LUIZ MARTINO

Brésil: de la nation comme *telenovela*

Comment s'inventer une identité nationale quand ni la tradition (puisque les autochtones ont presque disparu), ni la langue (puisqu'il c'est celle du colonisateur), ni la race (puisqu'il y en a plusieurs) n'offrent de point d'appui? Tel est le problème auquel a dû faire face le Brésil des années 1930, après les guerres de sécession et l'instabilité politique qui ont suivi l'instauration de la République en 1889.

Rio Branco, Obidos, Amazonie (Brésil) © Rio Branco Magnum C'est à cette période que la question, laissée ouverte depuis l'indépendance en 1822, a pris toute son importance pour les nouveaux citoyens – enfants et petits-enfants d'esclaves ou d'immigrants italiens, allemands, japonais... Au lieu de spéculer sur ses racines, ce " pays du futur " (comme l'a qualifié une intense propagande politique), encore peu connu de lui-même, plutôt sans mémoire que sans histoire, a préféré se tourner vers l'avenir. La réflexion sur le mythe national a dès lors abandonné le terrain de la matérialité pour se concentrer sur cette " âme " issue du brassage des races. "Ce n'est pas un pays sérieux": la boutade du général De Gaulle lors de sa visite au Brésil renferme une part de vérité, même si les Brésiliens la prendraient avec humeur. Car la société est loin de s'identifier avec ses institutions (État, langue, religion...). De l'ancienne organisation sociale des indiens aux cours de patriotisme rendus obligatoires à tous les niveaux de l'Éducation Nationale par la dictature militaire (1964), sans oublier les siècles où le pays a vécu dans la condition de colonie, c'est bien contre l'État, ou malgré lui, qu'elle s'est construite au fil de l'histoire. Fort d'une sagesse populaire issue de cette cohabitation difficile, les Brésiliens sont d'ailleurs peu sensibles aux charmes du nationalisme.

La "brésilité" - qui ne s'appuie pas plus sur l'histoire du pays (héritage, grands événements, race...) que sur ses institutions - serait plutôt à rechercher du côté du "jeitinho". Le mot désigne une façon de se débrouiller, une attitude propre au peuple brésilien face aux embarras, qui s'est objectivée en un trait de caractère dans lequel il se reconnaît. Plus qu'un concept linguistique, le jeitinho témoigne d'une disposition intérieure : être "bien dans sa peau". L'identité nationale ne pouvant s'ériger ni sur un droit du sol ou du sang, ni sur un État ou une tradition, être Brésilien relèverait donc avant tout d'un état d'esprit.

Pour un pays aussi jeune, vaste et peu alphabétisé que le Brésil de l'époque, il est naturel que le mythe national se soit également bâti par le biais de la tradition orale, en même temps qu'à travers une attention portée sur les habitudes et les usages contemporains. Au début du XX^e siècle la structure rurale et la vie communale l'emportaient encore largement sur l'idée d'unité nationale, de sorte que la musique s'est affirmée comme un important vecteur de l'identité brésilienne (Rubens Oliven). Dès les années 1930 et jusqu'à la fin des années 1960, elle a suscité une grande mobilisation populaire formant un champ intense d'échanges, de divulgation des opinions et de discussion des questions politico-sociales. Les années qui suivent sont marquées par la

réorientation du régime mis en place par les militaires en 1964. Nationaliste au départ, la dictature prend vers 1970 une tournure économique libérale, en même temps qu'elle se durcit sur le plan politique. La persécution des intellectuels et le bannissement des artistes coïncident avec les investissements dans le secteur des télécommunications, l'arrivée massive de la musique nord-américaine (rock et les ballades populaires), ainsi que la fondation du puissant réseau de communication Globo (aujourd'hui au quatrième rang mondial). C'est à partir de cette décennie qu'on assiste au développement des fameux feuilletons brésiliens (tele-novelas, ou simplement novelas), qui, grâce à leur taux d'audience exceptionnel, vont remplacer les chansons en tant que véhicule de la réflexion populaire.

Autant de changements concomitants font de la société brésilienne du XXe siècle un intéressant laboratoire. D'abord en raison de la coïncidence entre la fin des révoltes de sécession et l'introduction de la radio. Ensuite par la connotation politico-sociale qu'ont revêtu la musique et les telenovelas. Le tout coïncidant avec deux moments différents de la politique officielle, l'un marqué par une idéologie nationaliste (la période 1930-1960), l'autre par une politique dite " d'intégration nationale ".

Il serait absurde d'avancer que la radio a créé le nationalisme ou viceversa, leurs origines respectives relevant de secteurs différents. Mais, par le fait de la dynamique sociale, la radio a pu connaître un développement dû à des intérêts nationalistes, et le nationalisme a pu atteindre une vitesse d'expansion qu'il n'aurait jamais connu sans le concours de la radio.

C'est là que réside tout l'intérêt des médias : ils fournissent des instruments pour construire une représentation sociale et pour établir des échanges, à l'intérieur d'une certaine extension territoriale qui dépasse l'horizon étroit de la vie communale.

Inutiles dans les communications inter-individuelles et d'accès restreint dans l'ancien ordre communautaire (d'où, par exemple, le pouvoir des scribes dans les sociétés anciennes), ils se sont rapidement multipliés, diversifiés et banalisés dans l'ordre social ; en somme ils se sont faits corrélat de l'individualisme. Le passage d'une collectivité basée sur la communauté à une organisation fondée sur la société a donc impliqué une réévaluation collective des médias, par laquelle ils ont gagné une importance et un sens nouveaux.

La télévision représente à ce titre un perfectionnement de la radio, tout

comme la politique d'intégration nationale est un prolongement du nationalisme. Les années 1930 se caractérisent par les traits de la vie en communauté. Il est donc naturel que les victoires militaires aient été consolidées par le développement du nationalisme comme moyen de miner les liens communautaires et d'éviter le perpétuel éclatement de révoltes d'indépendance. Avec l'instauration de la République, se manifestent les préoccupations nationalistes de l'État. Mais pour que l'idée de nation se consolide au niveau social, il fallait en créer une représentation collective. Parallèlement à la panoplie des symboles étatiques (drapeau, armes, hymnes... et même rituels fascistes pendant la dictature de 1937-1945), est alors apparu un mouvement social, catalysé par les chansons populaires, perméable aux idées de la classe intellectuelle qui se formait autour d'une Presse nationale.

Surtout, les chansons inspirées par les motifs populaires se sont détachées des méthodes de la tradition orale, contribuant de manière décisive à la divulgation et au mélange des coutumes, ce qu'a facilité l'unité linguistique.

Il n'est pas difficile d'imaginer toute l'importance que la radio peut avoir pour une nation en développement, encore fortement marquée par l'oralité. C'est en s'appuyant sur ce média que la chanson peut dépasser le circuit d'une diffusion restreinte et éviter ainsi le régionalisme, condition sine qua non pour qu'elle devienne un vecteur d'identité nationale. La reproduction mécanique des chansons populaires n'a pas été sans conséquences: les répertoires musicaux régionaux deviennent moins différents les uns des autres, de même que la présence du musicien n'a plus été indispensable pour que la chanson les activités journalières. C'est un immense auditoire qui s'est formé pour écouter, puis reproduire chacun à sa manière, les chansons qui évoquent les tristesses et les joies d'un quotidien désormais partagé autour de la radio. En ce sens la radio a élargi et accéléré le travail de synchronisation des attentions individuelles initié par la Presse (dont l'influence était soumise à l'époque au faible taux d'alphabétisation), en même temps qu'elle a permis à la chanson de donner une voix à une foule sans visage et invisible à elle-même.

L'arrivée de la télévision a davantage prolongé ce processus qu'elle ne l'a modifié. En tant que perfectionnement technique, elle va permettre le développement de formes d'expression plus complexes que la chanson, mais toujours dans le sens d'une focalisation de l'attention individuelle sur des éléments collectifs, ou qui passent au domaine public du fait

même de leur médiatisation. La télévision permet aux novelas de simuler la vie quotidienne. Il ne s'agit plus d'une forme d'expression artistique. Bien qu'elle ait un auteur, la telenovela est une création collective, une structure toujours ouverte aux expectatives des spectateurs (grâce à l'appui de méthodes sophistiquées de sondage d'opinion). Au plan de la production, elle s'éloigne encore plus nettement de la chanson en raison de sa complexité. D'une durée considérable (en moyenne 7 mois étant nécessaires pour construire l'identification des téléspectateurs et amortir les importants investissements financiers), la production d'une novela présuppose la coordination de divers métiers, du comédien au technicien, témoignant d'un degré élevé de spécialisation. Au-delà de l'insertion dans un système financier ou de division du travail, c'est tout un secteur d'activité qui se trouve ici séparé du corps de la société pour se spécialiser dans une fonction. Ceci implique un éloignement vis-à-vis des conditions populaires, d'où l'importance du sondage d'opinion pour compenser ce déphasage. Cette spécialisation est corrélative au développement d'une industrialisation de la culture et à l'établissement d'un marché culturel : deux facteurs importants de l'internationalisation de la culture liés à l'activité des médias, qui apportent une vitesse spectaculaire aux échanges entre nations.

Par comparaison à la chanson, la *novela* apparaît plus éloignée ou plus proche du public selon la priorité que l'on donne à l'une ou l'autre de ces caractéristiques : la forme de production ou la phénoménologie du produit final, tel qu'il est reçu. La proximité est plus grande dans la mesure où le type de stimulation télévisuelle est non seulement plus complet, mais aussi capable de synchroniser les intérêts individuels d'une façon plus efficace. La télévision est en effet le seul média à pouvoir réunir un maximum de portée (absence d'apprentissage d'un code), d'instantanéité, et de concentration de l'attention (l'écoute radiophonique peut se faire parallèlement à d'autres activités). En revanche, on pourra la juger plus éloignée dès lors qu'elle se distancie effectivement des conditions spontanées de production de la culture populaire. Mais il n'y a pas ici contradiction entre l'efficace du média et la nature populaire de ses produits.

Si la *novela* ne relève pas de l'art, le facteur esthétique n'en est pas pour autant absent ; d'un sens artistique du terme (donc intrinsèquement polémique), on est simplement passé à une esthétisation du quotidien, à travers une sorte d'esthétique universelle, spontanément formée dans le

jeu social de nos rapports aux objets, donc proche de la communication et du consensus. À la Beauté chantée par les poètes-musiciens s'oppose la vision de la femme concrète, le mannequin consacré par l'opinion publique; à l'esprit d'un peuple capté par la sensibilité et l'intelligence de l'artiste s'oppose la vision de ce peuple; ou encore, à la louange d'un mode de vie imaginé s'oppose la participation cathodique (d'où la parenté de la *novela* avec le mythe national de l'*american way of life*).

Ce n'est plus un mythe ou un symbole qui relie les individus, mais une simulation strictement technique. L'utopie de la Patrie se fond dans l'omniprésence de l'image, les couleurs nationales se multiplient, se dégradent doucement dans les tonalités de la réalité. De la chanson aux novelas, de la radio à la télévision, nous passons de l'univers des symboles et des constructions imaginaires à celui des choses virtuelles. Ainsi, personne ne songe à reproduire la *novela* qu'il vient de regarder, comme il le ferait avec une chanson écoutée à la radio. La novela n'existe pas hors du média qui la produit et sa forme de réverbération n'est plus la reproduction, mais la réalité sociale : les commentaires, les jugements, les appréciations, les échanges d'impression... bref, tout ce que nous faisons spontanément à propos de notre entourage. Les personnages " vus à la télé " sont des gens qu'on peut s'attendre à rencontrer dans la rue, des connaissances que nous avons en commun avec le reste de la société, qui sont vus dans des lieux que nous mêmes pouvons fréquenter. Ce qui renforce l'impression de " quasi-empirisme " des novelas, de façon qu'on peut passer de la multiplicité des déterminations individuelles, ou plus précisément d'une coordination communautaire, à une synchronisation des expériences vécues collectivement au niveau social.

Nous savons, d'après K. Polanyi, que l'émergence d'une société du marché implique un secteur économique qui se spécialise et devient un système relativement autonome vis-à-vis de la société. Dès lors, c'est la société qui est devenue saisissable, constituant ainsi un objet spécifique pour le savoir scientifique (ce que Polanyi a appelé la découverte de la société). Or les médias constituent aujourd'hui l'étape la plus avancée de ce processus. Ils ont rendu visible pour tous ses membres une société qui ne l'était qu'à travers le tube à essai d'une certaine classe d'intellectuels : enfin, la société découverte par elle-même.

Ainsi, la médiatisation de la vie sociale ne peut se réaliser qu'à travers un double jeu – surtout chez les jeunes nations –, où société et culture trouvent des destinations différentes. D'une part, les médias permettent

une appréhension et une unification de la nation autour de la diffusion de certains contenus : ils génèrent un espace (public) et un temps (l'actualité) où la société devient visible. D'autre part, ils contribuent à la constitution d'un patrimoine culturel qui appartient, à proprement parler, à l'industrie culturelle et non à la nation. Si la culture s'internationalise, la vie en société gagne l'épaisseur du temps présent, de sorte que la culture traditionnelle est dans une large mesure remplacée par la communication intensive qui, par son incessant travail de recyclage du monde, se sert des oeuvres traditionnelles comme matière première.

Il est intéressant de constater que la première période du nationalisme brésilien a été marquée par la production compulsive de symboles, justement parce qu'ils constituaient dans une large mesure les seuls moyens intellectuels capables de saisir et d'exprimer une unité nationale *invisible*, et même contredite par les faits empiriques. En revanche, dans la période de la politique d'intégration nationale, il n'était plus question de fabriquer une nation ; elle existait déjà, il suffisait de la montrer aux yeux de tous. On a en effet recueilli les fruits de la période précédente, où le symbole a fait son travail, tout comme cette dernière avait recueilli et aménagé les victoires militaires du temps de l'Empire et de la Vielle République. Mais il fallait pourtant donner une expression populaire à cette nouvelle disposition sociale inaugurée par la politique d'intégration, et c'est là qu'est entrée en scène la télévision. Pour que le Brésil soit vu des Brésiliens, pour que leur soit montré " ce qu'on appelle la nation, ce que ressentent et vivent ses citoyens, ce qu'est la vie dans ce pays ".

Fondée sur le présent, identifiée à la société, la nation a pu dès lors divorcer d'avec la culture ; pour cette raison, ni l'industrialisation des produits culturels, ni l'internationalisation qui l'a suivie ne sauraient mettre en péril l'identité nationale. Il s'agit d'une culture anthropophagique, comme l'affirmait le tropicalisme ¹, dans sa manière irrévérencieuse d'exprimer la grande capacité du pays d'absorber les éléments culturels " étrangers " (terme déjà à la limite de l'obsolescence).

Du coup, on comprend pourquoi la recherche de la "brésilité " peut dériver de l'insolite vers le dérisoire, du symbole et du mythe vers la simulation technique, et finalement n'avoir plus aucune pertinence en dehors du folklore : certitude empirique et généralisation médiatique, la nation est ce que les individus vivent. Elle s'identifie à la société. Elle est devenue de l'ordre du fait.

1. Le dernier souffle des grands mouvements artistiques, et surtout musicaux, avant le durcissement de la dictature et l'avènement d'une nouvelle période de l'histoire nationale, qui a débuté vers les années 1970.