télévision brésilienne montre beaucoup de scènes violentes aux yeux du jeune public. Néanmoins un parent explique la nécessité du contrôle des choix des programmes et des chaînes des enfants en rappelant tout de même que l'éducation se passe d'abord à la maison puis à l'école et que ce rôle ne devrait pas être joué par la télévision brésilienne, qu'elle devrait rester un petit moment de détente pour tous.

A partir de ces différents points de vue nous tenons à savoir ce qu'il manque à la télévision brésilienne pour qu'elle soit parfaite aux yeux des téléspectateurs vivant en Guyane. Les résultats parlent d'eux-mêmes, malgré les éloges faits à la télévision, plus de la moitié des ménages souhaitent apporter des modifications en réclamant d'abord davantage de programmes éducatifs, puis moins de scènes de violence, une diversification des types de programmes proposés et bien sûr moins de vulgarité. Les *telenovelas* reviennent à nouveau dans les discussions, certains souhaitent qu'elles soient plus nombreuses, d'autres qu'il y en ait un peu moins.



N'ayant trouvé aucune étude sur les attentes des brésiliens sur la télévision française, une comparaison est difficilement réalisable, néanmoins elles semblent démontrer de plus en plus un intérêt qui vise aussi bien le jeune public que les actes de violence. L'éducation et la violence sont deux mots qui reviennent souvent quand on parle des jeunes, est-ce là une façon pour ces téléspectateurs de tirer la sonnette d'alarme et de rappeler l'influence aussi bien négative que positive que représente la télévision brésilienne ? Il y a t'il une conscientisation grandissante sur l'impact des médias sur le jeune public. Il semblerait que oui bien qu'elle reste encore infime. D'autre part la longévité de certains programmes semble commencer à ennuyer le public qui demande à ce que ces derniers soient davantage diversifiés et qu'ils se tournent vers tous les publics. Par ailleurs un des pères de famille exprimait son envie que les émissions se consacrent un peu plus à la situation précaire dans laquelle vivent la plupart des brésiliens. Croyant aux pouvoirs de la télévision, il en conclut que si les *telenovelas* attirent tant de Brésiliens, des programmes pour aider la classe sociale la plus défavorisée devraient également exister car ceux qui la regardent en général font partie de cette classe. Il reproche donc à la télévision brésilienne de commercialiser du rêve alors que la société a besoin de soutien et de concrétisation. Concernant les *telenovelas* le débat ne s'essouffle pas entre ceux qui restent persuadés qu'il en existe trop et qu'elle tend à abrutir ses téléspectateurs, et ceux qui pensent justement qu'il y en a pas suffisamment et qu'elles devraient être plus intéressantes.

Néanmoins, la télévision brésilienne a de beaux jours devant elle surtout quand on voit l'intérêt et la fierté qu'elle suscite auprès de ses téléspectateurs.

CONCLUSION

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

Tout au long de la rédaction de ce mémoire, nous avons pu démontrer la place intégrante de la télévision brésilienne aussi bien dans la société brésilienne que de ses ressortissants qui vivent en Guyane, comme cela est le cas dans la plupart des sociétés du monde. Cet outil qui a évolué de façon très rapide marque d'une empreinte indélébile les influences tant culturelles, historiques, qu'idéologiques portées sur ses téléspectateurs.

La persistance et la consolidation de l'identité brésilienne par la parabole s'est définie en plusieurs points, d'abord la place de l'objet dans la famille, avoir une parabole c'est comme apporter avec soi son livre préféré quand on s'installe dans un autre pays. Le fait que tous en possède une, nous a clairement démontré que la parabole est ancrée dans la culture de cette communauté et rentre à part entière dans la définition de la culture brésilienne. Ensuite le choix des programmes et des chaînes n'a fait que confirmer, lors de l'enquête le comportement identique de ceux qui sont restés au pays. En effet, les choix sont similaires et parfois calqués ce qui montre que l'espace géographique finalement ne change en rien les habitudes comportementales et les idéologies culturelles. Puis pour les téléspectateurs de la Guyane, la parabole n'est pas qu'un mode de divertissement elle représente bien plus que ça, car à elle seule la télévision propose des programmes qui s'ouvrent à tous les genres, seulement l'accoutumance à certaines chaînes ne met pas à profit celles qui apportent savoir et connaissance surtout quand la communauté brésilienne en Guyane manifeste un besoin éducatif beaucoup plus prononcé aujourd'hui.

Le reflet identitaire par la télévision est confirmé et accentué quand on connaît maintenant le regard que portent les Brésiliens de Guyane sur la télévision française. Tous s'identifient à la télévision brésilienne car elle passe par son histoire, sa culture et surtout sa langue, malgré le vaste pays qui regroupe diverses ethnies, elle a un rôle unificateur et générateur de patriotisme et de nationalisme. D'ailleurs cette notion a été clairement perçue quant aux critiques portées sur la télévision française. Un nationalisme et un patriotisme qui fait le caractère des Brésiliens même de ceux qui fuient leur pays en quête d'une vie meilleure. Le Brésil par sa télévision a également transmis à son public qui forme la société brésilienne un sentiment de supériorité vivement perceptible en Guyane quant à la qualité de ses programmations, mais aussi par l'expansion internationale qui ne cesse d'évoluer et de se distinguer vis-à-vis des autres chaînes. Et c'est sur dernier point que la persistance et la consolidation de l'identité identitaire s'est fait davantage ressentir par les *telenovelas* qui se font imposantes et véhiculaires d'images représentatives et parfois stéréotypées du Brésil. C'est d'ailleurs bien elles qui consolident en grande partie cette identité brésilienne vu la place qu'elles occupent dans les programmations mais également par

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

leur facilité à atteindre d'autres pays si éloignés de la culture brésilienne ou limitrophes comme la Guyane. D'ailleurs nous nous sommes vite aperçus que les *telenovelas* constituent la part la plus importante du marché des grandes chaînes et qu'une grande chaîne ne pouvait exister sans la diffusion de *telenovelas* puisqu'elle est la cause principale des concurrences entre les différents grands réseaux audio-visuels du Brésil et ceci depuis le début de son histoire. En Guyane elle accentue l'idée de solidification identitaire et de notion de supériorité quand elle est prise place sur la chaîne locale.

Tout se concentre dans la télévision, tous les points fondamentaux de leur culture par lesquels s'identifie la société brésilienne à l'intérieur comme à l'extérieur du pays, qu'elle soit musicale, historique, traditionnelle, folklorique, artistique, culinaire, sportive et même religieuse. Un seul outil permet à tout un peuple de s'unir, le seul mode d'information qui s'installe même chez les plus défavorisés et qui sait se maintenir dans un style qui lui est propre. Cette référence identitaire va au-delà du petit écran, elle est quotidienne en Guyane et se manifeste par les boutiques de prêt-à-porter et de chaussures, les salons de beauté, les restaurants au kilo, les sorties dominicales à la plage en famille et entre amis, les repas préparés à la maison, le style de vie, presque tout est totalement brésilien.

Bien que beaucoup admettent que de nombreuses chaînes sont de mauvaise qualité, la majorité de ceux qui les regardent, comme l'ancien ministre de la culture Juca Ferreira, pensent que « la télévision est un milieu incroyable⁶⁴ ».

⁶⁴ Citation tirée de l'interview réalisée par Lucia Rodrigues pour la Revue Caros amigos consultable en ligne : <http://www.cultura.gov.br/site2010/04/30>

Références

Bibliographiques

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

Vu la difficulté de trouver des ouvrages sur le sujet en Guyane, pratiquement toutes les références sont consultables en ligne, internet constituant une bibliothèque intéressante mais qui nécessite également un tri des informations.

Sites Web :

- *Tudo sobre a TV brasileira* Chapitre I : Realização
Chapitre II : Historia da TV brasileira de 1950 à 2000.
<http://www.tudosobretv.com.br/>
- Wikipédia : *Historia da televisão no Brasil*
<http://pt.wikipedia.org/wiki/>
- *A Televisão brasileira*
[http:// www.novelasdablobo.com/a-televisão-brasileira/](http://www.novelasdablobo.com/a-televisão-brasileira/)
- Article : IADYTERUKI, 22/08/2010 “O Televisor Redentor”
<http://www.serieslive.com/article/822/o-televisor-redentor-la-television-bresilienne-pour-les-nuls/>
- Article: RODRIGUES Lúcia, 30 avril 210, “ A qualidade da TV brasileira é muito baixa“, *Revista Caros Amigos*.
www.cultura.gov.br/site2010/04/30
- Article : DE QUEIROZ Mário, 16 mars 2003, « Le succès de la télévision brésilienne », *AlterInfos DIAL 2627*
<http://www.dial-infos.org/alterinfos/>
- Article : CANGUE Feliciano, « Telenovela é o crack da nossa sociedade (parte 1) »
<http://opatifundio.com/site>
- Article : SHAHINEZ BENABED, 25 mai 2010, « Le Brésil lance une télévision en Afrique ».
<http://www.afrik.com/article 19844.html>

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

- Article : G.A, avril 2010, « Televisão brasileira, mode d'emploi », *Journal France-Guyane*, Cayenne.
<http://www.franceguyane.fr/regions/guyane/televisao-brasileira-mode-d-emploi>
- Article : THOMAS Erika, 31 mars 2011, « Les telenovelas : une passion brésilienne », *Inaglobal*
<http://www.inaglobal.fr/television/article/les-telenovelas-une-passion-bresilienne>
- CHOUGNET Jean-François, 2007, *Le modèle de la novela brésilienne*, Revue Médiamorphoses
<http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/23578>
- THOMAS Erika, Voyage au pays des ancêtres. Latelenovela brésilienne au Portugal, *Le temps des Médias* 2008/2 N° 11, p.140-148.
Disponible en ligne : <http://www.cairn.info/article>
- <http://www.canalplus-caraibes.com/Decouvrir-et-s-abonner/Decouvrir-CANALSAT/Les-chaines-CANALSAT>
- <http://redeglobo.globo.com/programacao.html>
- <http://droitcultures.revues.org/1366>

Ouvrages:

- POLICE Gérard, 2010, *€udorado : Le discours brésilien sur la Guyane française*, Edition Ibis Rouge
- PIANTONI Frédéric, 2009, *L'enjeu migratoire en Guyane Française*, Edition Ibis Rouge.
- Elisabeth Baldwin, 2010, *Olhares cruzados sobre a imigração brasileira para a guiana francesa : novas representações identitárias ?*, Synergies n° spécial 1pp.209
- LIMA-PEREIRA Rosuel, 2010, *Les enjeux identitaires socioreligieux dans l'espace frontalier franco brésiliens (Brésil – Guyane française)*, Synergies *Brésil* n° spécial 1 - 2010 pp. 223-232

Annexes

ENQUETE ANONYME

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITE BRESILIENNE A TRAVERS LA
PARABOLE

Quartier : Famille composée deenfants et
..... parents.

Nombre de téléviseurs :

TELEVISION FRANÇAISE

Parabole française : non/ oui depuis

Opinion sur la télé française :

Choix de la télé française :

TNT ou Canal Sat ? Pourquoi :

Qui regarde la télé :

Chaînes les plus regardées : 1 : 2 :

3 :

Programmes les plus regardés :

Télé allumée : le matin l'après-midi le soir toute la journée

Quels sont vos programmes préférés à la télé française :

.....

Qu'aimez vous pas ?

Que lui manque-t-elle ?

.....

Valorise t'elle souvent les

brésiliens ?.....

Qui parle français dans la

famille ?.....

TELEVISION BRESILIENNE

PERSISTANCE ET CONSOLIDATION DE L'IDENTITÉ BRÉSILIENNE PAR LA PARABOLE

Parabole brésilienne : non/ oui depuis

Opinion sur la télé brésilienne :

.....

Choix de la télé

brésilienne :.....

Lieux et prix d'achat et d'installation :

.....

Qui regarde la télé :.....

Chaînes les plus regardées : 1 :2 :3 :

.....

Programmes les plus regardés :.....

Télé allumée : le matin l'après-midi le soir toute la journée

Avantages de la Télé brésilienne :

.....

.....

Pourquoi vous plaît-

elle ?.....

Qu'est-ce-que vous n'aimez

.pas ?.....

Que lui manque-t-elle ?

.....

La télé parle-t-elle souvent de votre région?

.....

Met-elle en valeur tous les brésiliens

.....

Et les Noirs, Amérindiens... ?

.....

Parle-t-elle souvent des brésiliens qui habitent à l'extérieur du pays ?

.....

Pouvez-vous vous passer de la parabole ?

Pourquoi ?.....

En quoi la parabole vous influence-t-elle ?

Fêtez-vous les mêmes fêtes, jours fériés qu'au Brésil ?

.....

Vivez-vous comme les brésiliens du

Brésil ?.....

MOTS-CLÉS : télévision, communauté brésilienne, Guyane, identité, culture

RÉSUMÉ

Ce mémoire réalisé en 2011 porte sur la relation qu'entretient la communauté brésilienne vivant en Guyane avec l'antenne parabolique permettant de visionner toutes les chaînes et les programmes diffusés quotidiennement au Brésil. Suite à une enquête anonyme menée dans différents quartiers à Cayenne et ses environs, celle-ci donne une meilleure perception de l'importance de la « télévision brésilienne » dans chaque foyer brésilien. En plus de rester en contact permanent avec son pays d'origine, elle est surtout un moyen d'affirmer son identité aussi bien d'un point de vue culturel que social. La télévision étant un élément du quotidien qui évolue constamment, ce mémoire propose une étude qui se situe à un moment précis et dont les résultats de l'enquête pourraient subir quelques modifications aujourd'hui. (150 mots environ)