Le sens dans le débat présidentiel en direct et ses stratégies manipulatrices dans le contexte brésilien

Janice Alves Gomes

▶ **To cite this version:**

Janice Alves Gomes. Le sens dans le débat présidentiel en direct et ses stratégies manipulatrices dans le contexte brésilien. Linguistique. Université de Limoges, 2020. Français. NNT : 2020LIMO0005 . tel-02989037v2

HAL Id: tel-02989037
https://theses.hal.science/tel-02989037v2

Submitted on 5 Nov 2020

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.

Thèse de doctorat

Université de Limoges

Université de Limoges

ED 611 - Sciences du Langage, Psychologie, Cognition, Éducation (SLPCE)

Centre de Recherches Sémiotiques (CeReS)

Thèse pour obtenir le grade de
Docteur de l'Université de Limoges
Sémiotique et Communication

Présentée et soutenue par
Janice ALVES GOMES

Le 5 février 2020

Le sens dans le débat présidentiel en direct et ses stratégies manipulatrices dans le contexte brésilien

Thèse dirigée par Gérard CHANDÈS

JURY :

Président du jury
M. MARCON Christian, PR 71e CNU, Centre de Recherche en Gestion EA 1722

Rapporteurs
M. Dr. ELIAS MILANI Sebastião, Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Letras, Departamento de Linguística e Língua Portuguesa – DELP.
Mme. PIGNIER Nicole, or 7e-71e CNU, Centre de Recherches Sémiotiques – EA

Examinateurs
M. MARCON Christian, PR 71e CNU, Centre de Recherche en Gestion EA 1722
M. CHANDÈS Gérard, Professeur émérite, 71e CNU, Centre de Recherches Sémiotiques EA 3648

Dédicace,

À Jaime, Jandyra, Jane, Jaíza,

et Jader.

À Anísio, Elisa et Clara.

À Fabiana et Maria Eduarda.

BY-NC-ND

Remerciements

Je remercie de tout cœur le directeur de thèse, Monsieur Gérard CHANDES, qui a été disponible pour m'aider dans ce moment particulier qu´est la recherche. Merci de votre présence, des instructions de lecture, de vos conseils, merci de m´avoir clarifié les idées.

Je remercie le CeReS, en particulier Madame Isabelle KLOCK-FONTANILLE qui a toujours été disponible pour m´aider quand j'en avais besoin. Je remercie également Monsieur Didier TSALA-EFFA pour ses conversations éclairantes. Merci à Monsieur Jacques FONTANILLE de partager ses connaissances.

Je remercie le jury : Madame Nicole PIGNIER et Messieurs Christian MARCON et Sebastião ELIAS MILANI pour l'examiner mon travail .

Je remercie l'Université de Limoges et la Faculté de Lettres et Sciences Humaines.

Un grand merci à l'Institut Fédéral de Goiás-Campus Uruaçu, institution dans laquelle je travaille, pour m'avoir donné cette opportunité de faire mon doctorat en France.

Je remercie le recteur Monsieu GERONIMO SILVA, la directrice du campus d'Uruaçu, Madame Andreia PRADO, mes collègues et étudiants pour leur compréhension et leur soutien.

Je remercie les nouveaux amis que j'ai rencontrés lors du doctorat, qui m'ont aussi aidé et qui ont partagé avec moi ces moments d'apprentissage : Luíza Helena, Clebson, Marina, Lina ainsi que les doctorants.

Je remercie Sebastião Elias Milani de m'avoir montré d'autres chemins de connaissance.

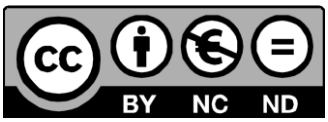
Je remercie ma famille chérie et aimée, qui a toujours été présente pour me soutenir et m'aider à surmonter les moments difficiles et solitaires de ces années de doctorat.

Merci, merci beaucoup !

BY-NC-ND

Droits d’auteurs

Cette création est mise à disposition selon le Contrat :
« **Attribution-Pas d'Utilisation Commerciale-Pas de modification 3.0 France** »
disponible en ligne : *http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/fr/*



BY-NC-ND

Sommaire

Introduction 8

Chapitre I. La télévision : véhicule de diffusion et contrôle social 15
Partie I – L'historique de la télévision au Brésil et la formation identitaire.....17
I.1. L'inauguration de la télévision au Brésil : un processus technique et technologique ...17
I.1.1. La technologie et l'économie au Brésil : le plan social et le plan individuel 21
I.1.1.1. L'exdo rural et l'industrialization 25
I.1.1.2. La société: les scolarisés et les non-scolarisés 27
I.1.2. Statistique : la télévision dans le quotidien du brésilien 30
I.1.3. Le contrôle des concessions de la radiodiffusion.....34
I.1.3.1. Des décrets et des concessions – un régime de visibilité et des contrôle sociale 35
I.1.3.2. La Constitution de 1988 – l'institutionnalisation du pouvoir.....38
I.1.3.3. La continuité du pouvoir – le rôle politique 42
I.1.4. Le colonélisme életronique.....43
I.1.4.1. Les sujets de domination: la voix du Brésil et le miracle économique.....46
I.2. Les sujets présentes dans la constrution de la télévision au Brésil : les *ethè,* les figures et les voix.....50
I.2.1. L'*ethos* dans le processus de la construction de l'identité.....51
I.2.2. Le symbole de la TV Tupi : une figure anthropophagique.....62
I.3. Le sujet social: l'absence de diversité culturelle dans la télévision 71
I.3.1. Le régionalisme et le processus d'identité 72
I.3.2. La violence symbolique 74
I.3.3. Le parcours stratégique de la télévision brésilienne.....75
I.3.3.1. L'analyse du point de vue : la source et la cible 78
Partie II – La politique brésilienne 83
I.4. Quelques mots à porpos de l'histoire récente de la politique brésilienne.....83
I.4.1. Les partis politiques.....89
I.4.2. Le discours politique.....91

Chapitre II. Le débat en direct : un dispositif mis en place 94
Partie I – Le dispositif et la situation de communication 94
II.1. Le dispositif.....94
II.2. L'information et la communication 96
II.3. La communication : un processus d'interaction.....99
II.3.1. La double face du débat : un dispositif conversationnel et télévisuel 101
II.4. L'information et l'image : une question technique.....103
II.5. La télévision, la campagne politique et le débat 106
II.5.1. La situation de communication dans le débat 107
Partie II - Le rite et la constitution du débat en direct.....108
II.6. Le débat en direct et leurs aspects constitutifs.....108
II.6.1. Le rite 108
II.6.1.1. Le débat : processus d'ordre et du desórdre 110
II.6.2. Le pouvoir et l'acte de regarder dans la sphère du rite politique 112
II.6.2.1. Le regard de la chaîne 114

BY-NC-ND

II.6.2.2. Le regard du candidat 123
II.6.2.3. Le regard de l'électeur 131
II.7. Le débat en direct en tant que genre....140
II.7.1. Le format du débat 140
II.7.1.1. Le temps....141
II.7.1.2. L'espace....142
II.7.1.3. Les personnages 144
II.7.1.4. La caméra....146

Chapitre III. La description du débats présidentiels en direct au Brésil....148
Partie I – Le débat présidentiel en direct de 1989 à 1998 148
III.1. Le débat présidentiel Brésilien 148
III.1.1. La description du débats présidentiels en direct au Brésil....151
III.1.1.1. Les élections de 1989 152
III.1.1.2. Les élections de 1994 168
III.1.1.3. Les élections de 1998 174
Partie II – Le débat présidentiel en direct de 2002 à 2014....176
III.1.1.4. Les élections de 2002 176
III.1.1.5. Les élections de 2006 197
III.1.1.6. Les élections de 2010 216
III.1.1.7. Les élections de 2014 239

Chapitre IV. Le débat en direct : un parcours de production du sens....268
Partie I : L'espace comme élément de construction discursive....268
IV.1. Le débat : une instance énonciative....268
IV.1.1. L'espace dans la scène énonciative....271
IV.1.2. Les plans de langage : l'expression et le contenu 273
IV.2. La notion d'espace en tant qu'élément de la signification 275
IV.2.1. Les notions de l'espace....277
IV.2.2. L'espace chez la sémiotique 280
IV.2.2.1. La sócio-sémiotique : les régimes d'espace....281
IV.2.2.2. La sémiotique de l'espace 285
IV.3. Sémiotique syncrétique: la présence du semi-symbolisme 299
Parte II – L'analyse du débat présidentiel en direct....301
IV.3.1. Le débat présidentiel direct : un système sémiotique syncrétique 301
IV.3.2. Les analyses du débats....303
IV.3.2.1. Le générique....306
IV.3.2.2. La caméra....319
IV.3.2.3. Le décor 326
IV.3.2.4. Les règles....339

Conclusion....352

Références bibliographiques 359
Table des illustrations....379
Table des tableaux....383

BY-NC-ND

Table des sigles 386
Table des matières.....389

BY-NC-ND

Introduction

Cette thèse est l´aboutissement de l'étude sur le débat en direct entre les candidats à la présidence de la République du Brésil. Diffusé pendant la période électorale de ce pays, le débat présidentiel en direct est considéré comme l´apogée d'une campagne électorale, puisqu'il s'agit de l'une des dernières actions des candidats, bénéficiant d´une large couverture médiatique et diffusée avant le jour du scrutin.

Afin de développer cette étude, nous avons utilisé comme approche épistémologique la théorie de la communication en dialogue avec la sémiotique. Parmi les théoriciens qui analysent la branche de la communication française, nous nous sommes penchés sur l´axe dont discutent François Jost, Jean-Claude Soulages et Noël Nel autour de la télévision, ainsi que sur les fondements du débat en direct.

En ce qui concerne les théoriciens contribuant aux discussions dans le domaine de la communication au Brésil, nous nous sommes appuyés sur les idées de Muniz Sodré, de Eugênio Bucci, de Maria Helena Weber et de Carmem Regina Abreu, pour ce qui est de l'action de la télévision dans le quotidien du brésilien et les conceptions du débat en direct dans une élection brésilienne.

Largement étudiée au Brésil, la sémiotique francophone nous donnera un support dans l'analyse des aspects liés à la télévision, ainsi que dans la construction discursive du débat présidentiel en direct.

Nous avons sélectionné le travail du sémioticien français Jacques Fontanille, en particulier le concept qu'il aborde au sujet de la formation du point de vue, centré sur l'interaction entre le sujet et l´objet. Dans cette étude, nous considérons le débat comme un texte syncrétique. Nous avons donc choisi la sémiotique plastique de Jean-Marie Floche pour développer l'analyse des débats, car il s'agit bien d'un genre composé de plusieurs langages. Nous nous attardons sur les conceptions discursives des sémioticiens brésiliens José Luiz Fiorin et Diana Luz Pessoa de Barros.

Notre premier objectif est de décrire la manière dont le débat présidentiel en direct est organisé afin de mobiliser le citoyen dans ce processus, en partant du principe que le choix du candidat est effectué de manière démocratique par l'électeur.

BY-NC-ND

Pour discuter cette déclaration qui guide non seulement la démocratisation du vote, mais aussi la construction et l'affirmation d'une identité nationale, nous avons sélectionné les débats présidentiels en direct qui ont eu lieu au cours des sept années de scrutins directs, couvrant ainsi la période électorale de 1989 à 2014. Parmi les caractéristiques présentes dans la construction de ce genre télévisuel, nous nous attarderons à l'analyse des thèmes suivants : le générique, la caméra, le décor et les règles.

Pour les analyser, nous utilisons les catégories eidétique, topologique et chromatique du plan d'expression des langages syncrétiques présentés, afin de procéder à la validation avec le plan du contenu du débat. À partir de ce processus, nous proposons de traiter les éléments insérés dans le débat qui sont présentés comme des dispositifs démocratiques et identitaires, délimitant ainsi la manipulation du sujet.

Nous avons choisi *Bandeirantes* et *Globo* dans les chaînes de télévision qui proposent le débat. Bandeirantes est une pionnière de la diffusion du débat en direct. S´agissant de la première à avoir fait cette proposition en 1989, elle est depuis la chaîne qui transmet les premiers débats, du premier et du deuxième tour des élections. Globo, qui propose des débats en direct depuis l´élection de 2002, est traditionnellement la chaîne qui diffuse les derniers débats, du premier comme du deuxième tour.

Les règles régissant l'organisation du débat télévisé sont énoncées à l'article 46 de la loi n° 9.504 de 1997, mais les chaînes de télévision peuvent quand même suivre les règles établies d´un commun accord avec les partis politiques. Il est toutefois établi que leur réalisation doit être préalablement notifiée à la justice électorale, conformément à l'article 46 de la loi n° 9.504 / 97.

Notre choix de sujet est motivé par le fait que le Brésil est une république fédérale présidentielle qui, par un vote secret et direct, élit démocratiquement le président qui dirigera le pays pendant quatre ans. C'est en effet ce qui est déterminé par la Constitution de 1988, créée pour garantir un État démocratique et la justice sociale.

Cet objectif initial nous a amené à réfléchir sur l'action de la télévision dans le processus de développement du pays. Premièrement, elle est antérieure à la Constitution de 1988. La télévision brésilienne a été créée dans les années 50 dans un contexte de monopolisation des moyens de communication par le groupe *Diários Associados*, un conglomérat de médias à son apogée entre les années 1930 et 1960, présidé par Francisco

BY-NC-ND

de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo. D'autres entrepreneurs en communication ont pris ce format d'entreprise comme référence, le consolidant dans le pays.

À partir de ce modèle, le système d'information au Brésil est devenu ce que Santos et Capparelli[1] qualifient de colonélisme électronique. Malgré une constitution qui interdit la propriété croisée dans les médias, ainsi que le monopole et l'oligopole, ces derniers sont symptomatiques dans le paysage médiatique brésilien.

Deuxièmement, notre attention est attirée sur le fait que cette caractéristique rappelle une autre situation, celle du contrôle des concessions des fournisseurs de radio, de télévision et d'Internet qui sont, au Brésil, attribuées au Congrès National. Toutefois, certains députés et sénateurs chargés de les réglementer sont également enregistrés auprès du ministère des Communications comme associés et/ou directeurs de ces médias. C´est la raison pour laquelle ils s'efforcent de conserver les avantages qu'ils possèdent en tant que propriétaires de ces moyens de communication, tout en étant responsables de l'adoption des lois qui leur permettent de prendre des décisions de politique publique. Ces faits nous amènent donc à nous interroger sur le discours d'impartialité de ces médias dans le choix des électeurs, dans la perspective du débat.

Une autre question que nous abordons concerne l'hétérogénéité du groupe dont l'électorat fait partie. Parmi les électeurs, il y a ceux qui choisissent le candidat et s'alignent avec un parti politique parce qu´ils le connaissent et par conviction. Dans ce cas, il est peu probable que le débat soit décisif pour leur faire changer d'avis quant à leur candidat et à celui de l'opposition. Mais, par ailleurs, il y a ceux qui n'ont pas accès au thème de la politique en dehors des médias. La télévision est le moyen d'information le plus accessible dans le contexte brésilien.

Dans cette perspective, nous considérons dans cette étude le contexte sociopolitique et culturel dans lequel l'identité du téléspectateur brésilien s'est construite tout au long du processus de modernisation et de développement de la télévision. Historiquement, son approche des sujets programmés par les chaînes a influencé l'émergence d'une identité nationale qui lit peu mais regarde beaucoup la télévision.

[1] SANTOS Suzy dos et CAPPARELLI Sérgio, *Coronelismo, radiodifusão e voto : a nova face de um velho conceito*. Disponible sur : http://www.andi.org.br/sites/default/files/legislacao/10.%20Coronelismo,%20Radiodifus%C3%A3o%20e%20Voto%20a%20nova%20face%20de%20um%20velho%20conceito.pdf. Consulté le 24 octobre 2019.

BY-NC-ND

Pour développer cette étude, nous aborderons l'aspect social de la télévision brésilienne, cet objet faisant partie depuis des décennies non seulement de la vie de famille mais également des espaces sociaux du brésilien, aussi bien publics que privés.

Dans les émissions proposées par la grille de programmes des chaînes, le journal télévisé est généralement le genre le plus étudié en matière de diffusion en direct, car il est, selon Fechine[2], l'un des genres discursifs les plus connus et les plus appréciés des téléspectateurs brésiliens en tant que vecteur d'information. Toujours selon Fechine, il existe peu d'études sur les modes de production et de réception de la télévision consacrées à la retransmission en direct en tant qu'objet d'étude exclusif. Bien qu'elle fasse l'objet de recherches dans le domaine politique ainsi que dans le domaine linguistique et de la communication[3], la diffusion en direct en général

> *n'a pas mérité, du moins parmi les spécialistes du domaine au Brésil, autant de recherches spécifiques que son importance dans la construction du langage télévisuel lui-même demanderait. En général, lorsqu'elles ne sont pas diluées dans l'étude de certains genres télévisuels, les réflexions sur les émissions en direct finissent par être éclipsées dans le débat déclenché par les événements répandus par ce type de transmission.*[4]

Dans cette perspective, le débat n'a pas autant de visibilité que le journal télévisé et cet intérêt diminue lorsque nous nous limitons au débat politique. Ainsi, à partir des questions relatives aux genres de retransmission en direct, nous nous concentrerons spécifiquement sur l'étude du débat présidentiel en direct pour sa valeur en tant que ressource électorale au détriment du peu d'attention qu'on lui accorde.

Cette proposition découle de l'intérêt de contribuer à la discussion sur la pertinence d'un débat politique et le format que lui donnent les chaînes de télévision, en l'élargissant à partir de ce que la sémiotique nous offre comme méthode d'application. Nous pensons également que l'apport de cette recherche ne se limite pas à la portée brésilienne, car lorsque nous commençons à décrire et à comprendre un tel programme, nous discutons de

[2] FECHINE Yvana, *Televisão e presença : uma abordagem semiótica da transmissão direta, op. cit,* p. 13.
[3] WEBER Maria Helena ; ABREU Carmen Regina, *Debate político-eleitoral na televisão : jogo de cena e dispositivo estratégico.* In : MIGUEL Luis Filipe ; BIROLI Flávia (Org.), « Mídia, representação e democracia ». São Paulo : Hucitec, 2010, p. 162.
[4] FECHINE Yvana, *Televisão e presença : uma abordagem semiótica da transmissão direta, op. cit,* p. 13.

BY-NC-ND

ses fonctions et intentions réelles en termes d'efficacité par rapport aux attentes d'un État qui prétend être démocratique et travaille à rendre cette démocratie pour tous.

Nous avons pu soulever les questions suivantes d'après ce que nous avons observé dans les récits créés lors des débats : quelles ressources les débats mobilisent-ils pour faire croire à l'électeur qu'il s'agit d'un événement démocratique ? S´il est démocratique, comment pouvons-nous comprendre la relation entre les propriétaires des chaînes et les lois régissant les subventions et les concessions ? Au cours du débat, les chaînes maintiennent-elles l'impartialité concernant leurs opinions politiques ? Les chaînes affirment que le débat est organisé pour les électeurs, alors quels en seraient les avantages pour elles et pour les candidats ?

Cette thèse est organisée en quatre chapitres dont chacun d´entre eux a été divisé en deux parties. Dans la première partie du premier chapitre, nous abordons l'insertion de la télévision dans le scénario brésilien, ainsi que son utilisation sociale au Brésil. Insérée dans une période de transition économique, de rurale à industrielle urbaine, et à des fins commerciales, seule la classe sociale supérieure avait accès à cet appareil électroménager. La programmation était en principe destinée à ce public, mais avec la popularisation du poste de télévision, il a été par conséquent nécessaire d'adapter à la fois la programmation et son langage au nouveau public. Avec cette adaptation, la télévision a imposé des normes déterminant ce que le téléspectateur allait consommer, sur la base de ce que l'axe Rio de Janeiro–São Paulo imposait. Nous sommes donc en présence d´un pays qui a plusieurs identités nationales, mais qui a partir de la télévision a commencé à reproduire le modèle culturel du Sud-Est brésilien.

Dans la deuxième partie du premier chapitre, nous évoquons brièvement la politique brésilienne, à partir du coup d'État militaire de 1964 et son influence sur le développement de la télévision au Brésil. Nous concluons ce chapitre en présentant la formation des partis politiques et le discours de l'homme politique brésilien, afin de comprendre les relations entre les partis dans ce processus de formation de l'opinion de l´électeur.

Dans la première partie du deuxième chapitre, l'objectif est de présenter la télévision comme un dispositif utilisé dans le but d'informer et de communiquer. Dans ce processus d'interaction communicative, le contexte de la situation de communication du débat est envisagé. Dans la deuxième partie de ce chapitre, il est proposé de discuter le débat en tant que rite. Les rites sont aussi des moyens de communication qui agissent comme une forme de lien social. Il s´agit d´un canal utilisé pour maintenir l'ordre d'une communauté. Lorsque

BY-NC-ND

nous nous référons au débat, ce processus se traduit dans l´acte de le regarder avec l'intention d´ « admirer » et de « constater ». Dans ce sens, nous observons cette relation dans la conception de ces deux verbes et dans l'interaction entre les sujets participant à ce rite, c'est-à-dire la chaîne de télévision, le candidat et l'électeur, pour ensuite présenter le débat en tant que genre.

Dans le troisième chapitre également divisé en deux parties, nous présentons la description du *corpus*. Alors que dans la première partie nous décrivons les débats des premier et deuxième tours de la période de 1989 à 1994, nous décrivons dans la deuxième partie les débats des élections de 2002 à 2014. Cette division a été faite pour des raisons didactique, parce que nous abordons les débats dans trois situations spécifiques. Dans la première, nous soulignons l'année 1989, car ce fut la première année de scrutin direct après la période militaire de gouvernement. Cette année est considérée comme une étape importante pour la télévision, car c'est également l'année de transmission du premier débat présidentiel en direct. La deuxième situation est délimitée à partir des débats de 2002, car c'est une période au cours de laquelle les chaînes de télévision ont exploité les ressources technologiques avec une plus grande appropriation, en plus de consolider le format du débat tel que nous le concevons aujourd'hui. La troisième situation correspond à la dernière année électorale que nous avons délimitée, à savoir 2014.

Les descriptions ont été faites suivant un ordre. En effet, nous examinons d'abord les génériques, car elles sont le point de référence qui détermine le début et la fin de chaque partie du débat, ou, comme le disent les médiateurs, des « blocs ». Ensuite, nous décrivons le mouvement de la caméra pendant les débats, car c'est elle qui enregistrera les scènes, c´est elle qui agit comme un œil ou le regard qui capture ces scènes pour le téléspectateur. Puis nous donnons la priorité à la description du décor, car l'espace dédié au débat et la manière dont il est décoré mettent en valeur le discours de la chaîne de télévision. Enfin, nous décrivons les règles, c'est-à-dire les normes qui déterminent le fonctionnement de chaque débat. Ces moments ont été décrits à partir des vidéos de chaque débat, tout comme les images illustrant les descriptions qui sont des extraits de ces vidéos.

Dans le quatrième chapitre, nous effectuons les analyses selon la sémiotique plastique. Cependant, dans la première partie, l'objectif est d'aborder le débat en tant qu'instance énonciative. À partir de cette perception, nous nous consacrons à discuter de la notion d'espace en fonction de la géographie (Milton Santos), de la socio-sémiotique (Eric Landowski), et de la sémiotique de l'espace (Manar Hammad). Nous avons sélectionné

BY-NC-ND

l´image (64) en tant qu´échantillon afin d´analyser la perspective de l'espace dans un débat, selon la sémiotique de l'espace.

Néanmoins notre proposition n'est pas seulement d'analyser l'espace, même s'il est fondamental pour la réalisation d'un débat, car comme nous l'affirmons, nous considérons ce genre comme langage syncrétique, d´où le choix que nous avons fait. Dans la deuxième partie de ce dernier chapitre, nous effectuons les analyses et en présentons les résultats dans la conclusion.

BY-NC-ND

Chapitre I. La télévision : véhicule de diffusion et contrôle social

Le visage du Brésilien est un visage télévisé, sans aucun doute[5]
Eugênio Bucci

La télévision brésilienne a aujourd'hui presque soixante-dix ans d'existence. Pour son cinquantième anniversaire, cependant, quelques théoriciens en communication ont fait plusieurs réflexions sur le rôle qu'elle a exercé dans le processus de formation culturelle et identitaire de la société Brésilienne.

Selon Eugênico Bucci[6], par exemple, il est impossible de penser le Brésil sans penser à la télévision. Il développe cette assertion en défendant que le répertoire télévisé, autrement dit, le monde virtuel, a été matérialisé dans le quotidien urbain, réel, quand au cours de l'année 2000, la chaîne *Globo* a mis de grandes horloges sur les places de plusieurs villes brésiliennes pour marquer la commémoration de l'anniversaire des 500 ans du Brésil. Ces horloges n'avaient pas seulement la fonction temporelle d'indiquer les heures, elles tenaient aussi un compte à rebours jusqu'à la date commémorative. Dans cette interaction entre le discours de la télévision et sa réception de la part du téléspectateur, il défend que

> *les frontières entre la dimension éthérique des images électroniques et la dureté corporelle des voies asphaltées et des tours bétonnées se dissolvent dans la construction d'un imaginaire intégré. Avant, entre les années 60 et 70, il s'agissait d'un imaginaire national – et nationaliste – , qui descendait des projets culturels générés à l'intérieur de l'Etat, sous l'inspiration de la doctrine de sécurité nationale, jusqu'aux foyers de la nation. Aujourd'hui nous vivons dans un imaginaire globalisant et globalisé. Le téléspectateur qui s'est formé comme un Brésilien hypnotisé par les images du projet national – ces images l'ont constitué Brésilien – flâne aujourd'hui comme un consommateur de la culture mondiale. Le visage du Brésilien est un visage télévisé, sans aucun doute. Mais le visage télévisé n'est pas seulement, aujourd'hui, brésilien. Il a dépassé la logique de l'Etat national et est devenu un reflet – en même temps qu'un agent – d'une culture industrialisée à l'échelle planétaire. C'est là, principalement, que la limite entre l'immatériel et le concret se dissout. La réalité est ce que les images*

[5] BUCCI Eugênio (org.), *A TV aos 50 anos. Criticando a televisão brasileira no seu, op. cit.,* p.7. Traduction libre.
[6] *Ibid*., p. 7.

BY-NC-ND

affirment qu'elle est. Les images revêtissent le monde, comme de nouveaux habits globaux.[7]

Nous avons alors dans cet argument un discours qui modélise l'action de la télévision – représentée selon Bucci, par Rede Globo -, et qui détermine l'action du Brésilien. Autrement dit, au moyen d'un contrat véridictoire, l'énonciateur établit la pensée adoptée par l'énonciataire comme vraie, non seulement pour sa formation en tant qu'individu, mais aussi de façon déterminante pour la construction de la pensée collective, influençant, ansi, la formation identitaire de la nation.

Dans ce processus interactif lié à la construction de l'identité, Landowski défend que les sujets sont construits à partir de la différence établie entre le « je » et l' « autre ». C'est cette différence qui marquera l'individualité du sujet, c'est-à-dire son identité. Ainsi, dans cette relation, le sujet aura besoin d'un « il » pour exister sémiotiquement, car la définition du « je » part de l'image que l' « autre » se fait de ce « je », de la même manière que ce « je » objective l'altérité de l' « autre », distinguant, de cette façon, les différences qui les séparent. Ainsi Landowski affirme que

[...] Ce qui donne forme à ma propre identité, ce n'est pas seulement en effet, la manière dont, réflexivement, je me définis [ou tente de me définir] par rapport à l'image qu'autrui me renvoie de moi-même, c'est aussi la manière dont, transitivement, j'objective l'altérité de l'autre en assignant un contenu spécifique à la différence qui m'en sépare.[8]

A partir de cette citation de Landowski, nous pensons alors au processus qui implique le discours que la télévision a propagé au cours de son développement pour que le contrat soit établi avec le téléspectateur, ainsi que la manière dont elle a défini le développement de l'identité brésilienne, d'abord à partir d'un projet « national » et « nationalisant », pour ensuite s'étendre à une culture « globalisée » et « globalisante » du téléspectateur.

Dans cette perspective de Bucci, le téléspectateur brésilien est vu, alors, comme un sujet dépositaire de messages, qui répond aux stimuli selon les intérêts des groupes qui dominent ces messages télévisés et médiatisés, sans y réagir.

[7] *Ibid*., p. 8.
[8] LANDOWSKI Eric, *Présence de l'autre. Essais de socio-sémiotique II, op. cit.,* p. 16.

BY-NC-ND

Nous verrons alors au cours de ce chapitre comment fut le processus d'insertion et de développement de la télévision au Brésil, ainsi que la forme dont elle maintint cette relation contractuelle avec le téléspectateur brésilien, utilisant les sphères politiques et médiatiques, pour influencer dans la formation de l'identité de ce peuple.

Partie I – L'historique de la télévision au Brésil et la formation identitaire

I.1. L'inauguration de la télévision au Brésil : un processus technique et technologique

Le journaliste et entrepreneur Francisco de Assis Chateaubriand de Melo fut le responsable pour l'instauration de la télévision commerciale au Brésil et en Amérique du Sud. Il inaugura la première chaîne de télévision, la *TV-Tupi Difusora de São Paulo*, plus précisément le 18 septembre 1950, environ vint ans après la télévision européenne.

À ce moment-là, les images furent transmises par seulement les 200 appareils qui existaient dans toute la ville de São Paulo, qui comptait à cetté époque, selon le recensement démographique, 2.151.313 habitants[9].

Même s'il s'agissait d'une période pendant laquelle la télévision était introduite dans le pays, il y a un nombre inexpressif de postes dans la relation « quantité de postes » par « nombre total d'habitants ». On considère dans ce processus le pouvoir aquisitif de ceux qui en achèterent un, étant donné qu'il s'agissait d'un objet accessible à une minorité vue sa valeur commerciale, mais aussi le risque d'investir dans ce produit.

L'idée de risque, selon Landowski, domine les régimes d'interaction. Pour lui, la régularité de l'action est liée au risque qu'elle représente, donc plus le régime est régulier, plus le risque est moindre[10]. Malgré le risque existant dans le processus qui concerne l'implantation de la télévision au Brésil, la relation établie entre énonciateur et énonciataire est une relation de pouvoir, figurativisé dans l'image de sujets manipulés à acquérir l'objet ou même à faire partie de ce contexte qui implique le monde télévisé.

Selon Landowski,

[9] *Population recensée – Région Métropolitaine de São Paulo e Municípios*. Disponible sur : http://infocidade.prefeitura.sp.gov.br/htmls/7_populacao_recenseada_1950_10552.html. Consulté le 7 novembre 2017.
[10] LANDOWSKI, Eric. *Interações Arriscadas*, *op. cit.,* p. 8.

BY-NC-ND

> *La manipulation vise à transformer le monde à travers une conduite stratégique préalable ayant en vue, si ce n'est dans tous les cas, les « états de l'âme », du moins la compétence de l'autre sujet, le « vouloir faire » qui l'amènera à agir, que ce soit opérant par lui-même sur le monde comme tel, ou en manipulant à son tour un autre sujet, ou même selon un autre procédé qui reste encore à identifier et à définir.*[11]

Il y a dans ce cas un « vouloir-faire » de la télévision motivé par diverses raisons, parmi lesquelles, l'augmentation du domaine médiatique – puisque Chateaubriand était propriétaire de *Diários Associados*, le plus grand conglomérat médiatique de l'Amérique Latine – au-delà d'obtenir du profit, instaurer la nouveauté sur ce continent, apporter l'image vers d'autres espaces, etc. Nous avons, alors, des actions développées qui transitent entre l'exercice du pouvoir et l'exercice du ludique offerts et concrétisés par la télé.

La *TV-Tupi* fut configurée selon les principes de la radio, c'est-à-dire que ses programmes, son modèle institutionnel, une partie du personnel technique et artistique migrèrent de la radio[12]. On peut même dire qu'au début les programmes fonctionnaient comme une émission de radio, mais télévisée. Selon Laurindo Filho, pendant son inauguration, par exemple, « *Elle [la télévision] fut une émission de la radio faite à la caméra, avec un défilé de noms célèbres »*[13].

À ce moment-là, les programmes étaient plein d'improvisation, mais aussi de créativité. La question, cependant, était vraiment le manque de savoir-faire à la télévision, parce qu'il n'existait au Brésil aucune structure technique sonore et de l'image qui puisse fournir les subventions à la programmation[14]. Nous avons, alors, un discours révolutionnaire, du sujet qui a la compétence pour effectuer sa performance, assisté par un contexte technique et technologique.

Mais, tout était à faire. Laurindo Filho dit encore que

[11] *Ibid*., p. 22.
[12] FILHO Laurindo Lalo Leal, *A TV pública.* In: BUCCI Eugênio, « A TV aos 50 anos. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário », o*p. cit.*, p. 153.
[13] *Ibid.*, p. 153. Traduction libre.
[14] SODRÉ Muniz, *O monopólio da fala. Função e linguagem da televisão no Brasil, op. cit*., p. 96.

BY-NC-ND

le plus important c'est que la télévision brésilienne est apparue sans référence. Ni externe, puisqu'elle est contemporaine de la télévision européenne et nord-américaine, ni interne.[15]

Par rapport à cette constatation de Laurindo Filho sur la production de la télé, on observe la question de la structuraction même de la programmation télévisuelle. Ce manque d'influence externe a pu lui donner, par exemple, de l'autonomie pour se développer selon les perspectives de ceux qui voulaient faire de la télévision selon les besoins du marché économique brésilien.

Si la télévision brésilienne s'invente de manière particulière en relation au mode dont se structure le pays comme dimension esthétique de langage, elle développe en même temps une forme particulière de relation avec les sphères du pouvoir politique et économique.

Cette particularité se consolide et nous avons alors une télévision qui petit à petit en vient à occuper les espaces publics et privés, installée dans divers contextes sociaux du pays. Elle est présente dans la salle d'attente de l'hôpital qu'il soit public ou privé, au club de loisirs, au restaurant, à la boulangerie, au bar, dans l'ascenseur, dans la gare routière etc.

Même si ces espaces offrent d'autres moyens d'information comme les magazines et le journal, la télévision sera toujours allumée, comme une présence obligatoire et qui légitime ce qui devra être considéré comme un « événement » digne de devenir le centre des attention des sujets, en même temps qu'elle consolide une narrative sur les événements, une façon de les interpréter.

Il ne s'agit donc pas simplement de montrer ce qui arrive, comme dans une relation de miroir, mais de sélectionner ce qui doit être compris comme événement et ce qui doit être ignoré, d'organiser les faits selon un ordre donné de présentation qui implique aussi une dimension narrative et de proposer une narrative pour la nouvelle manière d'orienter les spectateurs quant à un biais sur le réel.

[15] FILHO Laurindo Lalo Leal*, A TV pública.* In: BUCCI Eugênio, « A TV aos 50 anos. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário », *op. cit.,* p.155.

BY-NC-ND

Sur le site de la *Globo* par exemple, nous pouvons voir à côté du décor qui encadre les présentateurs du journal télévisé le plus regardé du pays, la façon dont la chaîne le caractérise synthétiquement (fig. 1) : il « montre ce qui se passe de plus important au Brésil et dans le monde ».

Figure 1 : *Jornal Nacional*

L'image capture d'écran de la page de la programmation de TV Globo. Disponible sur : http://redeglobo.globo.com/programacao.html#20180324691438. Consulté le 24 mars 2018.

La chaîne assume par cet énoncé la compétence de savoir sélectionner et dire ce qui est important et qui doit être appréhendé comme évènement, ainsi que sa capacité à refléter ce qui est important, révélée par l'emploi du verbe « montrer ».

Pour cela, elle compte stratégiquement sur des ressources qui visent à la production d'effets d'objectivité, distance et exonération qui concourrent à effacer la perspective particulière et compromise quant à l'appréhension/reproduction des faits, en même temps qu'elle en appelle à la compétence particulière du programme justement pour cette façon particulière de savoir dire.

En se consolidant comme principale source d'accès à l'information socialement légitime du pays, avec une présence dans des environnements publics et privés, elle atteint un énorme pouvoir quant à l'adhésion à des orientations déterminées d'ordre politico-idéologique.

Si à l'époque de la radio, celle-ci occupait une place de choix dans le quotidien du Brésilien, alors que les sujets se réunissaient à des horaires spécifiques pour écouter les nouvelles ou le feuilleton radio, à l'ère de la télévision, cette dernière assume la place auparavant occupée par la radio, dépassant cependant l'attente que le Brésilien avait en relation à celle-ci comme véhicule qui contentait les trois aspects que la Constitution

BY-NC-ND

Fédérale Brésilienne, selon le Décret nº 20.047, du 27 Mai 1931[16], lui attribua : informer, éduquer et divertir.

Ainsi, c'est la télévision qui s'est intégrée comme présence naturelle dans le quotidien brésilien, et même si elle est née contemporainement à la télévision d'autres pays, elle créa une identité propre et un mode particulier de devenir une pièce indispensable pour la conformation d'une façon d'être du Brésilien.

Au-delà de ça, elle s'est implantée dans une période où le Brésil subissait de grands changements venus de l'industrialisation et de l'urbanisation, évènements liés à la politique nationale et à ses intérêts, qui déterminèrent la forme dont la télévision se développa dans le pays et le rôle qu'elle en vient à occuper.

Dans un système continu, la TV se développe, sort des centres urbains, des métropoles et gagne d'autres espaces comme de petites villes, au-delà de la zone rurale, se consolidant comme moyen de communication le plus populaire du pays. Pour en arriver là, elle a pu compter sur un scénario politique, économique et historique qui a favorisé son implantation, ainsi que la limite de ceux qui la contrôlent.

De cette forme, nous pensons à un régime de manipulation, qui ne s'est pas instauré uniquement à partir du « vouloir-faire », mais avant cela, il y eut un « savoir-interpréter » le contexte social, politique et économique dans lequel Assis Chateaubriand vivait.

I.1.1. La technologie et l'économie au Brésil : le plan social et le plan individuel

L'insertion de la télévision au Brésil s'articule dans un scénario autour duquel deux questions gravitent. La première est par rapport au développement de la technologie proprement dit. La deuxième, qui en découle en réalité, car liée au processus de modernisation des communautés, est centrée sur la structure socioéconomique brésilienne de l'époque.

Pendant cette période, le pays vivait un moment de transition de l'économie agro-exportatrice, basée sur la production de café dans les années 1930, vers une économie

[16] *Décret nº 20.047, du 27 mai 1931*. Disponible sur : http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20047-27-maio-1931-519074-publicacaooriginal-1-pe.html. Consulté le 2 novembre 2017.

BY-NC-ND

urbano-industrielle, dans les années 1950[17]. Ce changement s'opéra après la crise de 1929, au cours de laquelle beaucoup de producteurs de café basculèrent dans la faillite, amenant le déclin de la production caféière.

À ce moment-là, le café était pratiquement le seul produit que le Brésil exportait. Avec la crise les caféiculteurs se tournèrent vers d'autres sources productives. Ainsi, l'infrastructure utilisée pour le transport du café fut mise à profit dans la production industrielle. Même si l'industrie brésilienne employait une technologie limitée, comme dans le secteur alimentaire, la fabrication de savon, bougies et textiles, elle a commencé à diversifier ses investissements.

Dans ce processus de croissance, par exemple, l'industrie brésilienne s'est abondamment développée avec de la main d'œuvre d'origine étrangère, principalement des Italiens, qui migrèrent des fermes de production de café, en plus des Espagnols et des Allemands.

Il y a dans le programme narratif de la croissance économique du pays - dans ce changement d'état de retard vers le développement - l'insertion de l'étranger dans l'espace topique, ce qui a stimulé des changements dans divers segments sociaux du Brésil, tels que le commerce, l'industrie, l'alimentation, etc. Les étrangers venus d'Europe en quête de sécurité et de prospérité, ont apporté et inséré dans ce nouveau pays, leurs cultures, leurs coutumes, leurs religions et leurs discours, très différents de ceux qui existaient déjà.

Dans ces relations, on trouve ainsi les asymétries présentes dans le contact entre le natif et l'étranger, qui nous amènent à réfléchir aux normes qui impliquent la construction de l'image du sujet qui va dans un autre pays et qui doit s'adapter au nouvel espace afin d´être accepté. Selon Landowski[18], l'étranger est généralement perçu par les cultures de référence comme un sujet exotique et différent. Comme les comportements les plus significatifs de l'étranger tendent à gêner le natif, cet étranger doit se défaire de sa culture pour s'adapter et être accepté par la culture qui l'accueille.

Ainsi, il est « l'autre », l'envahisseur, et de ce point de vue, le groupe dominant doit

[17] SODRÉ Muniz, *O monopólio da fala. Função e linguagem da televisão no Brasil, op. cit*., p. 87.
[18] LANDOWSKI Eric, *Les interactions risquées, op. cit.*, p. 6.

BY-NC-ND

maintenir un certain équilibre interne, préserver intacte l'homogénéité réelle ou supposée de sa substance, pour ainsi dire, physiologique, qu'elle soit perçue par le biais socio-économique, en termes de niveaux et de modes de vie, ou du point de vue des habitus (comme le disent certains sociologues), principalement linguistiques, religieux, juridiques et politiques, ou même de façon plutôt grossière, en termes de « pureté » ethnique.[19]

En raison de ces différences dans l'invasion de l'espace topique, il existe des conflits entre le « moi/natif » et « l´autre/étranger » qui conduisent à une modification des relations spatiales du pays, tant en ce qui concerne ce qui est public que ce qui est privé. Si le « moi » admet le changement, il y a alors une appropriation de l'espace par « l'autre » convertissant l'espace topique en un espace hétérotopique. Ce que nous voyons en fait se produire au Brésil.

Mais il y a eu un changement dans cette relation, en principe, conflictuelle, non seulement « l'autre » s'est adapté aux changements, mais le « moi » également. Le Brésilien a incorporé dans sa culture au long du processus migratoire que le Brésil a connu, les éléments culturels insérés par « l'autre », c'est-à-dire par l'étranger, assurant ainsi la continuité de la pluralité culturelle et ethnique de ce pays.

Nous avons donc dans ces relations deux volets : le plan social et le plan individuel, qui même s´ils sont intrinsèques, peuvent être démembrés. Dans le premier plan, l'étranger rompt avec la structure de sa patrie car il ne croit pas en son efficacité. Il recherche donc la prospérité promise par une autre patrie, qui lui donne des moyens pour se rétablir, commençant sa vie sous un autre angle, celui de la dignité, de l´honneur et de l´argent ainsi que d´autres facteurs qui l'encouragent à partir.

Cet étranger arrive sur le nouveau territoire, s'installe, cherche à s'adapter, commence son travail et crée une relation d'échange, même après avoir compris les limites des relations sociales établies par le gouvernement, qui au niveau de la promesse le manipule pour lui faire croire qu'il aurait une vie meilleure s'il s'engageait envers ce gouvernement.

Mais le contrat avec cette nouvelle terre est également rompu, car la promesse n'est pas remplie intégralement. Malgré tout, l'étranger décide de rester et, devant la

[19] LANDOWSKI Eric, *Presenças do outro, op. cit.*, p. 11.

BY-NC-ND

nouvelle réalité, crée des subterfuges pour continuer sa vie sans penser à la possibilité de retourner dans son pays d'origine. Dans ce processus, il contribue au développement social, politique et économique en créant des catégories d'emplois qui n'existaient pas auparavant sur cette terre, se manifestant contre le système d'exploration de la main d´ œuvre, contribuant à créer une conscience collective, amenant le gouvernement à discuter des lois du travail qui n'existaient pas auparavant, en plus des contributions qu'il a apportées dans la partie culturelle, dans la nourriture, dans la musique, dans les croyances, dans l'architecture, etc.

Sur le plan individuel, il y a l'étranger qui vécut tout ce processus décrit dans le plan social qui décide de retourner dans son pays d'origine, car pour lui, la promesse n'a pas été dûment remplie et ne concrétise donc pas son plan ou son projet individuel de progrès. Comme aucune autre option ne lui est présentée, il ne perçoit pas d'autres perspectives et préfère retourner dans son pays natal. Il ne veut pas faire l'expérience des conflits, des différences de ce pays étranger, car il ne voit rien qui puisse l´y faire rester.

Tout ce processus de changement dans l'économie et aussi dans la structure du gouvernement du pays fut proposé par le président de l'époque Getúlio Vargas. Cette période de l'histoire est devenue connue sous le nom « Era Vargas », qui comprend les années 1930 à 1945[20].

S'ajoutant à cela, le gouvernement investit dans les routes, voies ferrées, ports, énergie électrique, etc. Un autre facteur qui contribua à la croissance de l'industrie brésilienne fut la fin de la 2nde Guerre Mondiale, car le Brésil eut besoin d'augmenter son parc industriel en réalisant ce qui à l'époque fut connu comme l'industrialisation par substitution d'exportation.

Plusieurs entreprises de pays industrialisés s'installèrent au Brésil, principalement dans les secteurs automobile, chimique, pharmaceutique et électronique. Le pays sortant

[20] Remarque – Le processus d'immigration qui a eu lieu au Brésil a commencé bien avant cette période de développement industriel. Cela a débuté en 1890, à l'époque de l'Empire, lorsque le gouvernement brésilien, ayant besoin de main-d'œuvre dans les fermes en raison de la fin de l'esclavage, a encouragé l'immigration des Italiens. En outre, le gouvernement a lancé, en partenariat avec d'autres pays, une politique de peuplement des régions les plus éloignées des centres économiques, attirant ainsi dans ce pays des immigrants européens qui souhaitaient tenter cette nouvelle expérience.

BY-NC-ND

ainsi de sa condition de pays producteur de produits primaires pour l'industrie et le secteur urbain.

I.1.1.1. L'exdo rural et l'industrialization

Cette relation entre l'exode rural et l'industrialisation du pays changea, de cette façon, la perspective de vie du Brésilien autant que ses habitudes quotidiennes. Le modèle d'accumulation de capital axé sur l'industrie, se concentra principalement dans la région Sud-Est, c'est-à-dire São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo et une partie de Minas Gerais (fig. 2).

Dans cette région existait un marché intérieur plus fort ainsi qu'une concentration de main d'oeuvre disponible, scénario qui favorisa le bas coût de la production industrielle. Ce système centralisateur permettra le développement principalement de São Paulo, qui en fait est considerée l'une des principales références industrielle, économique, politique et culturelle dans le pays.

Figure 2 : La carte politique du Brésil (I)

Minas Gerais | Espírito Santo | Rio de Janeiro | São Paulo

IBGE, Direction des géosciences, Coordination de la cartographie, en ligne, www.ibge.gov.br

BY-NC-ND

À ce propos, selon Sodré,

> *évidemment, cette accélération du processus d'industrialisation a généré une formidable expansion des services [secteur tertiaire de l'économie], des activités commerciales et financières, des tâches artisanales et semi-domestiques, sans négliger la croissance du réseau scolaire.*[21]

Le processus de développement de la technologie accéléra le développement des moyens d'information, contribuant à ce que le mode de vie des gens changeât considérablement.

Cependant, la croissance de l'économie basée sur le transfert de technologie par les monopoles internationaux, principal facteur externe qui a amplifié le développement industriel du Brésil, ouvrit les portes au capital étranger, incitant la consommation ostensive de produits de luxe par l'élite économique.

Pourtant, cette croissance n'atteint pas tout le pays, excluant même la majorité de la population, ou parce qu'elle fait partie du groupe de salariés et de sous-employés, ou parce qu'elle est liée à des activités agricoles. En effet, les agriculteurs se trouvant loin des centres urbains, il leur était impossible de consommer des produits qui, à l'époque, n'arrivaient pas jusque dans les zones rurales par manque de structures comme par exemple l'énergie électrique.

Ce modèle socio-économique implanté au Brésil au moyen du discours de modernisation et avec l'appui de l'État a explicité les différences entre les classes sociales, créant un fossé entre elles, en plus d'avoir « produit une hégémonie idéologique ou domination culturelle »[22].

De cette façon, on comprend la modernisation comme une intégration à une orientation économique et de production, la télévision étant « solidaire de la forme d'exercice du pouvoir de cette étape de production économique capitaliste »[23].

---

[21] SODRÉ Muniz, *O monopólio da fala. Função e linguagem da televisão no Brasil, op. cit.,* p. 88. Traduction libre.
[22] *Ibid.*, p. 84. Traduction libre.
[23] *Ibid.*, p. 30. Traduction libre.

BY-NC-ND

Ces deux espaces, la campagne et la ville, ont des activités différentes, mais qui convergent vers le même objectif, le développement. Les conditions de vie que la zone rurale permet aux personnes, avec des limitations liées au confort, ont fait que la ville a été recherchée, car elle offre, en théorie, un meilleur niveau de vie en terme d'accessibilité. Cependant, en plus d'être plus coûteuse, elle pose d´autres problèmes que ceux rencontrés à la campagne.

Nous avons ainsi, dans ce processus de développement technologique, l'idéologie du dominant qui a été déterminée pendant une période historique par le propriétaire terrien. Ce transfert idéologique, permis par la montée de la zone urbaine, est lié au discours qui, selon Fiorin, citant Greimas, dit que

> *Le discours transforme l'espace géographique en espace cognitif, puisqu'il entend expliquer les relations cognitives entre les sujets. Ce faisant, il peut transformer les frontières extérieures en frontières intérieures.*[24]

Il y a donc au niveau des relations sociales, un transfert de pouvoir du latifundium à l'industrie, un changement qui élargit les frontières intérieures, puisqu'il qualifie la main d´œuvre de l´ouvrier, optimise les bénéfices des industries, améliore la qualité de vie des Brésiliens. Malgré cela, le discours idéologique du dominant prévaut, consolidant un espace qui sépare les riches et les pauvres, la classe ouvrière et les entrepreneurs, etc. Ce contexte a amené le pays à se développer technologiquement mais avec des problèmes structurels, parmi lesquels l'éducation, ce qui affecte directement la programmation télévisée.

I.1.1.2. La société: les scolarisés et les non-scolarisés

Quand Sodré se réfère aux facteurs internes qui ont objectivé l'accumulation du capital urbano-industriel au Brésil, c'est-à-dire l'expansion des services terciaires de l'économie, les activités commerciales, artisanales et semi-domestiques, il inclut aussi la croissance du réseau scolaire.

Il est important de comprendre que pendant cette période le pays comptait aussi un fort indice d'analphabètes, mais qu'il y avait déjà un certain investissement dans l'éducation de manière à prendre en charge non seulement la classe économiquement riche, mais aussi les classes plus modestes. Cette expansion du réseau d'enseignement fut faite par un

[24] FIORIN José Luiz, *O Regime de 1964. Discurso e ideologia, op. cit.*, p. 116.

BY-NC-ND

processus lent et même au début du XXIe siècle le pays n'a pas encore résolu le problème de l'éducation.

En 2016 par exemple, selon le résultat de la Recherche Nationale par Échantillon de Domiciles (Pnad), des 51,3 millions de jeunes Brésiliens qui se trouvent hors circuit scolaire, 62% ont en moyenne entre 15 et 17 ans. Alors qu'en France, en 2014, selon les données de l'INSEE de 2016[25], plus de 77% de la population entre 18 et 29 ans étaient scolarisés.

Selon les données de l'Institut Brésilien de Géographie et Statistique (IBGE), moins de la moitié de la population qui avait 15 ans, entre 1940 et 1950[26], soit pendant la période de transition d'économie rurale à l'industrialisation dans le pays, était alphabétisée (Tableau 1).

Tableau 1 : Alphabétisation de la population de 15 ans ou plus - Brésil 1900/1991

Année	Alphabétisés	Analphabètes	Sans déclaration	Taux d'alphabétisation
1900	3.380.451	6.348.869	22.791	35%
1920	6.155.567	11.401.715	-	35%
1940	10.379.990	13.269.381	60.398	44%
1950	14.916.779	15.272.632	60.012	49%
1960	24.259.284	15.964.852	54.466	60%
1970	35.586.771	18.146.977	274.856	66%
1980	54.793.268	18.716.847	31.828	75%
1991	76.603.804	19.233.239	-	80%

IBGE. SOUZA Marcelo Medeiros Coelho de, « O analfabetismo no brasil sob enfoque demográfico », Cadernos de Pesquisa, nº 107, julho/1999, p. 172, en ligne, http://www.scielo.br/pdf/cp/n107/n107a07.pdf

Pendant cette période les programmes télévisés étaient faits pour le public dont faisait partie l'élite économique alphabétisée et avec un niveau culturel érudit. Pour ce public

[25] *Insee 2016.* Disponible sur : file:///D:/Users/Janice/Downloads/FPORSOC17L6_F2.6.pdf. Consulté le 04 janvier 2018.

[26] Il n'y eut pas de rescencement géneral de la population en 1930, « à cause du mouvement armé initié le 3 octobre 1930, mené par Getúlio Vargas sur le plan civil et le Lieutenant-Colonel Pedro Aurélio de Góis Monteiro, avec l'objectif immédiat de renverser le gouvernement de Washington Luís et empêcher la prise de pouvoir de Júlio Prestes, élu président de la République le 1er mars. Le mouvement connut la victoire le le 24 octobre et Vargas assuma le poste de Président Provisoire le 3 novembre de la même année. De par les changements politiques, sociaux et économiques qui eurent lieu dans la société brésilienne après 1930, ce mouvement révolutionnaire a été considéré comme le début de la Seconde épublique du Brésil », p. 01. Disponível sur : http://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeirarepublica/REVOLU%C3%87%C3%83O%20DE%201930.pdf. Consulté le 6 janvier 2018.

BY-NC-ND

d'abord, la télévision reproduit le théâtre et la musique érudite, pratiques culturelles peu connues des classes économiquement moins favorisées. Sur cette question Sodré dit que

> *les programmes qui en résultaient combinaient le téléjournalisme (nouvelles de style, radiophoniques, débats, entretiens) avec des spectacles culturalistes. Par exemple, le programme Musique et Fantaisie (TV-Tupi, 1954) était considéré comme une comédie musicale de bon goût, allant chercher ses thèmes chez des compositeurs classiques, comme Tchaikovsky, Grieg et autres. En même temps, le téléthéâtre marquait l'époque comme la TV d'Avangarde (également de Tupi), qui présentait des pièces classiques (de Shakespeare, Pirandello etc.) et des adaptations de romans comme Les Misérables, Senhora etc. La ligne culturaliste visait même le public infantil : O Sítio do Pica-Pau Amarelo (La ferme du pic vert jaune), de Monteiro Lobato, qui fut présenté en 1951, resta 14 ans à l'antenne.*[27]

À mesure que le modèle de croissance économique de cette période a viabilisé l'augmentation de consommation de biens de luxe pour une classe spécifique de la société, le crédit a augmenté, transférant ainsi une « *partie du revenu excédentaire à une élite salariée et des strates éparses de couches moyennes de la population »*[28] .

On voit, alors, que l'industrialisation ne concerne pas les nécessités de tous les niveaux sociaux, mais seulement ceux qui ont les conditions de consommer. Ce mouvement du marché économique qui consiste à amplifier la sphère consommatrice, parallèlement au discours de modernisation du pays a permis que les entreprises d'état et privées investissent dans l'urbanisation, la publicité et dans les télécommunications, consolidant, ainsi, autour des années 1960, le système de télévision[29].

À mesure que l'accès à la télévision augmente, celle-ci va adapter sa programmation, ainsi que son langage, pour une culture qui est plus proche des expériences populaires. Elle va incorporer, petit à petit, des programmes d'auditoire, feuilletons télé, offrir de la visibilité à la Musique Populaire Brésilienne (MPB), la samba, commencer à explorer une autre esthétique, autrement dit, s'adapter pour se rapprocher d'un strandard moyen du goût brésilien.

---

[27] SODRÉ Muniz, *O monopólio da fala. Função e linguagem da televisão no Brasil, op. cit.*, p. 97. Traduction libre.
[28] *Ibid.*, p. 90. Traduction libre.
[29] *Ibid.*, p. 90. Traduction libre.

BY-NC-ND

En même temps qu'elle s'adapte, elle impose aussi des standards, déterminant ce que le téléspectateur consommerait en fonction de ce qui serait considéré comme mode ou style à apprécier.

Ainsi, être éduqué permet au sujet de faire partie d'une élite, disposant d'un *statut* qui valide son *pouvoir/savoir* lire et comprendre ce que les programmes véhiculent. Au contraire, l'analphabète, privé de la compétence de lire, d´écrire et de comprendre, n'a même pas le *pouvoir*, car il est en dehors de l´école, et ni la *connaissance*, car il ne possède aucun élément le qualifiant pour venir en conjonction avec l'acte de lire et d'écrire. Il est analphabète, une condition qui le relie à un faible niveau social, résidant dans les périphéries, mais qui est la force de travail de l'élite.

En ce sens, il occupe, dans les fonctions sociales, des postes sans valeur de visibilité, tels que des sous-emplois, du travail salarié, etc., qui n'exigent pas la compétence d´être alphabétisé. Cette division sociale est présente dans les relations établies dans le pays, et est reproduite dans la programmation proposée par les chaînes de télévision. En règle générale, les programmes nécessitant un niveau de lecture plus élevé sont proposés après 21h, tandis que ceux ne nécessitant pas une meilleure compréhension le sont jusqu'à 20h.

En ce sens, les chaînes de télévision ont cette connaissance qui leur permet de sélectionner une programmation pouvant plaire à toutes les couches sociales, maintenant ainsi, dans le jeu manipulateur, la télévision allumée.

I.1.2. Statistique : la télévision dans le quotidien du brésilien

La télévision, au Brésil, est sortie du statut d'appareil électroménager de luxe, consommé par un nombre restreint de personnes, et a commencé à atteindre d'autres strates sociales, propulsée par le processus d'industrialisation et de développement du pays, influençant le changement de comportement des Brésiliens.

Selon une enquête de l'IBGE, entre 2000 et 2010, le nombre de personnes qui partagent le même toit a diminué dans quelques régions du pays comme le Sudeste. Le nombre d'habitants par foyer est passé de 3,79 à 3,34. Des questions comme la baisse de fécondité ou le vieillissement de la population aident à expliquer ce déclin.

BY-NC-ND

Au-delà de ce changement de style de vie, même si c'est pour une région spécifique du pays, qui est aussi la plus développée, nous voyons que de 1950 à 2015, la vente de postes de télévision au Brésil a considérablement augmenté, comme nous pouvons le constater sur les graphiques qui suivent, principalement dans la zone rurale (tableau 4).

En faisant le rapport du nombre d'habitants par quantité de postes de télévision dans le pays au recensement de 2000, l'IBGE a enregistré que 87,9% des foyers avaient un poste de radio à la maison, alors que 87,2% avaient un poste de télévision.

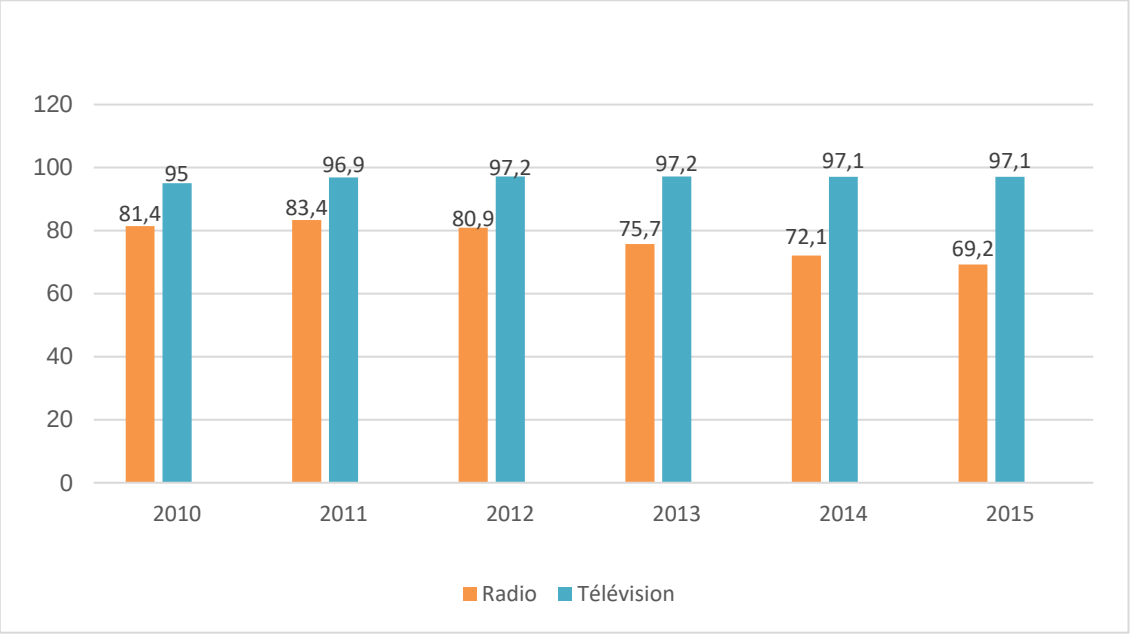
Alors qu'au recensement de 2010, les téléviseurs étaient présents dans 95,1% des foyers, alors que les radios occupaient 81,4%. En 2015, nous pouvons voir qu'en cinq ans il y a eu une chute représentative de consommation de radios de 69,2%, pour une augmentation de 97,1% de la consommation de postes de télévision (tableau 2).

Au cours de cette évolution temporelle, alors que quelques foyers comptent plus d'un appareil de TV, il y en a d'autres qui ne possèdent pas encore d'appareils électroménagers considérés de première nécessité comme le réfrigérateur. Les classes sociales marquent, ainsi, leurs espaces. Même si des classes moins favorisées économiquement ont les conditions d'acquérir un poste de télévision, soit par des réductions de prix soit par la facilité de crédit, la technologie délimitera les différences entre riches et pauvres. Même si cela a lieu, ce qui importe, cependant, c'est l'augmentation du nombre de personnes ou résidences qui y ont accès.

Les graphiques qui suivent montrent l'expansion dans la consommation d'appareil de télévision en relation à la radio, considérant le salaire et l'accessibilité en relation au domicile.

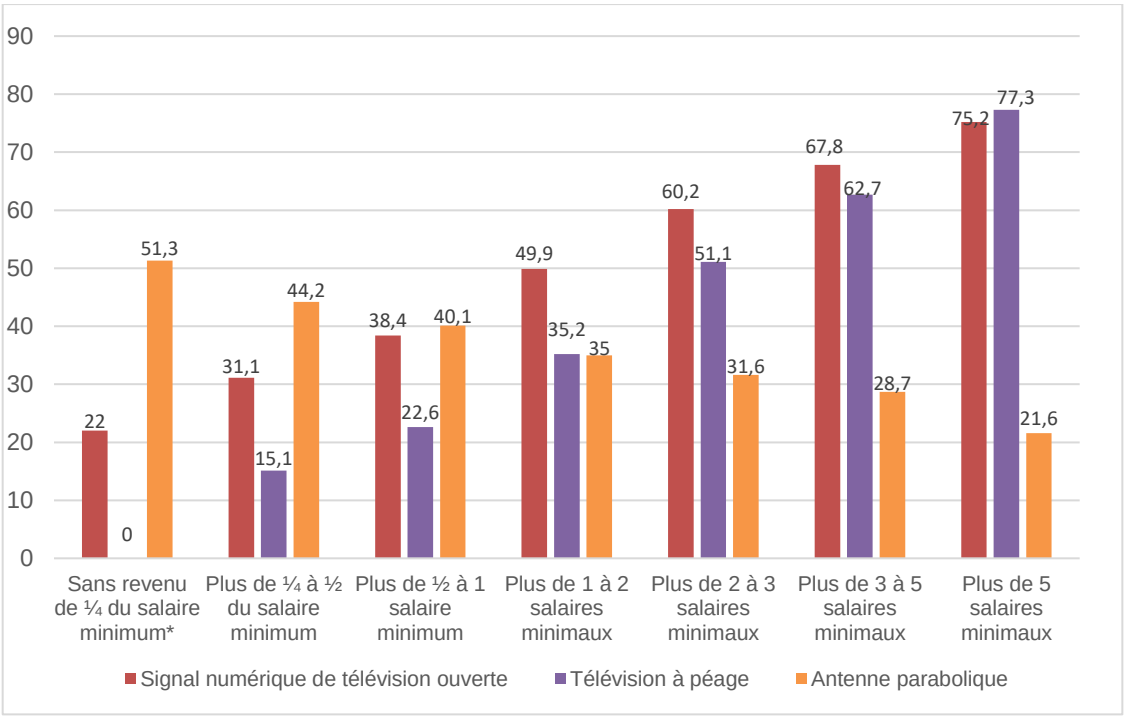
BY-NC-ND

Tableau 2 : Domiciles brésiliens (%) avec la radio et la télévision



IBGE - Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal, *en ligne*, https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/617a4c9e499e4a828fe781592e62c864.pdf

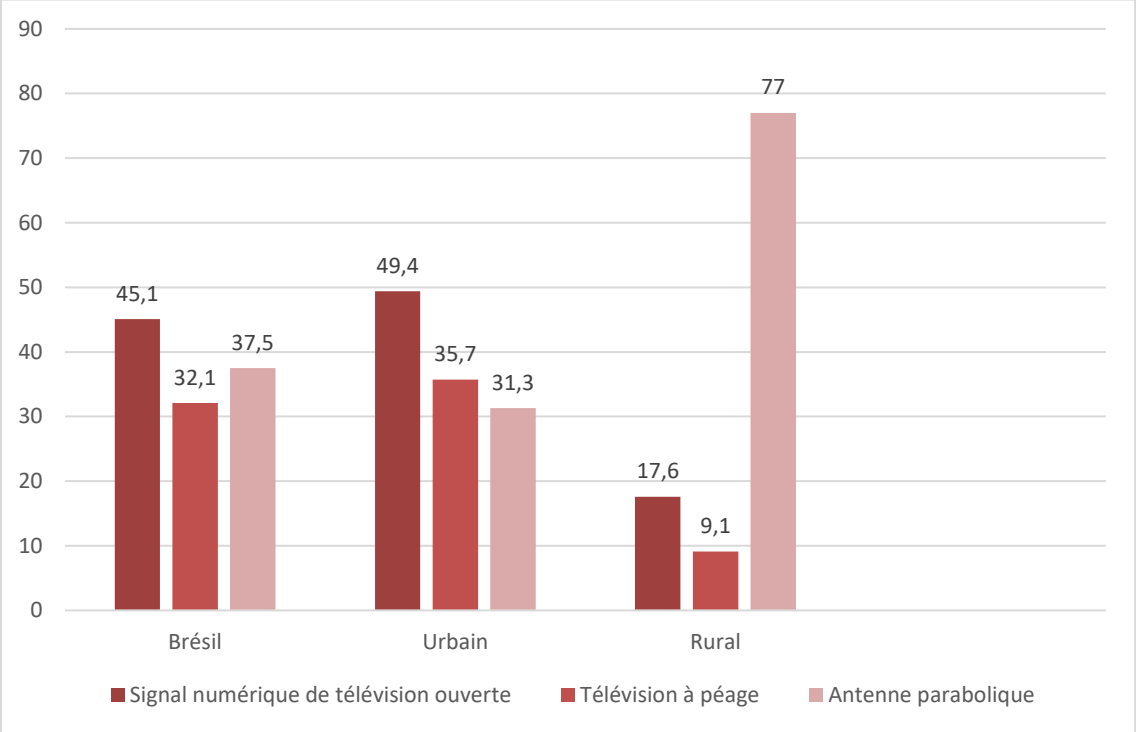
Tableau 3 : Pourcentage de ménages privés permanents avec télévision, pour la modalité d'accés à la télévision, selon les classes de revenu (2015)



IBGE - « Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal », *en ligne*, https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/617a4c9e499e4a828fe781592e62c864.pdf, p.18

BY-NC-ND

Tableau 4 : Pourcentage de ménagens avec télévision, selon les modalités d'accés selon la situation du domicilie – Brésil (2015)



IBGE - « Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal », en ligne, https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/617a4c9e499e4a828fe781592e62c864.pdf, p.12.

Les graphiques montrent que la relation entre le nombre d'habitants par poste de télévision a augmenté, y compris dans la zone rurale, qui auparavant ne bénéficiait pas de développement technologique. Mais il n'est pas dit que le fait d'avoir ce genre d'objet à la maison signifie ou non être influencé par lui, car au final il s'agit d'un appareil qui peut être allumé ou éteint selon le désir du sujet, tout comme la radio, ou tout autre vecteur d'information comme les journaux écrits, les revues, qui peuvent être ou non lus. Dans ce contexte nous avons alors une situation dans laquelle le sujet entre en conjonction avec le désir d'interagir avec les informations et/ou loisirs offerts par ces vecteurs.

La croissance de sa consommation ne laisse aucun doute, cependant, sur la compétence et l'habilité des entrepreneurs en communication à manipuler la population sur l'importance ou la nécessité de posséder un appareil de TV. Le développement technologique et la modernité, par exemple, sont des arguments irréfutables pour convaincre quiconque d'en acquérir un.

Alors que la consommation de postes de télévision augmentait au Brésil, le marché du livre, qui surgit pendant des années 1930, possédait une fragile représentativité face au

BY-NC-ND

public lecteur. Entre les années 1948 et 1953, par exemple, le nombre de maisons d'édition dans le pays a chuté de 280 à 144[30]. L'indice d'anaphalbétisme dans le pays explique en partie cette chute, sans compter la concurrence de la télévision.

Cependant, il y a d'autres questions à aborder à propos de l'influence sur le comportement des individus, ainsi que l'infrastructure des chaînes, le contenu qu'elles véhiculent, et les stratégies utilisées pour concrétiser cet argument selon lequel ce dernier est fondamental pour l'individu qui veut se réaliser comme sujet présent dans la société. Par la suite, nous parlerons de la façon dont les concessions sont données aux potentiels administrateurs de chaîne de télévision.

I.1.3. Le contrôle des concessions de la radiodiffusion

La démarcation des espaces par les sujets qui composent le processus d'interaction dans le cadre des concessions de radiodiffusion est établie quand de tels sujets se positionnent en s'insérant dans le champ politique, assumant ainsi les rôles de représentants du peuple. De l'investiture de postes politiques, tant le Sénat que la Chambre des Députés sont des micro-espaces où les politiciens auront accès à des thèmes de discussion d'importance et d'ampleur nationales. Avec le consentement de ceux qui les ont élus, ils participent activement à ces derniers en accord avec leurs principes et idéologies. Selon Landowski, « *le 'discours politique' varie en extension, et en nature, selon les problématiques qu'on lui applique »*[31].

De cette forme, transiter librement dans ces espaces, créant et approuvant des lois, décrets, amendes, c'est-à-dire déterminant quelles règles constitueront les droits et devoirs des citoyens, amène les politiciens à transformer ce qui est public en privé. il y a dans cette conception le pouvoir-faire qui se rapporte à la performance, c'est-à-dire le faire-faire. Ces sujets construisent, ainsi, leurs narratives sur les concepts qu'ils insèrent dans leurs discours de ce qui devient ces sphères, publiques et privées, à eux, et la forme dont ils jouissent des bénéfices qu'elles peuvent leur apporter.

Au niveau constitutionnel, les politiciens, c'est-à-dire les sujets du faire, ont le pouvoir de créer et de modifier les concessions et les décrets, mais le font en tenant compte de leurs intérêts personnels, excluant ainsi les sujets de l´état – les citoyens –, qui participent

[30] ORTIZ R, *A moderna tradição brasileira, op. cit.*, p. 46.
[31] COQUET Jean-Claude, *Sémiotique. L'École de Paris, op. cit.,* p. 152.

BY-NC-ND

également à ce récit, mais qui assument dans cette déclaration le rôle de sujets passifs qui conservent l'acte d'atteindre ou non l'objet de valeur, c'est-à-dire une concession.

Ces sujets passifs ne participent pas aux discussions concernant les personnes pouvant détenir une concession et ne comprennent pas l'importance d'une telle participation. En ce sens, les politiciens et les hommes d'affaires du domaine de la communication annulent ensemble le pouvoir de ces sujets passifs, en leur faisant croire que cette discussion n'apportera aucune amélioration pour le pays.

I.1.3.1. Des décrets et des concessions – un régime de visibilité et des contrôle sociale

Quand nous revenons aux lois et décrets qui régissent la radiodiffusion, au Brésil, elles sont en vigueur depuis les années 1930. Le premier créé fut le Décret nº 20.047/1931[32]. Publié au début du gouvernement de Getúlio Vargas, il déterminait que la radiodiffusion était d'intérêt national, ainsi, seul le Pouvoir Exécutif pouvait le règlementer, autoriser ou permettre son fonctionnement. Les radios avaient comme fonction d'apporter à la société des contenus informatifs sur la culture et l'éducation.

Le second décret fut le nº 21.111/1932[33] qui règlementait spécifiquement les services de radiodiffusion au Brésil. Avec le précédent, il définissait les premiers procédés et règles pour l'octroi de radio, établissant quelques normes importantes jusqu'en 1962, comme :

- Période de concession de 10 ans ;
- Rénovations « par décision du gourvenement » ;
- Minimum de 2/3 de directeurs Brésiliens, dans des entreprises obligatoirement nationales ;
- Temps maximum de publicité dans la programmation de 10%, avec un temps maximum de 30 secondes pour chaque insertion ;
- Intransféribilité, directe ou indirecte, de la concession ;

[32] *Decreto nº 20.047, de 27 de Maio de 1931*. Disponible sur : http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20047-27-maio-1931-519074-publicacaooriginal-1-pe.html. Consulte le 16 février 2018. Traduction libre.
[33] *Decreto nº 21.111, de 1º de Março de 1932*. Disponible sur : http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21111-1-marco-1932-498282-publicacaooriginal-81840-pe.html. Consulte le 16 février 2018. Traduction libre.

BY-NC-ND

- Interdiction d'établissement de quelque partenariat, accord ou ajustement avec d'autres compagnies ou entreprises de communication sans autorisation préalable du gouvernement.[34]

Avec ces déterminations, le gouvernement en vint à exercer le contrôle total sur les radios et les transactions de ces propriétaires. Même si la radio n'est pas étatique, l'état était présent, établissant les relations entre les chaînes radiophoniques et le public, contrôlant aussi l'influence qu'elles maintiendraient sur le public auditeur.

Nous sommes donc face à une relation du type *englobant/englobé*, c'est-à-dire qu'alors que le gouvernement détenait le contrôle sur les radios, les englobant, selon ses expectatives, elles englobent l'auditeur.

Au début de son insertion dans la culture brésilienne, la radio fut, cependant, exclusivement des élites. Pourtant Getúlio Vargas l'a utilisée pour atteindre un plus grand nombre d'auditeurs, le transformant en moyen de communication de masse. Avec la popularisation de la radio, Vargas l'utilisa à profit comme instrument de divulgation de son gouvernement, ainsi que comme forme de répression et contrôle d'informations.

Pour diffuser son discours, informant le public sur les réalisations du gouvernement, ainsi que les problèmes que traversait le pays, il a institué sur les chaînes de radio l'obligation de transmettre le programme quotidien « l' Heure du Brésil ». Il y a une convention de valeurs dans cette action, car le privé, contrôlé par des lois et des décrets du gouvernement, devient aussi d´utilité publique, par le président et les ministres, par la divulgation de son gouvernement. Les limites entre le public et le privé ont ensuite été dissipées par l'intérêt d'un gouvernement et la convenance de l'entrepreneur qui gagnerait à obtenir de ce gouvernement de la publicité et des faveurs.

A partir de 1939 l'« Heure du Brésil » en est venue à être faite par le DIP (Département de Presse et Propagande), qui succéda au DNP (Département National de Propagande). Le programme était destiné à remplir trois finalités : informative, culturelle et civique. Au-delà d'informer en détail sur les actes du Président de la République et les réalisations de l'Etat, l' « Heure du Brésil » incluait un programme culturel qui prétendait inciter le goût pour la bonne

[34] LOPES Cristiano Aguiar, *Regulação das outorgas de radiodifusão no brasil – uma breve análise*, 2009. Disponible sur : file:///D:/Users/Janice/Downloads/regulacao_outorgas_lopes%20(1).pdf. Consulté le 17 jenvier 2018.

BY-NC-ND

musique à travers l'audition d'auteurs considérés célèbres. La musique brésilienne était privilégiée, puisque 70% des morceaux musicaux étaient de compositeurs nationaux. Des commentaires sur l'art populaire, dans ses expressions régionales les plus variées, et des descriptions de points touristiques du pays étaient également inclus dans la programmation. Quant à la partie civique, elle était composée de « souvenirs du passé », dans lesquels on exaltait les faits de nationalité. Dans les pièces de radiothéâtre, pour lesquelles étaient invités les dramaturges les plus en vogue à l'époque, comme Joraci Camargo, on mettait l'accent sur des drames historiques comme le retrait du lagon, l'abolition de l'esclavage et la proclamation de la République.[35]

Au-delà de ces contenus culturels, artistiques, de valorisation et exaltation nationale, ce programme fut aussi utilisé par le Ministère du Travail avec l'objectif de présenter des conférences de dix minutes aux travailleurs. Nous avons ainsi un gouvernement qui transpose une frontière, qui utilise un moyen de communication pour atteindre toutes les classes sociales dans l'objectif de sensibiliser l'opinion publique et avoir un contrôle total sur la nation, en utilisant des thèmes importants pour le développement de ce pays. Depuis lors, l'Etat maintient le contrôle social.

Considérant les régimes de visibilité, les recherches de structures élémentaires de ces régimes sont, selon Landowski[36], orientées à partir de la syntaxe du *voir*. Lorsque la socio-sémiotique se réfère aux dispositifs organisant les relations de *visibilité*, cela signifie qu'ils peuvent

[...] être considérés comme de simples traductions, sur le plan figuratif, de dispositifs plus abstraits, relatifs à la communication (ou à la rétention) d'un certain type de savoir entre les sujets [...].[37]

Ces questions sont considérées dans la dimension cognitive, c'est-à-dire dans une problématique plus générale. Dans les régimes de visibilité, le verbe « voir » se présente alors dans une relation de présupposition, ce qui voit et ce qui est vu, présente dans toute structure de communication dont l'objectif est l'image que l'un des sujets construit de lui-

[35] *A Era Vargas : dos anos 20 a 1945*. Disponible sur : https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/anos37-45/EducacaoCulturaPropaganda/HoraDoBrasil. Consulté le 15 september 2018.
[36] LANDOWSKI Eric, *La société réfléchie, op. cit.,* p. 118.
[37] *Ibid.*, p. 118.

BY-NC-ND

même, celui qui est en mesure de la recevoir. Outre ce savoir, la relation de visibilité établit un point de lumière qui éclaire l'objet au regard de l'observateur.

Afin de maintenir la simplicité dans l'analyse du plan élémentaire, la socio-sémiotique tente de distinguer les fonctions du type « voir » vs « être vu », qui définiront les sujets scopiques, selon les fonctions « faire voir » vs « faire être vu », qui peuvent remplir d'autres fonctions. Ces classes de fonctions et de rôles peuvent fusionner de manière syncrétique, car le sujet vu est le responsable de la manière dont il est perçu, comment il se montre.

Nous avons donc, dans le texte ci-dessus, un caractère contractuel entre deux sujets : le gouvernement et les propriétaires des stations de radio et des chaînes de télévision, qui ont pour objet de valeur les concessions de ces moyens de communication, qui sont à la lumière des litiges. Cette action exclut un autre sujet, la population, qui vivra les conséquences de ces actions de l'État et des entreprises de radio et de télévision.

Ainsi, nous ne parlons plus de caractère contractuel, mais de caractère polémique du discours entre ces sujets, car la population n'a généralement pas accès à l'information qu'elle peut et doit également participer aux discussions qui impliquent la concession de moyens de communication tels que la télévision, la radio, un fournisseur de services Internet, etc.

Elle est manipulée de « ne pas savoir » et de « ne pas vouloir voir » les relations exploitées à partir de cet acte de domination. Comme il s'agit d'une participation qui ne concerne pas les sujets du faire, c'est-à-dire les politiciens et les chefs d´entreprises du domaine de la communication, c´est la raison pour laquelle les décrets et les lois ne sont ni renouvelés ni ouverts à la discussion publique.

I.1.3.2. La Constitution de 1988 – l'institutionnalisation du pouvoir

Des lois et décrets créés pour réglementer les concessions de radio et postérieurement, celles de la TV, seule la Constitution de 1988, au Chapitre V, du Titre VIII[38] a fait des altérations qui furent, en principe, importantes pour le développement normatif de concession des chaînes. Parmi elles, la décentralisation des décisions du Pouvoir Exécutif.

[38] *Constituição da República Federativa do Brasil*. Título VIII – da Ordem Social. Capítulo V – da Comunicação Social. Disponible sur : http://www.stf.jus.br/portal/constituicao/artigobd.asp?item=%201976. Consulté le 24 september 2018.

BY-NC-ND

À partir de cette année-là, le Président de la République ne pourrait octroyer et renouveler les concessions, permissions et autorisations de services de radiodiffusion avec l'accord du Congrès National. Ainsi, cette Constitution :

> *Interdit (1) le monopole ou oligopole dans les moyens de communication ; établit (2) la promotion de la culture nationale et régionale ; (3) l'incitation à la production indépendante ; (4) la régionalisation de la production culturelle, artistique et journalistique ; et demande aussi au pouvoir exécutif d'observer (5) la complémentarité des systèmes privé, public, et d'état.*[39]

Avec cette décision, naquit l'espoir qui serait donnée à la société l'opportunité de débattre d'un sujet qui fut toujours restreint au gouvernement, même si d'intérêt national. Cependant, les discussions qui tournent autour des caractéristiques qui permettent, même indirectement, que la concentration de la radiodiffusion au Brésil, ainsi que des médias d'une manière générale, se restreigne à un petit nombre de groupes, n'ont pas encore atteint le public.

Ceci s'explique en partie car il n'existe pas, dans la législation brésilienne, de décrets ou normes efficaces qui empêchent, par exemple, la propriété croisée dans les médias, c'est-à-dire que dans le même marché, le même groupe soit concessionnaire d'une ou plusieurs stations de AM et FM, ainsi que de journaux, revues, chaîne de télévision ouverte ou fermée, et qui détiennent le contrôle de fournisseur d'Internet. Selon Venicio Lima, pendant un séminaire sur les médias, la démocratie, la régulation et liberté de presse et d'expression, qui eut lieu à *Porto Alegre* en novembre 2011,

> *Quand il y a une situation semblable (l'existence de propriété croisée de médias), et au Brésil cette situation existe, parce qu'il n'y a jamais eu de contrôle sur ça, des groupes qui sont interdits par la Constitution, oligopoles ou monopoles, se consolident. Quand cela se passe, peu s'expriment et beaucoup écoutent. Peu de groupes ont le contrôle de l'accès au débat public, ce qui contrarie une norme fondamentale de la démocratie représentative.*[40]

Quand on fait un recensement des propriétaires de concessions de radio et télévision dans le pays, il y a clairement un lien entre elles et l'élite politique locale et régionales. Des

[39] LIMA Venício A. de, *Mídia: Crise política e poder no Brasil, op. cit.,* p. 100. Traduction libre.
[40] *Seminário : A mídia em debate*. Porto Alegre, 03/11/2011, Escola Superior da Magistratura. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=_9AdIFeKeHE. Consulté le 27 octobre 2018.

BY-NC-ND

députés fédéraux et sénateurs sont directement impliqués dans la pérennité de situations qui leur permettent de contrôler les octrois et rénovations des concessions, ou comme le dit Lima,

> *Plus que ça : députés et sénateurs concessionnaires de radio et télévision ont participé activement aux travaux de la Commission de Science, Technologie, Communication, et Informatique (CCTCI), à la Chambre des Députés, et de la Commission d'Education au Sénat Fédéral, instances décisives non seulement dans le déroulement des processus de renouvellement et d'homologation de nouvelles concessions, mais aussi dans l'approbation de n'importe quelle législation relative à la radiodiffusion.*[41]

Le contrôle des subventions vient du domaine du pouvoir exécutif, mais reste dans le gouvernement. Cependant, le sujet est maintenant un autre car celui qui contrôle les subventions est le Congrès national, c'est-à-dire la Chambre des députés et le Sénat fédéral. Dans la relation de visibilité, qui ne veut pas être vu, au lieu de se cacher, engage des « prête-noms » pour assumer les concessions qui sont sous son contrôle. Il y eut alors l'institutionnalisation du pouvoir sur les subventions et les concessions accordées à ceux qui assument le pouvoir politique et médiatique dans le pays.

Toujours d'après Venicio Lima, le travail que les chercheurs de la radiodiffusion tentent faire sur ce processus d'identification de ceux qui ont le contrôle des entreprises concessionnaires de télévision ou de radio est extrêmement difficile, d'abord parce que le registre des concessions que le Ministère des Communications (MiniCom)[42] met à disposition n'est jamais actualisé, et ensuite parce que les personnes impliquées protègent leur identité en utilisant le nom de personnes de leur famille et de « *laranjas »*[43] dans l'objectif de protéger leur patrimoine ainsi que de fuir les normes restrictives applicables au pouvoir législatif[44].

Dans le recensement qui a pu être fait en 2003 et 2004, Venício Lima note que même avec les limitations imposées aux chercheurs, il fut possible d'identifier en 2003 le nom de

[41] LIMA Venício A. de, *Mídia: Crise política e poder no Brasil, op. cit.,* p. 120. Traduction libre.
[42] Le MiniCom, Ministère des Communications, créé en 1967, avait comme fonction de réguler les services de radiodiffusion, les postes et ceux de télécommunication. Cependant, il fut dissout en 2016, par le Président par intérim, étant intégré au Ministère de la Science, Technologie, Innovations et Communications (MCTIC). Notre observation.
[43] *Laranjas* (Oranges) – personnes déclarant les biens ou le capital d'autrui en vue d'occulter l'origine ou le destinataire d'acquisition illicites, NDT. Notre observation.
[44] LIMA Venício A. de, *Mídia: Crise política e poder no Brasil, op. cit.,* p. 122.

BY-NC-ND

seize députés qui faisaient partie du CCTCI[45] et étaient enregistrés à l'ancien MiniCom comme associés et/ou directeurs de trente-sept concessionnaires, parmi lesquelles trente et une chaînes de radio et six de télévision, y compris le Président de la Commission[46].

En 2004, quinze députés qui faisaient partie de la CCTCI apparaissaient au registre du MiniCom comme associés et/ou directeurs de vingt-neuf concessionnaires, vingt-six de radios et trois de télévision[47]. En 2005, onze sénateurs sur quarante ont été identifiés comme membres du CCTCI et concessionnaires directs de chaînes de radio et tv, alors que des cinq cent treize concessionnaires, cinq cent un étaient députés, sans compter les noms de membres de leur famille[48].

Au-delà de ces facteurs, les parlementaires œuvrent aussi pour l'approbation d'amendes constitutionnelles, comme la 453/2005, qui leur donne le pouvoir de décider directement des politiques relatives à la radiodiffusion, ainsi que de la concession et du renouvellement de concessions des services de radiodiffusion, légalisant, de cette forme, leurs propres concessions.

Dans cette progression historique, cependant, on considère que deux changements dans la Constitution de 1988 ont été favorables aux médias brésiliens. Le premier a été l'amende N°36, de 2002, qui altère l'article 222[49], permettant la participation de personnes juridiques (entreprises) dans la propriété de chaînes de radiodiffusion et d'entreprises journalistiques.

L'autre fut l'altération dans la loi n°. 10.610, de 2002[50], qui permet la participation indirecte d'entreprises étrangères d'un maximum de 30% du capital des entreprises nationales journalistiques et de radiodifusions des images. Ce changement a bénéficié aux grands médias privés brésiliens qui se trouvaient en crise.

[45] CCTCI – Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática – Commission Science, Technologie, Communication et Informatique. Traduction libre.
[46] LIMA Venício A. de, *Mídia: Crise política e poder no Brasil, op. cit.,* p. 125.
[47] *Ibid.*, p. 127.
[48] *Ibid.*, p. 132.
[49] *Emenda Constitucional nº 36, de 2002*. Disponible sur : http://www2.camara.leg.br/legin/fed/emecon/2002/emendaconstitucional-36-28-maio-2002-458512-exposicaodemotivos-149240-pl.html. Consulté le 24 octobre 2018.
[50] *Loi nº 10.610, du 20 décembre 2002.* Disponible sur : http://www.direitobrasil.adv.br/arquivospdf/legiscomp/leis/10610.pdf. Consulté le 22 octobre 2018.

BY-NC-ND

On voit alors que lorsque le gouvernement se mêle de processus de concessions, c'est pour favoriser le capital. Il n'y eut pas, jusqu'à présent, de création de décret et de lois qui intentent à la viabilisation participative du public, ainsi qu'au format et à la qualité des programmes.

Comme ces lois n'ont pas été jusqu'alors réglementées par des lois complémentaires, le gouvernement ne veille pas au respect de celles-ci. Un exemple en est le projet 256-B/91, de la députée Jandira Feghali (PCdoB - RJ)[51], dans lequel elle propose la règlementation de la régionalisation de la production culturelle, artistique et journalistique, et qui est paralysé à la Commission de la Constitution et Justice du Sénat Fédéral depuis 2003[52].

Selon Lima, nous sommes face à un scénario de contrôle et de monopolisation des concessions par la classe politique, qui exclut la population des débats sur ce thème, ne lui laissant pas la possibilité de s'exprimer sur la forme dont ces concessions devraient être utilisées par les concessionnaires.

I.1.3.3. La continuité du pouvoir – le rôle politique

En possession du contrôle des concessions, la classe politique maintient la continuité de ses gouvernements, ne considérant pas les conséquences que cette action peut provoquer dans la société. L'interaction entre eux, indépendamment du parti qu'ils représentent, met en évidence le « pouvoir contrôler » les sujets sociaux, les transformant en sujets passifs. Cette passivité surgit du manque d'options de programmes marquant un différentiel qualitatif dans le développement des communautés.

Cependant, quand on passe à l'interaction entre le téléspectateur et la programmation offerte par les chaînes, le pouvoir du téléspectateur est représenté par la possession de la télécommande. Il s'agit toutefois d'un « pouvoir mécanisé », c'est-à-dire qu'avec cet objet, il développe sa narrative dans l'acte d'allumer la télévision, sur sa chaîne préférée – mais le « sa », dans ce cas, se manifeste au niveau de la représentativité –, si le programme à l'horaire où il a allumé la télévision en lui plaît pas, il peut changer de chaîne à la recherche d'autres options qui le distraieront. Au cas où il ne serait pas satisfait dans sa

[51] PCdoB-RJ – Partido Comunista do Brasil, do Rio de Janeiro. Traduction libre.
[52] LIMA Venício A. de, *Mídia: Crise política e poder no Brasil, op. cit.,* p. 100.

BY-NC-ND

recherche, il possède deux autres options, ou rester sur la chaîne et regarder un programme qui ne le satisfait pas, ou éteindre la télévision.

Il y a encore le recours à l'audience, dispositif utilisé par les chaînes qui amènent le téléspectateur à croire qu'il possède aussi le « pouvoir-contrôler ». Cependant, dans les relations de pouvoir établies par le sujet–politique, ce pouvoir donné au sujet-téléspectateur est utilisé comme thermomètre pour dire quelle chaîne possède un réel contrôle institutionnalisé, c'est-à-dire, le « pouvoir-institutionnalisé », celui qui détient le contrôle social, économique, politique, religieux. Dans ce cas, l'espace d'intervention du sujet-téléspectateur est limité et satisfait à minima ses attentes quant à l'information et à sa formation, pour se transformer, ainsi, en un sujet critique, sans pour autant posséder le contrôle de la classe politique.

Les concessions sont alors, dans le cadre de ces relations de pouvoir, un des instruments utilisés par des sujets-énonciateurs qui ont comme objectif se mettre en conjonction avec le contrôle social et les domaines des espaces publics et privés.

En possession de ces stratégies, il se perpétue au pouvoir en contrôlant les espaces et en manipulant les sujets participatifs de ce récit social. Il y parvient car il a la capacité de « savoir voir » et « être vu » dans les moments stratégiques de leur construction, images qui l'insèrent dans le contexte de sujets qui, au niveau du semblant, se positionnent comme des figures fondamentales du développement de la société.

Ce récit se concrétise lorsque ces sujets qui ont obtenu les concessions des moyens de communication sont réélus à leurs positions politiques antérieures, se perpétuant dans ces positions et les transférant à leurs familles. De la sorte, la scène politique brésilienne et la culture consistant à franchir les frontières du public et à le transformer en un lieu privé, ont très lentement évolué, car les politiciens les plus expérimentés conservent le pouvoir et cette continuité est héritée par les familles.

I.1.4. Le colonélisme életronique

Parmi les caractéristiques qui composent le processus de développement de la télévision, le colonélisme est l'un des déterminants de son modèle et de ses fonctionnalités. L'expression « colonélisme » a été définie par le juriste brésilien Victor Nunes Leal dans son livre « *Coronelismo, enxada e voto* » en 1948, dans lequel il traite de la politique à l'intérieur

BY-NC-ND

du Brésil, abordant plus précisément ce qu'il appellera un « phénomène malsain ». Selon Leal,

> *Le « colonélisme » est avant tout un engagement, un échange de bénéfices entre le pouvoir public, qui s´est progressivement renforcé, et l'influence sociale décadente des chefs locaux, notamment des propriétaires terriens. Il n'est donc pas possible de comprendre le phénomène sans faire référence à notre structure agraire, qui constitue le fondement du maintien des manifestations du pouvoir privé, toujours aussi visibles à l'intérieur du Brésil.*
>
> *Paradoxalement, ces vestiges du privatisme sont alimentés par le pouvoir public, ce qui s'explique précisément par le régime représentatif, au suffrage large. En effet le gouvernement ne peut se passer de l'électorat rural dont la situation de dépendance est encore indéniable.*
>
> *De cet engagement fondamental découlent les caractéristiques secondaires du système « colonéliste », telles que le mandonisme, la filiation, la distorsion des votes et la désorganisation des services publics locaux.*[53]

Ce système politique s'est formé pendant la période Impériale, lorsque les fermiers recevaient de l'empereur le grade militaire de colonel. Avec la Vieille République (1889-1930), ces éleveurs se sont vus attribuer tous les pouvoirs de commandement dans la structure politique, dans les régions où ils avaient des terres.

Dans ce sens, les travailleurs ruraux dépendants des colonels maintenaient pendant les élections une relation de subalterne, étant obligés de voter selon la décision du colonel, stipulant ainsi ce qui est appelé de « vote licol ». Le terme « licol » vient du latin « capistrum », qui signifie bâillon ou frein, un objet utilisé chez les animaux. Selon le dictionnaire Houaiss, le licol est

> *1. Harnais de corde ou de cuir, sans frein ni embouchure, destiné à retenir l'animal ou à en contrôler la marche ;*
> *2. Quelque chose qui contrôle, subjugue, en particulier qui réprime, contient ou retient.*[54]

[53] LEAL Nunes Victor, *Coronelismo, enxada e voto. O município e o regime representativo no Brasil, op. cit.,* p. 40. Traduction libre.
[54] HOUAISS Antônio ; VILLAR Mauro de Salles, *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, op. cit.,* p. 349.

BY-NC-ND

Cette pratique consistant à contrôler le vote a perduré même après l'insertion du vote à bulletin secret. Selon Santos,

> *L'établissement du vote à bulletin secret dans le gouvernement provisoire Vargas, n'a pas mis fin à la situation de colonélisme politique. Au contraire, les colonels se sont adaptés au nouveau format et le Brésil vit toujours une situation déplorable dans le contexte des petites municipalités, alimentant des dénonciations de tortures quotidiennes, d'exécutions sommaires et d'esclavage, entre autres. Couplés à la corruption endémique dans l'appareil d'État, ces problèmes sociaux ont placé le pays dans une position extrêmement négative dans les statistiques mondiales relatives aux droits de l'homme.*[55]

Cette acquisition du pouvoir par les propriétaires a délimité les relations qui seraient établies tout au long de l'histoire du pays et s´est également reflétée dans les médias. Ce que récemment les chercheurs en communication ont appelé de « colonélisme électronique », en référence à une position stratégique des télévisions gratuites actuelles, peut être rencontré depuis Assis Chateaubriand. Même s'il a aidé à articuler la fin de la Vieille République, et avec elle le colonélisme au cours de la révolution de 1930, Chateaubriand est l'archétype du « colonel », dans ses actions.

Selon Santos,

> *L'expression de colonélisme électronique comprend la relation de clientélisme politique entre les détenteurs du pouvoir public et les propriétaires de chaînes de télévision, ce qui met en place une barrière à la diversité représentative qui caractérise une télévision dans laquelle l'intérêt public devrait avoir la priorité sur les intérêts privés.*[56]

Apparemment, cette pratique clientéliste entre l'État et les moyens de communication existe depuis la création de la presse. Cependant, ce qui est pertinent dans ce contexte, est la formation d'un réseau de relations qui agissent afin d'obtenir des avantages futurs.

---

[55] SANTOS Suzy dos et CAPPARELLI Sérgio, *Coronelismo, radiodifusão e voto : a nova face de um velho conceito,* p. 1. Disponible sur : http://www.andi.org.br/sites/default/files/legislacao/10.%20Coronelismo,%20Radiodifus%C3%A3o%20e%20Voto%20a%20nova%20face%20de%20um%20velho%20conceito.pdf. Consulté le 26 octobre 2018.

[56] *Ibid.*, p. 3.

BY-NC-ND

Au Brésil, le concept de « colonélisme électronique » s´établit

> *Au travers l´ajout des entreprises de communication de masse, en particulier de la radiodiffusion, comme l'un des sommets de l'engagement d'échange de profits. Ainsi, le partenariat entre les réseaux nationaux de communication et les dirigeants politiques locaux rend possible une concentration liée à l'audience et à l'influence politique de laquelle le pouvoir public ne peut se passer.*[57]

Dans le domaine de la télévision régionale, il y a près de deux groupes clés dans la répartition des filiales des télévisions gratuites ou payantes, ceux qui assument les rôles de colonels électroniques, à savoir, les familles de politiciens ou liés à un homme politique ; et ceux qui dirigent les idéologies religieuses, c'est-à-dire les églises.

Dans ce processus de distribution, il y a une manipulation afin de déterminer qui dirigera le marché. Ces groupes travaillent exclusivement dans la construction et la consolidation d'un patrimoine privé et pour cela utilisent, aussi, des ressources publiques. Selon Santos,

> *Le réseau de clientélisme qui façonne les communications brésiliennes passe par différentes formes d'associations d'intérêts, de clientélisme et de parenté. Ce qui peut sembler être un marché concurrentiel s'avère parfois être une sorte de partage entre amis de sa part de gâteau.*[58]

Ces groupes se mobilisent afin de maintenir le *statu quo*. Même avec la modernisation et l´apparition des réseaux sociaux, ils ont réussi à maintenir leurs relations en contrôlant le marché.

I.1.4.1. Les sujets de domination: la voix du Brésil et le miracle économique

Le « miracle économique », une campagne organisée pendant la dictature militaire sous le président Emílio Garrastazu Médici, était

> *une période de dure répression politique et de contrôle des moyens de communication par la censure de la police, par la loi sur la sécurité nationale et*

[57] *Ibid.*, p. 5.
[58] *Ibid.*, p. 11.

BY-NC-ND

l´Acte institutionnel n°5. Ce fait est significatif si l'on considère que, pour attirer les capitaux étrangers, le gouvernement devait maintenir une image de stabilité sociale et politique qui, selon les concepts du régime militaire, étaient fondamentales pour le développement économique.[59]

Même avec le contrôle de l'information par l'armée, les plus grands magazines et quotidiens du pays ont soutenu le modèle économique parce qu'ils tiraient profit de la publicité payée par le gouvernement[60]. C'est également ce modèle économique qui a stimulé le « boom de la télévision », lorsque l'armée a accordé 67 licences pour l'ouverture de nouvelles chaînes de télévision sur le territoire national. Afin de faciliter la consommation de produits nationaux, le gouvernement a autorisé le crédit direct au consommateur, stimulant ainsi la vente de téléviseurs, qui avait augmenté de 48% en 1968 par rapport à l'année précédente.

Selon une enquête menée par le *Media Ownership Monitor* (MOM) financée par le gouvernement allemand et effectuée conjointement avec l'ONG brésilienne *Intervozes* et les *Reporters sans frontières* (RSF) basée en France, seules cinq familles contrôlent la moitié des 50 véhicules de communication ayant la plus grande audience du Brésil, ce qui compromet la pluralité des médias du pays et la liberté d'expression. Le groupe le plus important est *Globo* qui en détient neuf sur cinquante (fig. 3).

[59] MATTOS Sérgio, *A televisão no Brasil : 50 anos de história (1950-2000), op. cit.,* p. 49. Traduction libre.
[60] *Ibid.*, p. 50.

BY-NC-ND

Figure 3 : Le conglomérat médiatique de *Grupo Globo*

Conglomérat médiatique de *Groupe Globo* « Grupo Globo ». *In* : Media Ownership Monitor, *en ligne*, http://brazil.mom-rsf.org/br/proprietarios/empresas/detail/company/company/show/grupo-globo/

Le groupe *Globo* occupe la 19ème position dans le classement des plus grands conglomérats au monde et le premier au Brésil, tandis que le groupe *Bandeirantes* occupe la troisième place au Brésil (fig. 4). Ces groupes se sont développés et renforcés au cours de cette période qui comprend la dictature militaire de 1964.

BY-NC-ND

Figure 4 : Le conglomérat médiatique de *Grupo Bandeirantes*

« Grupo Bandeirantes ». *In* : Media Ownership Monitor, *en ligne*, http://brazil.mom-rsf.org/br/proprietarios/empresas/detail/company/company/show/grupo-bandeirantes/

Selon Mattos,

> *Le système de radiodiffusion brésilien est considéré comme un service public et les sociétés qui l'intègrent ont toujours été sous le contrôle direct du gouvernement, puisque ce sont les pouvoirs exécutifs qui possédaient jusqu'au 5 octobre 1988, date de la promulgation de la Constitution actuelle, le droit d´accorder et de céder une licence et la permission d'utiliser des fréquences de radio ou de télévision.*[61]

Cependant, même s'il s'agit d'un service public, les réseaux de télévision brésiliens sont des sociétés privées qui, avec leurs conglomérats, contrôlent non seulement l´information mais aussi les sujets auxquels le public doit s´intéresser,

[61] *Ibid.*, p. 61.

BY-NC-ND

en créant une structure de dépendance afin de renforcer et d'imposer leurs valeurs et leurs produits à la société.[62]

I.2. Les sujets présentes dans la construtions de la télévision au Brésil : les *ethè,* les figures et les voix

La dialogicité du discours est, selon Mikhaïl Bakhtine[63], hétérogène, c'est-à-dire que le discours est une articulation de voix multiples. De plus, chacun d´entre eux est orienté vers une réponse. Dans cette relation entre émetteur et récepteur, dans laquelle un discours est marqué par cette multiplicité d'autres discours, les sujets se complètent et se complémentent, construisant ainsi la connaissance et l´opinion. Pour Bakhtine,

> *Tout ce qui est essentiel dans la perception évaluative de la déclaration d'autrui, tout ce qui peut avoir une signification idéologique, s´exprime dans la matière du discours intérieur. La déclaration des autres est perçue non pas par un être muet qui ne sait pas parler, mais par un être humain rempli de paroles intérieures. Toutes ses expériences – appelées le fond d'aperception – sont exprimées dans le langage de son discours intérieur et ce n'est qu'ainsi qu'elles entrent en contact avec le discours extérieur perçu. Un mot entre en contact avec un autre mot. Et c´est dans le contexte de ce discours intérieur que se produit la perception de la déclaration d'autrui, sa compréhension et son évaluation, c'est-à-dire l'orientation active du locuteur.*[64]

Partant de cette conception et se référant à la télévision brésilienne, nous n'avons pas de mot à proprement parler pour un sujet spécifique, en l'occurrence le propriétaire de la chaîne, directement sur l'écran. Ce mot apparaît, métonymiquement ou métaphoriquement dans la grille des programmes ; dans les relations qu'il entretient avec d'autres sphères - qu'elles soient politiques, religieuses ou culturelles - dans la manière dont il est présentée au public ; dans les personnalités qui sont liées à lui etc. Ainsi, les voix se matérialisent, donnant forme à d'autres voix.

Le discours de la télévision possède d'autres discours qui sont transmis et reçus par un public qui parle aussi, qui est aussi « plein de mots intérieurs », mais qui ne

[62] *Ibid.*, p. 57.
[63] BAKHTIN Mikhail, *Marxismo e filosofia da linguagem : problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*.
[64] *Ibid.*, p. 254. Traduction libre.

BY-NC-ND

comprend pas toujours cette relation. Ainsi, lors de la réception des messages transmis par la chaîne de télévision, le téléspectateur les décodera en fonction de ses capacités et de ses intérêts. En outre, dans ce processus interlocutif, il ne sera pas toujours en mesure de percevoir la présence de certains discours diffusés par la chaîne de télévision car il n´a pas accès à des informations qui sont généralement réservées à la chaîne.

Selon cette perspective dialogique de Bakhtine, nous verrons cependant que lors de l'inauguration de la *TV Tupi*, Assis Chateaubriand explicite dans son discours son intériorité sur : a) le pouvoir que son groupe exerce sur le pays ; (b) sur ce que serait faire de la télévision au Brésil ; c) sur les entreprises avec lesquelles il a négocié et sur la caractérisation de la diversité culturelle du brésilien à partir de ces entreprises ; (d) sur le pouvoir de manipulation que la télévision exercerait chez le téléspectateur.

Dans cette relation, nous voyons donc que le sujet qui parle provoquera différentes réactions chez le sujet qui l´entend, et cela peut être de l'acceptation, de la répulsion, de l'inertie, de la surprise. Quoi qu'il en soit, il y aura néanmoins un ethos dans la voix du locuteur et un certain degré de manipulation dans le message transmis.

I.2.1. L'*ethos* dans le processus de la construction de l'identité

En se référant à l'intériorité dans l'application de l'acte de parole, nous avons alors l'*éthos*. Selon Charaudeau[65], l'*éthos* est construit à partir de la relation que le sujet a avec celui qui entend son message, mais pas seulement parce que l'*éthos* est également pré-construit, à partir d'autres discours, d'autres situations. Charaudeau affirme que,

> *En fait, l'éthos, en tant qu'image qui se lie au locuteur, n'est pas sa propriété exclusive ; il est avant tout l'image de ce que l'interlocuteur transforme à partir de ce qu'il dit. L'éthos se rapporte au croisement des regards : le regard de l´autre sur celui qui parle, le regard de celui qui parle sur la façon dont il pense que l´autre le voit. Or, pour construire l'image du sujet qui parle, cet autre s´appuie en même temps sur les données préexistantes au discours – sur ce qu'il connaît a priori de l'orateur - et sur les données apportées par l'acte de parole lui-même.*[66]

[65] CHARAUDEAU Patrick, *Discurso político, op. cit.,* p. 115.
[66] *Ibid.*, p. 115.

BY-NC-ND

Ainsi, la personne publique, c´est-à-dire Assis Chateaubriand, en tant que sujet parlant, a une visibilité qui pré-établit son image, atteignant un nombre important de personnes, alors que le téléspectateur évolue vers une certaine invisibilité car il se trouve de l´autre côté de la télévision, dans un autre espace.

Dans son discours prononcé le jour de l´inauguration de la *TV Tupi*, Chateaubriand explicite cet *éthos* de l'homme public, de l´entrepreneur, du visionnaire et du communicateur, déterminés dans son acte de parole. Toutefois, cette déclaration est un moment où il est le seul à s´exprimer, contrôlant ainsi sa propre image, caractéristique des monologues dans lesquels, selon Amossy, « *Il peut dire et se dire sans être interrompu ; il dispose d'un espace qui lui appartient en propre, sans ingérence aucune de l'extérieur »*[67].

De plus, nous voyons dans cet acte, les limites qu'il impose aux rôles que les sujets impliqués dans ce récit prennent, selon son point de vue. Il a ainsi le pouvoir de créer son ethos et d'anticiper celui de ses associés.

Voici son discours:

> ***Nous devons le développement de la télévision au Brésil, tout d'abord, à quatre entreprises qui bientôt****, depuis 1946,* ***ont rejoint Radios et Diários Associados pour l'étudier et la rendre possible dans ce pays*** (I). *Il s´agit de l´entreprise Antarctica Paulista, de la Sul América d´assurances vie et ses filiales, de Moinha Santista et de l´ Organisation Francisco Pignatari.* ***Ne pensez pas que nous vous avons imposé des charges lourdes, compte tenu du volume du pouvoir publicitaire que nous détenons*** *(II).*
>
> ***Cet émetteur a été construit avec l'argent de la maison, c'est-à-dire avec les moyens publicitaires que nous avons obtenus*** *(III),* ***grâce aux argenteries Wolff et d'autres maisons non moins massives*** *(IV);* ***la Sul América, qui est ce qu´il y a de plus brésilien*** *(V),* ***les laine Sams du Moinho Santista arrachées des moutons du Rio Grande*** *(VI), et plus que tout,* ***le Guaraná Champagne de la marque Antarctica, qui est la boisson de nos sauvages. La boisson Cuim des bugres du***

[67] AMOSSY Ruth, *La présentation de soi. Ethos et identité verbale, op. cit.,* p.131.

BY-NC-ND

> ***Pantanal du Mato Grosso et de certaines parties de la Vallée de l'Amazone*** *(VII).*
>
> ***Regardez et vous verrez*** *(VIII) qu´il est plus facile qu'on ne le pense d´avoir accès à une télévision : avec l´argenterie Wolff, les laines très chaudes de Sams, le pétillant Guaraná Champagne du bugre et tout cela bien ficelé et en toute sécurité avec la Sul América.* ***On fait un bouquet d'acier et on le place au sommet de la tour de la Banque de l´État*** *(IX),* ***signe de la machine la plus subversive pour influencer l'opinion publique*** *(X) -* ***une machine qui donnera des ailes au fantasme le plus capricieux et qui pourra rassembler les groupes humains les plus éloignés*** *(XI).*[68]

En général, le discours de l'émetteur est bref, divisé en trois courts paragraphes, caractérisé par la dynamicité, l'utilisation de phrases à effet, avec des jeux de mots et un vocabulaire marquant. Son discours, attrayant, se caractérise non seulement par une campagne publicitaire du produit qu'il lance, à savoir la télévision, mais également par un acte politique.

Nous soulignons au cours de ce texte onze situations qui caractérisent les acteurs impliqués dans cette action, ainsi que le temps et l'espace. Chateaubriand commence son discours en déclarant que l'evènement de la télévision au Brésil n'a été possible que comme une entreprise, « tout d´abord », en raison de l'intérêt que « quatre entreprises » avaient à s'y joindre, afin qu'elles puissent « étudier » et « rendre possible » la télévision dans ce pays. Nous avons ici la caractéristique du sujet enthousiaste qui mène et préside un groupe d'entrepreneurs qui s'est consolidé dans le pays.

Dans la hiérarchie des relations sociales, si le consommateur tout comme la classe ouvrière est important pour la mise en place d'une entreprise, nous trouvons d'abord, selon le discours de la classe dominante, les entrepreneurs. Sans eux le monde du travail et de l´économie ne se concrétisent pas, car ils contrôlent le capital et maintiennent les relations politiques et économiques qui font que le monde bouge.

[68] *Discours de Assis Chateaubriand, lors de l´inauguration de la TV Tupi*. Disponible sur : http://portalimprensa.com.br/tv60anos/anos50_50_09_18_texto.asp. Consulté le...

BY-NC-ND

À ce moment-là, en plus d'inaugurer la télévision commerciale, Chateaubriand a consolidé ce qui serait la première concentration d´entreprises de communication formée dans le pays, à savoir Diários Associados, qui a dirigé le domaine de la Communication pendant une grande partie du XX^{ème} siècle.

Actuellement, *Diários Associados* est considéré comme le neuvième plus grand conglomérat médiatique du Brésil, composé de huit journaux imprimés, de deux magazines imprimés, de douze stations de radio AM et FM, de neuf chaînes de télévision et de neuf portails Internet, concentrés dans le Nord, à São Luiz (MA)[69] ; Au Nord-Est, à Natal (RN)[70], à Fortaleza (CE)[71], à Campina Grande (PB)[72], à João Pessoa (PB) et à Recife (PE)[73] ; au Sud-Est, à Belo Horizonte (MG)[74], à Juiz de Fora (MG), à Governador Valadares (MG), à Divinópolis (MG), à Varginha (MG) et à Rio de Janeiro (RJ)[75] ; et au Centre-Ouest, à Brasilia (DF)[76].

Cependant, il a répété sa déclaration selon laquelle « tout d'abord, nous remercions les entrepreneurs », il existe une autre affirmation sous-entendue, à savoir l'importance de la motivation de ces quatre groupes. Probablement que s'ils n'étaient pas intéressés à s'associer à Diários Associados, il n'y aurait pas eu de télévision au Brésil de cette manière. C´est la raison pour laquelle il était donc prioritaire de dire qu'il s'agissait de la question la plus importante à traiter et c´est ainsi qu´il a affirmé que « nous devons remercier » les entrepreneurs.

Dans ce discours, Chateaubriand a utilisé le verbe « devoir » (I) dans le sens de « remercier », expliquant ainsi les relations de l'émetteur avec les entreprises. En effectuant une flexion de la première personne du pluriel, ce « moi élargi », configuré comme un « nous », nous amène à comprendre que, selon l'émetteur, non seulement lui, mais tous doivent rendre ce sentiment de « remerciement » aux entreprises car elles contribuent à ce moment d'innovation dans le pays.

[69] MA – Maranhão.
[70] RN – Rio Grande do Norte.
[71] CE – Ceará.
[72] PB – Paraíba.
[73] PE – Pernambuco.
[74] MG – Minas Gerais.
[75] RJ – Rio de Janeiro.
[76] DF – Distrito Federal.

BY-NC-ND

Dans cette relation, Assis Chateaubriand manipule les entreprises pour s'associer à lui dans une entreprise à risque, mais il garantit de les protéger. Ensuite, après la reconnaissance, il déclare explicitement que ces sociétés ont été épargnées par les risques (II), car les ressources utilisées pour investir dans cette activité ont été acquises par la publicité (III) que son groupe a obtenu.

Après avoir réussi à convaincre les entrepreneurs de le rejoindre, il y eut, alors, un programme, c'est-à-dire qu'ils ont étudié la nouvelle entreprise avant de l'installer dans le pays. Avec ce discours, il précise que cette nouvelle entreprise était menée avec responsabilité, loin d´être une aventure.

Ceci est l'*ethos* de l'un des groupes qui composent ce scénario : celui des entrepreneurs. Ils ont des ressources mais ils seront protégés pour ne pas subir de pertes. Ils sont couverts par une entreprise car ils sont responsables de la stimulation de l'économie du pays. À ce moment nous avons donc la voix de l'élite qui cherche de nouveaux moyens d'accroître ses actifs, mais sans mettre en péril ce qu'elle avait déjà construit et consolidé.

Dans le deuxième paragraphe, le sujet qui parle joue avec le mot « argenterie », qui dans le langage populaire brésilien est synonyme d´« argent », avec le nom de la société « argenteries Wolff » (IV), du domaine de produits raffinés comme de la coutellerie, du cristal, de la porcelaine. Avec ce jeu de mots, il affirme que « l'argent » et les « entreprises » sont « massives », c'est-à-dire solides et résistants.

Ensuite, Chateaubriand commence à caractériser le Brésilien en fonction du produit que les entreprises industrialisent, à partir de la matière première et du lieu d'où elle est retirée. Nous avons donc l'assureur *Sul America*, qui selon l'émetteur, « est ce qu´il y a de plus brésilien » (V), en raison de son nom et de sa situation géographique.

Il évoque ensuite les laines Sams, issues du moulin Santista (VI), « arrachées des moutons du Rio Grande ». Le Rio Grande do Sul est une région du sud du pays (Fig. 5), connue pour sa tradition d'élevage de moutons en raison de son climat tempéré. Mais ce qui attire notre attention, c'est la façon dont l'émetteur fait référence à l'acte de tondre le mouton, c'est-à-dire que leurs poils sont « arrachés ». Le verbe « arracher » désigne une action violente, qui nécessite de la force. Il signifie, selon le dictionnaire Houaiss :

1. *prendre, arracher, extraire en utilisant la force ;*
2. détacher (de terre, d´un terrain) ; déraciner ;

BY-NC-ND

3. maintenir séparé ; mettre à part, séparer ;

4. éteindre ; détruire, exterminer ;

5. faire apparaître ou surgir, susciter, provoquer ;

6. ériger de force ou à prix coûtant ;

7. inciter, forcer (quelqu'un) à partir de ;

8. obtenir, prendre (quelque chose) avec difficulté ;

9. être dans les dernières agonies ; agoniser ;

10. avancer, partir avec impulsion; bouger énergiquement ;

11. devenir libre; se libérer ;

12. fuir.[77]

En ce sens, nous entendons un sujet qui accomplit ses actions, quelle que soit leur nature, et peut même avoir recours à la violence, à condition que ses objectifs soient remplis, entrant ainsi en accord avec l'objet recherché.

Ensuite, l'émetteur présente la *Companhia Antarctica Paulista* (VII), un producteur de bière et d´une boisson sucrée sans alcool à base de guarana, une plante typique du Pantanal du Mato Grosso, de la région du Centre-Ouest (fig. 5), et de la vallée de l'Amazone, région du Nord (fig. 5), consommée par les indigènes.

[77] HOUAISS Antônio ; VILLAR Mauro de Salles, *Dicionário Houaiss da Língua, op. cit.,* p. 187. Traduction libre.

BY-NC-ND

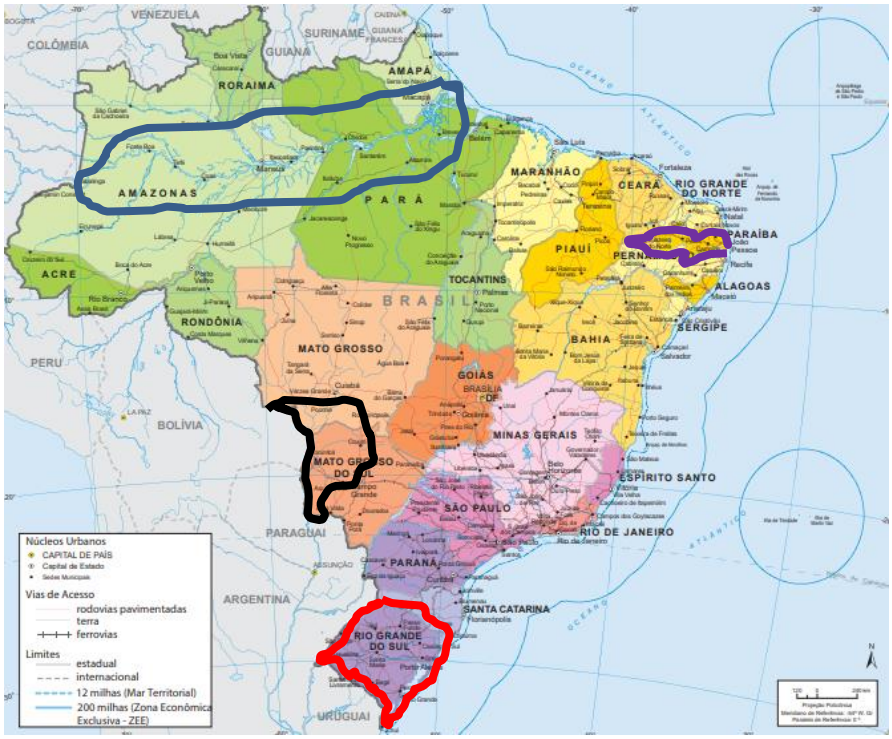


Figure 5 : La carte politique du Brésil (II)

Vale amanzônico | Rio Grande do Sul | Paraíba | Pantanal matogrossense

IBGE, Direction des géosciences, Coordination de la cartographie, *en ligne*, www.ibge.gov.br

Chateaubriand, dans son discours, utilise également le terme « cauim » emprunté au *Tupi*, qui est une espèce de

> *1. boisson préparée avec du manioc cuit et fermenté. [Les Indiens l'ont d'abord préparée avec des noix de cajou, du maïs, du manioc et d'autres légumes] ;*
> *2. eau de vie de canne ; chachaça.*[78]

Cette boisson fermentée serait pour les indigènes, une sorte de cachaça, mais dans le cas de la *Companhia Antarctica Paulista*, il s'agit de bière. Le terme « nos sauvages » se réfère aux « indigènes », et est utilisé dans le sens de propriété nationale, non privée, c'est-à-dire que les sauvages sont à nous et non pas à une autre nation ou une autre institution. L'émetteur utilise également le terme « bugre » pour désigner les indigènes. Selon Houaiss, le bugre est

> *1. indigène appartenant au groupe des bugres ;*

[78] *Ibid.*, p. 426.

BY-NC-ND

2. tout Indien astucieux et violent ;

3. individu grossier, primitif et non civilisé ;

4. individu suspect et arrogant.[79]

Selon le dictionnaire Houaiss, « bugre » vient du français *bougre*, qui vient du latin *bulgaru*. Les Européens ont donné ce terme aux indigènes pour désigner les peuples non chrétiens. À l'entrée (2), la note indique des personnes « courageuses », c'est-à-dire « braves » et « courageuses ». Du dictionnaire, « *bugre* » signifie :

1. préparé, armé, entraîné à la guerre ;

2. qui démontre une bellicosité ; exalté, violent ;

3. habitué à des situations de lutte, de difficultés ou de travail ;

4. qui démontre de l'intrépidité ; vaillant, courageux.[80]

Chateaubriand utilise ces termes « massif », « arraché », « nos sauvages », « *bugre* », en référence aux origines du Brésil. Il fait ainsi une analogie avec le contexte qui a déclenché le processus d'installation de la télévision dans ce pays tout aussi difficile, caractérisé par des conditions précaires et défavorables, exigeant que quiconque le fasse ait du courage, soit « brave », comme un « *bugre* ». Mais même avec ce scénario défavorable, il s´agissait d´une entreprise prometteuse.

L´ascension de son empire journalistique s'est consolidée entre les années 1920 et 1930, lorsque les élites émergentes des États périphériques du Brésil ont commencé à défier l'élite agraire de São Paulo au cours de la Vieille République, qualifiée d'oligarchique et de fermée. Il fut l'un des partisans du mouvement révolutionnaire de 1930, qui provoqua la chute de la Vieille République[81], initiant ainsi le gouvernement de Getúlio Vargas. C'est pourquoi Chateaubriand s'est distingué en tant que provincial qui a réussi à se rendre au centre.

Dans le troisième paragraphe, Assis Chateaubriand commence son discours par deux verbes, le premier à l'impératif « Regardez » et le second au futur simple « vous verrez » (VIII). Le premier verbe « Regardez », marque une caractéristique de la campagne

[79] *Ibid.*, p.336.
[80] *Ibid.*, p. 75.
[81] La Vieille République ou la Première République est une période qui s´étend de la proclamation de la République en 1889 jusqu´à la Révolution de 1930, qui donna naissance à « l´ère Vargas ». Notre observation.

BY-NC-ND

publicitaire et du discours autoritaire. Mais dans la séquence dans laquelle « Regardez et vous verrez » ont été placés, il est également fait référence au discours messianique, à la promesse.

En les utilisant, l'énonciateur parle directement au téléspectateur, en attirant son attention sur la facilité avec laquelle « avoir accès à une télévision », ou disposer d'une télévision, voilà la promesse, puisqu'il comptait « avec l´argenterie Wolff, les laines Sams très chaudes, le pétillant Guaraná Champagne du *bugre* et tout cela bien ficelé et en toute sécurité avec la Sul América ». Cette facilité n'est cependant possible que grâce à l'action d'un groupe d'entrepreneurs qui représentaient alors le statut et le pouvoir.

Quand il dit « On fait un bouquet d'acier et on le place au sommet de la tour de la Banque de l´État » (IX), il fait référence à la structure qui envoie le signal aux appareils récepteurs, créant ainsi une image entre le fragile, le délicat (bouquet de roses) vs la solidité et la résistance (acier). Accrochez ce bouquet « au sommet de la tour de la Banque de l'État », est une allusion au pouvoir de l'État, en tant qu'institution rendant les investissements réalisables, accordant des permis, etc.

Assis Chateaubriand conclut son discours en définissant la télévision comme une machine subversive, utilisée pour manipuler l'opinion (X), pour créer des fantasmes et pour regrouper les peuples les plus distants (XI). Les termes « subversif », « influencer l'opinion », « créer des fantasmes », « regrouper des groupes humains » désignent une dysphorie / euphorie qui dépend de la perspective dans laquelle ces termes sont conçus.

Le *subversif* n'est pas nécessairement *dysphorique*. Le subversif est

> *1. qui subvertit, qui cause la subversion ;*
> *2. quelqu'un qui prêche ou accomplit des actes visant à transformer ou à renverser l'ordre établi ; révolutionnaire ;*
> *3. celui qui exprime des idées, des pensées, des opinions opposées ou profondément différentes de celles de la majorité, raison pour laquelle il se sent si souvent menacé.*[82]

[82] HOUAISS Antônio ; VILLAR Mauro de Salles, *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, op. cit.,* p. 1784. Traduction libre.

BY-NC-ND

Dans le contexte dans lequel il a dit, « la télévision est une machine subversive » (X), il est euphorique, car tout le monde, à la fois l'énonciateur de ce discours et le Brésilien, bénéficierait de la télévision. Elle changerait la perception de la réalité ainsi que la perspective du plaisir, de l'imaginaire. La vie quotidienne de ceux qui auraient accès à ce dispositif de transmission ne serait plus la même.

En écartant l'ordre du discours prononcé par Chateaubriand le jour de l´inauguration, nous voyons que la subversion est une caractéristique de ce sujet. Pour atteindre son objectif, il a acquis les vingt-deux premiers récepteurs d´image de contrebande en provenance des États-Unis, car s'il le faisait par des moyens légaux, il ne serait pas possible d'inaugurer la *TV Tupi* le jour prévu.

> *Chateaubriand lui dit de ne pas s'échauffer avec cela, car au Brésil, tout avait une solution. Il téléphona au propriétaire d'une grande société d'importation et d'exportation et lui demanda d'apporter par avion deux cents téléviseurs des États-Unis afin qu'ils arrivent à São Paulo trois jours après. L'homme expliqua que ce n'était pas si simple. En effet, à cause de la lourde bureaucratie du ministère des Finances, un processus d'importation (même s'il était facilité par le président de la République, comme le suggéra Chateaubriand) prendrait au moins deux mois jusqu'à ce que les téléviseurs soient envoyés à l'aéroport de Congonhas. Chateaubriand n'eut pas peur. « Alors faites-les passer en contrebande ». J´en assume la responsabilité. Je ferai livrer le premier téléviseur qui débarquera au palais du Catete, en cadeau pour le président Dutra.*[83]

En plus d´enfreindre le règlement, il installa les appareils dans des points stratégiques de São Paulo[84], afin que le public puisse savoir et comprendre de quoi il s'agissait.

En disant que la télévision « influence l'opinion » (X), il expose son objectif réel, ainsi que le fait d'être fantaisiste, de sorte qu'il allait « rassembler » (XI) les peuples et non les « unir ». La relativité du langage s´insère, dans ce cas, dans la manière dont le sujet voit et comprend les choses du monde.

---

[83] MORAIS Fernando, *Chatô, o rei do Brasil. A vida de Assis Chateubriand, um dos brasileiros mais poderosos deste século*, *op. cit.,* p. 500. Traduction libre.
[84] *Ibid.*, p. 502.

BY-NC-ND

À propos des modèles culturels que l'individu utilise pour construire une image de soi, Ruth Amossy dit que :

> *Qu'elle soit individuelle ou collective, la construction d'une image de soi est toujours tributaire d'un imaginaire social. Et cela, pour plusieurs raisons évidentes. L'idée que je me fais de ma personne et que je tente de transmettre à autrui, la façon dont je me comporte dans mon rapport à l'autre, est nécessairement l'effet d'une socialisation. Si je me vois et me conduis en mère, en professeur d'université, en députée socialiste, ce n'est pas seulement en fonction de ma façon unique d'incarner ce rôles. Je peux certes avoir ma version personnelle – mais c'est toujours sur la base des représentations sociales qui circulent dans la société dont je suis membre. Qui plus est, une présentation plus ou moins conforme de ma personne en mère ou en enseignante s'impose en termes d'identité sociale.*[85]

Ainsi, lors de son discours, Chateaubriand démontre un *ethos* de pionnier, de chef d´entreprise qui prend des risques, tout en concrétisant ses objectifs. Il crée une image tout aussi positive de ses partisans, c'est-à-dire des groupes qui ont investi en lui et dans son projet. Il associe l'image des Indiens à des sujets braves. Il présente les régions du *Mato Grosso*, de l'Amazonie et du *Rio Grande do Sul*, comme des lieux éloignés des centres urbains mais offrant des matières premières de qualité. Ces images, créées dans les années 50, restent encore dans l'imaginaire du Brésilien, c'est-à-dire que la province est en retard par rapport à la modernité des centres économiques, comme celui de *São Paulo*.

Néanmoins, lorsque nous nous référons à l'image de Chateaubriand, il y a un *ethos* manquant dans le discours d´inauguration, qui s'oppose à celui de chef d´entreprise visionnaire et entrepreneur, qui ne s'est révélé et n'a pris forme que dans des relations en face à face, établies sur le lieu de travail. Et ceci lorsque il n'a pas respecté les contrats, ne payant pas des artistes, des techniciens, des journalistes, etc. ; lorsqu´il a cessé d'innover en matière de technologie, au profit de ses concurrents ; lorsque les relations conflictuelles l'ont amené à perdre des concessions du gouvernement, c'est-à-dire lorsque cette voie d'ascension sociale et politique a commencé à se dégrader en raison de problèmes administratifs et financiers qui se sont intensifiés après sa mort en février 1960. Menant la *TV Tupi* à la faillite au début des années 80, cela a été le point de repère de l'insertion du

[85] AMOSSY Ruth, *La présentation de soi. Ethos et identité verbale, op. cit.,* p. 44.

BY-NC-ND

pays à l'ère de la télévision, d´où sa pertinence. Cependant, même son groupe en perdant de la place, a réussi à se rétablir tout en restant sur le marché des médias[86].

Dans la construction de cet *ethos*, nous avons les voix marquées qui ont déterminé le début de cet événement, qui ont également délimité les espaces que chaque sujet prendrait dans ce récit. L'énonciateur rend explicite la voix de l'élite qui commanderait ce processus, tandis que le téléspectateur serait manipulé par l'illusion télévisée.

Assis Chateubriand possède d'autres *ethè* publics qui ont été créés à partir de son parcours professionnel. Il a assumé l´*ethos* de sénateur lorsqu'il a posé sa candidature à ce poste et remporté les élections, d'écrivain, en entrant à l'Académie brésilienne des lettres lors des élections de 1954, de promoteur de la culture, lorsqu'il a participé à la fondation du Musée d'Art de São Paulo (MASP).

Ces *ethè* l'ont amené à séduire et à rompre avec la structure sociale et gouvernementale en même temps, dans un rapport d'amour et de haine consolidé par son intelligence et sa perspicacité, mais aussi car il possède un récit sans scrupules ni éthique, selon son biographe[87].

I.2.2. Le symbole de la *TV Tupi* : une figure anthropophagique

L'anthropophagie consiste pour les humains à consommer de la chair humaine, généralement en tant que rituel. Pratiquée dans différentes cultures, elle a été relativisée dans les essais de Montaigne ; alors que dans les études diachroniques de Lestringan, dans son ouvrage *Le cannibale*, il enregistre

> *la dégradation de l'image de l'autre, depuis l'idéalisation héroïque de la Renaissance au crépuscule tempétueux du romantisme, s'accompagne au cours de la même période d'une incompréhension croissante de l'anthropophagie. Le modèle de l'explication par le rite, qui est le premier, est rapidement remplacé, au nom de la philosophie et de la science, par un schéma déterministe qui rétablit la pratique à la matière et la coutume à la soumission naturelle. Victime d'un environnement hostile et perdant toute sa liberté, le cannibale n'est qu'un*

[86] MORAIS Fernando, *Chatô, o rei do Brasil. A vida de Assis Chateubriand, um dos brasileiros mais poderosos deste século.*
[87] *Ibid.*,...

BY-NC-ND

être qui mange, un prédateur sans conscience et sans idéal, qui, en cas de pénurie extrême de nourriture, retourne son appétit contre ses semblables.[88]

Dans la culture des Indiens, cependant, la pratique du cannibalisme était faite comme un acte de

vengeance de la mort de ses propres parents, en soulignant que la vengeance de sang était la seule raison de leurs propres expéditions guerrières. En outre, il est intéressant de noter que ces mêmes Indiens voyaient dans la décomposition des corps une menace culturellement importante.[89]

Pour les *Tupinambas*, il valait mieux dévorer la chair du parent en l'enterrant dans l'estomac que de se faire dévorer par les vers[90]. C'est à partir du concept de se nourrir de l'autre que l'écrivain brésilien Oswald de Andrade a créé le « Mouvement Anthropophagique » en 1922 lors de la « Semaine d´Art Moderne »[91], qui s'est déroulée à São Paulo.

Oswald commence son manifeste en déclarant que

Seule l'anthropophagie nous unit. Socialement. Économiquement. Philosophiquement.

---

88 LESTRINGANT Frank, *Le Cannibale : grandeur et décadence*, Paris : Perrin, 1994, *Apud*: AGNOLIN Adone, « Antropofagia ritual e identidade cultural entre os Tupinambá ». In: *Revista de Antropologia*, vol. 45, nº 1, São Paulo, 2002. Disponible sur : http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77012002000100005. Consulté le 4 mai 2017. Traduction libre.

89 AGNOLIN Adone, *Antropofagia ritual e identidade cultural entre os Tupinambá*. In: « Revista de Antropologia », vol. 45, nº 1, São Paulo, 2002. Disponible sur : http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77012002000100005. Consulté le 4 mai 2017. Traduction libre.

90 GARZONI Tommaso, *La piazza universale di tutte le professioni del mondo*. Veneza : G. B. Somasco, 1587. *Apud*: AGNOLIN Adone, « Antropofagia ritual e identidade cultural entre os Tupinambá ». In: *Revista de Antropologia*, vol. 45, nº 1, São Paulo, 2002. Disponible sur : http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77012002000100005. Consulté le 4 mai 2017.

91 La « Semaine de l'art moderne », également appelée « Semaine des 22 », a été l'emblème du Modernisme brésilien, contextualisée dans la période de la Vieille République. Fatigués de l'oligarchie politique des producteurs de café de São Paulo, avec le désir de s'affranchir du formalisme avec lequel la culture était produite au Brésil, copiant les tendances culturelles de l'Europe, un groupe d'écrivains, de peintres, de chanteurs et d'hommes politiques ont organisé cette semaine au cours de laquelle ils ont proposé une autonomie esthétique à leurs productions. Ce mouvement culturel n'a pas eu la répercussion souhaitée à l'époque, pas plus que la compréhension du public, qui a sévèrement critiqué les présentations de la « Semaine ». Traduction libre.

BY-NC-ND

Seule loi du monde. Expression masquée de tous les individualismes, de tout les collectivismes. De toutes les religions. De tous les traités de paix.[92]

Selon lui, la relation que l'homme entretient dans le monde aussi bien externe qu´interne est anthropophagique, dans les situations les plus variées dans lesquelles il est inséré, car pour lui, certains se nourrissent des autres pour maintenir une continuité sociale, économique, collective, religieuse, etc.

D'après les critiques et les propositions qu'il fait dans ce manifeste, il estime qu'un moyen de développer culturellement le pays serait de se nourrir, d'où l'anthropophagisme, des manifestations culturelles d'autres pays, telles que celles qui étaient en vogue en Europe au cours de la période de son manifeste, comme le Cubisme et le Dadaïsme.

En s´inspirant d´elles, les artistes et les écrivains devraient créer leurs propres règles en tenant compte de leur propre culture, car jusque-là, les Brésiliens reproduisaient dans leurs œuvres les caractéristiques des productions artistiques et littéraires d'écrivains étrangers. Il s´agissait d´une influence importée, sans insertion ni immersion dans les traits culturels vécus au Brésil, une simple copie de l'autre. Il y a là le désir de liberté de création et d'expression esthétique conformément à ses principes directeurs, qui ont amené à défendre, entre autres, le registre linguistique qui contredit le standard de la licence poétique pour fuir la norme.

Suivant cette théorie anthropophage de Oswald de Andrade, tournons-nous désormais vers le symbole de la *TV Tupi*[93], représenté par le dessin d'un « curumim » – mot d'origine *tupi* qui, en général, désigne un enfant indigène –. Il portait sur la tête une antenne de télévision à la place de la « coiffe » – ornement que les indigènes placent autour de la tête fait de plumes d'oiseaux, une sorte de couronne de plumes.

[92] OSWALD Andrade de, *Manifesto Antropófago e outros textos, op. cit., p. 43*.
[93] *Tupi* est une réduction du nom de la tribu indigène *Tupinambá.* Notre observation.

BY-NC-ND

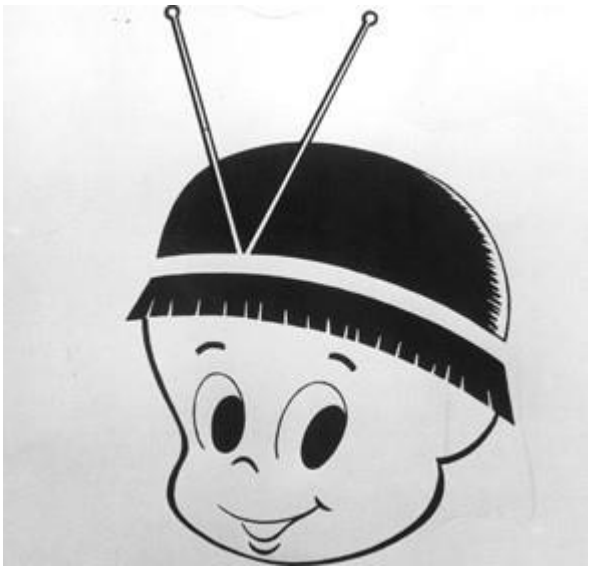


Figure 6 : Le symbole de *TV Tupi*

A Rede Tupi (1950 – 1980 São Paulo), *en ligne*, http://www.tvsdorj.com/2010/11/canal-6-vhf.html

Cette image de l'indigène avec une antenne sur la tête nous précipite vers l'idée anthropophagique, car nous avons un sujet, l'indigène, avec un objet étrange, qui ne constitue pas sa culture, un symbole technologique - l'antenne - sur sa tête. Ces éléments se confondent, se nourrissant les uns des autres dans une relation isotopique entre la technologie et le retard, qui ont été unis par la création de ce qui serait en réalité la télévision brésilienne.

Cependant, en faisant référence à la figurativisation discursive, Barros[94] affirme que les références socio-historiques et idéologiques, selon la sémiotique, se situent au niveau de la sémantique discursive, c'est-à-dire que les figures matérialisent les thèmes de manière sensorielle, leur donnant une corporalité. Selon Barros,

> *Les thèmes et les figures sont déterminés socio-historiquement et apportent aux discours la manière de voir et de penser le monde des classes, des groupes et des couches sociales, garantissant ainsi le caractère idéologique de ces discours.*[95]

[94] BARROS Diana Luz Pessoa de, *Publicidade e figurativização*. Alfa, São Paulo, v.48, n.2, p. 11-31, 2004, p.12. Disponible sur : https://periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/view/4294/3882. Consulté le 9 mais 2017.
[95] *Ibid.*, p.12.

BY-NC-ND

Les figures sont ensuite utilisées dans la réalisation des stratégies de l'énonciateur, qui a pour but de manipuler le récepteur pour lui faire *croire* que ce qu'il voit, entend ou ressent est vrai, c'est-à-dire qu'en plus de *croire*, le récepteur est amené à *faire-faire*. Cette relation qui s'établit entre l´émetteur et le récepteur n'est pas seulement présente dans le monde de l'intelligible, mais aussi dans le sensoriel et le corporel[96].

En ce qui concerne la figurativisation, Bertrand[97] postule que la structure des figures est organisée en fonction des isotopies discursives entre les questions relatives au monde naturel et au langage utilisé pour les représenter. Avec cela, les figures pouvaient être comprises selon la lecture culturelle donnée dans le cadre d'un contrat fiduciaire de véridiction : la croyance partagée.

Ce contrat énonciatif formait les valeurs figuratives et leur a donné le régime de circulation. Une distinction a ensuite été faite entre l'iconisation qui créait « l'effet réel » ou l'impression référentielle et la thématisation qui permettait une reformulation des isotopies figuratives.

Lorsque nous nous référons à ce concept de figurativisation développée dans le livre « De l'imperfection » de Greimas (1987), nous sommes amenés à nous rendre compte qu'il se consacre à la manière dont la figurativisation est construite dans les textes, c'est-à-dire que cette fonction désigne la reconnaissance et l'identification d'objets dans la perception, qui cherche alors à comprendre le résultat réel de la figurativisation et non pas à apprendre à quel niveau figuratif de signification se transforme la manifestation du discours.

Dans ce cas, le « paraître » n'est pas seulement une question de véridiction mais constitue en soi une problématique. Cette *paraître* définit maintenant son propre espace sémiotique, dans lequel se réalise l'articulation entre la scène de l'acte sensible et la discursivisation des figures qui attestent de sa présence dans le langage. L'acte de perception réalise un mouvement de constitution réciproque entre le sujet et l'objet de la vision, de l'audition, de l'odorat, etc.

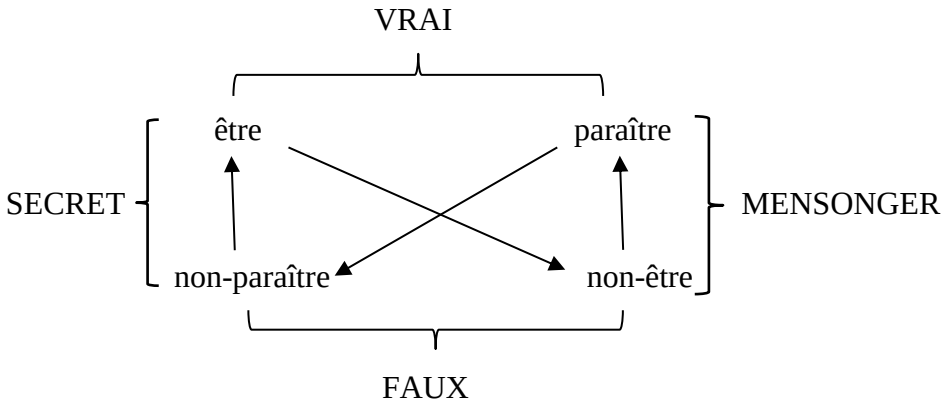
De cette manière, l'image qui représente le symbole de la *TV Tupi* nous amène à des lectures socio-historiques et idéologiques, dont nous allons en considérer trois. Pour ce faire, nous utiliserons la figurativisation au niveau discursif.

[96] *Ibid.*, p.15.
[97] BERTRAND Denis, *Caminhos da semiótica literária, op. cit*.

BY-NC-ND

La première question qui attire l'attention sur cette figure est le fait d´avoir inséré l'image d'un enfant, faisant ainsi référence à l'isotopie de la naïveté, de la fragilité et de la puérilité. C'est le dessin d'un enfant au visage enjoué, qui sourit au récepteur, sans engagements susceptibles de gêner son enfance, car dans l'imaginaire du Blanc, l'enfant indigène vit librement dans les rivières et court dans les bois. Avec ce stéréotype, l'image crée le sens du charisme, éveillant dans le récepteur des éléments qui concernent la vie même de l'enfant. Au contraire, elle n'induit pas le récepteur aux passions comme la peur, la répudiation, ni même le préjugé contre cette ethnie.

Cependant, en utilisant le cadre de la véridiction[98], il existe une relation entre « paraître vs être », c'est-à-dire qu'il y a une « vérité », que l'image suggère la naissance de la télévision brésilienne. Elle est née avec cette caractéristique naïve, construite à partir de l'inexpérience des sujets impliqués dans cette action.



La *TV Tupi* serait alors cet enfant indigène, naïf, fragile mais charismatique. Avant de créer ce symbole, il existait une image standard d'un vieil Indien d'Amérique du Nord qui surgissait toujours à l'écran lors de problèmes techniques. Ils l'ont enlevée et ont mis à sa place un adulte indien, sérieux et menaçant. Cette image a généré des critiques, c´est la raison pour laquelle elle a été remplacée par celle de l'enfant.

> *L'image standard d´origine était celle d´un vieil Indien d'Amérique du Nord. La première image pensée pour la remplacer était celle d´un Indien. Mais il s´agissait d´un indien adulte, sensé, avec une lance à la main. Attitude provocante. En raison de carences techniques, cet Indien restait longtemps sur*

[98] BERTRAND Denis, *Caminhos da semiótica literária, op. cit.*

BY-NC-ND

les écrans. C´en était même effrayant. Les gens se plaignaient et commençaient à plaisanter de la sorte : Tu es ennuyeux comme l´Indien Tupy.[99]

Venons-en à la seconde perception où nous touchons le primitivisme, le grotesque que l'indigène nous suggère en raison de ses origines et de ses coutumes. Et cela au détriment des références liées à la sophistication, à ce qui est moderne, représentées par l'antenne. Faire allusion à l'indigène est, dans ce cas, une approche du retard, de sorte que cette nouvelle invention, à savoir la télévision, s'oppose à quelque chose qui n'est ni prometteur ni prospère. Dans le carré de la véridiction, nous aurions alors une relation de « paraître vs non-être », nous avons donc le « mensonge » dans cette relation contractuelle, car l'indigène s´oppose à ce qui se réfère à l'évolution technologique, à l'innovation. Il serait alors incohérent de relier son image à la télévision.

Le symbole nous amène à redimensionner l'image de l'indigène dans la société nationale. C'est une image controversée pour le récit brésilien, car son histoire durant la formation du Brésil en tant que nation, de la colonisation à nos jours, a connu un processus d'acculturation qui a généré des conflits qui ont provoqué des difficultés d'insertion sociale en tant qu'individu.

Cette question historique et idéologique se reflète dans la situation que nous décrivons, car le jour de l'inauguration de la chaîne, l'indigène était jouée par une actrice blanche, Sonia Maria Dorce, une enfant qui n'avait aucune référence esthétique indigène, mis à part le déguisement qu'elle portait. En d'autres termes, dans un pays où l'indigène doit encore se battre pour occuper des espaces sociaux, son image a été utilisée pour représenter une chaîne de télévision, mais le jour de son inauguration, ils ont engagé une enfant blanche pour jouer le rôle de l'indigénne au lieu d´une légitime. La conséquence est que les indigènes ont continué à être mis à l´écart, sans avoir accès à cette invention, ou même sans pouvoir comprendre en quoi consistait une télévision. Cette action s´oppose, dans une certaine mesure, au discours de Chateaubriand sur la culture indigène :

Chateaubriand a toujours aimé les Indiens. Ami du maréchal Rondon, il faisait des incursions dans la région de Xingu et diffusait des noms indigènes sur ses stations de radio, puis à la télévision. Il luttait pour l'amélioration et le respect de la vie et de la culture indigènes.[100]

[99] ALVES Vida, *TV Tupi, uma linda história de amor, op. cit.*, p. 91.
[100] *Ibid.*, p. 91.

BY-NC-ND

Ainsi, le « goût pour les indigènes », « la recherche d´améliorations et de respect de la vie indigène », « la représentation d'entreprises avec des noms et des images indigènes », sont des actions représentatives qui sont menées, mais à partir d'un espace limité qui sépare le Blanc civilisé, de l'indigène sauvage. Même avec ces différences culturelles explicites,

> *En 1951, Chateaubriand avait promu, avec une large couverture de O Cruzeiro (l'un de ses journaux), le mariage de l'Indigènne Calapalo Diacuí avec le Blanc Ayres Câmara da Cunha, employé du Service de protection des Indigènes (SPI). Même si les Sertanistas l'ont prévenu que l'acte était une violence culturelle contre l'Indigènne, qui ne s'habituerait jamais à vivre dans une grande ville, le journaliste (Assis Chateaubriand) a insisté : il a emmené Diacuí à Rio de Janeiro, l´a baptisée et a organisé le mariage - dont il était le témoin - dans l'église de Candelária, où les mariés ont été emmenés avec Chateaubriand dans une Cadillac décapotable. Le temps a prouvé que les Sertanistas avaient raison : retirée de l'environnement et des coutumes de sa tribu, des mois plus tard, Diacuí mourrait en accouchant dans une maternité de Rio de Janeiro.*[101]

Ainsi, ses actes s'engagent à utiliser le discours autoritaire pour effectuer ses représentations de manière spectaculaire. Dans ce mariage, par exemple, il tenait le rôle principal au détriment des mariés. Selon la citation précédente, l'exposition du couple, atypique - une Indigènne et un Blanc – ont fait partie d'un programme, d´une anticipation de ce que serait la télévision.

Dans les relations sociales construites au Brésil, l'Indigène a été stigmatisé comme un être paresseux et indolent pour avoir refusé de travailler selon les conceptions de l'Européen. Il ne produisait que lorsqu'il en avait besoin, ne visait pas le profit, ni accumulait des biens à des fins d'enrichissement, car ces concepts ne constituaient pas ses principes. Partant de cette hypothèse, un homme d'affaires dont l'image est liée à celle d'un Indien serait contradictoire.

Les Blancs et les Indigènnes vivent toujours en conflit dans le pays. Les Indigènnes sont toujours invisibles, même avec les informations du recensement de l'Institut Brésilien de Géographie et de Statistique (IBGE) en 2010 qui dit que,

[101] MORAIS Fernando, *Chatô, o rei do Brasil. A vida de Assis Chateubriand, um dos brasileiros mais poderosos deste século, op. cit.,* p. 576. Traduction libre.

BY-NC-ND

Le Brésil possède 896 900 indigènes dans le territoire national, en additionnant la population résidant dans les territoires indigènes (63,8%) et dans les villes (36,2%). Sur ce total, 817 900 se sont déclarés Indiens de couleur ou de race et 78 900, bien qu'ils se soient déclarés d'une autre couleur ou race, principalement de couleur marron (67,5%), se considèrent comme indigènes par leurs traditions et leurs coutumes.[102]

En ce qui concerne la troisième perception, nous nous en tiendrons à « l'antenne », objet placé sur la tête de l'enfant indigène. L'antenne « *fait partie d'un système électro-électronique ayant pour but de capturer et/ou de transmettre des ondes électromagnétiques »*[103]*.*

En format de « V », tourné vers l'avant de la tête de l'enfant, la figure nous amène à considérer que l'Indigènne est responsable de la capture et de la transmission des signaux qui sont transformés en images et en sons, c´est pour cela que l´on utilise l'antenne. Cependant, en insérant cette idée dans le carré véridictoire, nous aurons alors une relation entre « paraître vs non-être », c'est-à-dire qu'il s'agit d'un « mensonge », puisque c'est une action impossible à exécuter conformément au contrat véridictoire fait par l'émetteur et le récepteur. Nous considérons encore la relation « non-paraître vs non-être » car est « fausse » l'idée qu'un Indigènne est capable d'installer une antenne sur sa tête et à travers elle de transmettre et de recevoir des images.

Mais lorsque nous référons cette figurativisation à la langue populaire brésilienne, il existe l´expression « avoir des antennes », c'est-à-dire que la personne qui a des antennes, est « liée » aux événements, elle est actualisée. Pour l´époque, dans les années 1950, cette idée pourrait être acceptable dans les centres urbains où arrivait l'information. Ce qui serait en quelque sorte incohérent pour ceux qui vivaient dans la forêt, où le niveau de vie était de l´ordre de l´isolement.

La figure représentée dans le symbole de la *TV Tupi* est toutefois une anticipation de l'action de la télévision dans la culture brésilienne. Nous verrons qu'il y a eu une annulation voire un oubli du régionalisme valorisant ce qui était produit dans l'axe Rio-São Paulo.

---

[102] *Recensement – Le Brésil a presque 900 000 Indiens de 305 ethnies et 274 dialectes.* Disponible sur : http://www.brasil.gov.br/governo/2012/08/brasil-tem-quase-900-mil-indios-de-305-etnias-e-274-idiomas. Consulté le 11 avril 2017.

[103] HOUAISS Antônio ; VILLAR Mauro de Salles, *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, op. cit.,* p.143. Traduction libre.

BY-NC-ND

Après avoir fait cette lecture, en soulignant les principaux éléments du développement de la télévision, tels que le développement technologique, les conditions sociales et économiques du pays, le taux d'analphabétisme, l'inauguration de la première chaîne de télévision, les idéologies présentes dans le discours des sujets impliqués dans ce processus, nous entrerons dans la caractérisation de l'identité du brésilien, qui montre une diversité qui n´est pas toujours montrée à la télévision.

I.3. Le sujet social: l'absence de diversité culturelle dans la télévision

Le discours prononcé par Assis Chateaubriand lors de l'inauguration de la *TV Tupi* montre la présence de la diversité culturelle brésilienne, y compris ses extrêmes opposant le centre et la périphérie, la ville et la campagne, le développement et le retard, l'alphabétisation et l'analphabétisme.

Ce contexte politique, social, culturel et géographique, dans lequel le Brésil a été constitué et qui s´est consolidé depuis la création et le développement de la télévision brésilienne, est fertile en ce qui concerne la formation de ce peuple. Le Brésil a plusieurs identités nationales, mais toutes ne sont pas montrées par la télévision. Les différents sujets qui illustrent cette diversité n'ont généralement pas l'autonomie nécessaire pour raconter leurs récits en proclamant leurs valeurs culturelles.

Nous voyons donc, au cours de ce chapitre, que la télévision tout comme le pays est contrôlé par une élite blanche du Sud-Ouest, « *mais exogène, tournée vers l'Europe et les États-Unis, d'où elle croit que provient tout le progrès et la civilisation que l'espèce humaine peut espérer »*[104].

De cette déclaration, revenons à la proposition faite par Oswald de Andrade, dans son Manifeste Anthropophagique. Nous avons donc un manifeste qui a encouragé la valorisation des racines, la valorisation identitaire dans la littérature, la peinture et les arts en général au cours de cette période moderniste, tout en tenant compte des influences d'artistes étrangers. Mais à l'époque, le manifeste a été mal compris par les citoyens.

La télévision brésilienne est née avec une perspective régionale, tout d'abord à *São Paulo*, puis à *Rio de Janeiro*. Bien que d'autres régions du pays se soient développées, l'axe

[104] PRIOLLI Gabriel, *Antenas da brasilidade*. In : BUCCI Eugênio (org.), « A TV aos 50 anos. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário », *op. cit*., p. 15. Traduction libre.

BY-NC-ND

Rio de Janeiro–São Paulo s´est maintenu et reste une référence dans le processus de formation culturelle, politique et économique du pays. Selon Priolli,

> *Centrée sur Rio de Janeiro et São Paulo, les deux plus grands marchés de production et de consommation du pays, l'industrie de la télévision s'est étendue à tous les autres États et a produit un certain imaginaire - principalement par le biais de feuilletons et de programmes d'informations - , qui se veut national et qui finit par être appris ainsi, avec de profondes conséquences sur la politique, l'économie et les relations sociales. C'est le Sud-Ouest Blanc qui parle au Brésil, au nom du Brésil, comme s'il s'agissait de tout le Brésil et avec le consentement de la majorité des Brésiliens.*[105]

La télévision a créé un discours centralisé dans un registre unique, ne laissant pas de place aux autres registres culturels, déterminant ainsi l'imaginaire national centralisé dans l'axe *Rio–São Paulo*. Cet imaginaire, qui a débuté dans les années 1950 avec un programme érudit, est peu à peu devenu populaire avec la popularisation de la télévision ouverte, atteignant ce que Sodré a appelé de « culture du grotesque », qui est consommée non seulement par une classe sociale, mais par toutes celles qui allument la télévision.

I.3.1. Le régionalisme et le processus d'identité

Comme nous l'avons dit, la télévision est née régionale parce qu'elle est apparue à *São Paulo* et plus tard à *Rio de Janeiro*, mais lorsque la technologie a permis l'installation d'antennes et de récepteurs dans d´autres villes du pays, les chaînes de Rio et de São Paulo sont devenues nationales, tandis que les autres se sont régionalisées, même si elles se trouvaient dans une capitale.

L'établissement de succursales par les capitales des états en dehors du circuit *Rio–São Paulo* a commencé dans les années 1960 et s'est développé dans les années 1980. Cette expansion des chaînes de télévision a créé, d'une certaine manière, un régionalisme parmi les chaînes, qui aurait pu encourager la création de programmes valorisant les cultures locales, mais cela n'a pas été le cas. Selon Priolli,

> *C'est la logique du modèle économique appliqué à la télévision, de la gestion commerciale privée, toujours régulée par la nécessité de réduire les coûts et*

[105] *Ibid.*, p. 16. Traduction libre.

BY-NC-ND

d'accroître les profits, qui a réduit les chaînes régionales à de simples rediffuseurs de la programmation « nationale » provenant de Rio et de São Paulo.[106]

Ainsi, dans tout le pays, seules deux variations linguistiques sont entendues, informant de ce qui se passe en politique, dans la culture et dans la vie quotidienne de ces deux régions. Les autres sont coadjuvants. Lorsque quelque chose d'inhabituel se produit en dehors de l'axe *Rio–São Paulo*, il existe une diffusion à la télévision de ce fait différent. Par exemple, lorsque les autres régions du pays apparaissent dans certaines émissions, le siège de *Globo* qui se trouve à Rio de Janeiro en fait généralement un stéréotype et le transforme dans un registre caricatural.

Le visage du Brésilien est bien sûr télévisé, car il a tendance à copier les personnages de feuilletons, leurs grimaces, leurs discours, leurs vêtements. Les sujets qui représentent ces personnages sont transformés en idoles, en héros ou anti-héros. Ils sont aimés quand ils représentent les héros et détestés, quand ils interprètent le bandit du feuilleton, le marginal.

Les chaînes sont représentées, dans leur programmation, par une majorité blanche. Les autres races, les Noirs, les Indiens, les immigrés (asiatiques, africains, libanais, etc.), par exemple, n'apparaissent pas ou peu, généralement dans des rôles secondaires, dans des feuilletons ou dans des programmes télévisés moins connus, en dehors des heures de grande écoute, et non en tant que journalistes ou présentateurs. Cette apparition se produit quand ils participent à un reportage. Par exemple,

Cette élite, qui vit le dos au Brésil, crée son image particulière du pays, presque toujours en folklorisant et discriminant les Indiens, les Noirs, les Asiatiques, selon l'angle racial ; les femmes et les homosexuels, sous l'angle du genre ; et les Nordestins et habitants du Nord, sous l'angle géographique. Sa télévision crée et impose une certaine notion d'identité nationale, tout en empêchant le libre accès à l'écran, d'affirmer d'autres identités divergentes et contrastées. Bon ou mauvais, cependant, ce peuple hétérogène et multiforme qui habite le Brésil vit unit depuis cinq siècles et rien n'indique qu'il ne veut vivre autrement. Un fort sentiment national s'est forgé à la fois par le métissage et la transhumance, ainsi que par les échanges économiques et symboliques de l'histoire en commun. Ce

[106] *Ibid.*, p. 20.

BY-NC-ND

sentiment national est partagé par presque tous les Brésiliens, qui ont le sentiment de faire partie d'un tout mais le voient comme une perspective régionale, avec ses propres caractéristiques découlant du conditionnement géographique et de l'expérience culturelle.[107]

Néanmoins, du point de vue de l'identité nationale que la télévision a fini par créer, sur la base de l'élite blanche, l'Indien croit être aussi brésilien que le quilombola ou un descendant de Japonais des régions du Nord et du Centre du *Paraná*. Et ils le sont, mais ils sont invisibles, leurs cultures sont exclues de la télévision, à l'exception des quelques programmes régionaux présentés par les filiales, mais qui n'ont normalement pas la même qualité technique et technologique que ceux produits par le siège à *Rio de Janeiro* ou à *São Paulo*.

I.3.2. La violence symbolique

Cette façon de faire de la télévision au Brésil représente bien ce que Bourdieu a appelé la violence symbolique. Selon lui,

la télévision exerce une forme pernicieuse de violence symbolique. La violence symbolique est une violence qui s'exerce avec la complicité tacite de ceux qui la subissent et aussi, souvent, de ceux qui l'exercent, dans la mesure où les deux ignorent l'exercer ou la subir. La violence symbolique s'exerce dans les relations sociales et, en particulier, dans les relations de communication par les médias.[108]

Indépendamment le type et la qualité d'émission vu dans la télévision brésilienne, les Brésiliens ont pratiquement la télévision, puis la radio comme moyen de divertissement et d'information plus accessible. L'internet et les réseaux sociaux, ou ce que nous considérons aujourd'hui comme une technologie de pointe à l'ère de l'information, n'atteignent toujours pas toutes les zones géographiques du pays. Même s'ils les atteignent, le Brésilien des autres villes, par exemple, continuera toujours à utiliser la télévision pour s'amuser et s'informer. Ainsi, il est plus facile de contrôler ce qui sera vu.

Nous constatons que 77% de la population rurale (tableau 4) utilise encore l'antenne parabolique pour capter le signal de télévision, car elle est l'antenne la plus

[107] *Ibid.*, p. 15.
[108] BOURDIEU Pierre, *Sobre a televisão, op. cit.,* p. 22. Traduction libre.

BY-NC-ND

efficace à la campagne. Mais en raison de son faible coût, cette antenne est toujours utilisée dans les villes par une classe inférieure (Tableau 3).

Mais comme Bourdieu l'affirme, la forte présence de la télévision provoque une violence symbolique sans que le spectateur ne s'en rende compte, parce qu'il n'a pas de références lui montrant les conséquences d'avoir, par choix ou par manque de choix, la télévision comme instrument d´information et/ou de loisirs, et à la télévision, les chaînes préférées par la société.

Il ajoute que,

> *L'accès à la télévision a pour contrepartie une censure redoutable, une perte d'autonomie liée, entre autres, au fait que le sujet est imposé, que les conditions de communication sont imposées et, surtout, que la limitation du temps impose des restrictions de la parole telles qu'il est peu probable que l'on puisse dire quoi que ce soit.*[109]

I.3.3. Le parcours stratégique de la télévision brésilienne

Pour conclure cette première partie du première chapitre, nous ferons référence à la discussion que Jacques Fontanille fait sur le point de vue, dans le contexte dans lequel la télévision s'est développée, créant ainsi une identité nationale pour le Brésilien.

Selon Fontanille,

> *La définition sémiotique que nous proposons pour la notion de point de vue reposera sur un ensemble d'actants et de propriéters – une estructure syntaxique et sémantique –, sous-jacents à l'ensemble des acceptions qu'elle reçoit dans les différents discours, [...].*[110]

En ce sens, Fontanille propose d'analyser le point de vue en fonction de la relation entre une « source » et une « cible ». Dans cette relation, alors que la « source » est le sujet perceptuel, la « cible » consiste en l'objet perceptuel. Ainsi, pour déterminer le point de vue, on utilise la modalisation, car c'est à travers elle qu'il devient possible de déterminer quelles

[109] *Ibid.*, p. 19.
[110] FONTANILLE Jacques, *Sémiotiques et Littérature. Essai et méthodes, op. cit.,* p. 44.

BY-NC-ND

formes d'interaction existent entre les deux actants, ou laquelle est la plus mise en évidence lors de l'analyse.

Nous présentons, au cours du chapitre, plusieurs éléments constitutifs de ce contexte télévisuel brésilien, ou ce que Fontanille appelle « actants et propriétaires ». Cependant, lorsque Fontanille a fait cette proposition, il pensait à une sémiotique littéraire, tandis que nous nous sommes consacrés, comme nous l'avons dit, à discuter, dans ce première chapitre, du processus de développement de la télévision brésilienne et de la manière dont elle a construit une identité nationale qui, selon Eugênio Bucci[111], est une culture pratiquement créée par la télévision.

Tout d'abord, nous devons néanmoins nous rappeler que lorsque nous parlons d'identité nationale, nous faisons référence à un pays qui compte actuellement plus de 208 millions d'habitants, selon l´IBGE[112], avec une diversité culturelle, sociale et religieuse etc., très expressive et complexe. Et pourtant, il y a une défense de cette perspective de culture nationale, unique, menée par la perspective de *Rio de Janeiro* et de *São Paulo*.

Nous allons maintenant voir le point de vue sur la perspective de la sémiotique. Selon Fontanille,

> *Le point de vue n'est pas dans le sujet, mais dans la relation entre sujet et objet. Ce n'est pas le sujet qui parcourt les différentes stratégies possibles, mais bien l'interation sujet/objet, en bloc.*[113]

En réfléchissant dans la proposition de Fontanille, le point de vue est centré sur l'interaction entre sujet (source) et objet (cible). Ainsi, les actants positionnels sont transformés en sujets sémiotiques à la suite d'une structure intentionnelle. Cette tension qui s'établit entre les actants est due au choix du point de vue, guidée par une perception virtuelle de l'objet et par une orientation actualisée.

La modalisation qui s´instaure dans la relation entre les actants est opérationnalisée en deux dimensions, l'une qualitative, relative à la catégorie sémantique «

111 BUCCI Eugênio (org.), *A TV aos 50 anos. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário, op. cit*.
112 *IBGE – População do Brasil*. Disponible sur : https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/. Consulté le 8 mai 2017.
113 FONTANILLE Jacques, *Sémiotiques et Littérature. Essai et méthodes, op. cit.,* p. 60.

BY-NC-ND

d'intensité » de la perception, l'autre quantitative, relative à la « durée » ou à « l'extension » de l'acte perceptuel. Ainsi, ces relations sont observées en fonction du degré d'intensité et de la durée des stratégies utilisées par les actants. Ces dimensions sont ainsi organisées par Fontanille[114] :

Tableau 5 : Les dimensions sémiotiques

	Intensité forte	Intensité faible
Étendue forte	Stratégie englobante	Stratégie cumulative
Étendue faible	Stratégie élective	Stratégie particularisante

Outre ces deux dimensions, trois propriétés sont utilisées dans la description des stratégies dans lesquelles les actants sont insérés :

> (*i) la nature des actes, caractérisés par la manière dont ils traitent les « parties de l'objet, ces « ébauches » et ces « aspects » qui s'offrent au sujet ; (ii) la nature de l'acte cognitif global, l'archi-prédicat caractéristique de la relation au monde, voire de la « forme de vie » sous-jacente, et (iii) le système de valeurs auquel chaque type de point de vue fait appel pour justifier et apprécier l'objet qu'il se donne.*[115]

L'analyse présentée sera faite en considérant deux niveaux de progression thématique. Dans le premier, la source du point de vue est reprise par Assis Chateaubriand, un entrepreneur en communication qui a inauguré la télévision dans le pays. Ainsi, à cette époque, il est le sujet syntaxique, ou le sujet perceptuel.

Au cours du processus de développement de la télévision, Chateaubriand resta à la tête de ce domaine jusqu'aux années 1960. Après cette période, nous avons pour deuxième temps la dictature militaire, lorsque le pouvoir de contrôle de la télévision change de perspective, nous constatons alors un remplacement relatif de la « source ». Nous utilisons le terme « relatif », car l'entrepreneur, c'est-à-dire les propriétaires des chaînes de télévision, sont remplacés, mais les actions de ces nouveaux sujets syntaxiques restent les mêmes dans le sens où la télévision est utilisée comme un véhicule d'intérêt privé.

La notion spatio-temporelle sont les éléments qui nous guideront dans ce processus historique de développement du récit proposé. Ainsi, tout au long du parcours des

[114] *Ibid.*, p. 50.
[115] *Ibid.*, p. 51.

BY-NC-ND

sujets syntaxiques, nous avons d'autres actants qui assument des rôles importants, qui détermineront dans la continuité de la perception manipulatrice que le pionnier, c'est-à-dire Assis Chateaubriand, a eu sur l'utilisation de la télévision.

Le deuxième niveau de progression thématique est lié à toutes les prévisions concernant la télévision et sa composition, tant sur le plan technique que sur la partie liée à la programmation, à sa valeur d'achat et à son importance culturelle en tant qu'élément de divertissement et d'information. La télévision est donc, dans cette relation, la cible.

I.3.3.1. L'analyse du point de vue : la source et la cible

Lorsque nous nous référons donc à la syntaxe de ce premier moment, la source est insérée dans un espace et dans un temps propices à l'investissement d'un nouveau projet, qu'il ne connaît pas. Il ne comprend pas quels processus il doit suivre pour créer une chaîne de télévision. Car lorsque nous nous référons à la télévision, il ne s´agit pas seulement du dispositif de réception qui, lorsqu'il est allumé, fait apparaître une image synchronisée avec du son. Il faut une station avec une antenne de captage d'ondes magnétiques. De plus, il existe d'autres éléments fondamentaux pour son fonctionnement.

Chateaubriand, cependant, a le « vouloir–faire » télévision au Brésil, c'est-à-dire qu'il veut concrétiser son objectif et y travaille en allant aux États-Unis pour acheter tout le matériel nécessaire à la création d´une chaîne de télévision : caméras, antennes, récepteurs, embauche de techniciens. De retour au Brésil, il engage des artistes, des journalistes, des producteurs, etc.

Ainsi, il a la compétence, c'est-à-dire un « pouvoir–faire » – représenté dans les figures de l'argent, de l'influence sociale, de l'influence politique, etc. – et le « savoir–faire », puisqu'il utilise ses connaissances et sa vision des affaires pour mettre son objectif en pratique.

Il comprend les transformations technologiques vécues non seulement par le pays, mais également par le monde. Ces changements ont entraîné des changements dans les économies mondiale et nationale. La source de revenu et de travail dépendait presque exclusivement de l'agriculture au cours de cette période, mais un processus de transfert des revenus de l'agriculture à l'industrie, au commerce, etc. s´est déroulé.

BY-NC-ND

Nous avons à ce moment-là une « stratégie élective », car la source recherche parmi tous les aspects du point de vue, le meilleur possible, c'est-à-dire qu'elle sélectionne, choisit et concentre le meilleur pour savoir et pouvoir agir avec une intensité forte. Ainsi, les actes perceptuels sont « focaliser » et « choisir ». Selon Fontanille,

> *[...] ; dès lors, l'aspect "élu" retiendra l'attention, et focalisera le discours; le príncipe qui guide en sous-main une telle stratégie est celui du choix: sélectionner et focaliser pour connaître et agir. La valeur requise est ici la représentativité ou l'exemplarité.*[116]

Il y a la compréhension de la situation temporelle de la part de la *source*, puisqu'il ne pouvait pas penser à vendre la télévision uniquement à une élite qui avait les ressources nécessaires pour investir dans un objet coûteux. Dans ce cas, il devait développer son entreprise. Il savait que le pays comptait un grand nombre de citoyens sans pouvoir d'achat ; qu'il y avait un taux élevé d'analphabétisme. Mais que le gouvernement de l'époque changeait de politique, dans la perspective d'améliorer le niveau de vie du Brésilien en créant des emplois, des lignes de crédit, en facilitant la consommation.

Malgré tout, Chateaubriand est entré dans la politique et lorsqu'il a été élu sénateur, il avait libre accès au Congrès National. Il a ainsi pu dialoguer et prendre les dispositions nécessaires pour atteindre ses objectifs. Son point de vue visait à présent à insérer la télévision dans un espace déjà prédéterminé, à savoir *São Paulo*, le centre culturel et économique de l'époque. Après *São Paulo*, il a inauguré une chaîne à *Rio de Janeiro*.

En revenant au point de vue de la cible, dans ce processus initial du début des années 1950, la télévision était un produit nouveau, inconnu, mais elle était complexe et mystérieuse. Complexe, parce que personne ne savait vraiment comment une émission de télévision fonctionnait. Ils ont simplement créé le programme à partir de ce qu'ils savaient des programmes de radio.

Mystérieuse, car il était difficile pour le citoyen de comprendre comment une image se trouvant à un autre endroit pouvait apparaître à l'intérieur d'une boîte et propager le son concomitamment avec l'image, alors qu´elle se trouvait dans le salon, c'est-à-dire l'endroit le plus important de la maison. Néanmoins, malgré toute cette controverse, cet appareil offrait un statut à quiconque pouvait l'acheter. Ce qui est frappant, c'est que les programmes

[116] *Ibid.*, p. 51.

BY-NC-ND

présentés étaient des classiques de la littérature nationale et internationale, ils avaient un contenu culturel élevé, au sens érudit du terme. Nous avons donc une « stratégie englobante ». Cette stratégie « *a pour príncipe la domination et la compréhension des états de choses, et n'accorde de la valeur qu'à leur ensemble cohérent, à leur totalité* »[117].

La domination et la compréhension de l'état des choses de la part de la *source* l'ont amenée à venir en conjonction avec la *cible*, c'est-à-dire la télévision, réalisant ainsi la performance, le « faire-faire ». La vision entrepreneuriale de Chateaubriand l'a amené à concrétiser l'action en insérant la télévision au Brésil. Les actes perceptuels présents dans cette stratégie sont le « dominer (comprendre) » et la « totalité ».

Il existe alors un processus d'interaction entre source et cible, dans lequel, dès le moment où cette source comprend le pouvoir de la cible, elle révise également les questions relatives à la portée qu'elle devrait avoir en termes d'espace et occupe toute la région nationale, ainsi que des espaces plus privés qui exigent des contacts politiques, etc. Nous avons donc la stratégie *particularisante* dans ce récit. Elle

> *se suffit du détail qu'elle est parvenue à isoler; mais puisqu'elle n'accorde aucun prix à la maîtrise des grandes ensembles, elle se satisfera de la spécificité de la partie isolée.*[118]

La télévision devient le principal moyen d'information et de divertissement de la majorité des Brésiliens. Les conversations familiales tournent généralement autour des épisodes des feuilletons ou de l'actualité des programmes d'information. Ce pouvoir d'influence de la télévision dans la vie quotidienne du Brésilien a influencé un nouveau « faire-faire » de la source. Le cours de la télévision prend la direction de l'individualisation en ce qui concerne le contrôle des concessions des chaînes de télévision, par exemple.

À ce moment-là, après la dictature militaire, plusieurs transformations se produisent dans le contexte de la cible. La première survient lorsque l'armée décida de donner des concessions donnant la priorité à certains entrepreneurs. À la fin de cette période et avec la création de la Constitution de 1988, les concessions sortent du contrôle du pouvoir exécutif et sont transférées au pouvoir législatif, c'est-à-dire aux députés et aux sénateurs, qui légifèrent les normes des concessions pour leur propre bénéfice, en utilisant, selon les

[117] *Ibid.*, p. 51.
[118] *Ibid.*, p. 51.

BY-NC-ND

théoriciens de la communication, les noms de parents et d'amis pour garantir le contrôle des chaînes. La Constitution interdit ce type d'action, mais cela est ignoré. Avoir une chaîne, du point de vue d'un politique, est lié à l´idée de manipuler l'opinion publique, de gagner des élections, etc.

On trouve dans cette « stratégie particularisante », la « spécification » et le « détail » de la partie isolée, qui serait la « cible », constituant une « intensité et une étendue faibles », c'est pour cette raison que la source se cache toujours du public et utilise « des prête-noms » pour représenter ses chaînes légalement auprès du gouvernement. En ce sens, non seulement les propriétaires de chaînes, mais aussi le Congrès agissent pour exclure et même éloigner la population de cette discussion.

À ce moment-là, la source se mélange, parce qu´elle est à la fois un sujet public, quand il s´agit d´un député ou d´un sénateur qui possède des concessions, et aussi un sujet privé, quand on parle des propriétaires des chaînes qui agissent en entrepreneurs, comme les propriétaires de *Globo* et de *Bandeirantes*, entre autres, qui ne sont pas des politiciens, mais qui utilisent la télévision pour faire de la politique. Avec cette action, la « stratégie cumulative » devient évidente. Elle se caractérise

> *ayant disposé les « aspects » d'une situation ou d'une question en séries, ne sait que les parcourir les uns après les autres, et elle ne s'accomplira qu'en visant l'exhaustivité, la seule valeur admise ici.*[119]

Dans cette stratégie, selon le point de vue de la source, il est essentiel d'utiliser la télévision comme source de transformation de l'ordre politique, social, économique, culturel et historique, démontrant ainsi la place qu'elle occupe comme sujet présent et actuant dans un espace. Selon le rôle de la source, il existe une accumulation de points de vue sur une situation ou une question en série.

Son rôle est très clair pour déterminer qui devrait normalement contrôler non seulement la télévision, mais également d'autres médias, tels que les journaux imprimés, les magazines, les chaînes de radio et désormais les fournisseurs d'accès à Internet, créant ainsi la figure du colonel électronique. Son point de vue est celui du contrôle national, car c'est lui qui déterminera la programmation télévisuelle, l'accent qui sera mis sur un certain thème national de nature politique, religieuse, sociale, historique, etc. La cible devient alors

[119] *Ibid.*, p. 51.

BY-NC-ND

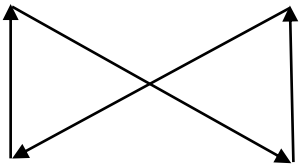
un spécialiste de toutes les affaires courantes, controversées ou non. Même avec Internet, la cible reste le seul moyen d'information et de divertissement.

Le contrôle prend forme, car il existe une société qui utilise la télévision et croit en tout ce qu'elle transmet. Nous avons donc un téléspectateur manipulable, qui n'a pas l'habitude de lire, qui ne fréquente pas les espaces publics qui peuvent lui faire mieux comprendre divers thèmes. Les points de vue qui déterminent la source sont insérés dans la programmation, dans une perspective subtile, que souvent, même le téléspectateur le plus attentif ne peut pas identifier.

Ce qu´offrent source et cible se limitent aux centres économiques, c´est la raison pour laquelle notre société présente une culture diversifiée, mais lorsqu´on allume la télévision, on n'écoute que deux accents, ceux de *Rio de Janeiro* et de *São Paulo*.

Dans le carré des stratégies, l'analyse serait représentée comme suit :

Stratégie élective	Stratégie englobante
Choisir	Dominer (comprendre)
Focaliser	Totalité



Stratégie particularisante	Stratégie cumulative
Spécificité	Balayer
Isoler	Parcourir

Dans ce carré, la relation de construction de sens des stratégies place la stratégie élective contraire à l'englobante, alors que la particularisante est contraire à la cumulative ; l´élective est contradictoire par rapport à la cumulative, de même que l'englobante est contradictoire par rapport à la stratégie particulariste. En ces termes, ces stratégies se consolident dans le parcours de la source et de la cible dans la construction du point de vue.

BY-NC-ND

Partie II – La politique brésilienne

I.4. Quelques mots à porpos de l'histoire récente de la politique brésilienne

École...
Marche...
[...]
Mon cœur est vert, jaune, blanc, bleu indigo.[120]

Avant de commencer les discussions référentes aux débats télévisés proprement dits, nous ferons un abordage sur les questions qui impliquent la formation et la caractérisation de la politique brésilienne de ces dernières décennies.

Nous présenterons un extrait de son histoire et nous discuterons spécifiquement de la Dictature Militaire (1964 – 1985) car elle a été une période qui a marqué une rupture avec le processus de démocratisation du pays, interférant dans sa structure politique, et dont on ressent encore les effets, comme une menace à la démocratie brésilienne.

Comme il est de coutume dans les processus dictatoriaux de contrôle d'une nation, il est important de souligner que les militaires ont été responsables de l'interdiction de toute manifestation politique contraire à leurs orientations discursives et idéologiques.

De cette manière, le pays a vécu un moment d'interdictions diverses, soumis à différentes politiques de mise sous silence, sans que puissent émerger d'autres versions sur les conditions vécues par ses habitants, ainsi que son besoin de s'impliquer dans les sphères économique, sociale et culturelle.

Les vers que nous présentons comme épigraphe sont, dans ce sens, exemplaires pour comprendre les mécanismes culturels qui ont été amplement mobilisés pour assurer l'adhésion inconditionnelle à un discours nationaliste, qui détermine par le verbe à l'impéractif, « marche », que qui dire le contraire serait antipatriotique, manque d'amour à la patrie, échos de la menace communiste qui justifia le coup d'état. Selon Eni Orlandi, à propos de la politique de mise sous silence,

[120] DOM e RAVEL, *Eu te amo, meu Brasil*. Disponíble sur : https://www.youtube.com/watch?v=cJ2fxTrsETo, (date de recherche, 24/06/2017). Cette musique, composée, em 1970, par les frères Eustáquio Gomes de Farias (Dom) et Eduardo Gomes de Farias (Ravel), fut enregistrée pour la première fois par le groupe « Os Incríveis », et largement utilisée par le gouvernement militaire. Consulté le 18 avril 1997. Traduction libre.

BY-NC-ND

Le silence n'est pas l'absence de mots. Imposer le silence n'est pas taire l'interlocuteur, mais l'empêcher de soutenir un autre discours. Dans des conditions données, on parle pour ne pas dire (ou ne pas permettre que soient dites) des choses qui peuvent causer des ruptures significatives dans la relation de sens. Les mots viennent chargés de silence(s).[121]

En termes généraux, la Dictature Militaire comprend la période de 1964 à 1985 de l'histoire brésilienne, caractérisée par l'interdiction à la démocratie, par la censure qui s'est accentuée progressivement à partir des Actes Institutionnels, par la persécution politique des dissidents, par la fin des droits constitutionnels et par la répression à ceux qui s'opposaient aux militaires.

Le cadre politique du Brésil, dont le point culminant fut le coup d'état, était une crise de récession amenant à la démission du président en exercice Jânio Quadros, qui alléguait des pressions politiques. Son vice, João Goulart, assuma ainsi la présidence.

Cependant, le climat politique était défavorable aux attentes de Goulart, car ses aspirations populistes et de gauche allaient à l'encontre de celles des entrepreneurs, banquiers, de l'opposition et de la population conservatrice. L'insatisfaction des ailes les plus conservatrices par rapport au gouvernement Goulart, qui a présidé le pays de 1961 à 1964, s'est matérialisée lors d'un discours prononcé le 13 mars 1964, où il promit de faire des réformes radicales dans la structure agraire, l'économie et l'éducation, bénéfiant ainsi aux organisations populaires, aux étudiants et aux travailleurs.

Il y a dans le parcours de ce sujet une promesse qui n´allait pas être tenue, car d'autres sujets avaient des intérêts divergents, à savoir le maintien du *statu quo*. João Goulart a assumé la présidence en raison d´une fatalité, mais à présent, déterminée par la démission du poste de président au pouvoir, qui n'a pas résisté aux pressions politiques, le vice-président qui a assumé ses fonctions était un idéaliste qui a cru avoir le pouvoir de reáliser une performance en manipulant l'élite pour appliquer les réformes qu´il avait proposées.

[121] ORLANDI Eni P, *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos, op. cit.*, p.105. Traduction libre.

BY-NC-ND

Ce scénario, au moment où l'on vivait l'auge de la Guerre Froide dans le contexte international, engrangea des manifestations contre la politique du gouvernement, car on craignait que le pays adhère au socialisme.

Une de ces actions fut la « Marche de la famille avec Dieu pour la liberté », série d'événements organisés par le clergé, par les familles et les mouvements politiques les plus conservateurs, amenant dans les rues de plusieurs villes comme São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte et Curitiba des milliers de personnes contre les réformes de Goulart.

En identifiant les aspirations de gauche de Goulart, les entrepreneurs, banquiers, militaires, la classe moyenne, et les secteurs dominants de l'Église Catholique, avec l'appui des États Unis, fomentèrent le coup d'état.

Le 31 mars 1964, alors que les rues des villes de l'État de Minas Gerais et de São Paulo étaient occupées par les troupes militaires, João Goulart a décidé de quitter le pays, se réfugiant en Uruguay. C'est alors que les militaires assumèrent la présidence du pays. À ce moment, Goulart quitte également le poste qu'il avait assumé, n'ayant aucun pouvoir pour assumer le rôle de « destinateur-manipulateur », en raison de son discours socialiste et de la forte campagne qu'ils ont menée contre lui. Selon la sémiotique standard, Barros dit que,

> *Dans le parcours du destinateur-manipulateur, le programme de compétences est examiné non pas du point de vue du sujet d'État qui reçoit les valeurs modales, mais du point de vue du sujet qui est le donneur ou le destinateur de ces valeurs. Le destinateur-manipulateur est l'actant fonctionnel qui englobe plusieurs rôles d´actance, parmi lesquels on trouve nécessairement celui du sujet donneur de valeurs modales. C´est lui, dans le récit, la source de valeurs du sujet, son destinataire : il détermine à la fois quelles valeurs seront visées par le sujet et dote ce dernier des valeurs modales nécessaires à l'exécution de l'action. Les actions du sujet et du destinateur diffèrent radicalement : le sujet transforme des états, faire - être et stimule l'action de l'homme sur les choses du monde.*[122]

Mais ce sont les militaires qui assument ce rôle de « destinateur-manipulateur ». Avant le coup d'État, lors de la campagne contre le gouvernement de Goulart, ils ont salué l'importance d´assumer le pouvoir pour défendre le pays du communisme, affirmant qu'ils formeraient un gouvernement démocratique. Cependant, après avoir réalisé la performance

[122] BARROS Diana Luz Pessoa de, *Teoria semiótica do texto, op. cit.,* p. 28. Traduction libre.

BY-NC-ND

en manipulant une partie de la population, la convaincant que ce qui serait mieux pour le pays était un gouvernement militaire, ils prennent le pouvoir et changent de discours, adoptant une politique totalitaire, avec censure, persécution des opposants, les exilant, les torturant etc.

Les militaires ont continué à jouer ce rôle de « destinateur-manipulateur » pendant toute la période où ils étaient au pouvoir, conquérant des partisans et sympathisants, qui ne se donnaient pas la peine de suivre les règles imposées par ce même gouvernement. Ceux qui ont insisté à être en opposition et qui n'ont pas soutenu l'armée en tant que répresseurs ont été punis.

Le Maréchal Humberto de Alencar Castello Branco fut le premier président militaire élu par le Congrès National, le 15 avril 1964. Il gouverna jusqu'en 1967. Dans son discours d'investiture, il promit d'être démocratique, mais Castello Branco initia son gouvernement avec l'instauration des Actes Institutionnels.

De cette manière, Castello Branco assume la présidence en promettant la démocratie, mais il ne tient pas non plus sa promesse, formant un gouvernement totalitaire. Il manipule par la force et la peur, comme les autres présidents l'ont fait pendant cette période de régime militaire.

Les Actes Institutionnels furent des normes et décrets créés durant le régime militaire. Édités par les Commandants de l'Armée, de la Marine et de l'Aéronautique ou par le Président de la République. Avec le soutien du Conseil de Sécurité Nationale, ils ont été divulgués comme lois qui combattraient la corruption et la subversion, mais ils étaient en réalité une forme de maintenir les actions militaires dans la légalité. C'est pour cela qu'ils furent absorbés dans la Constitution de 1967 au moyen d'amendes jusqu'en 1969.

Avec les dix-sept actes institutionnels les militaires instituèrent, entre autres lois, l'élection indirecte pour le Président de la République et pour le gouverneur, donnèrent des pouvoirs aux militaires pour altérer la Constitution, casser des mandats politiques, suspendre des droits politiques, mettre à la retraire compulsivement, décréter les congés du Congrès, intervenir dans l'état, licencier des fonctionnaires pour incompatibilité avec le régime, proclamer des décrets-lois, censurer.

Ces Actes ont amené les militaires à instaurer le totalitarisme au Brésil. Ainsi, artistes, étudiants, hommes politiques, travailleurs, éducateurs, journalistes furent exilés, torturés ou

BY-NC-ND

tués, alors que se fortifiaient les élites économiques appuyant le coup d'état[123]. Ce coup d'état, selon José Luiz Fiorin, présente des constantes discursives qui visaient à produire sa légitimité devant les citoyens brésiliens, comme :

> *[...] Les forces armées remettent le pays sur la voie de l'ordre et du développement et en finissent avec la corruption. Ce que les Forces Armées ont fait fut une révolution, ils ne menèrent pas un coup d'état.*
>
> *Il y a quelques difficultés à présent, mais s'annonce pour le Brésil une époque de grande prospérité et tranquillité au cours de laquelle le Brésil réalisera son destin historique de grande puissance. Pendant cette période, tous les Brésiliens cueilleront les fruits du développement.*
>
> *Il y a quelques patriotes qui prétendent contester le régime. [...].*[124]

Sous cette constante discursive, les critiques au gouvernement ne pourraient que provenir de ceux qui étaient contre les intérêts légitimes du pays, alors représenté par les militaires. Et ainsi, au lieu d'un *coup d'état*, nous étions face à une *révolution*.

C'était seulement les antipatriotes qui étaient « invités » à l'exil, selon le slogan qui synthétisait le discours militaire, faisant de manière cohérente, selon la rhétorique militaire, usage de verbes à l'impératif : « Le Brésil, aimez-le ou quittez-le ». Ayant peu existé hors de la clandestinité, le Parti Communiste fut proscrit de nouveau, réitérant la démonisation du communisme et des idées de gauche[125].

Après le gouvernement Castello Branco, le Brésil eu quatre autres présidents militaires. Le deuxième fut le Maréchal Costa e Silva, qui a gouverné de 1967 à 1969. Son gouvernement fut caractérisé comme l'un des plus répressifs, protagonisant une période politique appelée par les militaires de « ligne dure ». Ensuite, le Général Emílio Garrastazu Médici, gouverna de 1969 à 1974, avec la promesse du « miracle économique », justifié par

> *d'extraordinaires taux de croissance du Produit Intérieur Brut (PIB) alors vérifiés de 11,1% par an (a.a). Une caractéristique notable du « miracle » est que la*

[123] GABEIRA Fernando, *O que é isso companheiro?, op. cit*.
[124] FIORIN José Luiz, *O regime de 1964 : discurso e ideologia, op. cit.,* p.20. Traduction libre.
[125] MARIANI Bethania, *O PCB e a imprensa: os comunistas no imaginário dos jornais 1922-1989, op. cit*.

BY-NC-ND

croissance rapide s'accompagna de l'inflation déclinante et relativement basse pour les standards brésiliens, en plus d'excédents dans le bilan de paiements.[126]

Pendant cette période, le gouvernement a initié un travail de récupération de son image par rapport à la population avec la diffusion de chansons à caractère civique, ainsi que des slogans et phrases d'effet divulgués par les moyens de communication qui appuyaient les militaires ainsi que par les écoles.

Le Général Ernesto Geisel fut le quatrième président militaire, gouvernant de 1974 à 1979, avec un discours d'ouverture politique. Sa gestion fut marquée par la fin du « miracle économique » et par l'augmentattion de la dette externe, initiant une redéfinition de la base politique, avec l'abandon des lois dictatoriales. Commença alors ce qui fut nommé le processus de redémocratisation du pays.

Le dernier président militaire fut le Général João Batista Figueiredo, qui a gouverné de 1974 à 1985, période du déclin du régime militaire. Pendant cette période, la crise économique mondiale contribua à accélérer les problèmes économiques de plusieurs pays, parmi lesquels, le Brésil.

En politique, entre 1983 et 1984, le mouvement civil connu comme « *Diretas Já* » (élections directes maintenant), revendiquait le droit aux élections présidentielles directes au Brésil. C'est alors qu'en 1985 le Président Tancredo Neves fut élu, indirectement, comme premier président civil après le régime militaire.

Tancredo gagna les élections, mais ne parvint pas à assumer le poste, car il fut hospitalisé à cause d'une infection qui le mena à la mort trente-huit jours après, le 21 avril 1985 exactement. Ce fut son vice José Sarney qui assuma à sa place.

À ce moment, l'une des caractéristiques de la politique brésilienne est tracée, c'est-à-dire la coalition entre les partis, car alors que Tancredo Neves, du Parti Social Démocrate (PSD), l'un des leaders du mouvement « Diretas Já », était considéré par les Brésiliens comme un espoir de changements euphorisants pour le pays, son vice-président, José Sarney, du Parti du Mouvement Démocratique Brésilien (PMDB), serait son contraire, pour

[126] VELOSO Fernando A. ; VILLELA André ; GIAMBIAGI Fabio, *Determinantes do* « *Milagre* » *Econômico Brasileiro (1968-1973): Uma Análise Empírica* . Disponible sur : http://www.scielo.br/pdf/rbe/v62n2/06.pdf. Consulté le ... Traduction libre.

BY-NC-ND

avoir soutenu les militaires. Il y a deux discours qui diffèrent, mais qui se trouvent dans cette nouvelle phase de la politique brésilienne, une formation pour que le pays puisse être gouverné avec des représentants de deux idéologies.

Le gouvernement de José Sarney a été marqué par une frustration politico-idéologique, puisqu'il a assumé la présidence en raison d'une fatalité. De plus, son image était liée à l'armée et aux oligarchies traditionnelles du Nord-Est.

Ce qui a cependant changé le focus de cette période, c'est que pendant le gouvernement Sarney, la Constitution brésilienne fut reformulée assurant des garanties constitutionnelles, comme de meilleures sécurités aux droits fondamentaux ; élections directes pour la Présidence de la République, Gouverneur de l'état, maires, députés et conseillers municipaux, responsabilité fiscale, etc. José Sarney a été le premier président civil à prendre le pouvoir après la dictature militaire.

I.4.1. Les partis politiques

L'Acte Institutionnel II, implanté pendant le gouvernement militaire, avait dissout les partis politiques au Brésil. Il fut permis, cependant, l'existence légale de deux associations politiques civiles, dont l'une fut l'Alliance Rénovatrice Nationale (ARENA)[127], qui appuyait les militaires. Elle était composée de politiciens plus conservateurs, de droite, qui composaient feu les partis Union Démocratique Nationale (UDN)[128], Parti Social Démocratique (PSD)[129] et Parti Social Progressiste (PSP)[130].

L'autre association, qui faisait faiblement opposition aux militaires, fut le Mouvement Démocratique Brésilien (MDB)[131], formé par les politiciens du Parti Social Démocratique (PSD), du Parti Communiste Brésilien (PCB), du Parti Travailliste Brésilien (PTB) et d'autres qui étaient contre le coup d'état.

[127] ARENA (Aliança Renovadora Nacional) – Alliance Rénovatrice Nationale. Traduction libre.
[128] UDN (União Democrática da Nação) – Union Démocratique Nationale. Traduction libre.
[129] PSD (Partido Social Democrático) – Parti Social Démocratique. Traduction libre
[130] PSP (Partido Social Progressista) – Parti Social Progressiste. Traduction libre
[131] O *Le MDB était le seul parti autorisé à faire opposition au régime. L'existence d'une opposition donnait des airs de démocratie à la dictature*. FABER Marcos, *História dos partidos políticos no Brasil*. 1ª edição 2010. Disponible sur : www.historialivre.com. Consulté le 24 juillet 2017.

BY-NC-ND

Cependant, la chute du régime militaire et l'ouverture politique, à la fin des années 1970 et au début des années 1980, ont permis la restauration du multipartidarisme sur la scène politique brésilienne.

Au début furent créés seulement cinq partis politiques. Alors l'ARENA donna naissance au Parti Démocratique Social (PSD)[132], le MDB fut à l'origine du Parti Travailliste Brésilien (PTB)[133], réunissant d'anciens leaderships liés aux conceptions politiques de João Goulart, au Parti des Travailleurs (PT)[134], qui étaient les radicaux de gauche ; au Parti Démocratique Travailliste (PDT)[135], et au Parti Populaire (PP)[136], de ligne modérée.

De cette période post dictature jusqu'aux élections de 2014, cependant, la quantité de partis politiques augmenta considérablement. Selon le programme de directrices de partis politiques, « Partis politiques brésiliens : Programmes et directrices doctrinaires »[137], organisé par le Sénat, trente deux partis furent légalement habilités à concourrir aux élections de 2014, mais le *Tribunal Superior Eleitoral* (TSE)[138] a enregistré, aujourd'hui, trente cinq partis[139].

Les exigences pour créer et enregistrer un parti politique sont prévues dans la loi nº 9.096/95 et dans la Résolution – TSE nº 23.465/15. Le parti politique peut enregistrer son statut au TSE seulement après avoir acquis une personnalité juridique sous forme de loi civile.

Étant donné qu'au Brésil il n'existe pas de candidature indépendante, les partis ont le devoir constitutionnel d'établir dans leurs statuts des normes liées à la discipline et à la fidélité partidaire de la part de ses composants.

Ceci ne signifie pas, cependant, qu'il soit interdit de changer de parti, mais si quelque politicien voulait le faire, il faudrait que ce soit pour juste cause. Ce que la Loi nº 9.096 de

---

132 PSD (Partido Social Democrático) – Parti Social Démocratique. Traduction libre.
133 PTB (Partido Trabalhista Brasileiro) – Parti Travailliste Brésilien. Traduction libre.
134 PT (Partido dos Trabalhadores) – Parti des Travailleurs. Traduction libre.
135 PDT (Partido Democrático Trabalhista) – Parti Démocratique Travailliste. Traduction libre.
136 PP (Paritido Popular) – Parti Populaire. Traduction libre.
137 *Partidos políticos brasileiros Programas e diretrizes doutrinárias*. Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2014, p. 389. Dilponible sur : https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/508139/001003807.pdf?sequence=1. Consulté le 26 juillet 2017.
138 TSE (Tribunal Superior Eleitoral) – Tribunal Suprême Électoral. Traduction libre.
139 *Partidos políticos registrados no TSE*. Disponible sur : http://www.tse.jus.br/partidos/partidos-politicos/registrados-no-tse. Consulté le 26 juillet 2017.

BY-NC-ND

1995, qui détermine cet échange partidaire, définit, c'est que le politicien, en réalisant ce dernier, n'emporte pas avec lui la place qu'il occupait.

Sur la formation des partis, même s'il existe une loi qui détermine les fondements qui permettent à un candidat de migrer d'un parti à l'autre, Abaide défend que

> *le parti politique au Brésil a souffert et souffre encore d'une discontinuité politique parce qu'il manque un contenu programmatique qui coïncide avec la pratique. Postérieurement, on verra qu'il n'existe pas d'héritage idéologique entre une phase et l'autre, ce qui ne change pas ce sont les acteurs de la politique qui migrent d'un sigle à l'autre, sans « pudeur idéologique ». Ceci caractérise le sous-développement partidaire produisant indiscipline et physiologisme.*[140]

Considérant cette perspective, Abaide défend encore que les partis politiques au Brésil sont vus comme des institutions qui surgissent au détriment des élections et bougent seulement quand le pouvoir exécutif le permet, ou alors, visant le bénéfice propre[141].

I.4.2. Le discours politique

Dans cette deuxième partie de ce chapitre, lorsque nous abordons la politique brésilienne et son discours, nous voyons que l'idéologie de la droite s´est toujours imposée, de même que les désirs de l'élite. Le discours de la gauche est réfuté et vu négativement.

Au Brésil, les discours des politiciens et les discours politiques, même publiés dans des journaux imprimés, des hebdomadaires, des blogs et des stations de radio diffusées à l'échelle nationale, atteignent le grand public, qu'ils soient vrais ou faux, lorsqu'ils sont transmis par la télévision, par un journal télévisé ayant une voix, c'est-à-dire qui peut amener le spectateur à croire ce qui a été dit. Car le dire n'a pas nécessairement besoin d'être vrai, mais sa syntaxe, ainsi que l´importance de celui qui le dit, font que l´autre croit à ce qui a été affirmé le plus efficacement possible.

Selon Charaudeau, lorsqu'on analyse le discours politique, il faut tenir compte de ce qui est dit et de ce qui ne l'est pas, car il s'agit d'un discours masqué, qui représente le

[140] ABAIDE Jalusa Prestes, *Partidos Políticos No Brasil: 1979 – 1988*. Florianópolis, 1990, p.22. Disponible sur : https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/106315/80029.pdf?sequence. Consulté le 30 juillet 2017. Traduction libre.
[141] *Ibid.*, p.19.

BY-NC-ND

signe de la dissimulation, de la fraude, constitué dans un jeu d´être et de paraître. Ce masque est responsable de la constitution de l'identité de celui qui s´exprime par rapport à l'autre. Par conséquent, agir sur l'autre, dans ce sens, va au-delà du faire dire ou du faire penser, il est nécessaire de « faire-faire ».

Dans ce cas, il faut voir l'intention suivie de l'effet et, par conséquent, la relation de pouvoir entre dominant et dominé ou entre énonciateur et énonciataire se concrétise. Ce rapport de force maintenu entre les sujets à travers l'acte de langage construit le lien social, qui est déterminé par l'action politique.

Le pouvoir politique naît donc de l´instance politique qui doit agir en fonction du *possible*, car l´instance citoyenne l'élit pour réaliser le *désirable*. Le pouvoir politique consiste à dicter la loi et à la sanctionner avec le consentement de l´instance citoyenne. Mais ce qui est souhaitable n'est généralement pas réalisé, car, dans la pratique, l'organe politique ne considère pas le souhaitable comme possible. L'instance citoyenne, dans ce cas, et pour avoir souvent ignoré le jeu politique et ses masques, n'a plus accès à ce qui est nécessaire.

Selon Charaudeau,

> *La parole politique doit être discutée entre une vérité de dire et une vérité de faire, une vérité d'action qui se manifeste à travers la parole de décision et une vérité de discussion qui se manifeste à travers une parole de persuasion (ordre de la raison) et/ou séduction (ordre de la passion).*[142]

Lorsque nous réfléchissons à cette discussion proposée par Charaudeau, le citoyen est mû par la passion parce qu'il est séduit afin de croire que le discours politique le meilleur ou le plus efficace est celui qui promet, dans le cas du Brésil, de sortir le pays de la périphérie et de l´insérer dans le groupe des pays développés.

Il y a plusieurs perspectives qui impliquent le faire politique au Brésil. La première est peut-être au niveau du discours de la promesse. Le politicien promet d'améliorer l'éducation, la santé, l'assainissement, etc. ; alors que l'électeur promet de voter pour tel ou tel candidat. Ces promesses ne sont pas toujours tenues. Lorsqu'elles le sont, de la part du candidat, leur réalisation n'est pas tout à fait satisfaisante, et de la part de l'électeur qui promet de voter pour un politicien et le fait, il croit généralement en la parole du candidat, ou

[142] CHARAUDEAU Patrick, *Discurso Político, op. cit.,* p. 23.

BY-NC-ND

il n'a pas de meilleur choix que ceux présentés. Il existe aussi l'électeur qui vend son vote en échange de bénéfices.

De cette manière, les frontières entre le public et le privé sont dépassées non seulement par les hommes politiques et les hommes d'affaires, mais également par l'électeur commun lorsqu'il s´implique dans cette action d'achat et de vente de votes. Même dans ce contexte, le citoyen défend le discours selon lequel la corruption du pays est la responsabilité du politicien et de son parti. Le citoyen s'abstient d'agir en ne permettant pas à ces frontières d'être dépassées par les politiciens et par d´autres citoyens.

BY-NC-ND

Chapitre II. Le débat en direct : un dispositif mis en place

« Il n'y a pas de société, même archaïque, sans un système de communication, c'est-à-dire sans un système de circulation de l'information basé sur un code commun ».[143]
Muniz Sodré

Partie I – Le dispositif et la situation de communication

II.1. Le dispositif

Giorgio Agamben propose de discuter de la notion de *dispositif* dans l'objectif de comprendre plus précisément le mécanisme politique contemporain. Pour cela, il définit le dispositif comme

> *toute chose qui ait, d'une certaine façon, la capacité de capturer, orienter, déterminer, intercepter, modeler, contrôler et assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants.*[144]

Ainsi, tous les éléments qui composent, d'une manière ou d'un autre, l'existence humaine, sont des dispositifs. Non seulement ceux qui maintiennent une relation inéluctable avec le pouvoir comme les écoles, les usines, les hôpitaux, les lois juridiques, les centres pénitenciaires, la politique etc, mais aussi ceux qui se classifient dans un ordre moins notoire de cette relation comme la littérature, la cigarette, le stylo etc.

Pour arriver à cette acception, l'existence a été divisée en deux catégories : celle des vivants ou substances et celle des dispositifs. Entre ces deux catégories, se trouve le sujet, résultant de la relation entre ces deux pôles. Ainsi,

> *un même individu, une même substance, peut être le lieu de multiples processus de subjectivation : l'usager de téléphones portables, le navigateur sur Internet, l'écrivain de contes, l'amoureux de tango, le non-global etc.*[145]

[143] SODRÉ Muniz, *A comunicação do grotesco. Introdução à cultura de massa brasileira*, *op.cit*. p. 11. Traduction libre.
[144] AGAMBEN Giorgio, *O amigo & O que é o dispositivo?, op. cit*., p. 39. Traduction libre.
[145] *Ibid*., p. 40. Traduction libre.

BY-NC-ND

Le dispositif surgit alors dans la sphère humaine, non par erreur, au hasard, mais par un désir de recherche du bonheur. Autrement dit, les dispositifs existent pour satisfaire le bien-être, ce qui implique un jeu de relation de pouvoir établi sur le sujet, de commande et obéissance.

Cependant, l'émergence illimitée de dispositifs créés dans la contemporanéité fait également proliférer le processus de subjectivation, ce qui en principe nous amène à croire en une inconsistance dans la catégorie de subjectivité, mais qui en réalité traduit selon Agamben, un « aspect de camouflage qui a toujours accompagné l'identité personnelle »[146].

L'accès facile aux produits a amené le sujet à chercher à toujours remplacer l'ancien par le neuf dans l'espoir de renouveler continuellement la sensation de bien-être. Ce phénomène a définitivement contribué à ce que les dispositifs qui surgissent dans cette phase du capitalisme n'agissent plus pour la production d'un sujet, mais au contraire, contribuent au processus effectif d'effacement de la subjectivité.

Cependant, cette accumulation externe et cette prolifération de dispositifs surgis avec le développement du capitalisme a rendu l'individu « modelé, contaminé ou contrôlé » par ces derniers.

Quand, cependant, nous nous plaçons dans un contexte politique – on entend ici par politique la façon d'administrer la nation ou l'état, considérant le système spatial fermé où les hommes de l'État sont là pour définir, par exemple, les codes gouvernementaux –, les gouvernements, indépendants de leur aspiration – si elle est de droite, centre ou de gauche –, ont, selon Agamben, agi opportunément en faveur du maintien de la désubjectivation, que ce soit de forme plus explicite ou recouverte du « masque hypocrite du bon citoyen démocratique »[147].

Pour maintenir le *statu quo*, le politicien est incité à l'effacement ou la déconstruction de la subjectivité. Il existe plusieurs éléments ou recours qui concrétisent cette conjoncture, parmi lesquels l'utilisation de la machine gouvernementale. Pour arriver à un poste politique il existe, cependant, un parcours à réaliser.

[146] *Ibid*., p. 40.
[147] *Ibid*., p. 49.

BY-NC-ND

Parmi ces éléments, on peut citer les dispositifs utilisés pour s'insérer dans l'univers de la politique, comme l'appartenance à un parti politique, ce dernier utilisant la campagne électorale. Dans la campagne, il existe d'autres éléments comme la propagande électorale, les prospectus, le débat politique. On voit alors qu'un dispositif en génère un autre, en accord avec la recherche par le politicien de subterfuges, pour atteindre son objectif principal.

Tout cet apparat vise à conquérir le vote dans des sociétés qui utilisent ce système pour choisir le représentant du pays, et ainsi, être investi au poste désiré. Dans cette situation, l'électeur est le sujet cible du candidat. La campagne lui est, en thèse, adressée, ainsi que le débat télévisé.

En principe, le débat télévisé est un dispositif organisé pour que le candidat expose ses projets de gouvernement, de manière à atteindre un plus grand nombre d'électeurs, se présentant à la communauté directement. Il maintient un dialogue avec l'électeur, ou quelque chose que nous pouvons qualifier plus spécifiquement de simulacre, simulant une conversation avec le téléspectateur, même si les réponses sont données à l'opposant. Nous parlons de simulation, car dans ce processus communicatif qui se joue entre candidat et électeur, un seul a la parole, l'autre ne fait qu'écouter.

Pourtant, avant de discourir sur les propriétés qui impliquent et définissent les caractéristiques du débat proprement dit, nous traiterons de quelques questions référentes à l'acte communicatif, en d'autres termes, nous aborderons les relations qui impliquent la transmission d'information, la constitution de la communication, la relation de l'interaction entre les sujets communiquant, en plus des canaux utilisés pour envoyer un message.

II.2. L'information et la communication

Un des points que nous soulignerons sur la théorie communicative fait référence à la mesure de l'information et de la communication. L'information et la communication sont deux grandeurs qui composent l'interaction émetteur/récepteur. Cependant, alors que l'information est la quantité de nouveauté insérée dans le message par l'émetteur, la communication est l'efficacité de la transmission du message par l'émetteur au récepteur.

À partir des considérations qui impliquent la compréhension de la communication et de l'information, Moles étudia la manière dont la société est devenue réellement une société de communication en utilisant les techniques de télécommunication. Selon lui,

BY-NC-ND

la communication peut toujours être ramenée à l'acte de transmettre de l'Information d'un point à un autre de l'espace ou du temps, en exploitant les propriétés physiques du canal qu'on a établi entre ces deux points pour y transmettre un message, fabriqué d'un ensemble d'éléments matériels, d'atomes de communication que dans beaucoup de cas, on appellera signes, qui sont assemblés suivant un certain nombre de règles, ce qu'on appelle « codes », signes et codes étant, en principe communs à l'émetteur et au récepteur a priori, c'est-à-dire avant le début de l'acte même de communication.[148]

Selon ce postulat, plus la quantité d'information contenue dans le message est importante, moins la communication est efficace et en conséquence, moindre est le public atteint. En considérant cette question, nous pensons alors à (aux) objectif(s) qui amènerai(en)t l'émetteur à exposer le récepteur à un grand nombre d'information, ainsi qu'à son efficacité communicative. Dans quelques situations de communication, par exemple, l'excès d'information est utilisé non comme un défaut, ou parfois, comme zèle de l'émetteur pour le récepteur, mais plutôt comme recours persuasif.

Ainsi, quand nous analysons l'émission d'un message, nous pensons au contexte, à quelques sociométries de communication, comme « qui parle à qui », « où », « quand », « avec quelle intension », « avec quelle intensité », qui nous aident à tracer un parcours nous amenant à mieux comprendre le faire communicatif.

Dans cette trame communicative, selon Moles, on doit présupposer avant même de commencer l'acte communicatif, ainsi que la quantité d'information transmise, que les signes et les codes utilisés soient communs à l'émetteur et au récepteur. De fait, pour que la communication s'établisse, il est nécessaire que les sujets de communication soient un minimum contextualisés dans ce décor. On doit cependant considérer non les signes eux-mêmes, mais la forme dont ils sont choisis et organisés. De cette manière, quand il n'y a pas de la part de l'émetteur une connaissance sur la compétence de signes – qu'elle soit linguistique ou non – du récepteur, l'interaction est compromise, en d'autres termes, le message n'est pas transmis complètement et de façon satisfaisante.

Pour que l'interacton entre les sujets de la communication se concrétise, une autre question qui doit être soulevée est la notion de capacité qu'un canal déterminé possède dans la transmission du message, qui fait partie des études que Claude Shannon a

[148] MOLES Abraham, *Théorie structurale de la communication et société*, *op. cit*., p. 57.

BY-NC-ND

développé sur l'économie de l'information. Cette capacité fait référence non seulement à la quantité de message transmis par le canal, mais aussi à la qualité de celui-ci quand il arrive à l'interlocuteur. Sur ce facteur Moles affirme que

> *la notion de capacité du canal implique, que n'importe quel canal peut transporter n'importe quel message à la condition que celui-ci ait été préablement codé de façon que le débit de l'émetteur ne dépasse pas la capacité du canal. Ainsi on peut transmettre une image (grande finesse, donc grand débit d'informations à la base) dans un canal téléphonique de capacité consacrant un temps suffisant. On distingue alors les transmissions en temps réel : celles où le canal peut écouler les variations du message dans le temps la ligne pendant un délai assez long pour débiter la totalité du message stockée au départ et restockée à l'arrivée pour la restituer au récepteur dans une durée qui lui convienne. Un bon exemple est l'image du Télétel qui passe par les lignes téléphoniques, qui ne seraient pas capables de transporter celle-ci dans le 1/24^{e} de seconde nécessaire pour transférer une image animée (frame).*[149]

Cette idée nous conditionne à penser à l'opérationnalité des canaux utilisés comme moyens de transmission du code, d'abord parce que cette théorie considère l'information comme une chose, ensuite parce qu'étant une chose, elle possède un volume qui est mesuré, ayant en conséquence un coût final, qui finit par être repassé à celui qui fait usage du canal pour consommer le message.

Quand, par exemple, on la télévision comme canal, il existe là un ensemble d'éléments qui sont considérés pour faire payer un prix au consommateur, qui peut générer un bénéfice pour les groupes qui détiennent le contrôle de ces moyens communicatifs. Des subterfuges tels que publicités, programmes informatifs, de loisir, religieux etc. à destination d'un public diversifié en ce qui concerne le genre, l'âge, la classe sociale, sont élémentaires et pensés stratégiquement avec l'intention de séduire ce public, des téléspectateurs qui ne possèdent pas toujours une autre forme d'information ou de diversion en plus de la TV, quand on se réfère au Brésil. En conséquence, il faut sélectionner les codes et signes d'une façon cohérente en accord avec les attentes souhaitées par l'émetteur dans ce processus communicatif.

[149] *Ibid*., p. 59.

BY-NC-ND

Code et signe sont utilisés dans la transmission d'un message au moyen d'un canal. Mais celui-ci a nécessairement besoin d'être adapté au temps – dans le cas du temps physique –, et à l'espace – lieu où est inséré le message –, car ce sont des éléments prédéterminés dans la situation de communication.

Pourtant, selon Moles, la mesure de la communication est faite non seulement selon la quantité physique du temps, mais aussi en accord avec l'intensité de l'effet, c'est-à-dire qu'on prend en compte l'impact du message sur les sujets communiquant, car indépendamment de sa durée, il existe des messages plus influents que d'autres[150].

Il y a donc quelques questions importantes sur l'intensité de l'effet du message chez l'interlocuteur. Par exemple, le canal utilisé pour envoyer un message doit avoir la capacité de le faire parvenir avec une certaine qualité à destination, dans le cas contraire, il n'y a pas cet impact attendu du message sur l'interlocuteur.

Au-delà de ça, il y a encore les fonctions de ce faire communicatif, autrement dit, si la communication est persuasive, ou informative, ou un divertissement, etc. Pour chacune de ces spécificités, il y a toujours une codification propre utilisée pour concrétiser le jeu communicatif, faisant en sorte que ce dernier soit accepté, et ainsi, instauré dans le milieu social.

II.3. La communication : un processus d'interaction

La discussion qui implique la communication selon la Théorie de l'information polarise l'information entre l'émetteur et le récepteur. Étant mécanique, cette perspective ne s'occupe pas de la réciprocité ou circularité du message, car ses principaux objectifs se centrent sur la mesure de l'information, en d'autres termes, savoir quelle était la quantité d'information transmise en une information donnée ; dans l'économie de message, éliminant les effets indésirables des bruits ; et dans la solution de problèmes comme ceux relatifs à la télécommunication.

Il est de notre intérêt cependant d'aborder les questions qui impliquent la communication sous le prisme international auquel participent l'énonciateur et l'énonciataire,

[150] *Ibid.*, p. 56.

BY-NC-ND

sujets qui sont insérés dans le temps et l'espace[151], c'est-à-dire dans un contexte. En pensant à cette perspective, la conception de la communication change, ainsi que la perception des relations entre les sujets qui interagissent dans cette action communicative.

L'acte de communiquer opère, alors,

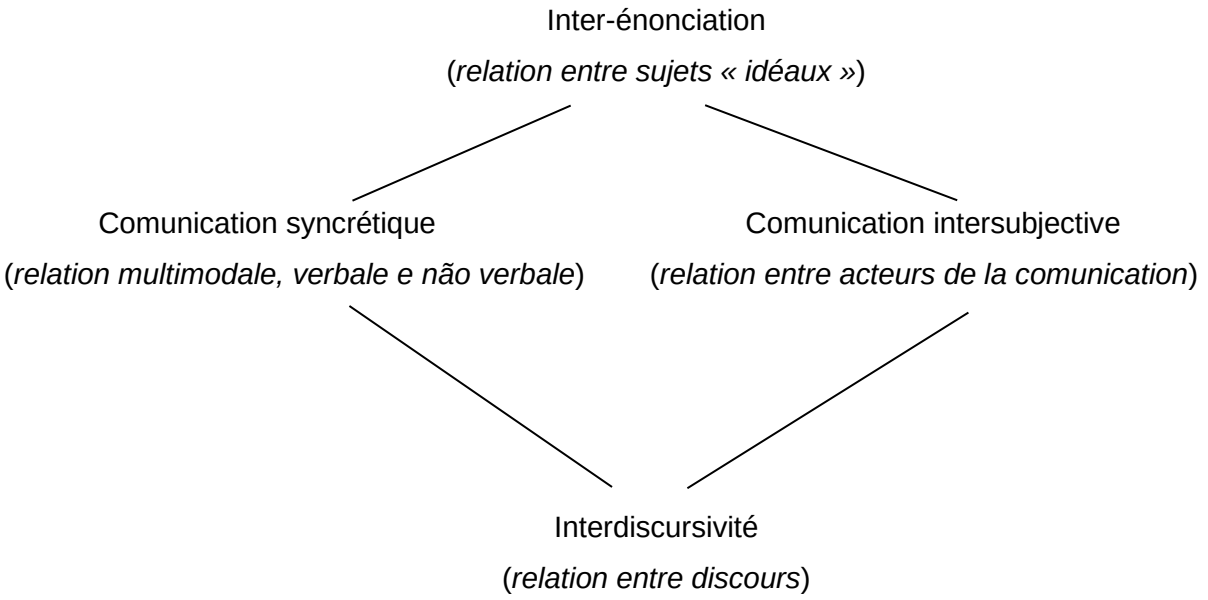
> *à des niveaux de référence plus abstraits, construits dans l'interation : la signification et la sujectivité. La forme de l'échange est dépendante des objets de valeurs (concrets, abstraits) manipulés (au sens sémiotique) par des sujets inégalement modalisés.*[152]

En ce sens, il y a interaction quand les sujets se construisent (niveau intersubjectif) au moyen de représentations qu'ils font d'eux-mêmes, autrement dit, dans ce système les sujets établissent des jeux d'images, en plus de maintenir un caractère contractuel ou polémique de la communication (niveau inter-énonciatif) ; et au moyen de messages qui sont compris dans les interactions, ces dernières étant co-produites par les sujets, mais élargies aux dires sociaux. En effet, les messages sont « socialement reliés à tout un ensemble de productions discursives convoquées, consciemment ou non, en production comme en reconnaissance »[153] (niveau interdiscursif).

Cette théorie de l'interaction est représentée par Boulard dans le schéma[154]

[151] Le temps est utilisé dans le sens de marque d'une période considérée relative aux événements qui sont survenus pendant cette période. Pendant que l'espace est utilisé dans le sens de lieu où les relations sociales sont effectuées au moyen d'une interaction. (Notre observation).
[152] BOUTAND Jean-Jacques, *Sémiotique et communication. Du signe au sens*, *op. cit.,* p. 175.
[153] *Ibid*., p. 176.
[154] *Ibid*., p. 176.

BY-NC-ND



Pour produire du sens dans cette relation intersubjective, trois questions sont fondamentales : connaître l'autre, connaître le monde et connaître le langage. Dans toute interaction, il y a ce processus de modification des référentiels, de connaissance des sujets, du statut des acteurs, autrement dit, des images qui sont créées de soi et de l'autre, et du statut du signe qui se trouve à l'intérieur des formes discursives. On maintient alors la communication en considérant trois niveaux complémentaires : discours et énonciation, situation et relation, contexte et interaction[155].

II.3.1. La double face du débat : un dispositif conversationnel et télévisuel

Le débat est un phénomène langagier, qui comprend plusieurs catégories comme la conversation, la discussion, l'entretien, la conférence etc., et présente donc deux niveaux stratifiés, classifiés comme structure superficielle et structre profonde[156].

En ces termes, Nel considère pour le premier cas l'analyse du contexte, qui définit deux sphères, l'une serait la structure organisationnelle du débat : l'espace, les règles, le temps, la finalité, le public-cible etc ; l'autre concernant les participants : les indices personnels et sociaux que les participants possèdent, les objectifs que chacun présente etc. Nous avons alors des éléments liés à l'esthétique, à la construction de l'image tant du programme que des participants – invités au débat, médiateur, chaîne de télévision. Alors

[155] *Ibid.*, p. 176.
[156] NEL Nöel, *Le débat télévisé, op. cit.*, p. 17.

BY-NC-ND

que la structure profonde analyse les stratégies argumentatives utilisées par les participants dans la défense de leurs opinions.

Comme mentionné précédemment, le débat télévisé comprend plusieurs catégories langagières, mais pas seulement. En effet, il

> *est aussi et surtout un phénomène audiovisuel répertoriable dans la catégorie des genres télévisuels. Il est une situation télévisée, qui place les orateurs en face à face sous les yeux de téléspectateurs. Les locuteurs sont donc pris dans une sorte d'emboîtement énonciatif de type spectaculaire. Ils parlent en s'adressant tout à la fois aux personnes en face d'eux et au plublic, celui qui peut être présent sur le plateau, celui qui est présent-absent au point aveugle visé par le regard-carméra. S'ils perdent la face, ils se savent vus en train de perdre la face, et savent cette défaite symbolique enregistrée.*[157]

Ainsi, la complexité exprimée du débat est ponctuée par le fait qu'il est un dispositif conversationnel et aussi télévisé, ayant donc une composition de plusieurs éléments à considérer dans la construction du sens. Dans ce cas,

> *le dispositif conversationnel place les pratiques dialogiques dans la perspective de la confrontation, il inscrit les stratégies d'argumentation dans le cadre d'une structure duelle à fort encadrement rituel. Il passe donc par l'échange.*[158]

De cette forme, le spectacle représenté dans la situation énonciative, posée aux énonciateurs, se superpose souvent à l'importance des thèmes et arguments qui y sont discutés. Par exemple, l'expression corporelle, l'esthétique configurée dans les vêtements et dans l'apparence physique ou même le ton de la voix aident à créer une situation qui, vue panoramiquement, ne s'harmonise pas toujours avec la véritable proposition de l'énonciateur.

On a alors un simulacre, un faire-croire, qui trouve son fondement dans la théâtralisation comme objectif de manipuler le téléspectateur sur l'image créée dans cette situation. Ces personnages qui composent la ritualisation aident à composer un ensemble

[157] *Ibid.*, p. 17.
[158] *Ibid.*, p. 19.

BY-NC-ND

d'éléments marqués par la conversation, concrétisant ainsi le jeu argumentatif et, par conséquent, la manipulation.

Le dispositif télévisuel du débat, selon Nel, oscille

> *entre dispositif unique structurant toute l'émission, et dispositif secondaire, enchâssé dans un ensemble plus vaste du type magazine ou journal d'information. Il peut y avoir entrée immédiate dans le débat ou entrée différée, précédée ou suivi de documents audiovisuels eux-mêmes organisés en portrais, enquêtes, reportages, etc. D'autre part, on opposera la prise en charge institutionnelle de l'animation par les professionnels de télévision, qu'il s'agisse de réguler, modérer ou interpeller à la délégation de cette fonction.*[159]

Nous nous attacherons alors à analyser le premier cas, c'est-à-dire, celui que Nel classe comme dispositif unique, celui qui est structuré spécifiquement dans une programmation. Le dispositif unique est une structure que les chaînes de télévision brésiliennes utilisent pour transmettre les débats présidentiels en direct, en d'autres termes, il y a une systématisation d'un arrangement d'éléments, posés dans un horaire spécifique, pour que les présidentiables présentent et confrontent leurs propositions de gouvernement.

II.4. L'information et l'image : une question technique

Un des principaux facteurs qui entourent la création de la télévision, selon Lamizet[160], tourne autour du développement de la presse écrite, au XIX^{e} siècle. Il existait, à cette époque, une nécessité politique et technologique de transmettre les informations de forme de plus en plus rapide et qui atteigne de plus grandes distances. Ainsi la question centrale de l'époque concernait la performance, l'agilité et la probité des informations transmises.

Avec le développement de la radio, ce problème de portée, c'est-à-dire de distance et rapidité avec lesquelles l'information était transmise, fut d'une certaine manière résolu, mais il manquait l'image. Écouter n'était pas suffisant, il fallait voir.

En ce sens, quand nous faisons un parallèle entre les caractéristiques de la radio et celles de la télévision, nous voyons en principe que ce qui les différencie c'est la possibilité

[159] *Ibid.*, p. 23.
[160] LAMIZET Bernard, *Histoire des médias audiovisuels, op. cit.*, p. 74.

BY-NC-ND

de captation de l'image et du son, à distance, transmis simultanément sur un écran de télévision. Ce processus de création de la télévision a exigé un développement technique et technologique qui fut possible seulement à partir des années 1920.

Soulignons cependant que le contexte qui implique le développement de la télévision contient, au-delà des questions d'ordre technique et technologique et des intérêts de transmission de l'information, des questions de nature économique et politique.

La tv passe d'un appareil électroménager, symbole d'un important moyen de transmission de l'information, à une institution servant à la formation de l'opinion publique et l'orientation idéologique, mobilisant pour cela une esthétique particulière et sophistiquée. Elle

> *serait demeurée un moyen technique (comme la lettre, la télécopie) par lequel on communique, si elle n'était devenue une institution humaine par laquelle des hommes programment des images à intention d'autres hommes.*[161]

Ceci est la logique des médias de l'information comme le journal papier, la radio, de la même façon que ce qui se passe aujourd'hui avec les réseaux sociaux.

Dans cette perspective, la télévision va au-delà de la simple transmission d'images, elle assume, selon Rudolph Arnheim[162], la fonction de prolonger le regard. Ce prolongement se matérialise dans la multiplicité de positionnements instaurés dans le contexte de ceux qui font la télévision, ainsi que ceux qui la promeuvent.

Nous avons alors une profusion de regards – celui du propriétaire de la chaîne, celui des annonceurs, ainsi que celui des créateurs, producteurs, caméras, y compris le regard des acteurs, de ceux qui transforment l'information en nouvelle de l'État etc – jusqu'à ce que l'image soit captée par le téléspectateur. Sur cette question, Bourdieu affirme que

> *ce qui se passe à la télévision est déterminé par les personnes qui la possèdent, par les annonceurs qui paient la publicité, par l'état qui donne des subventions, et si nous connaissions, d'une chaîne de télévision, seulement le nom du*

[161] JOST François, *Introduction à l'analyse de la télévision, op.cit.,* p. 7.
[162] ARNHEIN Rudolf, *Prospectives pour la télévision, Le Cinéma est un art*. Paris, L'Arche, [1935] 1989, *in*: JOST François, « Introduction à l'analyse de la télévision », *op. cit.*, p. 8.

BY-NC-ND

propriétaire, la parcelle des différents annonceurs et le montant des subventions, nous ne comprendrions pas grand chose.[163]

Nous avons alors, dans la perspective exposée par Bourdieu, plusieurs intérêts qui ne sont pas toujours compatibles, mais qui s'alignent pour déterminer coercitivement ce qui doit être dit et de quelle manière cela le sera. Ce sont des professions différentes, des sujets différents, des instances de pouvoir économique différentes, mais qui résonnent comme une unité, c'est-à-dire, quand l'image arrive au téléspectateur, cela produit un effet d'unité.

Ce téléspectateur reconnaît alors sur chaque chaîne une identité sémiotique, un sujet sémiotique, parce que l'effet est celui d'une énonciation d'un « je ». Ce « je » qui émerge comme un énonciateur et qui a une identité par la régularité des positions qu'il va assumer au moyen de l'esthétique régulière qui se reproduit.

De cette manière, même si le téléspectateur ne comprend pas bien la relation entre ces sujets observés par Bourdieu, même s'il ne perçoit pas les censures économiques qui sont exercées sur elle et qui se reflètent sur le téléspectateur, cet appareil, ou cette institution opère un grand pouvoir de manipulation non seulement dans les couches périphériques de la société – comme la brésilienne, dont la télévision est le principal, et bien souvent le seul moyen d'information et de diversion –, mais aussi dans la classe moyenne.

Pour Lamizet,

avec les développements de la télévision, c'est le statut même de l'information qui évolue dans le sens d'une pratique de la forme et de la représentation esthétique. Le traitement télévisé de l'information consiste dans la production d'une esthétique de la communication médiatisée, qui se caractérise à la fois par la spectacularisation de l'événement et par l'importance de la dimension narrative de l'information.[164]

Les dimensions pointées par l'auteur quant à la narrative de l'information, à la spectacularisation de l'événement et à l'importance de la dimension narrative de l'information nous aident à comprendre un mode de constitution de la télévision brésilienne et, sur ces trois aspects, nous en viendront à traiter du sujet.

[163] BOURDIEU Pierre, *Sobre a televisão, op. cit.,* p. 19.
[164] LAMIZET Bernard, *Histoire des médias audiovisuels, op. cit.*, p. 76. Traduction libre.

BY-NC-ND

II.5. La télévision, la campagne politique et le débat

La télévision a contribué à changer la forme de penser la campagne électorale[165], ce qui favorisa la présence des candidats tant au cours de l'horaire politique, qu'au cours de débats télévisés et entretiens en périodes de campagne. Ceci fut possible en raison de deux facteurs.

Le premier fut le développement de la technologie avec l' « invention de la télévision et sa dissémination comme moyen de communication de masse »[166], autrement dit il s'agit d'une question technique, d'une opération qui permet la production, la transmission et la réception de l'événement.

Ensuite, en raison de la maturité du contexte politique dans des « régimes démocratiques et participatifs »[167], puisque ce type d'événement existe seulement dans des environnements où la démocratie est exercée.

Dans la perspective de Sodré (1984)[168], cependant, en ce qui concerne le rôle de la télévision dans ce contexte politique, elle est « dépolitisante », étant donné que ceux qui en font usage le font comme d'un véhicule pour concrétiser un jeu, s'agissant non pas d'une démocratie proprement dite, mais de son simulacre.

De cette manière, ce qui importe quand les politiciens utilisent la télévision pour se rapprocher de l'électeur, ce n'est pas la plateforme politique de chaque candidat, mais celui qui utilise le mieux le code télévisuel pour se projeter. En d'autres termes, partis et candidats se soumettent à la logique du langage télévisé. Nous avons alors une mise en scène, plus vulnérable car en direct.

Dans une campagne, le débat politique est important dans la mesure où il s'agit d'un moment d'exposition de l'image des candidats. Dans ce cas, ce sera la performance du candidat qui amènera l'électeur indécis à choisir pas vraiment la meilleure proposition du

---

[165] LEITE Janaina Frechiani Lara, *Os presidenciáveis no ringue eletrônico : apontamentos sobre a história dos debates presidenciais televisivos*, 2003, p. 01. Disponible sur : http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP10_leite.pdf. Consulté le : 01 février 2017.

[166] *Ibid.*, p. 01.

[167] *Ibid*., p. 01.

[168] MUNIZ Sodré, *O monopólio da fala. Função e linguagem da televisão no Brasil*, *op. cit.,* p. 28.

BY-NC-ND

gouvernement, mais la meilleure performance à ce moment-là. Sur ce mécanisme d'utilisation de la télévision, Sodré dit que :

> *On considère, par exemple, la fonction de medium dans les débats entre Nixon et Kennedy ou entre Giscard d'Estaing et Mitterrand. Ce qui était en jeu à ce moment-là ce n'était pas vraiment les contenus politiques des différents discours des candidats [différence institutionnelle plus accentuée dans le cas français], mais la performance de chacun d'entre eux face au code télévisé.*[169]

Cependant, en gardant à l'esprit le processus qu'implique une campagne électorale contemporaine, qui va de l'horaire politique aux propagandes électorales, cette dernière culminera au cours du débat télévisé. Il peut être considéré, alors, comme le climax d'une campagne[170]. En ce sens, le débat, ainsi que la tribune, finit par être le lieu de rencontre des candidats avec les électeurs.

II.5.1. La situation de communication dans le débat

Le débat comprend un contexte de communication social formel, car il possède une quantité limitée de participants qui doivent s'adresser les uns aux autres, maintenant ainsi la locution. Cependant, cette formalité exigée durant l'énonciation est certifiée par les règles que la chaîne, en coopération avec les assesseurs des candidats, déterminent.

Ces règles ont la fonction de délimiter le temps de parole de chacun, en plus de standardiser la forme de traitement maintenue entre les acteurs de l'énonciation, mettant l'événement en fonctionnement jusqu'à l'horaire déterminé pour la fin. Cependant elles ne sont pas toujours suivies.

Nous verrons par exemple que lors de quelques moments au cours des débats, les médiateurs n'arrivent pas toujours à mettre ces règles en pratique, pour faire respecter le temps de parole des candidats, entre autres les candidats se livrent à des agressions verbales, suivies parfois de gestes également agressifs.

---

169 *Ibid.*, p. 28.

170 AVELAR Lúcia, *As eleições na era da televisão*. In : « Revista de Administração de Empresas ». São Paulo, Set/Out., 1992, p. 45. Disponible sur : http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/38459/37199. Consulté le 05 janvier 2017.

BY-NC-ND

Dans ce contexte communicatif, il y a aussi l'électeur. Même s'il ne se trouve pas présent dans la scène énoncée, elle est, en principe, organisée pour qu'il puisse interagir avec les propositions de gouvernement de chaque candidat. Mais dans ce contexte communicatif, ce qui devrait être mis en discussion est fait de manière superficielle ou est ignoré.

Dans ce cas, les candidats donnent la priorité à des actions qui peuvent déconstruire l'image de l'opposant. Sous cette perspective, le débat acquiert alors la fonction de communication avec le téléspectateur, mais sous une autre égide, celle de la diffamation de l'autre.

Partie II - Le rite et la constitution du débat en direct

II.6. Le débat en direct et leurs aspects constitutifs

II.6.1. Le rite

Avant toute chose, le rite est un dispositif. Inhérent à l'être humain, c'est un acte social trans-historique et transculturel. Là où il y a une civilisation, il y a donc des pratiques rituelles, qui fonctionnent comme régulatrices de passages et changements, en plus d'intervenir comme légitimatrices d'institutions[171].

Historiquement, les rites sont considérés comme des formes qui obligent l'individu à appartenir à des groupes, selon des coutumes et traditions cultivées en d'autres ères et d'autres origines, et au-delà de cela,

> *le rite et sa vigueur sont d'abord les infaillibles indicateurs de la santé sociale, des adhésions communautaires à un passé fondateur, à une mémoire et à une culture partagées, en faveur desquelles ces pratiques intercèdent symboliquement.*[172]

Ceci signifie que les rites sont des éléments stratégiques utilisés avec l'intention de consolider l'image d'un groupe ou d'une institution sociale. Ainsi, chaque société possède ses événements, qui peuvent présenter des significations différentes. Ceci ne signifie pas,

[171] LARDELLIER Pascal, *Théorie du lien rituel: anthropologie et communication, op. cit.*, p. 10.
[172] *Ibid.*, p. 14.

BY-NC-ND

cependant, qu'ils sont une pure et simple formalité. Ce sont au contraire, un moyen de communication, dans lequel ils donnent forme, ils créent une identité à ces groupes sociaux.

Abordés selon la conception sociologique et anthropologique, les rites ne sont ni positifs ni négatifs, ils existent simplement, sont présents dans les communautés, agissant comme une forme de lien social qui concrétise l' « être ensemble », au-delà de permettre à des individus d'appartenir à des communautés, à des institutions, qui s'organisent en classes, qui ont des affinités électives. Le rite permet, aussi, que l'individu s'approprie une mémoire collective et traditionnelle.

En somme, ils accompagnent les changements sociaux, comme par exemple l'espace, l'âge, le statut social, donnant le rythme aux dédoublements de la vie humaine. D'une forme générale, ce sont des médiateurs importants, car « constituant des contextes de communication complexes et complets »[173]. En d'autres termes, ils fonctionnent comme un espace-temps de communications à des niveaux différents, englobant ainsi toutes les instances sociales et leurs coutumes. Le rite est alors, selon Lardellier

> *comme un contexte social particulier, instauré au sein d'un dispositif de nature spectaculaire, caractérisé par son formalisme, et un ensemble de pratiques normatives, possédant une forte valeur symbolique pour ses acteurs et ses spectateurs.*[174]

En suivant ce concept, on considère alors comme rite toutes les manifestations, qu'elles soient religieuses, cérémonies publiques, actes politiques, etc, insérées dans un contexte où les relations sociales sont une performance théâtralisées,

> *caractérisées par une puissante idéalisation du dispositif et des participants, par des normes de conduite strictes à respecter, l'ensemble devant être garant de l'efficacité du processus.*[175]

Indépendamment de sa nature, le rite est un symbole qui introduit un sens dans la société. En outre, il utilise des éléments symboliques, c'est-à-dire des objets, gestes,

[173] *Ibid.*, p. 27.
[174] *Ibid.*, p. 21.
[175] *Ibid.*, p. 22.

BY-NC-ND

discours etc., qui possèdent un potentiel polysémique, car un seul symbole peut posséder de multiples significations.

La manière avec laquelle le sujet utilise ces éléments rituels pour classifier le monde, construisant ainsi sa réalité, devient alors sous-jacente. Par exemple, le Brésilien traduit avec force véhémence sa distance à la compréhension du mécanisme qui s'est transformé en politique du Brésil.

Dans ce contexte, se dédier à l'étude des rites politiques serait réintroduire la politique dans sa sphère originale, c'est-à-dire, dans la « pluralité humaine », car la politique organise les différences humaines, considérant « leur égalité relative et en faisant abstraction de leur diversité relative »[176] ; en même temps qu'elle rend possible la perception de l'essence même du pouvoir.

Pensant à cette perspective de la ritualisation dans le champs de la politique, nous voyons les débats présidentiels directement comme un dispositif utilisé pour légitimer le compromis que les candidats assuments avec la nation.

Mais au-delà de ça, dans ce rite les participants représentent des rôles, utilisant le jeu d'informations, de l'expression corporelle, faciale, de rhétorique, c'est-à-dire tous les subterfuges avec l'objectif de séduire le destinataire. Nous verrons alors comment cette disposition a lieu quand nous nous référons au jeu de pouvoir concrétisé dans l'acte de regarder.

II.6.1.1. Le débat : processus d'ordre et du desórdre

Un des principes de la ritualisation est l'instauration de l'ordre, de l'harmonie dans une communauté qui vivait avant dans le désordre, la turbulence soufferte par le changement d'un état ou d'une série d'éléments qui provoquent, pour ainsi dire, cette instabilité ou anomie sociale.

Dans la politique, ce désordre a lieu en des moments spécifiques qui comprennent un contexte, satisfaisant le choix du candidat qui représentera le parti, la campagne électorale – période qui englobe les débats, propagandes, meetings, propagande papier, etc -, le jour du

[176] ARENDT Hanna, *Qu'est-ce que la politique ?, op. cit.*, p. 43.

BY-NC-ND

vote, le moment du comptage des votes, le jour de l'événement où s'officialise le changement du chef de l'État ou autre représentant politique.

Le fait est que toute cette situation conditionne les citoyens et les candidats à vivre le désordre instauré dans ce contexte, qui est le moment de registre officiel du passage. Ce rite de passage sert alors de canal pour établir l'ordre.

Dans cette relation ordre/désordre, syntonisée par le canal, ce qui est essentiel est de faire croire et accepter, pour cela le rite est concrétisé dans un contexte qui

> *s'est fait une disposition mentale produite collectivement, puis hamornieusement partagée par les acteurs rituels. Elle distillera une forme d'énergie relationnelle, un liant propre à établir une règle de conduite tacite, à ériger un modus vivendi temporaire, suffisamment puissant pour créer du mimétisme, de la conformation, et naturellement rejeter en dehors ce qui denote.*[177]

S'attachant au débat présidentiel télévisé, on a là un rite utilisé avec l'objectif de présenter la proposition du gouvernement faisant en sorte que les électeurs soient en contact avec cette dernière dans un environnement de confrontation, cependant moins artificiel que celui des propagandes politiques, montrant une autre perspective sur la performance des candidats.

Le débat étant un rite, il s'agit aussi d'un canal utilisé pour maintenir l'ordre d'une communauté, dans ce cas, l'ordre politique. De fait, l'impression que l'on a est la même, quand de suite après la fin du débat, on fait des pondérations et réflexions sur « qui a gagné le débat », « qui a eu les meilleures réponses », qui s'est mieux positionné », résumées dans la question : « lequel des candidats a eu la meilleure performance et aura plus de chances de vaincre les élections ? ».

Au-delà de ces réflexions faites par la communauté électorale, il y a aussi la préoccupation de l'indice d'audience de la part des chaînes de télévision, des candidats et leurs partis impliqués dans l'événement, c'est-à-dire qu'on mesure la performance du débat, ainsi que l'effet de celui-ci sur la communauté, au moyen d'une recherche qualitative faite par des groupes focaux. Sur l'indice d'audience selon la perspective de Giorgio Agamben, le spectateur qui passe des heures devant sa télévision « *reçoit en échange de sa*

[177] LARDELLIER Pascal, *Théorie du lien rituel: anthropologie et communication, op.dit.*, p. 89.

BY-NC-ND

désubjectivation, seulement le masque frustrant du zappeur ou l'inclusion dans le calcul d'un indice d'audience »[178].

Le spectateur est de cette manière transformé en un nombre, en celui qui est valorisé, a son importance, mais pour accroître la visibilité des sujets qui projettent, promeuvent et participent aux débats. Quand, cependant, tout ce processus électoral se termine, le chaos laisse la place à l'ordre, même si ce n'est qu'en apparence, en accord avec ce qui a été programmé par les sujets qui composent cette narrative.

II.6.2. Le pouvoir et l'acte de regarder dans la sphère du rite politique

Le débat présidentiel en direct peut être pensé comme un rite présenté dans une perspective de spectacle. Dans cette logique, il est organisé pour être vu, demandant ainsi le pouvoir. « Rite et regard sont donc, à part entière, des instances de structuration du pouvoir »[179]. Ce pouvoir, cependant, est institutionnalisé uniquement à partir du moment où il y a quelqu'un qui regarde, qui assiste au rituel en tant que témoin.

Mais nous avons dans ce contexte de ritualisation qui exige un témoin, une relation de congruence dans l'acte de regarder, car celui qui se met en position d'importance dans le rituel lors d'un passage, a besoin d'être vu par l'autre, autrement dit, par le spectateur. D'abord, il regarde, voit, observe ce spectateur, pour ensuite agir, de façon à être admiré et il fait ses constatations sur l'importance et la siginification du moment en évidence.

Cet acte de témoignage ébauche deux questions que nous aimerions aborder, qui se réfèrent à l'acte de regarder pour *admirer* et à l'acte de regarder pour *constater*. *Admirar (« admirer »)*, du latin *admiror*, signifie, selon le dictionnaire Houaiss de Langue Portugaise :

1. *Contempler (quelqu'un ou quelque chose) avec grand plaisir, intérêt etc. ;*
2. *Avoir en haute estime, considérer (quelqu'un, quelque chose ou soi-même) avec respect, vénération ;*
3. *Causer ou sentir (admiration, surprise) ; surprendre ;*
4. *Provoquer (étonnement, surprise) ; étonner*
5. *Sentir une admiration mutuelle.*[180]

[178] AGAMBEN Giorgio, *O Amigo & O que é o dispositivo?, op. cit.,* p. 48.
[179] LARDELLIER Pascal, *Théorie du lien rituel: anthropologie et communication, op. cit*., p. 169.
[180] HOUAISS Antônio; VILLAR Mauro de Salles, *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*, *op. cit*., p. 52.

BY-NC-ND

Alors que le verbe *constatar* (« *constater »)*, selon le dictionnaire Houaiss, est une terminologie qui vient du français *constater*, et signifie :

1. *Découvrir la vérité, vérifier,*
2. *Prendre connaissance, percevoir,*
3. *Donner la preuve ou témoigner de , attester, prouver, démontrer.*[181]

Dans le dictionnaire Le Petit Robert de langue française, le verbe *admirer* signifie :

1. *Contempler avec admiration, avoir de l'admiration pour ;*
2. *S'enthousiasmer, s'extasier ;*
3. *Goûter;*
4. *S'entradmirer.*[182]

Alors que le verbe *constater*, également selon Le Petit Robert, vient du latin *constat* « il est certain » et signifie :

1. *Établir par expérience directe la vérité, la réalité de ; se rendre compte de ;*
2. *Apercevoir, enregistrer, éprouver, établir, noter, observer ; reconnaître, remarquer, sentir, voir ;*
3. *Découvrir ;*
4. *Consigner ;*
5. *Authentifier, certifier.*[183]

Du Houaiss au Le Petit Robert il y a des variations de sens dans la forme de présenter les définitions du verbe « admirer ». Alors qu'en portugais il y en a cinq, dans le dictionnaire de langue française il y en a quatre, dont deux ressemblent à celles de la langue portugaise. Le sens des définitions (1) et (5) du portugais coïncide avec celui des définitions (1) et (4) du français. Quant au verbe *constater*, le sens des trois définitions du Houaiss coïncide dans la forme de représentation avec les définitions (2), (3) et (5) du Le Petit Robert.

[181] *Ibid.*, p. 531.
[182] ROBERT Paul, *Le Petit Robert : Dictionnaire Alphabétique et Analogique de la Langue Française, op. cit.*, p. 35.
[183] *Ibid.*, p. 520.

BY-NC-ND

En conséquence, des différences entre les représentations des définitions d'une langue en relation à une autre, principalement en ce qui concerne le verbe *admirer*, nous ferons usage des représentations travaillées selon le dictionnaire Houaiss de langue portugaise, autant qu'au Le Petit Robert pour faire des ajouts sur les lectures qu'il nous présente.

Revenant cependant à l'acte de regarder, celui-ci est soumis à des situations de pouvoir spécifiques qui comprennent l'interaction entre les acteurs sociaux impliqués dans l'action, qui sont dans le cas du débat télévisé : la chaîne, le candidat et l'électeur. Les situations qui les impliquent admettent différentes possibilités de lecture, parmi lesquelles nous avons relevé trois situations, également distinctes, qui nous intéressent.

La classification des sujets qui composent le contexte du débat fut faite en considérant d'abord la perspective de la chaîne, car elle est le véhicule de transmission du débat. Ensuite nous aborderons les considérations qui impliquent le candidat, car il est celui qui dispute un poste et a besoin de présenter les propositions du gouvernement au public. Et enfin nous parlerons de l'électeur, qui est l'énonciataire de ce jeu énonciatif, car c'est celui qui recevra le complexe d'informations transmises, tant de la part de la chaîne, que de celle du candidat. Autrement dit, selon le discours des chaînes et des candidats, l'électeur est, officiellement, la cible du débat.

II.6.2.1. Le regard de la chaîne

Dans la première situation, la chaîne est celle qui agit comme sujet qui regarde l'autre avec un intérêt qui va au-delà de ce qui se voit pendant le spectacle en lui-même. Elle regarde ce qui a de l'intérêt, pour alors, être vue, elle perçoit pour se faire percevoir, notée, concrétisant ainsi les relations de pouvoir. Nous avons dans ce cas la relation :

chaîne ⟶ chaîne
chaîne ⟶ candidat
chaîne ⟶ électeur

En portugais, le mot *emissora* (« chaîne de télévision ») est le féminin de *emissor*, du latin *emissor*. Au-delà d'être *la station qui transmet les signaux de radio et de télévision,*

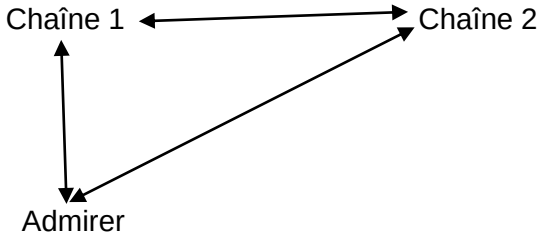
BY-NC-ND

l'entreprise productrice et transmitrice des programmes de radio et télévision[184], la chaîne agit aussi, comme institution idéologique qui fait des choix politiques, religieux, sociaux, culturels, même si son discours paraît être impartial ou neutre. Nous verrons alors comment ces relations se concrétisent.

II.6.2.1.1. Chaîne – Chaîne

Dans cette première relation, nous voyons qu'une chaîne en contemple une autre, l'observant attentivement, l'analysant avec intérêt, en accord avec la définition (1) du verbe *admirer*, ou observant ce que l'autre possède, et a à offrir comme la programmation, la technologie, les personnalités qui font partie de ses différents segments, comme le journalisme, les divertissements, le sport etc., qui attirent l'attention tant du téléspectateur commun qui regarde sa programmation, que des autres chaînes.

Même quand il n'existe pas de vénération entre les chaînes, en accord avec la définition (2) du dictionnaire Houaiss, nous avons vu, à partir de l'étymologie que ce verbe a, une origine latine, *admirari*, de *ad-* + *miror*. Le préfixe latin *ad-* signifie approximation, tendance, direction. Dans ce cas, une chaîne peut être en train de *mirer*, *scruter* ou *regarder* l'autre dans le sens même de surveiller, observer, être attentif aux mouvements. Nous avons représenté cette interaction dans le schéma.



Quand nous délimitons cette question aux débats politiques, nous voyons que cette mise en lumière apparaît dans le discours de la chaîne qui a transmis le premier débat entre les présidentiables, au premier tour des élections de 1989, quand au générique l'animatrice annonça qu'il s'agissait du premier débat réalisé dans l'histoire de la télévision brésilienne. La chaîne *Bandeirantes* se présente comme une chaîne qui n'est pas seulement présente dans les moments importants du pays, mais elle fait ces moments, elle fait l'histoire, quand elle dit :

[184] HOUAISS Antônio; VILLAR Mauro de Salles, *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, op. cit.,* p. 738.

BY-NC-ND

Allô ! Bonsoir ! A partir de maintenant la chaîne Bandeirantes débute la transmission de la première rencontre entre les candidats à la Présidence de la République de l'histoire de la télévision brésilienne.[185]

Egalement dans les élections de 1989, mais dans les débats du second tour, tant la journaliste, animatrice du débat de *Bandeirantes*, qui a ouvert le premier débat entre les présidentiables Luiz Inácio Lula da Silva (PT) et Fernando Collor de Mello (PRN)[186], que le journaliste, animateur de *SBT*, qui a ouvert le second débat, ont utilisé le même discours : les quatre chaînes – *Bandeirantes, SBT, Manchete* et *Globo* – étaient unies par un unique objectif, c'est-à-dire celui d'informer l'électeur sur un moment décisif, ainsi que l'importance de transmettre le dernier débat.

Même en étant concurrentes, les chaînes s'unissent en un moment historique du pays, marqué par le renouveau de son processus de démocratisation, après la fin du gouvernement militaire. Voyons par exemple dans les deux extraits qui suivent les paroles des animateurs :

Coalition de chaînes (I), ou deuxième tour 1989 :

[...] *Cette rencontre est transmise conjointement par les quatre chaînes de télévision du pays et par toutes les chaînes qui sollicitèrent l'adhésion au groupe. Les chaînes Bandeirantes, Globo, Manchete et SBTs'unirent autour d'un objectif commun, informer l'électeur dans ce moment décisif.*[187]

Coalition de chaînes (II), ou deuxième tour 1989 :

Bonsoir ! Les quatres chaînes de télévision, Bandeirantes, Globo, Manchete et SBT (Sistema Brasileiro de Televisão), sont unies à partir de ce moment, pour transmettre le dernier débat entre les deux candidats qui disputent la présidence de la République, au second tour.[188]

La chaîne *Bandeirante* incorpore dans son discours l'affirmation que le débat présidentiel qu'elle transmet entrera dans l'histoire du pays, comme nous le voyons lors de l'ouverture du premier débat du premier tour des élections de 1994.

---

185 Elections de 1989, débat sur la Band, à 00'26''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=zlk8x9QguR8. Consulté le 06 janvier 2015. Traduction libre.
186 PRN (Partido da Reconstrução Nacional) – Parti de la Reconstruction Nationale. Traduction libre.
187 *Ibid*., 00'04''.
188 *Elections 1989, second débat du second tour*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=spCjXKniQ-8, 00'06''. Consulté le 06 janvier 2015.

BY-NC-ND

Elle souligne le fait qu'elle a réussi à réunir pour la première fois tous les candidats à la présidence pour ce qu'elle considère être une rare rencontre. Dans cette rencontre, la chaîne affirme qu'elle a mis face à face les hommes qui veulent gouverner le pays. Avec ce discours elle démarque son espace, se positionnant encore une fois en défense de la démocratie, laissant entendre qu'elle ne mesurera pas ses efforts pour contribuer au développement du pays.

> *Bonsoir ! Le programme auquel vous allez assister à partir de maintenant va entrer dans l'histoire de cette élection. La chaîne Bandeirante réunit, pour la première fois, tous les candidats à la Présidence de la République pour une rare rencontre. Les hommes qui prétendent gouverner le Brésil sont ici face à face pour débattre ouvertement de leurs idées et des plans du gouvernement.*[189]

Cependant, dans les débats des deux dernières élections pour la présidence de la République, la chaîne *Bandeirantes* a changé son discours de « rentrer dans l'histoire » pour « renforcer une tradition », autrement dit, ce qui au départ fut une action pionnière et historique, est devenu tradition, car la chaîne a commencé à transmettre le premier débat en direct entre les présidentiables.

> *Avec cette rencontre, le Groupe Bandeirantes renforce une tradition de plus de 30 ans, inaugurant toujours la discussion de propositions entre les postulants aux principaux postes exécutifs du pays.*[190]

Mais même si c'est la première à proposer un débat présidentiel, abordant dans son discours le compromis civique qu'elle possède avec la nation, la chaîne *Bandeirantes* n'arrive pas à se démarquer en termes d'indices d'audience. La chaîne *Globo*, plus grosse chaîne commerciale du Brésil et deuxième plus grosse chaîne commerciale du monde jusqu'à fin 2016, se maintint en tête du classement.

La *Globo* n'est pas pionnière dans la transmission de débat présidentiel en direct, mais elle a tracé un parcours qui lui a valu le titre de chaîne la plus regardée, donc la plus acceptée, non seulement par le public, mais aussi par le marché. C'est la chaîne *Bandeirantes* qui s'est manifestée en premier dans la transmission des débats, ce qui sera

189 *Débat présidentiel 1994*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=7hSts8TK7Ls, 00'15''. Consulté le 13 mars 2015.

190 *Débat présidentiel 1994, Rede Bandeirantes, segundo turno*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=4gmv36Z3oWI, aux 09'56''. Consulte le...

BY-NC-ND

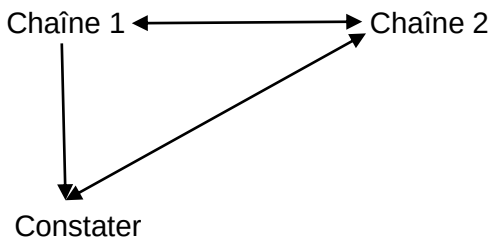
important pour le pays, dans le contexte où il se trouvait. Même si ce n'est pas la chaîne numéro un du pays, en termes d'audience, dans les années d'élections, c'est elle qui transmet le premier débat entre les présidentiables, depuis 1989.

Se positionner pour éveiller l'intérêt de ceux qui regardent, « chaîne 1 » par rapport à la « chaîne 2 », dans ce rite qui consiste en se montrer, amène les sujets participatifs de l'action à faire des changements dans la structure de la programmation. La concurrence meut ce scénario.

En année électorale, par exemple, tant *Bandeirantes* que *Globo*, qui sont des chaînes qui sont en avant de cette programmation politique, annoncent, pendant l'ouverture des débats qu'elles organisent, les nouveautés mises en place, comme l'utilisation d'Internet pour les transmettre, donnant l'opportunité à un plus grand nombre de personnes d'avoir accès à l'événement, montrant ainsi qu'elles accompagent le développement technologique.

Elles annoncent aussi le partenariat avec d'autres entreprises de communication, ainsi que les changements dans les règles de débat en vue d'améliorer le programme, le rendant proactif, entre autres. Au-delà des règles, du développement technologique dans la transmission, elles présentent un décor moderne, esthétiquement lié aux contexte dans lequel elles sont insérées, c'est-à-dire, les élections.

Ainsi, quand nous observons cette première relation, chaîne 1 – chaîne 2, nous voyons dans un premier temps la concurrence, autrement dit. Regarder, dans ce cas, serait une action visant à *constater* l'existence de l'autre*, vérifier*, définition (1) ; *prendre connaissance ; percevoir*, définition (2), selon Houaiss, ou même *apercevoir, noter,* selon l'entrée (2) du Le Petit Robert. Mais, principalement, se faire remarquer, se faire connaître et reconnaître. Nous représentons cette relation dans le schéma suivant.



D'autres chaînes, comme *SBT* et *Record*, se présentent aussi dans cette programmation électorale, organisant et transmettant des débats présidentiels en direct.

BY-NC-ND

Donc, nous parlerons seulement de *Bandeirantes* et de *Globo*, qui par tradition transmettent le premier débat électoral pour celle-là, et le dernier avant le vote, depuis 2002, pour celle-ci.

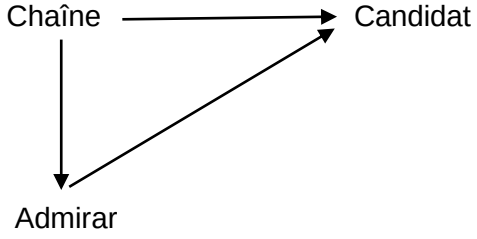
Dans le discours de *Globo*, elle n'a pas participé à l'organisation des débats pour les élections de 1989 pour une question de logistique, car pour elle ce ne serait pas productif de promouvoir un événement avec un grand nombre de candidats à la présidentielle, même si elle était, à cette époque, la plus grande chaîne de télévision du pays. Pour cette année électorale, en effet, vingt-deux candidats s'inscrirent pour concourrir aux élections présidentielles.

Nous voyons ainsi que dans cet acte de se faire remarquer, alors qu'une chaîne utilise l'argument disant que transmettre le débat, indépendamment du nombre élevé de présidentiables, serait appuyer le processus de redémocratisation du pays, contribuant à la construction de son histoire politique et aidant l'électeur à mieux connaître les candidats à la présidence de la république ; l'autre chaîne allègue qu'elle ne transmettra pas un événement avec une quantité élevée de candidats, croyant qu'elle ne contribuerait pas ni n'aiderait les téléspectateurs du pays à choisir le meilleur candidat.

II.6.2.1.2. Chaîne – Candidat

Dans la deuxième situation, dans la relation chaîne-candidat, nous avons les propositions qui partent de la chaîne pour les sujets qui représentent les partis, indépendamment de leurs idéologies politiques et représentations sociales.

Le regard servirait alors à maintenir des relations d'intérêts politiques avec les candidats. Dans ce cas, la chaîne regarderait pour *admirer*, dans le sens de *contempler avec intérêt*, définition (1) du Houaiss. Selon Le Petit Robert, on aurait le sens (2), *s'enthousiasmer, s'extasier*, vu que quand la chaîne lance son regard sur le candidat, elle le fait dans le but d'attirer l'attention pour ce qu'elle peut offrir dans un échange de faveurs. Nous avons représenté cette interaction dans le schéma.



BY-NC-ND

Sur cette relation, entre la chaîne et le candidat, le passage qui suit illustre le positionnement de Roberto Marinho, président majoritaire de Globo sur le candidat Leonel Brizola.

> *En 1989, Roberto Marinho voulait appuyer la campagne de Jânio Quadros à la Présidence. Mais Jânio tomba malade et ne se présenta pas. Il tenta alors d'appuyer Orestes Quércia, qui préféra qu'Ulysses Guimarães fut candidat pour le PMDB. Il n'eut pas de candidat. Une situation dangereuse, car Leonel Brizola était candidat et avait de réelles chances de gagner. Il avait horreur de Brizola. Rien de personnel. Sauf que le politicien avait garanti qu'une fois élu, sa première action serait d'en finir avec la chaîne Globo. « Je voudrais donner mon appui à quelqu'un qui gagne de Brizola », a-t-il dit de nombreuses fois.*[191]

Leonel Brizola était un homme politique qui critiquait le pouvoir que la chaîne *Globo* avait dans les décisions politiques et économiques du pays. Ce passage qui illustre un moment de l'histoire des propriétaires de *Globo* explicite les relations que non seulement elle, mais de manière générale, toutes les chaînes, entretenaient avec le milieu politique, donc, avec ce qui est public. Sur cette relation entre les chaînes et les politiciens, Mattos dit que

> *L'essor rapide de la télévision entre 1964 et 1958 fut le résultat direct et indirect des politiques adoptées par le régime militaire et la continuation de cet essor jusqu'à aujourd'hui, année 2000, reste comme un reflet des actions officielles dans tous les secteurs. C'est le gouvernement qui décide jusqu'au type de technologie qui doit être utilisée, on observe des exemples en ce qui concerne les décisions de modèles technologiques à implanter dans le pays, comme cela s'est passé avec le choix du système PAL-M de télévision en couleurs, ou comme est aujourd'hui implanté le système de TV à cable et la loi qui règlemente l'opération des entreprises qui explorent Internet ou tout processus de choix de technologie digitale adoptée à partir de 2001. Et cela, sans parler des décisions économiques prises cette dernière décennie, le processus de privatisation, le Plan Real et l'ouverture économique toujours plus ample, y compris avec la possibilité de permettre la participation de capital étranger dans les moyens de*

[191] CONTI Mario Sergio, *Lembranças de Roberto Marinho. Especial para a Folha*. Paris. Disponible sur : https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1008200317.htm. Consulté le 27 juin 2016. Traduction libre.

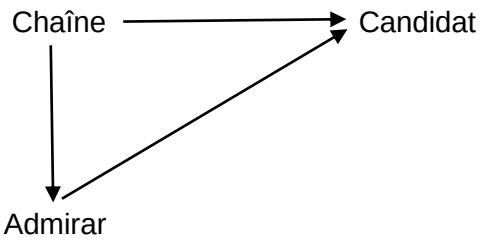
BY-NC-ND

communication de masse, qui jusqu'en 2000 sont exclusivement des Brésiliens.[192]

Dans ce contexte, l'importance de cette relation entre la chaîne et le candidat est claire, car il garantira, s'il est élu, les intérêts des entreprises de télévision.

En ce qui concerne le verbe *constater*, cette relation correspondrait à la définition (1), *vérifier*, et la définition (2), *prendre connaissance, percevoir*, du dictionnaire Houaiss. En nous reportant au Le Petit Robert, nous avons cette représentation dans la définition (2) *apercevoir, enregistrer, noter, observer ; remarquer, sentir, voir* ; et dans la (5), *certifier.*

En considérant ces sens, la chaîne vérifie, prend connaissance et perçoit le candidat, en faisant en sorte qu'il agisse aussi de cette manière en relation à elle, pour qu'elle puisse, alors, se positionner sur ce qui lui paraît une priorité, faisant en sorte que le candidat qu'elle a choisi de soutenir puisse le lui rétribuer. Alors, la chaîne qui pratique l'action de regarder le fait dans ce but, celui de se rendre présent, se faisant remarquer, alors qu'elle observe les mouvements de l'autre, dans ce cas, le candidat. Cette interaction est représentée dans le schéma suivant.



Dans ce cas, les relations entre les chaînes et les gouvernants vont au-delà des intérêts purement commerciaux. Pour cela, avoir les présidentiables dans un débat correspond à être en évidence, garantissant, ainsi, le dialogue avec ceux-ci, et au moyen de ceux-ci l'accessibilité au pouvoir public.

[192] MATTOS Sérgio, *A televisão no Brasil : 50 anos de história (1950-2000), op. cit*., p. 54. Traduction libre.

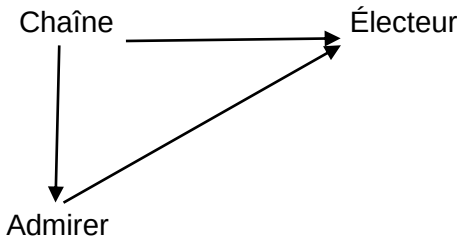
BY-NC-ND

II.6.2.1.3. Chaîne – Électeur

Quant à la troisième situation, celle établie par la relation chaîne-électeur, nous avons l'intérêt de la chaîne de regarder l'électeur avec l'objectif de le surprendre, définition (3) du verbe *admirer*, du Houaiss, ainsi que s'*enthousiasmer*, définition (2) du Le Petit Robert.

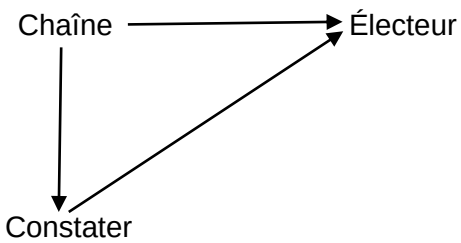
Ces deux sens possèdent des connotations différentes, mais le contexte dans lequel le sujet est inséré peut amener un sens à englober l'autre, car la surprise peut déclencher l'enthousiasme du sujet en relation à l'objet, dans ce cas, avec la proposition de programmation que la chaîne fait au téléspectateur.

La chaîne vend un produit. Susciter l'enthousiasme de l'électeur avec ce produit est réaliser une performance quand le sujet de l'action allume la télévision. En réalisant cette action, le contrat fiduciaire s'établit, et en conséquence la chaîne satisfait les préférences du spectateur. Le schéma suivant représent cette interaction.



Nous passons alors au verbe *constater*, c'est-à-dire que la chaîne se fait remarquer. Nous avons alors les définitions (1), *vérifier*, et (2), *percevoir*, comme possibilités constituées pour le téléspectateur quand il allume la télévision.

Ainsi, la chaîne utilise des stratégies pour que le téléspectateur préfère assister au débat qu'elle transmettra au lieu de regarder la programmation offerte par le concurrent. Ces stratégies vont de l'organisation du décor au discours qu'elle défend sur l'électeur. Cette interaction est représentée par le schéma suivant.



BY-NC-ND

Par exemple, au second tour des élections de 1989, l'animatrice a annoncé que quatre chaînes s'uniraient pour la transmission du débat présidentiel, dans l'objectif d'apporter l'information au électeur.

> *Les chaînes Bandeirantes, Globo, Manchete et SBT s'unirent autour d'un objectif commun, informer l'électeur dans ce moment décisif.*[193]

Pour les élections de 2014, *Globo* a utilisé le même recours, celui de s'adresser directement à l'électeur en disant que le programme a été organisé en pensant à lui. En tant qu'énonciataire du message, c'est la figure la plus importante du moment. C'est pour l'électeur qu'elle demande aux candidats une discussion civilisée. Quand l'animateur demande aux invités qui sont sur le plateau de rester silencieux, elle intensifie cette importance donnée à l'électeur.

> *[...] Comme cela se passe pour tous les débats organisés par Rede Globo, notre plus grande préoccupation est que cette rencontre vous soit utile à vous, électeurs. C'est pour cela que nous demandons que les débats soient civilisés et que tous les spectateurs observent le silence [...].*[194]

Ce recours de parler directement à l'électeur l'amène à se sentir faisant partie du débat. Comme il ne peut être présent, avec les candidats, dans le studio, la chaîne à travers ce discours amène le programme jusque chez les électeurs intéressés par ce qu'elle a organisé.

II.6.2.2. Le regard du candidat

Dans cette situation le candidat agit comme sujet qui regarde.

candidat ⟶ chaîne
candidat ⟶ candidat
candidat ⟶ électeur

Selon Houaiss, le terme *candidat* vient du latin *candidatus* et signifie :

---

193 *Élections 1989, premier débat du second tour*, 00'04''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=DPJf0QJwARc. Consulté le...

194 *Élections 2014. Débat sur la Globo,* 00''08''. Disponible sur : http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html. Consulté le...

BY-NC-ND

1. Celui qui aspire à un poste, un office, un emploi, une place etc.

2. Celui qui a besoin de votes qui l'élisent pour un poste ou une fonction.[195]

Selon Le Petit Robert, le terme *candidat* signifie :

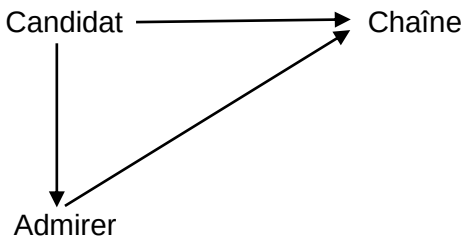
1. *Personne qui postule une place, un poste, un titre.*
2. *Aspirant, postulant, prétendant.*
3. *Compétiteur, concouriste, concurrent.*[196]

Dans la perspective de Thiollen[197], alors que quelques candidats surestiment l'effet des débats, d'autres le méprisent. Il y a ceux qui choisissent de ne pas participer, comme l'ont fait Fernando Henrique Cardoso (PSDB) pour les élections de 1998, et Luiz Inácio Lula da Silva (PT), dans le débat du premier tour organisé par *Bandeirantes* et *Globo*, aux élections de 2006. Même avec les controverses soulevées par ce dispositif, le débat est devenu un des recours que les candidats utilisent pour présenter leurs plateformes.

Nous verrons alors comment ces relations se passent, selon la perspective du candidat qui se présente comme sujet qui regarde l'autre, veut être vu, se projeter et faire croire à l'autre que c'est lui qui peut offrir les meilleurs propositions de gouvernement.

II.6.2.2.1. Candidat – Chaîne

Le verbe *admirer*, dans le cas que nous allons présenter, suggère le sens de *contempler avec intérêt,* définition (1) du Houaiss. En principe l'intérêt est celui de la projection que la chaîne offre au candidat, de portée la plus grande et la plus rapide que la technologie dont elle dispose lui permette. Le schéma suivant représente cette interaction.



[195] HOUAISS Antônio; VILLAR Mauro de Salles, *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, op. cit.,* p. 384. Traduction libre.

[196] ROBERT Paul, *Le Petit Robert : Dictionnaire Alphabétique et Analogique de la Langue Française*, *op. cit.,* p. 341.

[197] THIOLLENT Michel, *Opinião pública e debates políticos (Subsídios metodológicos), op. cit.,* p.34.

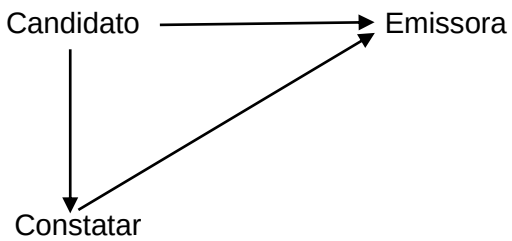
BY-NC-ND

Au Brésil, la participation des présidentiables dans des débats de télévision et sur Internet est assurée par la loi. Cependant, le choix de faire ou non l'invitation ne dépend pas du désir ou des prises de position politiques des chaînes, elle est obligée de le faire.

Il existe donc quelques critères qu'elles doivent suivre. Parmi eux, la formalisation de l'invitation doit être faite uniquement aux candidats qui possèdent une moyenne de cinq parlementaires au Congrès National. Ceux qui ne possèdent cette représentativité peuvent ou non être invités. Un second critère est défini par la position du candidat dans les sondages électoraux.

Une fois l'invitation faite, il convient à chaque candidat de l'accepter ou non, selon que cette participation au débat lui sera favorable ou non. Aux élections de 1989 par exemple, Fernando Collor de Mello (PRN) opta pour ne pas participer aux débats du premier tour, croyant qu'ils n'avaient pas d'importance. Alors qu'au second tour, il accepta les invitations, de même que son concurrent, le candidat Luiz Inácio Lula da Silva (PT), participant ainsi, à deux débats organisés par le groupe qui fut formé par quatre chaînes afin de transmettre l'événement. Il fit une bonne performance, gagnant par la suite les élections.

Passons maintenant au verbe *constater*, lui attribuant les trois sens, le (1) *vérifier,* le (2), *prendre connaissance, percevoir* ; et le (3), *donner des preuves ou témoigner de, attester, prouver, et démontrer*, de Houaiss. Des candidats qui concourent à la Présidence de la République, ceux qui sont invités par les chaînes pour participer aux débats s'insèrent dans ce contexte d'intégration, concrétisant, ainsi, leur objectif en relation à la chaîne, c'est-à-dire celui d'être invité pour avoir été remarqué. Cette interaction est représentée par le schéma suivant.



Celui qui ne se trouve inséré dans aucun des critères présentés, même s 'il ne présente pas les conditions techniques pour disputer une élection avec les principaux candidats, même s'efforçant pour maintenir une relation politique d'échange avec les chaînes, dépendra de leur intérêt.

BY-NC-ND

Au-delà de la portée technique que les chaînes offrent, il y a aussi leur représentativité en tant que formatrices d'opinions. Le candidat possède un intérêt à maintenir cette relation, avec les principales chaînes, si non avec toutes, car elles préservent tant les candidats que les partis qui les appuient. Directement ou indirectement, elles influencent, ainsi que les autres médias, sur le nom auxquelles elles donneront un soutien politique, exerçant ainsi un ascendant plus important sur l'opinion de l'électeur, comme nous pouvons le voir dans l'extrait qui suit. Selon Conti,

> *Roberto Marinho a fait en sorte que son empire journalistique appuie Getúlio, Dutra, Jânio, Castello Branco, Costa et Silva, la junte militaire, Geisel, Figueiredo, Tancredo, Sarney, Collor et Fernando Henrique.*[198]

Les noms mentionnés ci-dessus proviennent d'anciens présidents de la République qui, au cours de leurs respectifs gouvernements, ont entretenu de bonnes relations avec *Globo*.

II.6.2.2.2. Candidat – Candidat

Cette relation met en évidence plusieurs situations. Parmi elles, une qui retient notre attention est la question de la représentativité du candidat dans une organisation partidaire, qui explicite sa performance parmi les membres du parti, laissant entrevoir entre autres, cette performance devant l'électorat, ainsi que la réaction du monde des affaires. Nous avons dans cette interation beaucoup de conflits et jeux d'intérêts, à commencer par les participants du parti pour devenir ces représentants, car

> *parvenir à une candidature est un recours de pouvoir essentiel dans une organisation partidaire, en particulier, quand gagner les élections devient l'objectif principal pour ses membres et la désignation comme candidat signifie la prespective d'un poste politique.*[199]

Une fois les élections terminées, ce sujet peut assumer divers rôles : il peut être le parti de la majorité, dans ce cas le pays sera gouverné selon l'idéologie de son parti ; en cas

198 CONTI Mario Sergio, *Lembranças de Roberto Marinho. Especial para a Folha, em Paris*. Disponible sur : https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1008200317.htm. Consulté le...
199 FREIDENBERG Flavia; LÓPEZ Francisco Sánchez, *Como se escolhe um candidato a Presidente? Regras e práticas nos partidos políticos da América Latina*. In: « OPINIÃO PÚBLICA », Campinas, Vol.VIII, nº2, p. 159. Disponible sur : http://www.scielo.br/pdf/op/v8n2/14877.pdf. Consulté le...

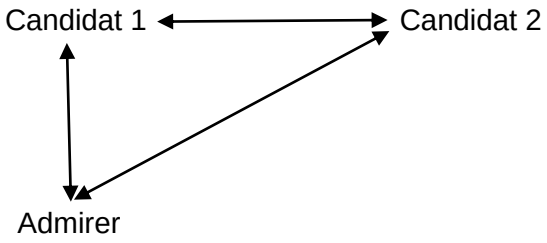
BY-NC-ND

d'échec il pourra faire une coalition avec le vainqueur ou encore assumer un rôle d'opposition. De toutes les manières, choisir celui qui assumera le rôle de candidat requiert une réflexion qui part des relations interpartidaires effleurant les élites et s'étendant à

> *la présence (ou non) de règles électorales nationales qui déterminent la manière dont on doit choisir les candidats, le type de structure du vote en vigueur dans le système électoral, l'organisation du gouvernement, la culture politique, la nature du parti, le type de leadership et les caractéristiques sociopolitiques de l'environnement du parti [...].*[200]

Au-delà de ça, d'autres normes sont considérées, comme les critères qui délimitent qui pourra se présenter comme candidat, ce que dit la loi électotrale nationale, et ce que chaque parti prescrit.

Après que le choix du nom de celui qui disputera le poste public de Président de la République a été fait, l'affrontement oppose candidat vs candidat. Les jeux optiques s'intensifient, et dans l'acte de regarder, *admirer* l'opposant, peut en principe paraître incohérent avec la situation, mais sa performance pendant le débat peut réveiller l'admiration de l'autre. Dans ce contexte, les définitions qui peuvent représenter la situation sont (1) *contempler (quelque chose ou quelqu'un) avec intérêt* et la (4) *provoquer (étonnement, surprise, étonner.* Regardons-nous cette interaction représentée dans le schéma suivant.



Un moment qui enregistre l'acte du candidat en admirant un autre, fut après le débat du second tour des élections de 1989, quand Fernando Collor de Mello (PRN), fut impressionné par l'habilité de son opposant, le candidat Luiz Inácio Lula da Silva (PT) à se débarrasser de ses attaques, même possédant un faible niveau de scolarité.

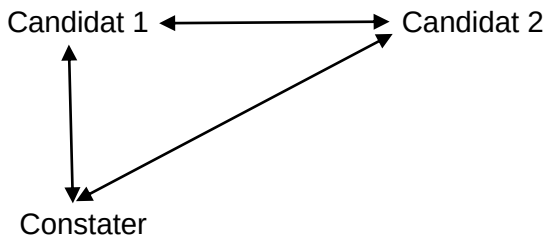
[200] *Ibid.*, p. 162.

BY-NC-ND

La performance de Lula a impressionné Collor, qui a divulgué, à travers ses conseils, que les prochains actes et débats de la campagne étaient destinés à présenter à l'électorat le radicalisme gauchiste de son adversaire.[201]

Les candidats qui réussirent à avoir une projection sont considérés comme faisant partie du groupe de l'élite, ou selon l'expression des propres candidats, le groupe de « premier échelon », ou comme le candidat Levy Fidelyx (PRTB)[202] l'a exprimé lors des débats du premier tour des élections de 2014, « les trois grands », ou « les 3G », se référant aux trois candidats qui étaient en tête des intentions de vote, Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB) et Marina Silva (PSB)[203]. Cette qualification est une analogie aux pays qui font partie de blocs politico-économiques qui ont projection et pouvoir sur le marché économique international.

Quant au verbe *constater*, il est lié dans cette situation aux trois définitions présentées – (1), *vérifier* ; (2), *percevoir* ; (3) *prouver, démontrer* –, tant pour le candidat qui est projeté en conséquence de l'appui de ceux qui dominent le marché économique, comme le candidat Aécio Neves (PSDB), pendant les élections de 2014 ; que pour celui qui est projeté par des scandales de corruption, comme le fut la candidate Dilma Roussef (PT), également lors des élections de 2014 ; ou encore pour celui qui s'implique dans des polémiques de nature religieuse, comme Levy Fidélix, candidat conservateur lié au groupe évangélique du Congrès National, pour critiquer les communautés LGBT[204] durant le débat du premier tour des élections de 2014. Le schéma suivant représente cette interaction.



Ainsi, le regard de l'autre se fait dans le sens de qualifier ou disqualifier le candidat selon la convenance et l'opportunité, pour cela, *vérifier, percevoir, prouver, démontrer*.

[201] MACHADO Maria Berenice da Costa, *Debates nas campanhas presidenciais : Brasil 1989-2010*, p. 10. Disponible sur : http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-20111/artigos/Debates%20nas%20campanhas%20presidenciais%20Brasil%201989-2010.pdf/view. Consulté le...
[202] PRTB – Partido Renovador Trabalhista Brasileiro. Traduction libre.
[203] PSB – Partido Socialista Brasileiro. Traduction libre.
[204] LGBT – Lesbien, Gay, Bisexuel et Transgenre.

BY-NC-ND

II.6.2.2.3. Candidat – Électeur

Au Brésil, par les règles actuelles, un candidat peut assumer un poste politique de Président de la République seulement par le système majoritaire, ce qui veut dire que le candidat sera élu à condition d'obtenir la majorité des votes valides. Ceci signifie qu'il a nécessairement besoin d'obtenir plus de la moitié des votes exprimés, à l'exception des votes blancs et des nuls. S'il n'arrive pas à obtenir ce chiffre au premier tour, il est réalisé un second tour entre les deux candidats les plus votés.

Même s'il existe des groupes spécialisés dans la formation d'opinion, comme les médias ou les groupes économiques qui sont intéressés pour soutenir un candidat plutôt qu'un autre, sans l'électeur le candidat ne parvient pas aux votes nécessaires, et en conséquence ne formalise pas sa victoire selon les critères sélectionnés.

Dans ce cas, quand on emploie le verbe *admirer*, le candidat regarde l'électeur rappelant selon le dictionnaire Houaiss, les sens de *contempler avec intérêt* ; *considérer*, donc les définitions (1) et (2). En reprenant le verbe *contempler*, du latin *contemplo*, il signifie selon le dictionnaire Houaiss :

1. *Fixer le regard sur (quelqu'un, quelque chose, ou soi-même) avec enchantement, avec admiration ;*
2. *Observer attentivement ; analyser ;*
3. *Prendre en considération ; considérer ; englober ;*
4. *S'approfondir en réflexion, méditer ;*
5. *Faire des suppositions sur ; imaginer ;*
6. *Concéder (quelque chose) à (quelqu'un), comme prix, preuve de considération etc.*[205]

En français, ce verbe signifie, selon Le Petit Robert :

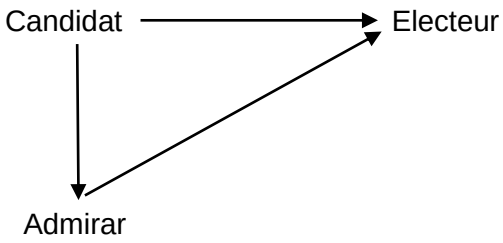
1. *Considérer attentivement ; s'absorber dans l'observation de ;*
2. *Regarder avec admiration ;*
3. *Se contempler. Se regarder longuement avec plaisir. Se mirer, se regarder.*[206]

[205] HOUAISS Antônio; VILLAR Mauro de Salles, *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, op. cit*., p. 534.

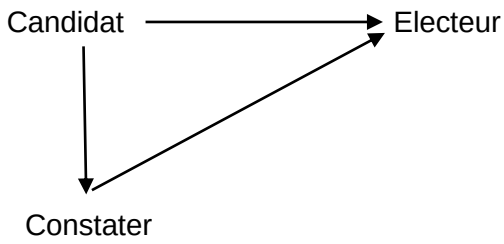
BY-NC-ND

La contemplation exercée par le candidat par rapport à l'électeur, partie intégrante de l'intérêt dans le vote, peut signifier alors enchantement, quand nous pensons à la séduction que le pouvoir exerce sur ceux qui sont candidats à quelque poste politique. Cela ne signifie pas pourtant que le candidat ressent un réel enchantement pour l'électeur proprement dit, comme sujet qui existe et a des besoins, désirs, priorités. L'électeur est celui qui a l'objet qui donnera au candidat l'accès officiel à l'acquisition d'un poste politique.

Dans ce contexte, quand nous revenons au sens de la définition (2) du verbe *contempler*, le candidat le plus perspicace regardera l'électeur attentivement, analysant ses besoins, ses mouvements politiques, ses caractéristiques, car il est le sujet placé entre le candidat et le poste désiré. Ainsi, à ce moment, l'attention est tournée vers l'électeur, même s'il est ignoré par la suite et si ces besoins ne sont pas comblés, selon ce qui lui a été promis durant la période de la campagne politique. Cette interaction est représentée par le schéma suivant.



En ce qui concerne le verbe *constater*, quand le candidat regarde l'électeur, nous voyons que les définitions qui y sont liées sont les (1), (2) et (3), respectivement, *vérifier, percevoir, prouver*, car l'électeur fait partie du processus qui concrétise les élections, il est inclus dans ce champ électoral, il ne peut donc être ignoré, exclu. Cette interaction est également représentée dans le schéma suivant.



[206] ROBERT Paul, *Le Petit Robert : Dictionnaire Alphabétique et Analogique de la Langue Française, op. cit.*, p. 524.

BY-NC-ND

Le vote marque dans cette relation candidat–électeur un conflit qui est parfois transformé dans en monnaie d'échange. Autrement dit, en échange du vote, le candidat propose à l'électeur de le favoriser avec ce qui lui manque, ceci pouvant aller de l'argent à des objets d'usage personnel et des faveurs politiques.

II.6.2.3. Le regard de l'électeur

Situation dans laquelle l'électeur agit comme sujet qui regarde

électeur ⟶ chaîne
électeur ⟶ candidat
électeur ⟶ électeur

Électeur est un terme d'origine latine : *élector*, celui qui choisit, qui élit. Selon le dictionnaire Houaiss :

1. *Ce qui ou celui qui élit ou peut élire ;*
2. *Se dit d'un prince ou d'un évêque qui participait à l'élection de l'Empereur dans l'Allemagne ancienne ; et vote forcé (« de cabreste ») celui qui vote sans libre-arbitre, se sentant gêné moralement ou matériellement.*[207]

Selon Le Petit Robert, l'électeur est :

1. *(1970) Personne qui a le droit de voter dans une élection ou d'un référendum. Votant;*
2. *Inscription d'un électeur sur une liste électorale. Ensemble des électeurs.*[208]

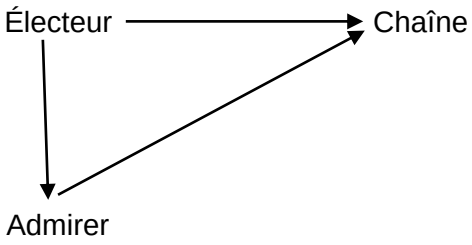
Être électeur est donc une condition de citoyen. Les dictionnaires le caractérisent comme celui qui a le droit de voter. Le Houaiss dit aussi que l'électeur a le *pouvoir* de choisir. Nous utiliserons ces concepts techniques proposés par les dictionnaires, pour parler alors d'un sujet qui, dans les relations sociales, pendant le rituel, dans le cas du débat, est orienté.

[207] HOUAISS Antônio; VILLAR Mauro de Salles, *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, op. cit*., p. 727.
[208] ROBERT Paul, *Le Petit Robert : Dictionnaire Alphabétique et Analogique de la Langue Française, op. cit.,* p. 832.

BY-NC-ND

II.6.2.3.1. Électeur – Chaîne

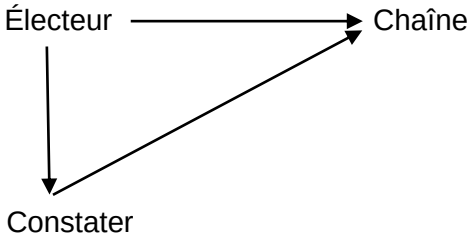
Quand l'électeur dirige le regard vers la chaîne et le fait selon le verbe *admirer*, nous avons les définitions (1), *contempler* (*quelqu'un ou quelque chose) avec grand plaisir, intérêt* ; et (2), *avoir en haute estime, considérer (quelqu'un, quelque chose, ou soi-même) avec respect, vénération.* Cette interaction est représentée dans le schéma suivant.



En reprenant ces définitions relevées et en les reliant, de manière générale, aux résultats de *Globo*, par exemple, nous voyons qu'une partie expressive de la condition du téléspectateur ne comprend pas seulement ce qu'il voit en regardant la chaîne qu'il a choisi de regarder, ou suivre, mais aussi ce qu'il croit parmi les informations qui lui sont liées et qu'elle défend.

Sans arriver à faire une lecture critique des intérêts des chaînes et de leur pouvoir de manipulation, quelques téléspectateurs ne sélectionnent pas ce en quoi croire, leur déléguant la fonction de les divertir et de les informer. Ainsi, en allumant la télévision pour regarder un débat, ce téléspectateur/électeur le fait avec la conviction que la chaîne honorera son compromis de lui montrer la vérité, selon le discours qu'elle profère.

Pour le verbe *constater*, nous avons les définitions *(1), vérifier ; (2), percevoir ; et (3) attester*, comme faisant partie de cette relation, justement parce que l'électeur trouve dans la chaîne celle qui émet les faits autour du quotidien. Dans ce sens, il vérifiera, percevra et attestera la performance de la chaîne pour, alors, lui accorder de la crédibilité. Cette interaction est représentée dans le schéma suivant.



BY-NC-ND

Cette crédibilité n'est pas seulement au niveau du discours et de la forme avec laquelle elle lie les informations, mais aussi dans la technologie qu'elle offre ainsi que dans la qualité des programmes.

II.6.2.3.2. Électeur – Candidat

Avant de parler spécifiquement du regard dans cette relation, nous ferons un abordage sur l'entendement que l'électorat brésilien a de l'idéologie politique, partant de la notion de sophistication politique.

Selon Oliveira et Turgeon (2015), la sophistication de l'électeur l'amène à comprendre plus facilement les différentes idéologies politiques. Considérant cette question, ceux qui ne sont pas sophistiqués tendent à avoir une compréhension limitée de ce qu'est une idéologie ou n'arrivent pas à la comprendre totalement. Pour Oliveira et Turgeon,

> *L'électorat brésilien ne peut être considéré comme un groupe purement homogène. Certainement, quelques électeurs font davantage attention à la politique que d'autres, et comprennent mieux comment elle fonctionne. Ceci implique des attitudes politiques différentes. Disons que quelques électeurs tendent à être plus sophistiqués politiquement que d'autres.*[209]

La sophistication politique, dans ce cas, est comprise comme

> *La complexité cognitive politique, l'expertise politique. Un individu est politiquement sophistiqué dans la mesure où ses cognitions politiques sont vastes, très bien organisées et capables de le contraindre dans sa forme de se comporter politiquement.*[210]

Cette théorie sur la sophistication politique fut basée ici sur le concept de R. Luskin, qui défend que quand un sujet est sophistiqué, il est aussi plus dynamique en ce qui concerne les thèmes politiques, participant plus fréquemment à des événements de cette nature, il est aussi plus rationnel et moins susceptible à l'agenda médiatique. Alors que ceux qui ne sont pas sophistiqués sont le contraire, autrement dit ils ne s'intéressent pas à la politique, sont

[209] OLIVEIRA Carlos; TURGEON Mathieu, *Ideologia e comportamento político no eleitorado brasileiro*. In: « Opinião Pública », Campinas, vol. 21, nº 3, dezembro, 2015, p. 575. Disponible sur : http://www.scielo.br/pdf/op/v21n3/1807-0191-op-21-3-0574.pdf. Consulté le...
[210] *Ibid*., p. 576.

BY-NC-ND

suceptibles de manipulation médiatique, ne comprennent pas les sujets se référant à la politique s'attachent aux candidats plutôt que de canaliser leur attention vers les idées et projets.

Selon cette ligne de pensée, Pereira défend qu'il y a quatre hypothèses testées dans l'analyse qu'il fait sur la discussion d'auteur qui se dédient à la recherche sur la sophistication politique. Selon lui,

> *En premier lieu, la sophistication politique augmente la structure idéologique des opinions des citoyens, dans le sens où les opinions sur différents sujets tendent à se baser sur un même axe idéologique. Ensuite, la sophistication rend les opinions plus stables au fil du temps, ce qui résulte du fait que les opinions des plus sophistiquées sont basées sur des considérations plus solides et consistantes. En troisième lieu, et directement en lien avec l'hypothèse antérieure, la sophistication politique facilite l'apprentissage de nouvelles informations, étant donné que les citoyens les plus sophistiqués sont aussi ceux qui acquièrent le plus d'informations nouvelles au fil du temps, spécialement pendant les campagnes. Enfin, les plus sophistiqués sont aussi ceux qui expriment le plus souvent des opinions quand on les interroge, puisqu'ils tendent à avoir une opinion formée.*[211]

Quand nous pensons, cependant, à la sophistication politique liée à l'idéologie, il y a dans l'électorat brésilien une vulnérabilité sur la compréhension de ce qui en vient à être une idéologie politique, comme celles de droite et de gauche, par exemple. Sur cette question, toutefois, Oliveira et Turgeon défendent que selon le résultat de la recherche empirique qu'ils firent sur le comportement de l'électorat brésilien, ils perçurent qu'

> *une grande partie de l'électorat brésilien ne comprend pas les significations de gauche et droite. Spécifiquement quand nous sommes face à une distance totale d'autopositionnement idéologique de l'électorat et ses préférences politiques. L'idéologie ne le contraint pas quand il s'agit de soutenir ou non une politique publique déterminée. Même pour les électeurs les plus sophistiqués politiquement, il n'y a pas de constriction entre idéologie et politiques publiques.*

[211] PEREIRA Frederico Batista, *Sofisticação política e opinião pública no Brasil: revisitando hipóteses clássicas*. Dilsponible sur : ttp://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762013000200003. Consulté le 15 février 2016.

BY-NC-ND

Nous voyons donc qu'il y a des preuves très fortes que l'idéologie ne structure pas le comportement politique de l'électeur brésilien, qu'il soit sophistiqué ou non.[212]

Selon les chercheurs cités, l'idéologie n'est pas bien comprise par l'électorat à cause d'une série d'éléments, comme le manque d'intérêt du public pour la politique, le manque d'information, ainsi que le manque de prise de position des partis sur l'interaction avec le public, lui apportant des informations sur leurs idéologies.

Au-delà de ces questions, on considère aussi le comportement du candidat par rapport à la fréquence avec laquelle il change de parti. Ceci arrive normalement, entre autres, quand un politicien entre en désacoord avec les intérêts du parti ou reçoit une invitation pour faire partie de la légende d'un autre parti etc. Un dernier facteur qui influence l'électeur à ne pas comprendre l'idéologie politique est représenté par les coalitions faites entre partis qui en principe se déclarent rivaux, d'opposition.

Ces caractéristiques amènent l'électeur, même sophisitiqué, à faire son choix à partir de la personnalité politique et de l'image reflétée par le candidat. L'idéologie que le candidat et son parti défendent n'est pas importante pour l'électeur, pour la simple raison que dans ce processus de construction de l'image, candidat et parti cessent de défendre une idéologie uniquement à cause du succès électoral qu'ils obtiennent quand ils utilisent le jeu médiatisé par le marketing. Sur cette question, Manin dit que

Par le passé, les partis proposaient aux électeurs un programme politique qu'ils s'engageaient à tenir, s'il arrivaient au pouvoir. Aujourd'hui, la stratégie électorale des candidats et des partis repose, au lieu de cela, sur la construction d'images vagues qui projettent la personnalité des leaders.[213]

En ce sens, candidat et parti utilisent les moyens de communication de masse pour privilégier les qualités personnelles du candidat, soulignant l'individualité du politicien au détriment de la plateforme politique du parti. Dans cette perspective, l'électeur tend à

[212] OLIVEIRA Carlos; TURGEON Mathieu, *Ideologia e comportamento político no eleitorado brasileiro*. In*:* « Opinião Pública », Campinas, vol. 21, nº 3, dezembro, 2015, p. 576. Disponible sur : http://www.scielo.br/pdf/op/v21n3/1807-0191-op-21-3-0574.pdf. Consulté le 15 février 2016.

[213] MANIN Bernard, *As metamorfoses do governo representativo*. In: « Revista Brasileira de Ciências Sociais », N. 29, Ano 10, 1995. Disponible sur : http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_29/rbcs29_01.htm. Consulté le 16 février 2016.

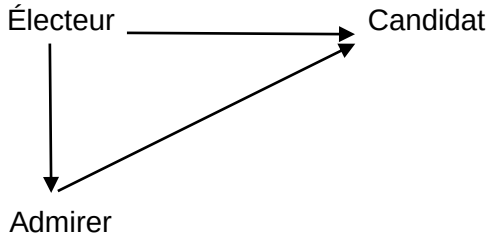
BY-NC-ND

valoriser ce que le candidat a travaillé, réveillant chez le spectateur des caractéristiques comme le charisme et la confiance personnelle que le candidat inspire, qui deviennent « un critère de choix plus adéquat que l'examen des projets pour le futur »[214].

Dans cette relation, quand l'électeur dirige le regard vers le candidat, le voyant, nous avons pour le verbe *admirer* les définitions (1*), contempler (quelque chose ou quelqu'un) avec grand plaisir* ; et la définition (2), *avoir en haute estime, considérer (quelqu'un, quelque chose ou soi-même) avec respect, vénération*. Dans ce cas, l'électeur vérifie la performance du candidat par rapport à ce qu'il offre de fait comme sujet, et peut concrétiser.

Le contexte présent dans ce verbe s'établit pour ces électeurs qui défendent la compétence du candidat choisi, lui vouant une crédibilité pour gouverner le pays avec probité, selon l'attente placée dans ce candidat.

Même si le candidat n'accomplit pas ce qui fut promis durant la campagne électorale, ou le fait de façon minime, il y a l'électeur qui le regarde, le voyant comme celui qui le représente. Non seulement il croit les promesses qui ont été faites, mais il le défend, allant même jusqu'à l'idolâtrer. Dans ce cas nous aurions l'intensification de l'admiration, étant donné qu'idolâtrer est posséder un amour excessif, une admiration exagérée sur quelque chose ou quelqu'un. Le schéma suivant représente cette interaction.

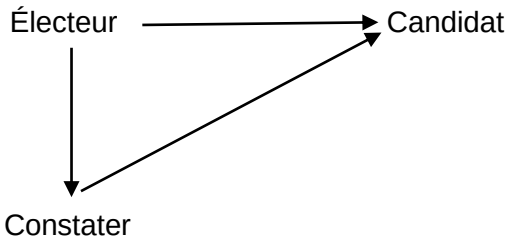


En nous reportant au verbe *constater*, selon le Houaiss, nous avons le sens (1), *vérifier ; (2) prendre connaissance ; percevoir* ; et le (3), *prouver ou témoigner de ; attester ; prouver.* Dans le contexte autour du processus électoral, l'électeur perçoit le candidat dans sa communauté, fait des réclamations, des demandes, alors que le candidat se montre ami, présent et préoccupé par les nécessités basiques de l'électeur, principalement quand celui-ci vit en banlieue.

[214] *Ibid.*,...

BY-NC-ND

Cependant, quand nous sortons de la sphère de la campagne électorale, du corps à corps entre électeur et candidat, et que nous nous référons au débat, l'environnement est déjà préparé, l'image du candidat a été travaillée pour montrer à l'électeur ce qu'il a besoin de voir. Mais il y a encore cette étape le jour du vote, et même si l'électeur a déjà choisi en qui voter, il lui adresse encore ce regard dans l'expectative qu'il soit réellement le meilleur, parmi tous ceux qui se présentent comme candidats, et ainsi présentera la meilleure performance selon ce que la conjoncture offre. Le schéma suivant représente cette interaction.



Nous référant au Le Petit Robert, le verbe *constater* nous présente, dans cette situation, le sens (2), *apercevoir, enregistrer, éprouver, noter, observer,* complétant ainsi cette lecture sur la relation entre électeur et candidat.

II.6.2.3.3. Électeur – Électeur

Des relations détaillées jusqu'à présent entre les sujets qui se trouvent dans ce contexte qui implique le regard dans le rituel, celle qui a lieu entre les électeurs offre une complexité pertinente étant donné que la nature de l'électorat brésilien qui, en plus d'être large, est aussi hétérogène[215].

Cette hétérogénéité se présente dans les différences économiques, culturelles, familiales etc., qui font parti des classes sociales. Même si actuellement l'accès à l'information et à la scolarisation est plus important qu'il y a vingt ans, il y a encore une quantité considérable de Brésiliens se trouvant hors de ce contexte de prise de conscience politique, ne parvenant pas à comprendre les mouvements politiques et leurs conséquences dans le quotidien du citoyen. Ceci arrive car il y a des éléments qui coexistent dans ce

[215] OLIVEIRA Carlos; TURGEON Mathieu, *Ideologia e comportamento político no eleitorado brasileiro*. In: « Opinião Pública », Campinas, vol. 21, nº 3, dezembro, 2015, p. 574. Disponible sur : http://www.scielo.br/pdf/op/v21n3/1807-0191-op-21-3-0574.pdf. Consulté le 16 février 2016.

BY-NC-ND

scénario, comme une base politique bien structurée et solide, une démocratie durable, des partis forts, au-delà d'électeurs politiquement sophistiqués[216].

Mais selon les études sur le comportement politique de l'électeur brésilien, faites principalement dans les années 1990, il apparaît que posséder une profonde connaissance politique n'est pas très important pour que l'individu prenne ses décisions politiques. Dans ce cas, l'électeur fait ses choix selon l'opinion d'amis, institutions, groupes qu'il admire ou pas[217].

Gardons à l'esprit que dans un rituel, ce qui est en évidence est l'individu qui se trouve au centre du rite, dans ce cas le candidat, car c'est lui qui réalisera le passage. Ainsi, le débat est concrétisé pour que le candidat puisse, en plus de voir, être vu.

Dans ce cas, la participation du public est importante, car elle déterminera, officiellement, de quelle forme le regard sera lancé sur le sujet en évidence, c'est-à-dire le candidat. Le public/électeur est celui qui donnera le vote pour que le candidat puisse vaincre les élections, concrétisant ainsi le processus de transition.

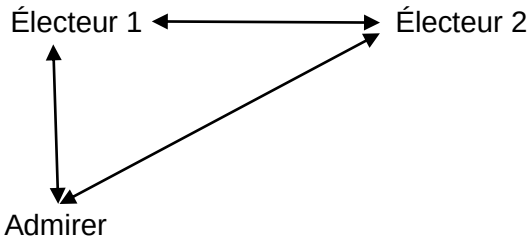
Pendant la campagne électorale, toutefois, l'électeur entre en contact non seulement avec le candidat, mais aussi avec l'autre électeur. Non seulement le candidat agira en faisant des interventions pour attirer l'attention de l'électorat, gagnant sa confiance puis son vote, mais l'électeur a aussi ce rôle de formeur d'opinion, objectivant aussi pour collecter des votes pour le candidat de sa préférence.

A partir de ce comportement de l'électeur, nous pouvons, alors, parler du verbe *admirer*, selon la perspective de ce sujet. Ainsi, un électeur regardera l'autre avec l'objectif de le convaincre à voter pour son candidat, alors il éveillera chez l'autre le *contempler (quelque chose ou quelqu'un) avec grand plaisir, intérêt* etc., définition (1) ; *(s') avoir en haute estime, considérer (quelqu'un, quelque chose ou soi-même) avec respect,* définition (2), selon le Houaiss, concrétisant ainsi l'objectif recherché.

Selon Le Petit Robert, nous avons la définition (2) *s'enthousiasmer, s'extasier*, étant donné que le profil du sujet qui s'implique en politique est celui de l'enthousiasme. Nous avons représenté cette interaction dans le schéma.

[216] *Ibid.*, p. 575.
[217] *Ibid.*, p. 577.

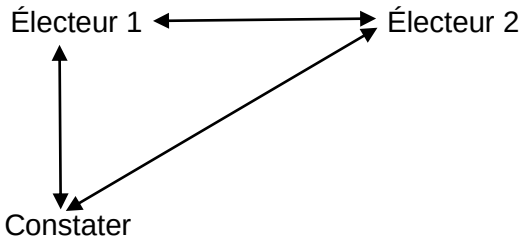
BY-NC-ND



Sur le comportement de l'électeur, selon la perspective de Manin,

> *Durant les dernières décennies, les études électorales ont accentué l'importance de l'instabilité électorale. A augmenté le nombre d'électeurs fluctuants qui ne définissement pas leur vote à partir d'une identification partidaire stable. Une partie croissante de l'électorat tend à voter en accord avec les problèmes et les questions mises en jeu à chaque élection. En réalité, il y a eu toujours un électorat instable, mais par le passé il se composait d'électeurs peu informés, peu intéressés par la politique et avec un faible niveau de scolarité. La nouveauté introduite par l'électorat fluctuant d'aujourd'hui, est qu'il est bien informé, intéressé par la politique et raisonnablement instruit.*[218]

A partir de ces considérations, nous revenons alors au verbe *constater*. Du contexte de l'électeur qui fluctue entre un candidat/parti et un autre, à l'électeur qui a déjà une opinion formée et prétend en former d'autres, nous partons de l'hypothèse qu'il a les sens (1), *découvrir la vérité de, vérifier* ; le (2), *prendre connaissance, percevoir* ; et le (3), *prouver ou témoigner de ; attester, prouver ; démonter*. Cette interaction est représentée dans le schéma suivant.



Nous comprenons alors que l' « électeur 1 » vérifie l'état du choix d'un candidat par l' « électeur 2 ». Prenant connaissance de la situation, l' « électeur 1 » perçoit ce qui se

[218] MANIN Bernard, *As metamorfoses do governo representativo*. In: « Revista Brasileira de Ciências Sociais », N. 29, Ano 10, 1995. Disponible sur : http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_29/rbcs29_01.htm. Consulté le 22 mars 2017.

BY-NC-ND

passe, atteste la vérité, pour alors prouver et démontrer que l' « électeur 2 » doit voter pour le politicien que ce premier soutient.

II.7. Le débat en direct en tant que genre

Considérant les mots « admirer » et/ou « constater », le débat est, en tant que rite, un instrument de domination, car les sujets qui s´impliquent dans cette situation ritualisée maintiennent ce rapport de pouvoir sur l'autre, à savoir, de faire qu´un sujet soit, à ce moment, devant une télévision ou un ordinateur, pour accompagner des affirmations, des insertions, des constatations, des accusations. C'est-à-dire lorsque nous nous référons à la sphère du « candidat/électeur ».

Toutefois, quand nous nous arrêtons à la sphère des sujets « chaîne/électeur », par exemple, cette conception change, le pouvoir de persuasion étant dirigé vers la recherche d'audience, vers l'engagement de la chaîne à participer à un moment solennel et important pour le pays.

Dans une autre sphère qui est celle de la « chaîne/candidat », nous avons un échange qui concerne le pouvoir de la chaîne d'avoir dans son espace ce qui pourrait être le président de la République, une position qui représente le pouvoir. Tout comme pour le candidat, dans le cas où il gagne, son accès aux médias devient plus réalisable. Nous avons donc des sujets qui agissent pour être vus, qui sont imprégnés du dire, pour avoir de la crédibilité devant l'autre.

II.7.1. Le format du débat

Le débat en direct se caractérise comme un événement qui va au-delà de facteurs purement techniques. Selon Jérôme Boudon,

> *le direct est un ensemble de configurations de sons et d'images, associé à un certain type de relations sociales : entre l'institution télévisuelle et les spectateurs, entre les spectateurs eux-mêmes.*[219]

[219] BOURDON Jérôme. *Le direct : une politique de la voix ou la télévision comme promesse inaccomplie*. In: « Réseaux », volume 15, n°81, 1997. « Le genre télévisuel ». pp. 61-78; doi : 10.3406/reso.1997.2886, p.63. Disponible sur : http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1997_num_15_81_2886. Consulté le 23 avril 2017.

BY-NC-ND

De cette manière, dans l'analyse d'un débat en direct doivent être considérés, entre autres, la durée de l'événement, la mise en scène de l'espace, l'acte communicatif des personnages impliqués dans la scène, la dynamique qui implique l'interaction des participants au débat, les techniques de tournage, ainsi que les mouvements que les caméras font dans le studio.

Dans ce contexte, on met en évidence la synchronie avec laquelle ces éléments seront organisés, en pensant aussi à l'audience du débat, facteur important et même déterminant dans la décision de la chaîne à transmettre un débat politique électoral.

II.7.1.1. Le temps

Au Brésil, le débat présidentiel en direct a une durée maximale de deux heures, et il a lieu tous les quatre ans, seulement pendant la péride électorale. La durée, ainsi que les règles générales, sont déterminées à l'avance par le Tribunal Suprême Électoral (TSE) en accord avec la Résolution Nº 23.404, chapitre VI, section I[220].

À partir des règles déterminées par le TSE, les chaînes, conjointement avec les services de presse des candidats qui acceptent l'invitation pour participer au débat, ont autonomie pour déterminer les accords et règles spécifiques de fonctionnement de l'événement.

Mais quand l'abordage fait spécifiquement référence au temps, il existe une temporalité asynchronique entre politique et télévision, car, alors que le temps politique exige un dévouement beaucoup plus grand en ce qui concerne l'effort cognitif et de maturité du candidat, le temps médiatique est instantané et rationnel, en d'autres termes, ce dernier est dérisoire face aux nécessités imposées dans une campagne[221].

Cependant, la question à considérer est que ce contexte qui concerne l'évolution technologique couplée à la conception temporelle altère l' « agir politique », autrement dit,

[220] *Resolução Nº 23.404*. Disponible sur : http://www.tse.jus.br/eleitor-e-eleicoes/eleicoes/eleicoes-anteriores/eleicoes-2014/normas-e-decisoes/normas-e-documentacoes/resolucao-no-23.404. Consulté le 26 avril 2017.

[221] LEITE Janaina Frechiani Lara, *Os presidenciáveis no ringue eletrônico : apontamentos sobre a história dos debates presidenciais televisivos*, 2003, p. 07. Disponible sur : http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP10_leite.pdf. Consulté le ...

BY-NC-ND

les candidats et leurs partis ont dû adapter leurs campagnes et discours politiques au temps des médias, plus particulièrement à celui de la télévision.

En conséquence, les candidats qui ne possèdent pas d'habilité communicative et performative pendant le processus de mise en scène dramatique imposé par le genre du « débat télévisé » sont, de cette forme, pénalisés, car le contexte exige des participants une représentation dans laquelle il existe une connexion entre l'expression orale et corporelle, de forme naturelle et spontanée.

II.7.1.2. L'espace

Le studio est le lieu, l'espace de mise en scène où les invités-acteurs, autrement dit les candidats, jouent leur rôle dans une représentation finale, car au Brésil les débats sont normalement organisés le dernier mois ou les dernières semaines avant le vote, tant au premier qu'au second tour.

Nous verrons que dans les premiers débats présidentiels transmis en direct, dans les élections après la dictature militaire, les studios ont été organisés pour présenter une certaine neutralité. Ce qui importait réellement, c'était les questions faites tant par les journalistes que par les candidats, la discussion des thèmes, ainsi que les discours, le jeu argumentatif de chacun.

Cependant, à partir des élections de 2002, la scénographie de l'espace finit par avoir une importance plus grande dans les débats organisés par les chaînes de la télévision brésilienne. Sa valorisation l'intégra à la composition de la narrative électorale. Sous l'intégration spatiale dans la production de sens, Nel défend que

> *l'espace scénique du débat télévisé est le système de base sur lequel vont venir se greffer les autres systèmes signifiants : discours, gestes, éclairages, musiques, etc.*[222]

Mais cette intégration est seulement possible car il existe un espace physique, topographique, défini par la relation entre les éléments de masse – qui composent la

[222] NEL Noël, *Le débat télévisé, op. cit.,* p. 97.

BY-NC-ND

géométrie même d'un corps en trois dimensions, séparée, selon Nel, par son événement –, et les éléments de l'espace[223].

Ce qui détermine l'espace, c'est alors sa forme topologique et géométrique, ainsi que les éléments qui composent sa superficie, comme les murs, le sol, le toit etc. et ses fonctionnalités en consonnance avec la lumière, la musique, les caméras, et toute la partie technique et du personnel qui travaille pour que cet espace se transforme en événement.

Ainsi, le studio, en tant qu'espace physique, a une importance significative, autant que les propres personnages. Sa topologie influencera la dynamique du débat à proprement parler, mettant les individus en état d'euphorie ou de dysphorie directe avec l'espace du studio, « et indirecte ou médiatisée avec l'espace social qui se trouve au-delà de la caméra »[224].

La logistique du programme est alors développée en vue de l'organisation de l'espace disponible. Ainsi, l'ensemble structuré qui compose un studio peut être organisé de différentes formes. Il peut, par exemple, donner de l'autonomie pour que le candidat se déplace pendant qu'il parle, ou qu'il reste statique, debout ou assis, avec une table ou un pupitre utilisés comme objets qui limitent le contact visuel avec les participants.

Dans ce processus d'organisation de l'espace, Nel[225] le divisera en deux types, celui des actants débatteurs et celui des actants spectateurs. Dans le premier cas, l'espace est relativement statique, et quelques débats sont divisés en différents lieux maintenant ainsi une distance, une limite, entre les débatteurs, entre ces derniers et les spectateurs, et aussi entre les débatteurs, les spectateurs et le médiateur.

Dans le deuxième cas de figure, les spectateurs sont parfois montrés ou occultés partiellement. La présence de ce public dans l'auditoire est importante tant pour les débatteurs que pour les téléspectateurs. Ces derniers s'identifient aux spectateurs, se voyant comme propres spectateurs du débat. L'espace est, de ce point de vue, un lieu de rencontre et d'intégration de valeurs où, en même temps qu'il produit du savoir, il manifeste le pouvoir dans l'objectif de persuader.

---

[223] *Ibid.*, p. 98.
[224] *Ibid.*, p. 101.
[225] *Ibid.*, p. 101.

BY-NC-ND

II.7.1.3. Les personnages

Le débat étant une stratégie argumentative, pour avoir du sens il faut que soient présentes des personnes qui possèdent des intérêts différents, car cultivant aussi des valeurs différentes. Dans ce cas, nous voyons que le débat télévisé politique est lié aux intérêts de deux groupes spécifiques.

D'un côté il y a l'intérêt des partis, qui va de pair avec celui des chaînes de transmission. La visibilité que cet événement proportionne, tant aux uns qu'aux autres, compense l'investissement financier que les deux font[226].

D'un autre côté il y a les électeurs (spectateurs, présents au débat, et téléspectateurs, non présents au débat). Il y a ceux qui ont une opinion formée et voient dans le débat un moment civique qui peut définir sous quelle perspective le pays sera gouverné, il y a ceux qui le considèrent comme un show grotesque, mais qui ont conscience de sa dimension politique, et d'autres qui ne s'intéressent pas dans l'absolu à ce sujet.

En plus de ceux-là, il y a encore les électeurs qui n'ont pas les conditions de comprendre la dimension d'un moment politique et ses aspects. Autant ceux-ci que ceux qui ignorent les sujets concernant la politique sont des groupes d'électeurs qui ne veulent pas ou n'ont pas les conditions d'accompagner ce processus politique, pour cela ils éteignent la télévision non seulement les jours de débat, mais aussi pendant les horaires de la propagande électorale.

Dans ce contexte, utiliser la TV pour communiquer avec le public-électeur requiert de nombreuses habilités quand on orchestre un débat. Principalement quand nous pensons que ce type de communication est centré dans la relation entre candidats-énonciateurs, qui se croient aptes à gouverner le pays, et électeurs-énonciataires, qui comprennent un public hétérogène et non sélectionné.

En outre, ce public est exposé à une grande quantité d'information[227] fragmentée, superficielle et souvent mensongère, mais qui amène aussi les partis et candidats à mettre à

[226] WEBER Maria Helena ; ABREU Carmen Regina, *Debate político-eleitoral na televisão : jogo de cena e dispositivo estratégico*. In : MIGUEL Luis Filipe ; BIROLI Flávia (Org.), « Mídia, representação e democracia ». São Paulo : Hucitec, 2010, p. 171.

BY-NC-ND

l'ordre du jour des sujets importants pour la communauté, même s'il sont débattus superficiellement.

Dans la relation énonciative, seul l'énonciateur-candidat parle. Il simule un dialogue avec l'énonciataire-électeur, qui ne fait que l'écouter. Si ce dernier est absent de l'espace du débat, ou même présent, dans le public – qui parfois a l'opportunité de réagir, positivement ou négativement, avec des applaudissements, sifflements, cris ou expressions de soutien ou réprobation à celui qui parle –, il ne lui est pas donné le droit de rétorquer à ce qui a été dit, car les règles sont faites visant l'interaction directe, cependant limitée, entre les candidats et non entre ceux-ci et les électeurs.

Cette question nous ramène au jeu des images, ou à la logique de l'apparence, comme l'appellent Weber e Abreu[228]. Selon ces écrivaines, le débat télévisé, en même temps qu'il expose l'image des débatteurs, est aussi une situation qui crée les conditions pour pratiquer le discours politique.

Le fait est qu'il devient un moment où les candidats sont exposés, car en direct. Même s'ils suivent un script composé de règles et déterminations de la chaîne émettrice, ils ne disposent pas du même environnement que celui créé par la propagande, dans lequel chaque candidat choisit ce qu'il dont il veut parler et de quelle forme il le fera.

II.7.1.3.1. Les corps

Considérant les personnages qui composent un débat, nous avons des corps placés dans un espace comme éléments fondamentaux pour la réalisation d'un rite, car,

> *les corps se trouvent insérés dans des contextes symboliques fortes, qui vont dramatiser, scènariser et mettre en scène gestes, paroles et objets, jusqu'à leur octroyer un autre statut, pour les rendre performatifs.*[229]

---

[227] AVELAR Lúcia, *As eleições na era da televisão*. In : « Revista de Administração de Empresas ». São Paulo, Set/Out., 1992, p. 44. Disponible sur : http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/38459/37199. Consulté le 14 juin 2017.
[228] WEBER Maria Helena ; ABREU Carmen Regina, *Debate político-eleitoral na televisão : jogo de cena e dispositivo estratégico*. In : MIGUEL Luis Filipe ; BIROLI Flávia (Org.), « Mídia, representação e democracia ». São Paulo : Hucitec, 2010, p. 165.
[229] LARDELLIER Pascal, *Théorie du lien rituel. Anthropologie et communication, op. cit.,* p. 93.

BY-NC-ND

Ces corps sont organisés de manière stratégique dans l'espace où se déroule le débat télévisé. Dans cette perspective, même le sujet qui se trouve dans un autre espace que le studio où se déroule le débat, est considéré.

II.7.1.4. La caméra

L'image représente un facteur important pour l'être humain. Celles qu'il a laissées au cours de l'histoire, indépendamment de la technologie ou de la technique utilisée, marquent précisément chaque époque, chaque période, telle que la manière de vivre des communautés.

Donc, quand nous nous référons au passé, pour récupérer certains sens relatifs à ce thème, nous nous reportons, d'abord, à Platon et sa perspective du simulacre. L'image à ce moment-là signifie *l'irréel du non-être*, donc, la question centrale est la relation entre l'être et le paraître.

Dans ce sens, le réel n'existe pas dans la perception du poète ou du peintre, par exemple, parce qu'ils imitent les images, donc « L'imitateur n'entend rien à la réalité, il ne connaît que l'apparence »[230]. La relation entre le réel et l'imitation est posée en réflexion lorsque le fonctionnement de l'objet imité par l'imitateur transcende son utilisation. Selon Platon,

> *Tenons donc pour assuré que tous les poètes, à commencer par Homère, soit que leurs fictions aient pour objet la vertu ou toute autre chose, ne sont que des imitateurs d'images et qu'ils n'atteignent pas la vérité, et c'est ainsi qu'un peintre comme nous le disions tout à l'heure, fera sans rien entendre lui-même à la cordonnerie, un cordonnier qui paraîtra véritable à ceux qui n'y entendent pas plus que lui, et qui en jugent d'après les couleurs et les attitudes.*[231]

Contextualisant cette théorie platonique selon la conception de l'homme des XX^{e} et XXI^{e} siècles, nous verrons qu'il y a plusieurs facteurs qui contribuent pour que, dans le processus de construction de l'image, cet homme crée, par des moyens de communication, plus précisément la télévision et les réseaux sociaux, une image idéologique.

---

[230] Platon, *La République*. Baccou, Robert (Préface, traduction, notes). Paris : Garnier-Flammorion, impr, 1966, Vol. 1, 601 c.
[231] *Ibid.*, 600 e – 601 a.

BY-NC-ND

Quand nous nous référons au débat télévisé, par exemple, nous avons, en studio, la caméra. C'est elle qui captera et montrera au téléspectateur ce qui se passe dans cet espace, qui reçoit les images et les traite d'une manière différente du public. En ce sens, le « direct » devient une limitation. Il n'est pas possible de voir tout ce qui se passe dans le studio, en même temps.

On voit seulement ce que chaque caméra montre. Il y a, ainsi, des pertes pour ceux qui ne sont pas présents, au moment où on passe d'une caméra à l'autre, avec des coupes ou même une sélection d'images qui seront transmises. Ainsi, le téléspectateur voit seulement ce que l'autre – les organisateurs de l'événement, par exemple – veut qu'il voie.

Pour Nel[232], il existe trois questions importantes à propos de l'utilisation de la caméra dans un studio : le dispositif de réalisation, le cadrage et la coupe. Le dispositif de réalisation se réfère aux négociations entre les propriétaires des chaînes de télévision et les débatteurs, à la structure de l'espace où aura lieu l'événement, la durée, la partie technique se référant au son, à la quantité de caméras et leurs positions.

Le cadrage fait référence à la capture de la même image, ce qui détermine la manière dont le spectateur verra les scènes reçues sur l'écran de télévision, ou de cinéma. Il est composé du plan de représentation, qui détermine la distance entre la caméra et ce qui sera filmé, de la hauteur de l'angle et de l'angle qui sera filmé. La coupe est l'objectif principal du montage de films, par exemple.

Mais comme il est filmé en direct et en continuité, le débat télévisé ne possède pas le recours au montage. En ce sens la coupe franche est l'unité de base utilisée dans les tournages continus, même si ce n'est pas possible dans quelques types de débats.

> Il y a plusieurs catégories de plans de coupe, ce qui importe cependant c'est que *le plan de coupe donne à voir un comportement mimogestuel qui a le statut d'indice et qui comporte une dose relative d'ambiguïté.*[233]

[232] NEL Noël, *Le débat télévisé, op. cit.*, p. 104.
[233] *Ibid.,* p. 115.

BY-NC-ND

Chapitre III. La description du débats présidentiels en direct au Brésil

« La figurativité n'est pas une simple ornementation des choses... ».
Algirdas-Julien Greimas

Partie I – Le débat présidentiel en direct de 1989 à 1998

III.1. Le débat présidentiel Brésilien

Selon le *Museum of the Moving Image*[234], le premier enregistrement de la campagne électorale a été diffusé en 1952 aux États-Unis. Cependant, les débats ont commencé à être diffusés seulement huit ans plus tard dans ce pays avec la dispute présidentielle entre le sénateur John Fitzgerald Kennedy et le président Richard Nixon[235].

Mais le modèle de débat télévisé contemporain a été proposé en France en 1974 lors de la confrontation entre Valéry Giscard d'Estaing et François Mitterrand avant le second tour. D'une durée de 1h30, il a été médiatisé par deux journalistes, le décor étant composé de deux gros chronomètres, pour marquer le temps de réponse des candidats. Le but de ce format était de « donner de la crédibilité à un nouveau modèle d'argumentation politique »[236].

Au Brésil, la première proposition pour un débat télévisé présidentiel a été faite par la *TV Tupi*, à São Paulo en 1960. Ce débat a fait partie d'un programme appelé *Pinga-Fogo*[237], en d'autres termes, ce n'était pas un événement idéalisé spécifiquement pour que les candidats puissent débattre leurs propositions, selon le modèle que nous l'entendons aujourd'hui.

Mais l'événement n'a pas eu lieu, parce que parmi les trois invités, Adhemar de Barros, Teixeira Lott et Jânio Quadros, ce dernier a refusé l'invitation. Il a en effet préféré

[234] *Museum of the Moving Image*. Disponible sur : www.ammi.org. Consulté le 4 février 2015.
[235] LEITE Janaina Frechiani Lara, *Os presidenciáveis no ringue eletrônico : apontamentos sobre a história dos debates presidenciais televisivos*, 2003. Disponible sur : http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP10_leite.pdf. Consulté le 15 mars 2015.
[236] *Ibid.*, p. 10.
[237] *Pinga-Fogo* était un programme d'entretiens présenté le mardi soir. Les intervenants provenaient de différents domaines, principalement des politiciens. Il a été inauguré en 1955 et dura jusqu'aux années 1980, quand une crise financière conduit à la fermeture de la chaîne.

BY-NC-ND

participer à un rassemblement politique dans la ville de Recife[238], dans l'État de Pernambuco, région du nord-est du Brésil.

Malgré sa victoire, le candidat Jânio Quadros renonça au poste de Président le 25 août 1961. Son adjoint, João Goulart, a donc assumé la présidence, mais il a été démis par l'armée en 1964. Ce coup d'État a retardé la réalisation du débats télévisés pendant plus d'une décennie. Ce n'est qu'après l'affaiblissement du gouvernement militaire au début des années 1980 et avec l'abrogation de la loi *Falcão*[239], qu'il a été possible d'organiser des débats politiques à la radio et la télévision.

Cependant, il y eu quand même, en 1974, un débat télévisé pour le sénateur de l'État de Rio Grande do Sul, dans la région sud du Brésil, entre Nestor Jost (Arena)[240] et Paulo Brossard (MDB)[241]. Après cela, deux autres débats ont été organisés au premier et deuxième tours des élections pour le gouverneur de l'État de São Paulo en 1982[242]. Aucun de ces trois, par conséquent, n'était en direct. Ce qui est considéré dans le contexte de ces élections de 1982, c'est l'impact de la télévision sur l'opinion publique. Selon Thiollent,

> *la télévision a été un moyen de grand impact sur l'opinion publique dans l'organisation du débats politiques entre les principaux candidats au poste de*

[238] LEITE Janaina Frechiani Lara, *Os presidenciáveis no ringue eletrônico : apontamentos sobre a história dos debates presidenciais televisivos*, 2003. Disponible sur.... http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP10_leite.pdf. Consulté le 15 mars 2015.

[239] La Loi Falcão (Lei 6.339/1976) déterminait que la publicité à la radio et à la télévision pour les élections municipales de 1976 ne devrait consister qu'en un récit du nom, du parti, du numéro et du curriculum de chaque candidat. Dans les publicités télévisées, il y avait encore une photo de lui. Tout au plus, il était permis de divulguer les dates et les lieux des rassemblements. Le fondateur de la norme a été le ministre de la Justice de l'époque, Armando Falcão, tellement identifié avec la loi qu'il a fini par la baptiser dans les annales de l'histoire. Disponible sur : http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/09/30/ha-40-anos-lei-falcao-reduziacampanha-eleitoral-na-tv-a-lista-de-chamada. Consulté le 20 mai 2015.

[240] ARENA (Aliança Renovadora Nacional) – Alliance Renovatrice Nationale, parti qui a soutenu l'armée.

[241] MDB (Movimento Democrático Brasileiro) – Mouvement Démocratique Brésilien, parti qui s'est opposé à l'armée. Avec l'ouverture politique à la fin des années 1970 et au début des années 1980, le MDB a été rebaptisé Parti du Mouvement Démocratique Brésilien (PMDB). En 1988, après la Constitution, le parti était divisé en PMDB et PSDB (Parti de la Sociale Démocratie Brésilienne).

[242] MACHADO Maria Berenice da Costa, *Debates nas campanhas presidenciais : Brasil 1989-2010*. Disponible sur : < file:///C:/Users/Samsung/Downloads/Debates%20nas%20campanhas%20presidenciais%20Brasil%201989-2010%20(6).pdf >,. Consulté le 20 mai 2015. Traduction libre.

BY-NC-ND

gouverneur. De nombreux observateurs estiment que de tels débats ont été décisifs pour la victoire de Leonel Brizola dans l'État de Rio de Janeiro.[243]

Lors des élections indirectes du Président de la République en 1984, un mouvement des conseillers de Paulo Maluf (PDS)[244], parti représentant de l'armée, a essayé de provoquer un débat public avec son adversaire, Tancredo Neves (MDB).

En guise de réponse initiale, Tancredo a indiqué qu'il pouvait s'entendre sur la possibilité d'organiser un débat télévisé plus tard, en comprenant les règles de l'organisation.[245]

La proposition du débat serait utilisée, dans la conception du candidat défié, Tancredo et son parti, comme une tactique de Maluf pour le mettre sur la défensive, ternissant ainsi son image[246]. Mais le débat n'a pas eu lieu. Ainsi, le premier débat télévisé entre les candidats à la présidence ne devait se dérouler qu'aux élections présidentielles de 1989.

Actuellement au Brésil, il existe une façon standardisée pour introduire un débat télévisé sur les chaînes. Dans les premières secondes après le début du générique, la caméra donne un aperçu du studio où se déroulera l'événement. L'animateur présente les candidats et leurs respectifs partis. Ensuite, il explique le format du débat, c'est-à-dire le nombre de parties et les règles de chacune. Dans certains débats cependant, un moment est réservé avant la première partie, pour que chaque candidat ait le temps de parler de sa proposition de gouvernement.

De même, pour clôturer le programme, dans la quatrième ou la cinquième partie du débat, chacun a le temps d'exposer ses dernières considérations quant au gouvernement qu'il entend faire. Toutes les règles sont discutées entre la direction de la chaîne et les assesseurs des candidats.

Nous nous proposons dans cette partie de faire une présentation des débats de premier et deuxième tours des élections présidentielles brésiliennes, de 1989 à 2014. L'objectif est d'observer cette évolution, afin que nous puissions faire une comparaison avec

[243] THIOLLENT Michel, *Opinião pública e debates políticos. Subsídios metodológicos, op. cit.*, p.36. Traduction libre.
[244] PSD (Partido Social Democrático) – Parti Social Démocrate. Traduction libre.
[245] *Ibid.*, p. 36. Traduction libre.
[246] *Ibid.*, p. 36.

BY-NC-ND

les débats sélectionnés comme éléments d'analyse de ce travail, observant, ainsi, les ressources utilisées dans le processus de manipulation de ce genre, le débat présidentiel en direct, dans l'opinion publique.

Nous prendrons comme référence l'observation de la manière avec laquelle ces événements ont participé au développement de deux chaînes : *Bandeirantes* et *Globo*. La première a été choisie pour avoir été la première à organiser et diffuser un débat en direct parmi les candidats à la présidentielle aux élections de 1989. À partir de 2002, elle a commencé à diffuser les premiers débats du premier et du deuxième tour.

Quant à *Globo*, elle a commencé à diffuser les débats après un certain période. Elle a refusé de tenir des débats en direct à partir de 1989 – à l'exception des deux débats du deuxième tour organisés par une coalition de quatre chaînes, *Bandeirantes*, *Manchete*, *SBT*[247] e *Globo* – jusqu'en 1994. Même avec la capacité technique dont elle déjà disposait, *Globo* a fait valoir qu'elle ne serait pas possible de proposer un débat présidentiel en direct en raison du grand nombre de candidats, car cela ne fournirait aucun service à la communauté en l'aidant à mieux connaître les candidats et leurs propositions gouvernementales. Cependant, de la même façon que *Bandeirantes*, à partir des élections de 2002, *Globo* a commencé à diffuser les derniers débats du premier et du second tour.

Dans ce processus historique qui guide l'évolution des débats, trois moments sont fondamentaux. Le premier a été les élections de 1989, année où le débat en direct commence à être considéré comme forme d'expression démocratique. Le deuxième est lié aux élections de 1998, année de rupture de ce processus : il n'y eu pas de débat télévisé entre les pré-candidats cette année-là. Et le dernier se réfère aux élections de 2002 pour marquer, au-delà du retour des débats télévisés, la professionnalisation et modernisation de ces événements.

III.1.1. La description du débats présidentiels en direct au Brésil

Dans un souci de méthodologie, nous allons dans ce troisième chapitre décrire les débats que nous utilisons comme corpus, en soulignant les caractéristiques et les actions pertinentes aux observations présentes dans chacun d'eux.

[247] SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) – Système Brésilien de télévision. Traduction libre.

BY-NC-ND

Après cette description, nous effectuerons alors les analyses en considérant la logistique compositionnelle du débat que nous avons divisé en : le récit de le générique, le mouvement de la caméra, la topologie du décor et les règles.

III.1.1.1. Les élections de 1989

Les attentes concernant les élections de 1989 sont liées à une situation qui implique la chute du Régime Militaire, par conséquent l'année de la première élection directe pour le Président et le moment où la Constitution de 1988 est née. Ces changements seraient le prélude au développement de la démocratie dans le pays.

Cette année-là, eu également lieu le premier débat télévisé direct parmi les candidats à la présidentielle. Sur les vingt-deux candidats qui se sont présentés au poste de Président de la République, dix ont participé à la plupart des débats promus lors du premier tour. Parmi les candidats, Fernando Collor de Mello (PRN)[248], le mieux placé dans les sondages, n'a participé à aucun, affirmant qu'il s'agissait d'une programmation sans importance[249].

Parmi les sept débats organisés au premier tour, cinq ont été diffusés par la chaîne *Bandeirantes*, intitulé « Rencontre des candidats à la Présidence », avec la médiation de la journaliste Marília Gabriela; un par SBT, intitulé « L'heure de décision », animé par le journaliste Boris Casoy; et un par *Manchete*[250], intitulé « Vote Brésil, 89 », animé par la journaliste Marilena Chiarelli[251].

Parmi les cinq débats organisés lors de ce premier tour par le *Bandeirantes*, nous avons choisi de ne faire partie du corpus que le premier.

---

[248] PRN (Partido da Reconstrução Nacional) – Parti de la Reconstruction Nationale, actuel *Partido Trabalhista Cristão (PTC),* Parti Travailliste Chrétien*.* Traduction libre.

[249] MACHADO Maria Berenice da Costa, *Debates nas campanhas presidenciais : Brasil 1989-2010*. Disponible sur: http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011 1/artigos/Debates%20nas%20campanhas%20presidenciais%20Brasil%201989-2010.pdf/view. Consulté le 25 mai 2015.

[250] *Rede Manchete* – Elle a été créé le 5 juin 1983 et a terminé sa trajectoire le 10 mai 1999. Disponible sur : http://tvhistoria.com.br/especiais/manchete/. (Consulté le ...)

[251] « Encontro dos candidatos à Presidência » - « Rencontre des candidats à la Présidence » ; « Hora da decisão » - « L'heure de décision » ; « Vota Brasil, 89 » - « Vote Brésil, 89 ». Traduction libre.

BY-NC-ND

III.1.1.1.1. *Bandeirantes* – premier tour 1989

Le premier débat a eu lieu le 17 juillet 1989, sur la chaîne *Bandeirantes*, à São Paulo, avec la participation de neuf candidats : Mário Covas (PSDB)[252], ingénieur de formation ; Leonel Brizola (PDT)[253], ingénieur de formation ; Paulo Maluf (PDS)[254], ingénieur de formation ; Affonso Camargo Neto (PTB)[255], également ingénieur de formation ; Aureliano Chaves (PFL)[256], ingénieur électronique ; Luiz Inácio Lula da Silva (PT)[257], tourneur mécanique de profession ; Ronaldo Caiado (PSD)[258], orthopédiste; Guilherme Afif Domingos (PL)[259], administrateur d'entreprise et Roberto Freire (PCB)[260], avocat.

Composée de huit parties, ce débat est animé par la journaliste Marília Gabriela.

III.1.1.1.1.1. Le générique

Il n'y a pas eu de construction de narrative pour introduire ce débat. La caméra entre dans le studio sur le fond sonore d'une musique instrumentale.

Cette musique fait partie d'un ensemble de musiques spécialement créées pour les génériques et les bandes-son d'émissions de télévision. « Élections – Band » a été sélectionné pour produire ce premier débat présidentiel promu par la chaîne de télévision *Bandeirantes.* De cette façon, elle est demeurée le thème musical d'ouverture des débats présidentels organisés par l'émission.

III.1.1.1.1.2. La caméra

Lors de l'ouverture du débat, la caméra entre directement dans le studio, par le haut et le côté gauche de la vidéo, en se positionnant presque devant la tribune (fig. 7), moment où le spectateur voit la scène et comprend sa disposition.

[252] PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira) – Parti de la Social Démocratie Brésilienne. Traduction libre.
[253] PDT (Partido Democrático Trabalhista) – Parti Démocratique Travailliste. Traduction libre.
[254] PDS (Partido Democrático Social) – Parti Démocratique Social. Traduction libre.
[255] PTB (Partido Trabalhista Brasileiro) – Parti Travailliste Brésilien. Traduction libre.
[256] PFL (Partido da Frente Liberal) – Parti du Front Libéral. Traduction libre.
[257] PT (Partido dos Trabalhadores) – Parti des Travailleurs. Traduction libre.
[258] PSD (Partido Social Democrático) – Parti Social Démocratique. Traduction libre.
[259] PL (Partido Liberal) – Parti Libéral. Traduction libre.
[260] PCB (Partido Comunista Brasileiro) – Parti Communiste Brésilien. Traduction libre.

BY-NC-ND

Dans ce moment elle montre rapidement chaque candidat et met fin à ce mouvement en se concentrant sur la présentatrice. Les caméras sont installées à des points stratégiques, sur la scène à la droite, à la gauche, et au milieu du public, un peu plus haut.

Les caméras qui sont sur scène peuvent circuler autour de la table centrale, à côté des journalistes invités à poser des questions aux candidats, et finalement, elles peuvent aussi s'approcher du public.

Figure 7 : Les deux tables en demi-cercle – *Bandeirantes* 1898
L'image capturée en 02'36''08''', en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=zlk8x9QguR8

La séquence des figures (8), (9), (10), e (11) montre le mouvement de la caméra qui commence du côté gauche de la vidéo, passe à l'arrière de la médiatrice pour finalement arriver aux candidats qui se trouvent du côté droit de la vidéo, avec un gros plan sur le candidat Leonel Brizola (PDT). La caméra positionnée plus au-dessus, au milieu du public, enregistre les images du plateau (fig. 7).

À la fin de chaque partie, la caméra opère un mouvement, comme si elle était en train de sortir du studio, puis elle effectue un gros plan sur la médiatrice et peu à peu s'éloigne, jusqu'à ce que l'image disparaisse complètement. Au début, à l'inverse, elle opère le même mouvement d'entrée dans le studio, depuis le haut du studio, côté gauche, en direction du centre de la table, et terminant la séquence sur la médiatrice.

BY-NC-ND

Figure 8 : Mouvement de la caméra à gauche de la médiatrice – *Bandeirantes* 1989
L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'52''52''', en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=zlk8x9QguR8

Figure 9 : Mouvement de la caméra derrière la médiatrice - *Bandeirantes* 1989

BY-NC-ND

L’image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01’52’’54’’’, en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=zlk8x9QguR8

Figure 10 : Mouvement de la caméra à droite de la médiatrice - *Bandeirantes* 1989

L’image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01’52’’57’’’, en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=zlk8x9QguR8

Figure 11 : Mouvement de la caméra à gauche des candidats - *Bandeirantes* 1989

BY-NC-ND

L’image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01’53’’03’’’, en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=zlk8x9QguR8

Figure 12 : L'image panoramique du studio - *Bandeirantes* 1989

L’ image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00’02’’, en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=KiITuTqRouY

III.1.1.1.1.3. Le décor

La table utilisée dans ce débat a la forme de deux demi-cercles qui se rejoignent à l’endroit où la présentatrice est assise. À l’intérieur des demi-cercles se trouve une autre table dont la forme rappelle le symbole de la chaîne *Bandeirantes*. Le banc et la table sont tous les deux de couleur blanche. Le fond du studio arbore un panneau sombre, où sont projetées deux bandes de lumière avec les couleurs qui représentent l’écharpe présidentielle brésilienne, à savoir le vert et le jaune (fig. 12).

La journaliste Marília Gabriela, animatrice de cet événement, est au centre de la table. Les neuf candidats sont disposés cinq d'un côté et quatre de l'autre, assis côte à côte. Les journalistes invités se trouvent à une table devant la table des débatteurs.

Les vêtements de la mediatrice sont noirs, elle porte un collier discret en argent et une montre. Les vêtements du candidats et du journalistes sont formels, clairs ou sombres.

BY-NC-ND

III.1.1.1.1.4. Les règles

Marília Gabriela commence alors son discours en expliquant le contexte politique du moment, puis explique que sur les onze candidats invités à participer à la discussion, neuf ont accepté l'invitation, les deux autres, Fernando Collor de Mello (PRN), économiste et Ulisses Guimarães (PMDB)[261], avocat, l'ont refusé. Au cours du débat, elle répète cette explication selon laquelle ces deux candidats ont été invités, mais ont décliné l'invitation.

Puis un narrateur, en voix off, raconte brièvement la biographie de chacun des candidats à la présidentielle, tandis que la caméra le guide. Après cette présentation, l'animatrice prend la parole et présente les trois journalistes qui poseront les questions, sont-ils: Fernando Mitri, surintendant du journalisme à *Bandeirantes* ; José Paulo Andrade, directeur de journalisme à *Rádio Bandeirantes* ; et José Augusto Ribeiro, analyste politique à *Rede Bandeirantes*. Ils sont assis à une table, aussi blanche, devant la table principal où sont la mediatrice et les candidats (fig. 9). Selon Marília Gabriela, sa présence permet de médiatiser l'événement, en mettant en pratique les règles établies entre les assesseurs des candidats et la direction de la chaîne.

Ce débat est composé de huit parties, ou comment disent les médiateurs « blocs »[262], et les règles sont expliquées au début de chacune. Au cours de la première, l'animatrice pose une question aux candidats pour qu'ils puissent répondre, par ordre de tirage au sort. Dans les deuxième et troisième parties, un candidat en choisit une autre pour poser une question. Cependant, aucun candidat ne peut être choisi plus d'une fois.

Dans la quatrième partie, les journalistes de la chaîne posent des questions aux candidats qu'ils choisissent, et doivent en plus choisir un autre candidat pour commenter la réponse. Les interviewés ne peuvent pas être choisis plus d'une fois, mais les commentateurs peuvent l'être. La présentation a suivi l'ordre alphabétique du prénom des journalistes. Chaque journaliste dispose de trente secondes pour poser une question, le candidat choisi pour répondre dispose de deux minutes, le candidat commentateur dispose d'une minute pour le commentaire et qui réponde dispose d'une minute pour la réplique.

[261] PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro) – Parti du Mouvement Démocratique Brésilien. Actuellement il s'appele *MDB* (Movimento Democrático Brasileiro) – Mouvement Démocratique Brésilien. Traduction libre.
[262] Lors de la description et de l'analyse de la discussion, nous utiliserons ces deux termes « partie » et « bloc » pour désigner à la division du débat.

BY-NC-ND

Les cinquième et sixième parties suivent les mêmes règles que la quatrième. Pour la septième, neuf des quinze journalistes des plus importantes entreprises de communication au Brésil invités à participer au débat, sont choisi au tirés au sort pour poser une question à un candidat, lequel est aussi tiré au sort pour répondre la question posée. Dans la huitième partie, les candidats font leurs dernières considérations.

Durant tout le débat, quiconque se sentirait offensé peut exiger un droit de réponse ; or, au fil du débat, cette règle se voit suspendue du fait que les candidats n'ont su y avoir recours de façon cohérence. À diverses reprises, la médiatrice demande aux candidats et au public de respecter les règles.

III.1.1.1.2. Coalition de chaînes (I) – deuxième tour 1989

Au second tour, le candidat Fernando Collor de Mello (PRN) accepte les invitations et participe aux débats, avec son adversaire Luiz Inácio Lula da Silva (PT). Avec un score serré, ils participent à deux débats télévisés en direct.

> *[...] promus par un ensemble formé des principales chaînes brésiliennes (Rede Bandeirantes, Rede Globo, TV Manchete et SBT). Le premier a eu lieu le trois décembre aux studios de la TV Manchete (RJ)*[263] *et le deuxième, le 14 décembre, à Rede Bandeirantes (SP)*[264] *».*[265]

Les deux débats sont diffusés de 21h30 à minuit. Le premier a lieu le 03 décembre 1989, dans le bâtiment de *Manchete*, à Rio de Janeiro. Marília Gabriela, la journaliste de *Bandeirantes*, commence le programme en expliquant que ces quatre chaînes sont unies autour d'un objectif commun, qui est d'informer l'électeur, et que c'est un débat éclairant, qui donnera aux candidats le temps d'exposer leurs programmes et leurs idées.

[263] RJ : Rio de Janeiro.
[264] SP : São Paulo.
[265] MACHADO Maria Berenice da Costa, *Debates nas campanhas presidenciais: Brasil 1989-2010*. Disponible sur : http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-20111/artigos/Debates%20nas%20campanhas%20presidenciais%20Brasil%201989-2010.pdf/view. Consulté le 20 mai 2015. Traduction libre.

BY-NC-ND

III.1.1.1.2.1. Le générique

Au cours du débat, une narrative a été élaborée au cours de laquelle apparaît une image des photographies des deux candidats, l'une à côté de l'autre, avec le titre de l'événement en-dessous les photos : « Débat des candidats » (fig. 13), mais il n'y a alors pas de musique qui accompagne l'image.

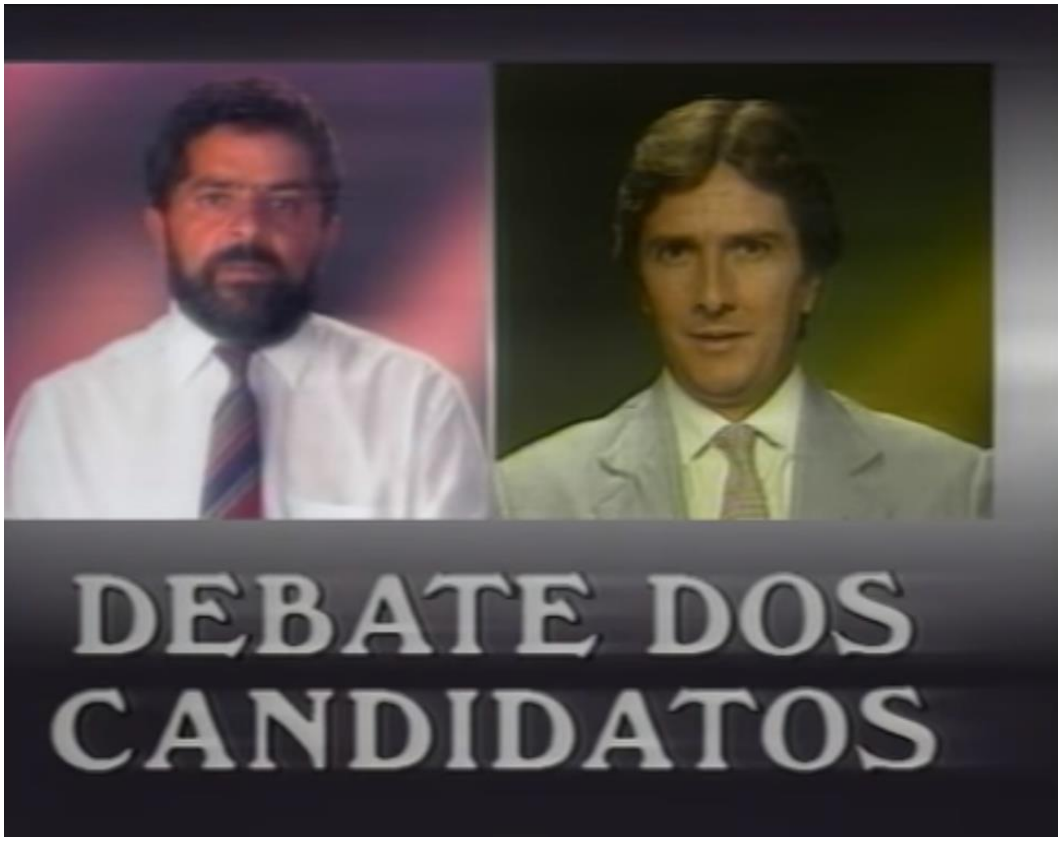


Figure 13 : Le générique : Lula x Collor – Segundo turno / *Bandeirantes* 1989
L' image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'49'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=iP-_kAaniKY

III.1.1.1.2.2. La caméra

La caméra démarre son mouvement en se focalisant sur la médiatrice, qui est au centre du studio. Au fur et à mesure qu'elle présente les journalistes chargés de poser les questions, la caméra se focalise sur ceux-ci, l'un après l'autre. Après avoir fait toutes les présentations, la présentatrice invite les deux candidats à prendre place à la tribune. En entrant sur scène, Lula et Collor se saluent (fig. 14), à partir de ce moment-là, la caméra s'éloigne et montre la disposition du studio au spectateur (fig. 15).

BY-NC-ND

Figure 14 : Lula et Collor se serrant la main au début du débat – Coalision (I)

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'32'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=iP-_kAaniKY

Figure 15 : Lula, Marília Gabriela et Collor - Coalition (I)

L'image capturée de la vidéo du débat présidentielen direct, en 01'26'', *en ligne,*

BY-NC-ND

https://www.youtube.com/watch?v=iP-_kAaniKY

Lorsque la journaliste Marília Gabriela convie les candidats à occuper leurs places derrière les pupitres, la caméra poursuit les gros plans sur eux, sans musique, comme au début du débat. Alors apparaît la figure (13), clôturant ainsi la première partie du débat. Ce mouvement se répète au début et à la fin de toutes les parties du débat.

Tout au long de l'événement, la caméra reste statique, ne montrant que les personnages sur la scène, pendant qu'ils parlent.

III.1.1.1.2.3. Le décor

L'animatrice est debout entre les deux candidats (fig. 14). Alors que Collor est à la droite de la vidéo, Lula est à la gauche. Le fond du décor est d'un bleu uniforme sur lequel se détachent trois tribunes. Dans un espace à part du studio, qui reste hors champ, se trouvent les quatre journalistes envités pour poser les questions. Les couleurs prédominantes des vêtements des participants – candidats, médiateurs et journalistes – sont le noir, le crème et les gris clair et foncé.

III.1.1.1.2.4. Les régles

Marília Gabriela ouvre le débat, en tant qu'animatrice de la première partie ; la deuxième est animée par le journaliste de *SBT*, Boris Casoy ; la troisième par le journaliste de *Globo*, Alexandre Garcia ; et la quatrième, par le journaliste de *TV Manchete*, Eliakim Araújo. Dans les troi premiers blocs, les questions sont posées par les journalistes : Luiz F. Emediato, de *SBT* ; Fernando Mitri, de *Bandeirantes* ; Joelmir Betting, de *Globo* ; et Carlos Chagas, de *TV Manchete* ; dans la quatrième le thèma est livre avec questions directes entre les candidats.

Chacun des journalistes a trente secondes pour poser une question, le candidat interrogé a deux minutes pour la répondre, l'autre candidat a le droite à faire un commentaire d'un minute sur la réponse, et enfin, le candidat interrogé a le droit à une réplique d'un minute.

Les quatre prèmieres parties débutent avec une question du médiateur, chaque candidat a deux minutes pour répondre la question. La première parti est le moment des presentations ; la deuxième, la troisième et la quatrième parties, les journalistes posent des

BY-NC-ND

questions aux duex candidats ; les blocs sont thématiques, et les thèmes discutés pendant les débats, sont précedémment choisis par les organisateurs de l'événement avec les conseillers des candidats, ainsi que la séquence des journalistes qui poseront des questions et la séquence des candidats qui répondront ; le cinquième, chaque candidat pose deux questions à son adversaire ; le thèma est libre.

Dans la dernière partie du débat, le candidat qui questionne dispose d'une minute pour formuler sa question, le candidat questionné dispose de trois minutes pour y répondre, et celui qui a posé la question a droit à un commentaire d'une minute et trente secondes. Suite aux questions, toujours dans cette dernière partie, les candidats disposent de trois minutes pour effectuer leurs considérations finales.

III.1.1.1.3. *Coalition de chaînes* (II) – deuxième tour 1989

Ce deuxième débat entre Lula et Collor a eu lieu le 14 décembre à *Bandeirantes*, à São Paulo. Boris Casoy, de SBT, est le médiateur qui ouvre le débat par un bref discours.

L'impact de ce deuxième débat est cependant plus lié à une controverse impliquant *Globo* qu'à l'événement lui-même. Cette chaîne a été accusée d'enchaîner dans son principal journal télévisé, le *Jornal Nacional*, des images de ce débat qui ont favorisé le candidat Collor, qui finit par remporter ces élections.

Dans les deux débats du deuxième tour, il y avait une participation différente de celle du premier tour concernant la performance des candidats. Alors qu'au premier tour les participants aux débats n'ont pas respecté les règles, interrompant le temps de parole de l'opposant, rendant les commentaires improductifs sur le moment, au second tour, les deux candidats démontrent plus de respect aux règles et politesse entre eux[266], sans les agrétions verbales explicites. Selon Machado, dans le premier débat du second tour, Lula, qui est connu pour son faible niveau d'instruction, a surpris son concurrent :

> *(Lula) a démontré un raisonnement rapide, en utilisant des phrases courtes et des expressions familières, il a su se débarrasser des pièges de Collor. Les sondages d'opinion l'ont désigné comme le gagnant. La performance de Lula a*

[266] MACHADO Maria Berenice da Costa, *Debates nas campanhas presidenciais: Brasil 1989-2010*, p.10. Disponible sur : http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-20111/artigos/Debates%20nas%20campanhas%20presidenciais%20Brasil%201989-2010.pdf/view. Consulté le 20 mai 2015.

BY-NC-ND

impressionné Collor, qui a divulgué, à travers ses conseils, que les prochains actes et débats de la campagne étaient destinés à présenter à l'électorat le radicalisme gauchiste de son adversaire.[267]

III.1.1.1.3.1. Le générique

Pour l'ouverture de ce débat, une narrative a été créée au cours de laquelle apparaît un cube avec trois images : celle des deux candidats et celle du symbole « versus », de couleur bleue. Au fur et à mesure que ce cube se déplace, les photos restent l'une à côté de l'autre avec le symbole « versus » entre elles (fig. 16).

Figure 16 : Le générique : Collor x Lula - Coalision (II)

L'image capturée de la vidéo du débat présidentielen en direct, en 00'03'', en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=MZ8B76JE-zI

[267] *Ibid*., p.10. Traduction libre.

BY-NC-ND

III.1.1.1.3.2. La caméra

Au début de chaque partie du débat, la caméra opère un mouvement de sortie depuis le fond du studio en direction de la scène. Cependant, l'image de la scène est juxtaposée à celle du studio, jusqu'à ce qu'elle se centralise sur l'image du présentateur. A la fin de chaque partie, la caméra effectue le mouvement opposé, s'éloignant peu à peu du centre du plateau comme si elle sortait du décor (fig. 17). Les parties démarrent et se terminent avec le même mouvement opéré par la caméra, à savoir celui de rapprochement et d'éloignement du plateau.

Cependant, pendant le débat, la caméra est statique, ne montrant que les personnages pendant qu'ils prononcent leurs discours, c'est-à-dire, posent les question, y répondent, font les commentaires ou expliquent certaines règles.

Figure 17 : L'image panoramique du studio - Coalision (II)

L'image capturée de la vidéo du débat présidentielen en direct, en 33'41'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=MZ8B76JE-zI

BY-NC-ND

III.1.1.1.3.3. Le décor

Le décor est composé de trois pupitres en bois et d'une toile de fond bleue. Luiz Inácio Lula da Silva se trouve à la droite de l'image, vêtu d'un costume sombre, tout comme le premier médiateur, tandis que Fernando Collor de Mello, à la gauche de l'image, porte un costume clair. Les trois autres médiateurs portent également des vêtements sombres (fig. 18).

Durant ce débat, les noms des candidats ne sont pas affichés sur les pupitres, seul l'est celui du médiateur. Mais sur les pupitres des candidats se trouvent divers documents. Lula utilise une serviette rouge (fig. 18).

Figure 18 : Collor, Boris Casoy et Lula - Coalision (II)

L'image capturée de la vidéo du débat présidentielen en direct, en 33'39'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=MZ8B76JE-zI

BY-NC-ND

III.1.1.1.3.4. Les règles

Lors du dernier débat du second tour, le journaliste de *SBT*, Boris Casoy, assure la médiation de la première partie, l'ouvrant avec une question pour les deux candidats. Puis les journalistes leur posent des questions, selon tirage précédent. L'ordre de questionnement des journalistes et de réponse des candidats a préalablement été établi par tirage au sort pour toutes les parties. Les journalistes ne peuvent pas commenter les réponses des candidats.

Chaque journaliste dispose d'une minute trente pour poser sa question, le candidat interrogé a deux minutes pour y répondre; le candidat adverse dispose d'une minute pour faire un commentaire, puis le candidat qui répond à la question a une minute supplémentaire pour faire un dernier commentaire.

Aprés, le journaliste Boris Casoy finalise le premier bloc et présente la journaliste Marília Gabriela, la responsable de la médiation du deuxième bloc. Elle démarre son discours en expliquant les règles, qui sont les mêmes que pendant la partie précédente, c'est-à-dire qu'elle pose une même question aux deux candidats, puis c'est au tour des journalistes de poser leurs questions. La durée des questions est limitée à une minute et demi, le temps de réponse est de deux minutes, le temps de commentaire du candidat adverse est d'une minute, tout comme celui de la réplique de celui qui a répondu.

Marília Gabriela conclut cette seconde partie par l'annonce du médiateur de la troisième partie, le journaliste Eliakim Araújo, de la chaîne de télévision *Manchete*. De la même manière, elle démarre la partie avec l'explication des règles, formule une même question aux candidats puis passe la parole aux journalistes qui posent leurs questions respectives, suivant la même logique que celle appliquée lors des parties précédentes.

Eliakim Araújo conclut la partie en introduisant le médiateur Alexandre Garcia, journaliste de la chaîne *Globo.* Dans cette partie, les candidats se posent directement des questions entre eux, sur des thèmes libres, toutefois avant cela, le médiateur pose une même question aux deux candidats. Chaque candidat dispose de deux minutes pour répondre à la question posée par le médiateur.

Concernant les questions directes entre candidats, la règle est la suivante : le candidat qui formule la question a une minute pour le faire, le candidat qui y répond dispose de trois minutes de temps de réponse, celui qui a posé la question a alors une minute et

BY-NC-ND

demi pour commenter la réponse et enfin, celui qui répond dispose d'une minute et demi pour répliquer. Chaque candidat a le droit de poser deux questions à l'opposant.

III.1.1.2. Les élections de 1994

Les élections de 1994 sont marquées par un scénario politique particulier après la destitution du président Fernando Collor de Mello, qui a remporté les élections de 1989. Il a été le premier président à être élu directement par le peuple après la dictature militaire, avec un discours de justice et de modernisation du pays. Mais pendant son mandat, il a non seulement été incapable de contrôler l'inflation, mais il a aussi confisqué les comptes d'épargne, gelé les salaires, et bloqué les comptes bancaires. Le mécontentement populaire qui a résulté de ces actions, ainsi que les allégations de corruption dans son administration, impliquant des ministres, des amis personnels et son épouse, Madame Rosane Collor, l'ont conduit à la destitution.

Son adjoint, Itamar Franco a ensuite pris la présidence et a gouverné de 1993 à 1994. Il a terminé son mandat avec une grande popularité en raison du *Plano Real*[268]. Face à cette situation, le Brésil a exprimé de nouvelles attentes lors des élections de 1994 en élisant un président qui puisse résoudre les problèmes en vigueur dans le pays. Parmi les facteurs qui ont marqué cette élection, celui qui a eu un impact sur les débats télévisés a été la Résolution n° 14.234 du 21 juin 1994, dans laquelle le Tribunal Suprême Électoral (TSE) a déterminé un ensemble de normes pour réglementer la couverture électorale à la radio et à la télévision, y compris l'obligation pour les chaînes d'assurer la présence de tous les candidats, leur absence étant seulement admise si le véhicule de communication s'avèrait avoir fait l'invitation avec 72 heures d'avance.

Parmi les principales chaînes de télévision de l'époque, *Globo* a choisi de ne pas promouvoir les débats entre les candidats à la présidentielle, en affirmant qu'avec huit candidats, ce serait non seulement impraticable, mais en plus cela n'aiderait en rien le

[268] Plano Real – Le *Plano Real* était un projet créé dans le but de contrôler et de réduire l'inflation. Il avait pour principe : l'utilisation du taux de change comme instrument de lutte contre l'inflation ; l'ouverture de l'économie aux importations, en réduisant drastiquement les barrières tarifaires et non tarifaires ; l'ouverture financière externe, y compris l'adoption de politiques visant à stimuler l'entrée de capitaux externes à court terme ; mesures visant à désindexer l'économie ; ajustement budgétaire et austérité monétaire ; vente d'entreprises publiques. BATISTA JR. Paulo Nogueira, *Plano Real*, 1996, p.130. Disponible sur : http://www.scielo.br/pdf/ea/v10n28/v10n28a07.pdf. Consulté le... Traduction libre.

BY-NC-ND

spectateur à découvrir des informations à leur sujet. Contrairement 1989, qui comptait vingt-deux candidats, en 1994, selon le TSE, il y en avait huit, moins de la moitié que pour les élections précédentes.

Cette année-là, le candidat Fernando Henrique Cardoso a remporté l'élection au premier tour, avec 54,27% des votes. Cette année fut également marquée par le début de l'affrontement entre PT et PSDB, les deux partis les plus influents de la scène politique brésilienne. C'est d'ailleurs depuis ces élections que ces deux partis se disputent la présidence du pays jusqu'aux élections de 2014, quand Dilma Rousseff a disputée les élections avec le candidat du PSDB, Aécio Neves, et a remportée. Mais elle n'a pas terminé son mandat, car elle a été destitué en 2015.

III.1.1.2.1. *Bandeirantes* – premier tour 1994

Sous le titre « Débat: Président », l'événement organisé par *Bandeirantes*, le 16 août, est animé par la journaliste Marília Gabriela, qui l'ouvre en affirmant que l'événement va entrer dans l'histoire de cette élection, pour avoir rassemblé tous les candidats à la présidentielle au Brésil pour la première fois.

III.1.1.2.1.1. Le générique

Dans ce débat, l'ouverture créée pour l'appel de démarrage du programme est composée de rectangles noir et blanc qui chevauchent un carré. Dans l'image, un grand "x" rouge apparaît au centre du carré et le thème « Débat–Président » sur le « x » (fig. 19). Comme à son habitude, *Bandeirantes* reprend le thème d'ouverture de ses débats.

BY-NC-ND

Figure 19 : Le générique : titre du débat - *Bandeirantes* 1994

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 11'56'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=7hSts8TK7Ls

III.1.1.2.1.2. La caméra

Dans ce débat, la caméra enregistre une image en face de la table où se trouvent les participants au débat (fig. 20). Peu de temps après la même caméra s'éloigne et montre une image panoramique du studio, en filmant non seulement cette table, sur le côté droit de la vidéo, mais aussi tout le public qui est dans l'studio (fig. 21). Ensuite, elle montre à nouveau la première image, c'est-à-dire, la table avec les participants et conclut cette introduction en se concentrant sur la médiatrice.

BY-NC-ND

Figure 20 : L'image panoramique du studio blanc - *Bandeirantes* 1994

L’image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00’00’’, *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=7hSts8TK7Ls

Figure 21 : Le public et les candidats - *Bandeirantes* 1994

BY-NC-ND

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'06'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=7hSts8TK7Ls

Marília Gabriela, la mediatrice, fait les salutations, le discours d'ouverture et ensuite présente les candidats à la présidence du Brésil suivant un ordre déterminé par tirage au sort effectué le même jour pendant le *Journal Bandeirantes*. À ce moment, alors qu'elle présente les candidats, la caméra montre chacun d'entre eux. Sont-ils : Fernando Henrique Cardoso, candidat de la coalition PSDB[269], PFL[270] et PTB[271] ; Espiridião Amim, candidat du PPR[272] ; Luiz Inácio Lula da Silva, candidat de la coalition PT[273], PSB[274], PCdoB[275], PPS[276], PSTU[277] et PV[278] ; le candidat Orestes Quércia, candidat de la coalition PMDB[279] et PSD[280] ; Leonel Brizola, candidat du PDT[281] ; Amiral Hernane Fortuna, candidat du PSC[282] et Enéas Carneiro, candidat du PRONA[283].

Par la suite, Marília Gabriela présente les journalistes de *Bandeirantes*, invitées à poser des questions aux candidats, sont-ils : Luiz Gutemberg, commentateur politique ; Luís Nassif, commentateur économique ; Francisco Pinheiro, rédacteur en chef de Jornal *Bandeirantes* ; Antônio Teles, directeur du journalisme à *Bandeirantes* ; e Fernando Mitri, commentateur politique. Au fur et à mesure que les journalistes sont présentés, la caméra montre un par un.

A la fin de chaque partie, la caméra montre l'image de la table avec les débatteurs, similaire à la première image (fig. 20), et montre ensuite l'image panoramique, similaire à la seconde image (fig. 21), pour terminer avec la figure (19). Au début de chaque partie, la

269 PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira) – Parti de la Social-démocratie Brésilienne. Traduction libre.
270 PFL (Partido da Frente Liberal) – Parti du Front Libéral. Traduction libre.
271 PTB (Partido Trabalhista Brasileiro) – Parti Travailliste Brésilien.
272 PPR (Partido Progressista Reformador) – Parti Progressive Réformateur. Traduction libre.
273 PT (Partido dos Trabalhadores) – Parti des Travailleurs. Traduction libre.
274 PSB (Partido Socialista Brasileiro) – Parti Socialiste Brésilien. Traduction libre.
275 PC do B (Partido Comunista do Brasil) – Parti Comuniste du Brésil. Traduction libre.
276 PPS (Partido Popular Socialista) – Parti Populaire Socialiste. Traduction libre.
277 PSTU (Partido Socialista dos Trabalhadores Unificados) – Parti Socialiste des Travailleurs Unifiés. Traduction libre.
278 PV (Partido Verde) – Parti Vert. Traduction libre.
279 PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro) – Parti du Mouvement Démocratique Brésilien. Traduction libre.
280 PSD (Partido Social Democrático) – Parti Social-démocrate. Traduction libre.
281 PDT (Partido Democrático Trabalhista) – Parti Démocratique Travailliste. Traduction libre.
282 PSC (Partido Social Cristão) – Parti Social Chrétien. Traduction libre.
283 PRONA (Partido de Reedificação da Ordem Nacional) – Parti de la Réédification de l'Ordre National. Traduction libre.

BY-NC-ND

caméra opère le mouvement inverse avec l'image représentée par la figure (21) puis en suivant l'image représentée par la figure (20), se fixant sur l'image de la médiatrice.

Pendant le débat, la caméra filme en gros plan celui qui a la parole, que ce soit le journaliste, le candidat ou bien la médiatrice. Cependant, avant d'effectuer le gros plan sur l'énonciateur du moment, elle recule, dévoilant l'image représentée par la figure (20).

III.1.1.2.1.3. Le décor

Dans le studio où se déroule ce débat, on voit que toute la scène est blanche, y compris les petites tables où la mediatrice, les candidats et les journaliestes se rencontrent (fig. 20) ; elles sont géometriques, juste en dessous de la base a deux bandes bleues que l'entourent. Au centre du studio se trouve une autre table, aussi blanche, dans le format de trois extrémités arquées ; dans le centre de cette table a um objet bleu qui ressemble des arcs qui composent l'extérieur du *Palais Alvorada*, l'une des résidences officielles du Président de la République du Brésil (fig. 20).

Les tables des candidats sont disposées en demi-cercle, côte à côte. La médiatrice se trouve au centre ; à gauche de la vidéo, nous voyons trois candidats, et à droite, nous en voyons quatre (fig. 20) ; sur les tables se trouvent un microphone, un verre d'eau ainsi que des documents appartenant aux candidats. Par ailleurs, les journalistes sont situés dans l'espace qui délimite la circulation du public, des photographes, etc, de celui des candidats, séparés par une cloison. Entre les cinq journalistes se trouve une caméra. Un verre d'eau et un microphone sont sur la table de chaque participant. Derrière la médiatrice est le panneau avec l'image de l'ouverture du programme (fig. 19).

La tenue de l'animatrice est blanche, tandis que les candidats et les journalistes portent des costumes sombres ou clairs.

III.1.1.2.1.4. Les règles

Le débat est composé de six parties dont la première permit à tous les candidats de répondre à la même question posée par l'animatrice, la réponse de chacun est d'une minute et demie.

Dans la deuxième partie, chacun des cinq journalistes pose une question à un candidat ; le journaliste a le droit de choisir à qu'il veut poser la question. Le candidat choisi

BY-NC-ND

pour répondre peut concéder un commentaire à un autre candidat, dans le cas où l'un d'entre eux demanderait à pouvoir commenter la réponse. La question du journaliste peut prendre jusqu'à trente secondes, la réponse, deux minutes et demie, le commentaire en réponse a une minute et la réplique, trente secondes. Celui qui a déjà répondu ne peut pas être choisir à nouveau pendant cette partie.

Selon les règles définies avec les conseillers des candidats, en cas d'infraction personnelle, le candidat qui s'estime offensé peut demander un droit de réponse.

Dans la troisième partie, un candidat pose une question à un autre. L'animatrice fait le tirage au sort pour quatre candidats qui choisit à qui poser la question. Un candidat ne peut pas être choisi plus de deux fois pour répondre pendant la partie. Le temps de poser la question est de trente secondes, celui de la réponse de deux minutes et demie. Il y a droit à une réplique d'une minute et à une duplique de trente secondes.

Dans la quatrième partie, la règle est la même que pour la première, c'est-à-dire qu'un journaliste choisit un candidat et pose une question, en trente seconds, le candidat a deux minutes et demi pour la réponse. Après la réponse, les autres candidats peuvent demander, à qui a répondu, à faire un commentaire sur le contenu de la réponse, en une minute. Qui a répondu a le droit d'une réplique de trente seconds.

Dans la cinquième partie, l'animatrice désigne les trois autres candidats qui n'avaient pas été tirés au sort dans la troisième partie, de sorte que cette partie reprend la même règle que la troisième. Dans la sixième et dernière partie, les candidats donnent leurs dernières considérations.

III.1.1.2.2. *Bandeirantes* – deuxième tour 1994

Il n'y a pas eu de débat au second tour des élections de 1994, le candidat Fernando Henrique Cardoso (PSDB) ayant remporté le premier tour des élections avec 54,27% des votes valides, contre 27,04% des votes valides pour son opposant, le candidat Luiz Inácio Lula da Silva (PT).

III.1.1.3. Les élections de 1998

Jusqu'aux élections de 1994, le Président du Brésil avait un mandat de cinq ans et ne pouvait pas se représenter aux élections. Cependant, en 1997, le Président Fernando

BY-NC-ND

Henrique Cardoso a obtenu du Congrès l'approbation de l'amendement constitutionnel n° 16, daté du 14 juin 1997, donnant aux maires, gouverneurs et Présidents actuels le droit de se représenter à nouveau. Les deux mandats, cependant, seraient de quatre ans chacun[284]. Avec cet amendement, le président Fernando Henrique Cardoso a pu se présenter et tenter de se faire réélire en 1998. Parmi les douze candidats à cette élection, les principaux étaient Fernando Henrique Cardoso (PSDB), Luíz Inácio Lula da Silva (PT) et Ciro Gomes (PPS). Fernando Henrique Cardoso a été réélu, comme lors des élections de 1994, au premier tour.

Cette année fut marquée par une absence de débat. Dans une conférence de presse donnée par les candidats Luiz Inácio Lula da Silva et Ciro Gomes, à São Paulo, Lula a déclaré:

> *Le débat est là pour permettre à la société de porter un jugement sur ce qu'elle écoute ou regarde. Cela n'a pas été autorisé. Le président de la République ne voulait pas débattre avant et pendant [la campagne], et ce n'est pas seulement avec les candidats, mais aussi avec la société brésilienne.*[285]

Selon les chercheurs en communication, il n'y a pas eu de débat entre les candidats à l'élection présidentielle lors de ces élections en raison du « refus de FHC[286] et de la connivence des médias en 1994 et en 1998 » [287]. En plus de ces deux motifs, le TSE a imposé parmi ses règles la participation de tous les candidats lors des débats, ou alors que ceux-ci soient choisis par tirage au sort[288]. D'après Weber, ces facteurs ont été primordiaux pour que le débat soit exclu des médias en ligne car, selon elle,

---

[284] *Subdirecção da Casa Civil da Presidência da República para os Assuntos Jurídicos, Emenda Constitucional Nº 16, de 04 de junho de 1997*. Disponible sur : http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc16.htm. Consulté le...

[285] *Eleições presidenciais 1998 : Porque não houve debate*. Dilponible sur: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/coberturas/eleicoes-presidenciais-1998/eleicoes presidenciais-1998-porque-nao-houve-debate.htm>. Consulté le ... Nous traduisons.

[286] FHC – Fernando Henrique Cardoso.

[287] RUBIM, Antônio Albino Canelas (Org.). *Eleições Presidenciais em 2002 no Brasil: Ensaios sobre Mídia, Cultura e Política* [« Elections présidentielles de 2002 au Brésil : Essais sur les Médias, Culture et Politique »]. São Paulo. Hacker Editores, 2004, c*ité dans* MACHADO Maria Berenice da Costa, « Débats lors des campagnes présidentielles: Brésil 1989-2010 ». *En ligne*, 2001, disponible sur : < file:///C:/Users/Samsung/Downloads/Debates%20nas%20campanhas%20presidenciais%20Brasil%201989-2010%20(6).pdf >, p. 7. Consulté le 23 août 2019. Traduction libre.

[288] MACHADO Maria Berenice da Costa*, Débats lors des campagnes présidentielles: Brésil 1989-2010*. Disponible sur : < file:///C:/Users/Samsung/Downloads/Debates%20nas%20campanhas%20presidenciais%20Brasil%201989-2010%20(6).pdf >, p. 7. Consulté le 23 août 2019. Traduction libre.

BY-NC-ND

l'investissement de la télévision lors de ces événements obéit à la logique du marché et de l'audience présumée, autrement dit, tous les profils ne s'y intègrent pas et l'isonomie télévisée n'existe pas. Cette année-là, la décision de la télévision associée au discours sur la liberté de choix a prévalu et il n'y a pas eu de débats.[289]

Partie II – Le débat présidentiel en direct de 2002 à 2014

III.1.1.4. Les élections de 2002

Cette année a marqué non seulement le retour des débats télévisés présidentiels au Brésil, mais aussi la modernisation et par conséquent la professionnalisation des débats, en plus d'une couverture plus impliquée des élections par les médias, qui ont choisi leur candidat favori. Dans les débats des années suivantes nous aurons alors, en général, pratiquement les mêmes formats sur toutes les chaînes, tant dans la structure du décor que dans les règles. De plus, les avancées technologiques ont permis une mise en scène plus efficace par les caméras.

Les chaînes apportent aux débats ce qui se fait de plus moderne. À mesure que nous voyons cette évolution technologique présente dans l'ouverture des débats et dans la composition des décors, les candidats se montrent plus susceptibles d'attaquer leurs adversaires et moins disposés à discuter de questions pertinentes pour le pays ou de proposer un modèle qui conduirait les électeurs à la réflexion. Ainsi, lors de cette année électorale, les candidats et leurs partis ont utilisé les médias*, le marketing et le média training* en leur faveur.

Les débats sont mieux structurés en termes de logistique, les règles sont plus simples, la durée de l'événement plus courte. Cependant, comme le définit Leite, ce moment est une manifestation politico-médiatique dans laquelle la télévision crée un scénario, figeant ainsi les télédébats.

---

[289] WEBER Maria Helena ; ABREU Carmen R, *Debate político-eleitoral na televisão : jogo de cena e dispositivo estratégico*. In: MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. (Org.). « Mídia, representação e democracia no Brasil - estudos sobre comunicação política ». São Paulo: Hucitec, 2010, v. 1, *cité dans* : MACHADO Maria Berenice da Costa, *Débats lors des campagnes présidentielles: Brésil 1989-2010*. Disponible sur : < file:///C:/Users/Samsung/Downloads/Debates%20nas%20campanhas%20presidenciais%20Brasil%201989-2010%20(6).pdf >, p. 7. Consulté le 23 août 2019. Traduction libre.

BY-NC-ND

Manifestation politico-médiatique contemporaine, les débats télévisés présidentiels sont à la merci des mutations qui ont traversé à la fois la politique et les médias. L'un des changements les plus notables sont sans aucun doute la « professionnalisation » des débats. Le souci des candidats et des conseillers de réduire leurs risques et la tentative de la télévision de créer un scénario avec peu d'espace pour l'improvisation, aboutissent à « figer » les télédébats. Le désintérêt et le bas niveau d'audience sont donc les plus grands risques.[290]

Sur le rôle des médias dans les élections, pour Marcelo Bolshaw Gomes

les médias ont donné plus de visibilité à l'élection présidentielle de 2002 que de 1994 et 1998. Seulement dans le premier tour, les candidats à la présidence participèrent à quatre longues interviews individuelles tenues par le journal O Globo, Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo et Jornal do Brasil, en plus de cela, les candidats ont assisté à quatre débats et soixante-trois interviews à la télévision et à d'autres événements sectoriels promus par diverses entités de la société civile. Le nombre de débats promus démontre un changement radical dans le comportement des médias au cours des élections. En 1998, par exemple, personne n'était prêt à les promouvoir. Le TSE a fait une campagne publicitaire sur l'importance des élections. La campagne a été spontanément élargie par les médias en général : Rede Globo a diffusé une série de spots publicitaires avec des artistes célèbres sur les élections et la citoyenneté ; et le journal Folha de São Paulo a publié plusieurs articles contre le clientélisme. Fait intéressant, l'esthétique des programmes électoraux du PT soutenaient (par des artistes de la Rede Globo et les ressources infographiques) cette campagne institutionnelle insérant fortement dans l'agenda le thème de l'éthique en politique dans les élections de 2002.[291]

Parmi les candidats, celui dont le changement fut le plus visible dans l'image et dans le discours était Luiz Inácio Lula da Silva. Lula, l'un des fondateurs du Parti des Travailleurs (PT), a soutenu un discours radical de gauche pendant les 22 années de la fondation du

[290] LEITE Janaina Frechiani Lara, *Os presidenciáveis no ringue eletrônico : apontamentos sobre a história dos debates presidenciais televisivos*, 2003. Disponible sur : http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP10_leite.pdf, p.15. Consulté le... Traduction libre.

[291] GOMES Marcelo Bolshaw, *A imagem Pública de Lula e Eleições Presidenciais Brasileiras (1989/2002)*, 2006. Disponible sur: http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-bolshaw-lula.pdf, p. 17. Consulté le 15 avril 2016. Traduction libre.

BY-NC-ND

parti, effrayant ainsi les hommes d'affaires et les investisseurs du pays. Pour remporter sa première élection en 2002, il devait donc changer de tactique. Selon Rubens Figueiredo et Ciro Coutinho

> *La stratégie de marketing politique du candidat a trouvé une solution pour montrer un Lula conciliant, habillé d'une manière élégante et soutenu par une équipe de chercheurs et de techniciens de grande qualité. Le candidat Lula était disposé à poursuivre les grandes lignes de la politique économique et à honorer les contrats avec les investisseurs étrangers ; montrait qu'il serait flexible et qu'il négocierait tout ce qui était nécessaire pour le bien du pays. Tout cela avec l'aide d'experts du parti qui compensent, dans une certaine mesure, le manque de formation académique et de pratique du candidat.*[292]

Pour le quotidien *Folha de São Paulo*, le 27 octobre 2002,

> *le petista*[293] *arrive à la position la plus conservatrice, infléchissant le centre et sans effrayer la droite du pays [avec lequel il s'est même allié pour remporter la victoire].*[294]

Le président élu de l'époque présenta dans ce même article comme

> *le premier dirigeant d'un parti élu président de gauche et, à ce poste, le premier travailleur, le premier civil sans diplôme universitaire et le premier natif de Pernambuco à l'exercer comme titulaire.*[295]

Parmi les sept candidats qui concoururent à ces élections, les principaux étaient par ordre alphabétique : Anthony William Garotinho Matheus de Oliveira (PSB)[296], Ciro Ferreira Gomes (PPS), José Serra (PSDB) et Luiz Inácio Lula da Silva (PT).

---

[292] FIGUEIREDO Rubens ; COUTINHO Ciro, *A eleição de 2002*, 2003. Disponibel sur : http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762003000200005. Consulté le 22 mai 2016. Traduction libre.
[293] Petista – le terme *petista* désigne celui qui est affilié au PT ou en est un sympathisant. (Notre observation).
[294] *Após três eleições, Lula chega à Presidência da República*. Disponible sur : http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u41521.shtml. Consulté le 22 mai 2016. Traduction libre.
[295] *Ibid*.
[296] PSB – Partido Socialista Brasileiro / Parti Socialiste Brésilien. Traduction libre.

BY-NC-ND

Au cours de ces élections eurent lieu quatre débats au total, trois au premier tour organisés par les chaînes *Bandeirantes*, le 4 août ; *Record*, le 2 septembre ; et *Globo*, le 3 octobre ; et deux dans le deuxième tour, un diffusé par *Bandeirantes*[297], le 16 octobre, e l'autre par *Globo*, le 25 octobre[298]. Pour le journal *Folha de São Paulo*, le 4 août 2002, le premier débat de ces élections, organisé par *Rede Bandeirantes*, serait celui qui donnerait vraiment les conditions d'une véritable confrontation:

> *En 1998, il n'y en avait pas [de confrontation]. En 1994, elle s'est produite dans un scénario de polarisation consolidée. En 1989, la situation était indéfinie, mais les candidats étaient nombreux, pas tous compétitifs, d'où la dispersion des questions et des réponses.*
>
> *Le premier débat télévisé entre les candidats présidentiels de 2002, maintenant sur TV Bandeirantes, se diffère de ceux similaires dans l'histoire récente du pays en raison d'une campagne marquée par la volatilité et ayant un nombre réduit de participants. Les deux facteurs augmentent les chances de confrontation réelle.*[299]

Ce débat fut, selon Luiz Claudio Lourenço[300], très important pour la campagne présidentielle, car les quatre principaux candidats étaient présents. L'impact sur les médias et la communauté le jour suivant fut très positif.

Le candidat Luiz Inacio Lula da Silva remporta ces élections, mais ce débat, selon Lourenço, fut bien équilibré, montrant que les tactiques des deux candidats à la présidentielle furent bien travaillées.

> *Malgré le déclin progressif de leurs performances au cours du programme, le débat semble avoir été fructueux pour les deux candidats. Lula a eu la meilleure performance en termes absolus et n'a pas menacé sa sympathie parmi ses électeurs. Serra, pour sa part, a réalisé des performances exemplaires, ce qui*

[297] Ce débat n'a pas été mis à disposition par la chaîne et n'est enregistré sur aucun site ou réseau social, par conséquence, nous n'avons pas pu montrer les images. (Notre observation).
[298] Debates eleições 2002. Disponible sur : http://doxa.iesp.uerj.br/eleicoes-2002/. Consulté le 22 mai 2016.
[299] LO TRETE Renata, *Candidatos fazem hoje 1º confronto na TV*. Disponible sur : http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0408200213.htm. Consulté le 23 mai 2016. Traduction libre.
[300] LOURENÇO Luiz Cláudio, *Primeiro round do combate: o desempenho dos candidatos no primeiro debate presidencial de 2002*. Disponible sur : http://doxa.iesp.uerj.br/wp.content/uploads/2014/03/primeiroround.pdf. Consulté le 22 mai 2016. Traduction libre.

BY-NC-ND

n'avait pas été le cas lors des débats précédents. Bien que le toucan, dans aucun bloc, n'ait réussi à diviser le public, il a réussi à faire plaisir à une partie du public qui n'avait pas l'intention de voter pour lui, ce qui montre que, en termes proportionnels, il a réussi à obtenir la meilleure performance.[301]

Voyons ensuite comment se sont déroulés les débats concernant les élections de 2002.

III.1.1.4.1. *Bandeirantes* – premier tour 2002

Sous le titre « Élections 2002. Débat »[302], l'événement organisé par *Rede Bandeirantes*, le 04 août, est animé par la journaliste Márcia Peltier, qui l'ouvre par un bref discours sur l'engagement de *Grupo Bandeirantes* en faveur de la démocratie.

Les candidats invités sont : Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Anthony William Garotinho Matheus de Oliveira (PSB), José Serra (PSDB) e Ciro Ferreira Gomes (PPS).

III.1.1.4.1.1. Le générique

En cette année de changements, *Bandeirantes* fait une ouverture dans laquelle elle présente dans la narration des éléments qui nous rappellent le scénario électoral, ainsi que politique du pays. Ce récit commence par un graphique qui simule la situation politique du pays (fig. 22). En bas de ce graphique, il y a un texte illisible qui représente probablement un résumé ou une analyse de ce scénario politique. Ce graphique cède sa place à l'urne électronique avec une main qui touche sur le bouton « confirmer », c'est-à-dire le bouton qui confirme le vote de l'électeur.

Puis vient le drapeau brésilien (fig. 23), en même temps qu´un texte au fond avec des graphiques et des photos, également illisibles. Après cette image, un calendrier apparaît avec le nom de certains mois « mai », « juin » et « juillet », suivis de « août », le mois où commencent officiellement la campagne électorale et les débats télévisés. Ce récit se termine par le nom du débat « Élections 2002. Débat » (fig. 24).

[301] LOURENÇO Luiz Cláudio, *Entre o público e o adversário : análise do debate presidencial de 25 de outubro*, p. 11. Disponible sur : http://doxa.iesp.uerj.br/wp-content/uploads/2014/03/debate2tur.pdf. Consulte le 22 mai 2016. Traduction libre.
[302] « Eleições 2002. Debate » - « Élections 2002. Débat ». Traduction libre.

BY-NC-ND

La construction de cette séquence est effectuée en utilisant la couleur bleue à l'arrière-plan avec des points et des bandes de lumière blancs et bleuâtres, dont le texte qui se trouve à l'arrière-plan, comme s'il s'agissait de marques d´eau.

Figure 22 : Le générique: l'urne électronique et le graphique - *Bandeirantes* 2002
L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'02'', *en ligne,*
https://www.youtube.com/watch?v=kQ1XEGXCLUI

BY-NC-ND

Figure 23 : Le générique : le drapeau - *Bandeirantes* 2002

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'04'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=kQ1XEGXCLUI

Figure 24 : Le générique : le titre du débat - *Bandeirantes* 2002

BY-NC-ND

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'09'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=kQ1XEGXCLUI

III.1.1.4.1.2. La caméra

Après l'introduction qui présente cette situation politico-électorale au Brésil, dans un mouvement fluide, la caméra pénètre dans le studio à droite de la vidéo, au-dessus du public. Elle se dirige vers la scène (fig. 25), puis se concentre sur le médiateur, la journaliste Márcia Peltier.

Après prononcer le discours d'ouverture du débat, la journaliste présente les candidats et les partis de coalition. Elle commence par le candidat qui se trouvent à gauche dans la vidéo, Luiz Inácio Lula da Silva (PT), représentant de la coalition « Lula Presidente »[303] composée des partis: PT, PC, PCdoB, PMN[304] et PCD[305]. Puis elle présente le candidat à sa droite, dans la vidéo, le candidat Anthony William Garotinho Matheus de Oliveira (PSB), représentant de la coalition « Frentre Brasil de Esperança »[306] composée des partis : PSB, PGT[307] et PTC[308]. Puis elle revient au candidat qui est à gauche de Lula, le candidat José Serra (PSDB), représentant de la coalition « Grande Aliança »[309], composée par les partis : PSDB et PMDB. Et enfin elle présente Ciro Gomes (PPS), qui se trouve à droite de Garotinho. Ciro Ferreira Gomes est le représentant de la coalition « Frente Trabalhista »[310] composée par les partis : PPS, PDT et PTD.

[303] Lula Presidente – Lula Président. Traduction libre.
[304] PMN (Partido da Mobilização Nacional) – Parti de la Mobilisation Nationale. Traduction libre.
[305] PCD (Partido Consciência Democrática) – Parti Conscience Démocratique. Traduction libre.
[306] Frente Brasil de Esperança – Front Brésil d'Espoir. Traduction libre.
[307] PGT (Partido Geral dos Trabalhadores) – Parti Général des Travailleurs. Traduction libre.
[308] PTC (Partido Trabalhista Cristão) – Parti Travailliste Chrétien. Traduction libre.
[309] Grande Aliança – Grande Alliance. Traduction libre.
[310] Frente Trabalhista – Front Travailliste. Traduction libre.

BY-NC-ND

Figure 25 : Vision panoramique : les candidats, la médiatrice, les journalistes et le public - *Bandeirantes* 2002

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'11'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=kQ1XEGXCLUI

Après la fin de chaque partie, la caméra effectue un mouvement de sortie du studio. Cependant, elle centralise d'abord le médiateur qui annonce la fin de chaque partie et indique brièvement à quoi ressemblera la prochaine. À la suite de cet au revoir, elle prononce le slogan du débat transmis par la chaîne de télévision : « Band, élections 2002 »[311]. Pendant le débat, la caméra ne se concentre que sur celui qui parle sans faire aucun mouvement.

III.1.1.4.1.3. Le décor

L'image sur laquelle la caméra se concentre en partant du haut montre au téléspectateur l'organisation du studio, c'est-à-dire que quand elle entre, on voit que le public

[311] Band, eleições 2002 – Band, élections 2002. Traduction libre.

BY-NC-ND

est dans un endroit plus sombre, en basse lumière. Au centre du décor se trouve le symbole de la chaîne de télévision, un losange jaune et un cercle vert. Des canons de lumière se déplacent dans cet espace vide. Il n'y a de lumière que là où se trouvent les quatre candidats et le médiateur (fig. 26).

Figure 26 : Vision panoramique : les candidats et la médiatrice - *Bandeirantes* 2002
L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'23'', *en ligne,*
https://www.youtube.com/watch?v=kQ1XEGXCLUI

Le décor est composé d'un banc en demi-cercle, entouré par une lumière, en bas. Derrière se trouvent des panneaux verticaux, certains avec des photos de foule et d'autres, en bleu. Le panneau au centre est jaune et porte le logo de la chaîne en blanc.

Le médiateur se trouve au centre du banc entre les quatre candidats. Deux candidats, Antony Garotinho et Ciro Gomes, se trouvent à sa droite, les deux autres, Luiz Inácio Lula da Silva et José Serra, à sa gauche dans la vidéo (fig. 26).

À droite et à gauche du banc, il y a un espace où se trouvent des caméras et des techniciens, dont le peu de lumière permet de percevoir la silhouette. Après cet espace où se trouvent ces professionnels, ils ont disposé, de chaque côté, deux tables rectangulaire, où

BY-NC-ND

se trouvent les journalistes qui poseront des questions aux candidats. En fermant ce cercle, il y a d'autres caméras et derrière elles le public (fig. 25).

III.1.1.4.1.4. Les règles

Avant l'explication des règles, qui est faite par un narrateur à l'aide d'un organigramme (fig. 27), le médiateur informe que le débat durera deux heures, puis présente les candidats, ainsi que les partis qui ont formé une coalition avec eux. Ensuite elle présent les journalistes invités à poser des questions aux candidats, sont-ils : José Paulo de Andrade, *Rede Bandeirantes de Rádio*, Fábio Pannunzio, *Rede Bandeirantes de Televisão* et Hélio Campos Mela, Revista IstoÉ.

Le débat est divisé en six parties, la première l'animatrice pose une même question aux quatre candidats, sur le sujet « l'emploi ». Mais avant de posée la question, elle annonce un reportage fait dans la rue où des électeurs parlent de sujets de préoccupation, tels que le chômage, et leurs attentes concernant ces élections de 2002.

Pendant la deuxième partie, un narrateur explique les régles en utilisant un organigramme, cette action se répète pendant d'autres parties ; mais à ce moment-là, les candidats posent des question aux candidats ; les sujets discuté entre eux sont : éducation, économie, espoir pour les Brésiliens et sécurité sociale.

Dans la troisième partie les journalistes posent des questions aux candidats ; chaque journaliste a trente seconds pour posée la question, après, l'animatrice tire au sort le nome d'un candidat, lequel a deux minutes pour la répondre ; ensuite à la réponse, le même journaliste choisit un'autre candidat pour commenter la réponse, il a un minute pour le faire ; le candidat qui a répondu la question a un minute pour une réplique ; les sujets des questions posée sont livres. Aucun candidat ne peut être choisi plus d'une fois pour répondre ou pour commenter les questions.

Dans la quatrième partie, les candidats se posent des questions ; le candidat qui pose la question et le répondant furent préalablement définis par tirage au sort ; au niveau du temps, ils ont trente seconds pour la question, deux pour la réponse ; qui pose la question a un minut par commenter la réponse et qui répondre a un minute par un dernier commentaire ; les sujets des questions posées sont livres.

BY-NC-ND

La cinquième partie suit les mêmes règles que la quatrième partie, et les sujets des questions posées sont aussi livres. Dans la sixième partie les candidats posent les considérations finales.

Figure 27 : L'organigramme : Lula, Garotinho, Serra et Ciro - *Bandeirantes* 2002
L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'53'', *en ligne,*
https://www.youtube.com/watch?v=kQ1XEGXCLUI

III.1.1.4.2. *Globo* – premier tour 2002

Ce débat a eu lieu le 3 octobre 2002 dans les installations de *Globo*, à Rio de Janeiro. Il s'agit donc du premier débat présidentiel en direct diffusé par la *Globo*. Les candidats invités à participer à ce débat sont: Luiz Inacio Lula da Silva (PT), Anthony William Garotinho Matheus de Oliveira (PSB), José Serra (PSDB) et Ciro Ferreira Gomes (PPS).

III.1.1.4.2.1. Le générique

La narrative d'ouverture est réalisée à l'aide de contours de chiffres qui sont peu à peu remplis par des chiffres jaunes insérés dans ces formes. Ces chiffres sont connectés à

BY-NC-ND

certaines lettres à l'aide de bandes lumineuses (fig. 28). Au fur et à mesure que les formes des chiffres sont remplies, une image se forme, jusqu'à ce que soit montré au téléspectateur le mot « Élections » écrit en bleu avec un contour vert. L'année « 2002 » est reliée à ce nom, et c'est ainsi que nous visualisons le titre du débat, « Élections 2002 » (fig. 29).

Figure 28 : Le générique : les numéro d'année vides - *Globo* 2002
L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'02'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=FO8LDVP9ncE

Figure 29 : Le générique : les numéros d'année remplis - *Globo* 2002

BY-NC-ND

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'04'', *en ligne,*
https://www.youtube.com/watch?v=FO8LDVP9ncE

III.1.1.4.2.2. La caméra

Du côté droit, la caméra, qui est sur le sol, fait un mouvement en présentant l'espace, le candidats, et l'animateur (fig. 30 et 31). Après ce mouvement, la caméra se concentre sur l'animateur en avant, qui initie cet événement.

Pendant le débat, le mouvement que la caméra opère est celui d'un gros plan sur les débatteurs lorsqu'ils parlent. Concernant le médiateur, il y a une caméra qui le filme en gros plan depuis le haut du studio, dans la diagonale, à des moments spécifiques du débat, comme lorsqu'il tire au sort les thèmes qui seront débattus parmi les candidats (fig. 31). Cette même caméra capture depuis le haut une image panoramique du plateau ; de cette façon, nous pouvons voir le médiateur de dos et les candidats de face (fig. 31).

Figure 30 : Les pupitres : les quatre candidats sur scène - *Globo* 2002
L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'06'', *en ligne,*
https://www.youtube.com/watch?v=FO8LDVP9ncE

BY-NC-ND

Figure 31 : Les quatre candidats et le médiateur sur scène - *Globo* 2002
L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'16'', *en ligne,*
https://www.youtube.com/watch?v=FO8LDVP9ncE

III.1.1.4.2.3. Le décor

Pour le générique la couleur fluo était utilisée pour le contour du titre (fig. 29) ; la tribune de l'animateur est en forme de demi-circle bleue à piétement en métal (fig. 31), par contre, la tribune des candidats est en forme d'une petit rectangle blue à piétement arquée en métal. Sur la table du médiateur est apposée une petite boîte transparente portant le nom du débat, un verre d'eau et de papiers.

Quant au panneau qui constituait le fond, il est composé de deux grandes plaques, faisant ressortir les couleurs verte et jaune (fig. 30 et 31), sous forme de traits simples typiques de la période ; le sol est gris.

On voit l'animateur, le journaliste Willan Bonner, positionné devant les candidats et le dos aux spectateurs (fig. 31). Les candidats sont disposés comme suit, de droite à gauche de la vidéo : Luiz Inácio Lula da Silva (PT),), Anthony William Garotinho Matheus de Oliveira (PSB), José Serra (PSDB) e Ciro Ferreira Gomes (PPS).

BY-NC-ND

III.1.1.4.2.4. Les règles

En ce qui concerne les règles, l'ordre de positionnement à chaque tribune et l'ordre de parole des candidats est déterminés par tirage au sort. Au cours du débat, après la question posée, la réponse, le commentaire de ce qui a fait la demande, et la réplique de ce qui a répondu, le médiateur pose une question à chaque candidat sur le sujet traité. Le candidat qui pose la question a trente seconds pour la poser ; le répondant a deux minutes ; ce qui pose la question a un minute pour faire un commentaire et, par fin, le candidat qui répond a un minute pour faire une réplique.

Quant aux règles de la première partie, un candidat demande à un autre candidat ; le candidat qui pose la question et le candidat qui la répond sont choisis par tirage au sort, avant le débat, par les organisateurs du débat et les conseillers des candidats. Avant de donner la parole au candidat pour qu'il pose sa question, le médiateur tire au sort le thèma à discuter.

Dans la deuxième partie, candidat demande à un autre candidat ; le candidat qui pose la question est choisi au tirage au sort, en direct par le médiateur ; avant de poser sa question il choisit une autre pour y répondre ; le thèma est libre.

Dans la troisième partie, également au premier, les sujets sont tirés au sort pour le médiateur ; également, le médiateur choisit, au tirage au sort, le candidat pour poser la question et celui-ci choisit à qui posera la question. Dans la quatrième partie reprend les règles de la deuxième.

Dans la cinquième partie les candidats faisent leurs dernières considérations en deux minutes. Mais avant d'annoncer cette partie, l'animateur proclame que selon l'évaluation faite par la production et lui-même, le débat fut du plus haut niveau.

III.1.1.4.3. *Bandeirantes* – deuxième tour 2002

À la fin du premier tour des élections 2002, le médiateur a annoncé que le second tour aurait lieu le 16 octobre 2002, mais ce débat n'a pas été rendu public.

BY-NC-ND

III.1.1.4.4. *Globo* – deuxième tour 2002

Le débat du second tour organisé par la chaîne *Globo* se passe le 25 octobre 2002. Les candidats qui ont obtenu les votes pour disputer le second tour des élections sont : José Serra (PSDB) et Luiz Inácio Lula da Silva (PT).

III.1.1.4.4.1. Le générique

Le récit utilisé à l'ouverture du deuxième tour est le même que celui utilisé pour l'ouverture du premier tour (fig. 28 et 29).

III.1.1.4.4.2. La caméra

Un changement dans ce débat est la liberté de mouvement donnée à la caméra. Dans la séquence sélectionnée, elle se positionne derrière et entre deux électeurs (fig. 32), comme si elle était également un électeur/spectateur. Elle émerge ensuite de ce point, faisant un mouvement vers le haut (fig. 33), avec l'intention de mieux voir le candidat qui parle, jusqu'à ce qu'elle se concentre pleinement sur le centre de la scène (fig. 34).

Pendant le débat, la caméra suit le mouvement des candidats sur scène et peut enregistrer tous les angles possibles.

BY-NC-ND

Figure 32 : La caméra derrière les deux électeurs dans le public - *Globo* 2002

L'image capturée de la vidéo du débat présidentielen direct entre Lula et Serra, en 00'55'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=ffw_6OqCxB8

Figure 33 : La caméra, les deux électeurs, le candidat et le médiateur - *Globo* 2002

BY-NC-ND

L’image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct entre Lula et Serra, en 00’58’’, *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=ffw_6OqCxB8

Figure 34 : Le candidat sur scène et le méduateur - *Globo* 2002

L’image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct entre Lula et Serra, en 00’01’’, *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=ffw_6OqCxB8

Figure 35 : Lula et Serra sur scène - *Globo* 2002

BY-NC-ND

L'image capturée de la vidéo du débat présidentielen direct entre Lula et Serra, en 01'55'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=3VGSDgo6F6M

III.1.1.4.4.3. Le décor

Pour le second tour, cependant, *Globo* a considérablement changé de format, s'inspirant du modèle nord-américain utilisé lors du débat entre Al Gore et George W. Bush lors des élections de 2000.

Le décor ressemble à un théâtre d'arène (fig. 34). La scène bleue permi aux candidats de bouger tout en répondant aux questions. Deux passerelles blanches relient le public à la scène.

Avec ce format, l'animateur a également la liberté de se déplacer (fig. 34, 35 et 36). Chacun a à sa disposition une chaise et une petite table, semblable à une table de chevet, également avec des détails bleus (fig. 36). La tribune du médiateur est la même que celui utilisé au premier tour. La chaise disponible pour les candidats est classique, gris et le siège bleu (fig. 36). Il y a un verre d'eau à chacun.

Figure 36 : Lula sur le dos, à côté de la chaise bleue et de la chaire - *Globo* 2002

BY-NC-ND

L'image capturée de la vidéo du débat présidentielen direct entre Lula et Serra, en 02'11'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=3VGSDgo6F6M

III.1.1.4.4.4. Les règles

Dans ce débat, la *Globo* demande à l'Institut Brésilien d'Opinion et Statistique (IBOPE)[312], de sélectionner un groupe de cinquante électeurs indécis pour élaborer les questions qui seraient posées aux candidats lors du débat.

Ces électeurs sont disposés dans des gradins autour de la scène (fig. 34 et 35). Selon Lourenço[313], la sélection des électeurs choisis pour poser les questions fut faite en tenant compte du sexe, de l'âge, de l'état, du revenu et de la scolarité, cherchant ainsi à représenter le contexte de ces électeurs. Sur les cinquante questions qu'ils ont posées, les journalistes de *Globo* choisirent au préalable les seize à tirés au sort pendant le programme, huit pour chaque candidat.

Le débat est composé de cinq parties, quatre étant destinées à des questions et réponses, tandis que le dernier était consacré aux considérations finales des candidats à la présidence. Pendant le programme, chacun aurait deux minutes pour répondre aux questions, une minute pour le commentaire de l'opposant, une minute de plus pour la réponse de l'autre candidat.

En plus des électeurs indécis, le médiateur a quinze secondes pour poser des questions à José Serra et à Luiz Inácio Lula da Silva. La réponse des deux candidats est de quarante-cinq secondes. L'électeur deve lire la question qu'il avait rédigée de la même manière qu'il l'avait écrite, sans improvisation ni amendement. Si le texte de la question était modifié, il serait automatiquement annulé et le transgresseur quitterait le programme immédiatement.

[312] IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística) – Institut Brésilien d'Opinion et Statistique. Traduction libre.
[313] LOURENÇO Luiz Cláudio, *Entre o público e o adversário : análise do debate presidencial de 25 de outubro*, 2002, p. 2. Dilponible sur : http://doxa.iesp.uerj.br/wp-content/uploads/2014/03/debate2tur.pdf. Consulté le 22 mai 2016.

BY-NC-ND

III.1.1.5. Les élections de 2006

Le contexte de cette année électorale était composé de scandales de corruption impliquant l'administration du président Lula, pourtant il a remporté ces élections avec plus de 58 millions de voix. En plus de ces scandales,

> *il existe un consensus relatif entre journalistes et chercheurs, académiques ou non [...] qu'en 2006 le candidat choisi n'a pas été celui préféré par les principaux groupes de médias du pays.*[314]

qui travaillaient pour que Lula ne gagne pas. Au total, il y a eu sept débats, trois au premier tour et quatre au second.

Ceux du premier tour ont été diffusés par trois chaînes :*TV Bandeirantes*, le 14 août ; *Globo*, le 28 septembre ; *TV Gazeta*, le 14 septembre. Au second tour les débats ont été animés par les chaînes : *TV Bandeirantes*, le 8 octobre ; *SBT*, 19 octobre ; *Record*, 23 octobre et *Globo*, 27 octobre.

Ce qui marqua ce premier tour fut l'absence du candidat Lula dans tous les débats. Selon Souza, Veiga et Santos, en principe, cette absence ne générait pas de problème pour le PT, puisqu'il était en tête dans les sondages, il était naturel d'éviter de s'exposer. La même stratégie avait été adoptée par le candidat Fernando Henrique Cardoso lors du processus de sa réélection, en 1998[315].

III.1.1.5.1. *Bandeirantes* – premier tour 2006

Ce débat a eu lieu le 14 août sous la médiation du journaliste Ricardo Boechat. La *Bandeirantes* a invité six candidats: José Maria Eymael (PSDC)[316]; Heloisa Helena

[314] ABREU Carmen Regina, *Importância e repercussão na mídia dos debates presidenciais televisivos nas eleições brasileiras de 2006*. Porto Alegre, 2008, p.38. Disponible sur : http://www.ufrgs.br/infotec/teses07-08/resumo_7805.html. Consulté le 27 novembre 2016. Traduction libre.

[315] SOUZA Nelson Rogério de ; VEIGA Luciana Fernandes ; SANTOS Sandra Avi dos, *Debate eleitoral na campanha presidencial de 2006 no Brasil*, 2008, p. 2. Disponible sur: http://www.brasa.org/wordpress/Documents/BRASA_IX/Nelson-Rosario-de-Souza.pdf. Consulte le 27 novembre 2016.

[316] PSDC (Partido Social Democrata Cristão) – Parti Social Démocrate Chrétien. Traduction libre.

BY-NC-ND

(PSOL)[317]; Cristovam Buarque (PDT); Luciano Bivar (PSL); Geraldo Alckmin (PSDB); Luiz Inacio Lula da Silva (PT). Parmi les invités, Lula était le seul à ne pas assister.

III.1.1.5.1.1. Le générique

Dans ce débat, la *Bandeirantes* commence par une rétrospective dans laquelle elle présente des photos rappelant des moments historiques du Brésil, comme le mouvement « Diretas Já » et les débats précédents. Un narrateur suit ces faits en disant « La chaîne des Diretas Já, des débats de la vérité est fière de son passé et revient dans l'histoire »[318].

Ensuite, un compte à rebours de cinq secondes commence. À chaque chiffre, une scène qui représente un moment politique au Brésil est montrée. Ensuite apparaît l´intitulé « Eleições 2006. Você escolhe na Band »[319], puis une main touche un écran (fig. 37). Lorsqu´elle touche l'écran, la carte du Brésil apparaît, puis des points lumineux indiquent sur la carte les capitales de chaque État (fig. 38).

Pour la représentation de ce récit la chaîne utilise les couleurs bleu – pour la carte du Brésil, et le fond d'écran –, et blanc – pour les rayons et les points lumineux (fig. 37 et 38).

[317] PSOL (Partido Socialismo e Liberdade) – Parti Socialisme et de la Liberté. Traduction libre.
[318] *Eleições 2006. Debate*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=ByUfJYYMeuc. Consulté le...
[319] « Eleições 2006. Você escolhe em Band » – « Élections 2006. Vous choisissez dans Band ». Traduction libre.

BY-NC-ND

Figure 37 : Le générique : la main qui touche l'écran bleu - *Bandeirantes* 2006

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'21'', *en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=ByUfJYYMeuc*

Figure 38 : Le générique : la carte du Brésil et les points avec les capitales - *Bandeitantes* 2006

BY-NC-ND

L’image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00’23’’, *en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=ByUfJYYMeuc*

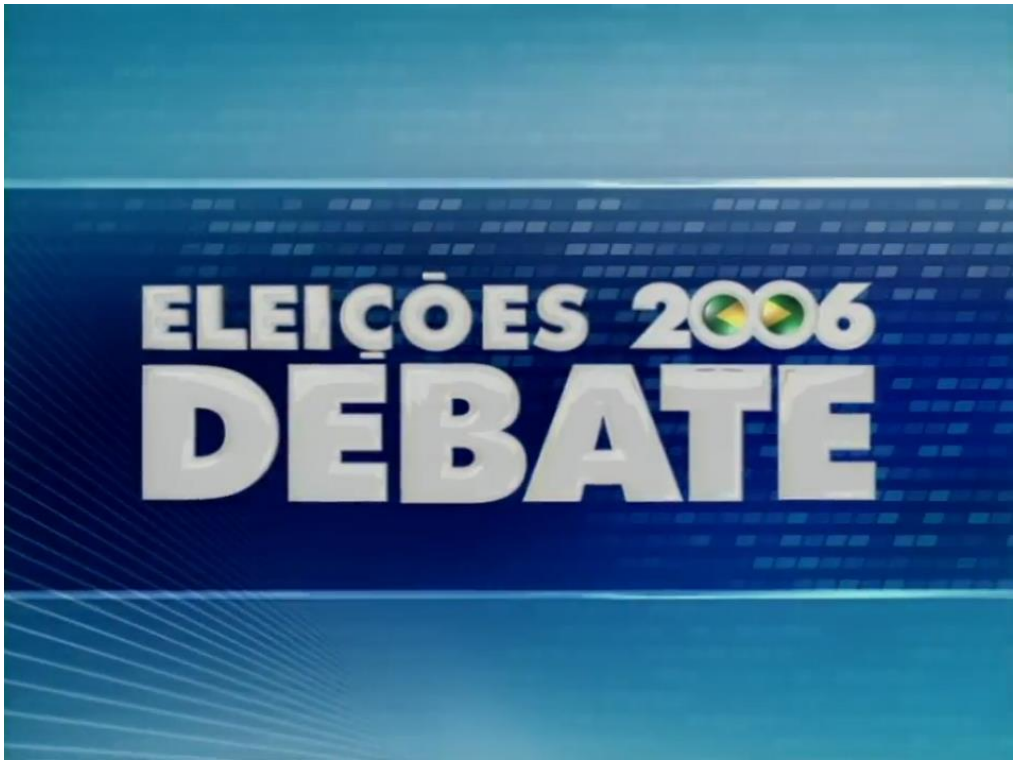


Figure *39* : Le générique : le titre du débat - *Bandeirantes* 2006

L’image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00’28’’, *en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=ByUfJYYMeuc*

III.1.1.5.1.2. La caméra

À la fin du récit initial, la caméra entre dans le studio, du côté droit, en hauteur, fait un mouvement vers le centre du studio (fig. 40). Les lumières sont éteintes, plus la caméra se rapproche du centre, plus les lumières s´allument progressivement, jusqu'à ce que l'environnement soit complètement éclairé et que le téléspectateur puisse identifier le format et les personnes. Elle n´arrête son mouvement que quand elle se concentre sur le médiateur, le journaliste Ricardo Boechat.

BY-NC-ND

Figure 40 : Le studio avec la lumière éteinte - *Bandeirantes* 2006

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'23'', *en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=ByUfJYYMeuc*

A la fin de chaque bloc, la caméra effectue un zoom arrière et lent à partir du médiateur ; terminant le bloc il annonce rapidement la règle du prochain. Au fur et à mesure que la câmera s'éloigne vers la droite, apparaît à nouveau la main qui touche l'écran (fig. 37).

III.1.1.5.1.3. Le décor

En entrant dans le décor, l'ambiance est sombre, avec seulement quelques points de lumière, tels que les contours du banc, qui a le format d´un demi-cercle ; le logo de la chaîne est au centre de la scène, tourné vers le public (fig. 40). Il y a deux colonnes oranges placées au centre d'un panneau bleu. Entre les colonnes on voit le contour de la carte du Brésil, qui irradie une lumière (fig. 41).

Quand les lumières s´allument, on peut voir sur le banc le médiateur assis au centre, à sa droite deux candidats et une chaise vide, et à sa gauche trois candidats. Des mots sont écrits sur le panneau, qui suggèrent les thèmes qui seront abordés au cours du débat (fig. 41). Sur le banc est écrit « Élections 2006 », et à côté du médiateur se trouve un petit vase rond en verre à l´intérieur duquel il y a les noms des candidats pour le tirage.

BY-NC-ND

Dans le banc, sur le côté droit se trouvent les candidats : José Maria Eymael (PSDC), Heloisa Helena (PSOL) et la chaise attribuée à Luiz Inácio Lula da Silva (PT), qui resta donc vide tout au long du débat. Sur le côté gauche de l'animateur se trouvaient Cristovam Buarque (PDT), Luciano Bivar (PSL)[320] et Geraldo Alckmin (PSDB). Pour chaque candidat a un verre d'eau.

Figure 41 : Les candidats, le médiateur et la chaise vide - *Bandeirantes* 2006
L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'43'', *en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=ByUfJYYMeuc*

III.1.1.5.1.4. Les règles

Ce débat é composé de cinq parties. Les règles de *Bandeirantes* sont maintenues, c'est-à-dire que dans la première partie, l'animateur pose une question pour que tous les candidats répondent. Dans les deuxième et troisième parties, un candidat questionne un autre candidat, dans l'ordre défini par le tirage au sort fait par le médiateur.

[320] PSL (Partido Social Liberal) – Parti Social Libéral. Traduction libre.

BY-NC-ND

Dans la quatrième partie, les journalistes posent des questions aux candidats. Franklin Martins, José Paulo de Andrade et Joelmir Beting sont les journalistes invités. Dans la cinquième et dernière partie, les candidats faisent leurs dernières considérations[321].

À partir du deuxième partie, les règles sont expliquées à l'aide d'un organigramme (fig. 42).

Figure 42 : L'organigramme bleu - *Bandeirantes* 2006

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'23'', *en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=2P7FtdL-trY&list=PLbdi7VShIWeI5CEedPoo7S6W0a439tybd&index=2*

III.1.1.5.2. *Globo* – premier tour 2006

La controverse sur la non-participation du candidat-président, Luiz Inácio Lula da Silva, lors du dernier débat diffusé par *Globo*, expliquant que ce débat ait pris le nom de celui de « la chaise vide »[322], est née de l'appréhension que la police fédérale avait faite le 15

[321] ABREU Carmen Regina, *Importância e repercussão na mídia dos debates presidenciais televisivos nas eleições brasileiras de 2006*. Porto Alegre, 2008, p. 60. Dsiponible sur: http://www.ufrgs.br/infotec/teses07-08/resumo_7805.html. Consulte le 27 novembre 2016

[322] « A cadeira vazia » – « la chaise vide ». Traduction libre.

BY-NC-ND

septembre d'un dossier compromettant le candidat au gouvernement de l'État de São Paulo, José Serra (PSDB).

Cette action intensifie les scandales du « mensalão », schéma d'achat des votes de parlementaires pour qu'ils votent les lois et amendements selon les directives du gouvernement de Lula. On s'attendait à ce que le candidat à la présidence prenne position sur ce scandale dans le débat de *Globo*, qui serait diffusé le 28 septembre.

Lula n'ayant cependant pas assisté à ce débat, il a choisi d'organiser un rassemblement à *São Bernardo do Campo*, une ville de l'intérieur de *São Paulo*. La chaîne *Rede Globo* a quand même décidé de garder la chaise où le candidat à la Présidence siègerait (fig. 43), aux côtés du candidat de PSDB, Geraldo Alckmin, ainsi que le temps que les autres candidats lui demanderaient[323]. Selon l'éditorial du journal *UOL* / *Folha de São Paulo*,

> *Le président et candidat à la réélection, Luiz Inacio Lula da Silva (PT), même absent, a été le personnage le plus cité et critiqué dans le débat de Rede Globo jeudi soir, trois jours avant le premier tour des élections. La réunion a peu servi pour que les propositions du candidat puissen têtre débattues.*[324]

Ce débat a eu lieu le 28 september, sous la médiation du journaliste William Bonner. La *Globo* a invité les candidats: José Maria Eymael (PSDC)[325]; Heloisa Helena (PSOL)[326]; Cristovam Buarque (PDT); Luciano Bivar (PSL); Geraldo Alckmin (PSDB); Luiz Inacio Lula da Silva (PT). Parmi les invités, Lula était le seul à ne pas assister.

III.1.1.5.2.1. Le générique

La narrative d'ouverture du premier tour des élections de 2006 est similaire à celle qui a été élaborée lors des élections de 2002 (fig. 29). La différence réside dans le fait qu'au-

[323] SOUZA Nelson Rogério de ; VEIGA Luciana Fernandes ; SANTOS Sandra Avi dos, *Debate eleitoral na campanha presidencial de 2006 no Brasil*. Disponible sur : http://www.brasa.org/wordpress/Documents/BRASA_IX/Nelson-Rosario-de-Souza.pdf, 2008, p. 3. Consulte le...

[324] *Ausente, Lula é alvo de críticas em debate*. Disponible sur : https://eleicoes.uol.com.br/2006/campanha/ultnot/2006/09/29/ult3750u1079.jhtm. Consulté le 27 juin 2016.

[325] PSDC (Partido Social Democrata Cristão) – Parti Social Démocrate Chrétien. Traduction libre.

[326] PSOL (Partido Socialismo e Liberdade) – Parti Socialisme et de la Liberté. Traduction libre.

BY-NC-ND

delà du titre « Élections 2006. Débat », la couleur qui relie l'année « 2006 » au terme « Élections » est le jaune et non plus le vert comme en 2002.

III.1.1.5.2.2. La caméra

Nous n'avons pas décrit le mouvement de la caméra, car les images du débat ne sont pas disponibles.

III.1.1.5.2.3. Le décor

Le décor est composé d'une petite chaise avec siège noir, d'une petite table à côté, et d'une pancarte avec le nom du candidat ; derrière les candidats se trouve un panneau bleu avec le titre du débat et des points blancs (fig. 43).

Figure 43 : La chaise vide de Lula - *Globo* 2006

Jorge Araújo / Folha imagem (2006)[327]

[327] *Lula é alvo de rivais por ausência e corrupção*. Disponible sur : http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2909200613.htm. Consulté le...

BY-NC-ND

III.1.1.5.2.4. Le règles

Nous n'avons pas décrit les règles car le débat n'est pas disponible.

III.1.1.5.3. *Bandeirantes* – deuxième tour 2006

Ce débat a eu lieu le 08 octobre, sous la médiation du journaliste Ricardo Boechat. Les deux candidats qui disputent les élections au second tour sont : Geraldo Alckmin (PSDB) et Luiz Inacio Lula da Silva (PT).

III.1.1.5.3.1. Le générique

Le récit utilisé pour ouvrir le deuxième tour c'est le même du débat du premier tour (fig. 37 et 38). Rien a changé.

III.1.1.5.3.2. La caméra

La *Bandeirantes* utilise la même stratégie pour la caméra qu'elle a utilisée au premier tour, c'est-à-dire, que la caméra fait les mêmes mouvements pendant le débat de s'éloigner et de s'approcher du candidats et du mediateur ; c'est le même quand elle entre dans le studio et quand elle sort.

BY-NC-ND

Figure 44 : Alckmin et Lula - *Globo* 2006

L'image capturée de la vidéo du débat entre Lula et Alckimin, en 00'00''38''', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=N4_5qsL5Hd0

III.1.1.5.3.3. Le décor

Le décor a la même configuration que celle utilisée au premier tour, mais le banc est remplacé par des tribunes situés sur une scène en demi-cercle (fig. 45). L'animateur est placé entre les candidats ; à droite, le candidat-président Luiz Inácio Lula da Silva (PT) et à gauche le candidat et gouverneur de *São Paulo*, Geraldo Alckmin[328] (PSDB).

[328] SOUZA Nelson Rogério de ; VEIGA Luciana Fernandes ; SANTOS Sandra Avi dos, *Debate eleitoral na campanha presidencial de 2006 no Brasil*, 2008, p. 1. Disponible sur: http://www.brasa.org/wordpress/Documents/BRASA_IX/Nelson-Rosario-de-Souza.pdf. Consulté le...

BY-NC-ND

Figure 45 : Lula, le médiateur et Alckmin - *Bandeirantes* 2006

L'image capturée de la vidéo du débat entre Lula et Alckimin, en 00'05'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=N4_5qsL5Hd0

III.1.1.5.3.4. Les règles

Suivant ce qui est devenu une tradition la chaîne *Bandeirantes* a également ouvert la séquence des débats pour le second tour. Les règles sont restées les mêmes qu'au premier tour du débat en 2006, à savoir : dans la première partie, les candidats ont répondu, par tirage au sort, à une question du présentateur, le journaliste Ricardo Boechat, avec deux minutes de réponse pour chacun. Peu de temps après, chaque candidat a posé une question à un autre, avec réponse, réplique et duplique.

Dans les deuxième et troisième parties, un candidat pose une question à un autre candidat, après la réponse il y a la réplique et la duplique. Dans la quatrième partie, les journalistes Fernando Vieira de Mello, Franklin Martins, Joelmir Beting et José Paulo de Andrade posent des questions. Les candidats répondent à deux questions, commentent la réponse de l'opposant et ont le droit de réponse en cas d'infraction. Dans la cinquième partie, un candidat interroge l'autre et à la fin ils ont trois minutes chacun pour les considérations finales.

BY-NC-ND

III.1.1.5.4. *Globo* – deuxième tour 2006

Ce débat a eu lieu le 27 octobre, sous la médiation du journaliste William Bonner, avec la participation des deux candidats qui disputent les élections au second tour, Geraldo Alckmin (PSDB) et Luiz Inacio Lula da Silva (PT).

III.1.1.5.4.1. Le générique

Lors de ce débat, la chaîne de télévision *Globo* répète la même narrative utilisée lors de l'ouverture du premier tour. L'année 2006 surgit graduellement avec des bandes de lumière jaunes, puis apparaît le nom du débat. En accompagnement de cette image, certaines lignes en pointillés de couleur blanche se croisent sur un fond bleu (fig. 46). Cette narrative est composée du thème musical qui annonce toujours les débats de l'émission.

Figure 46 : Le générique : le titre du débat - *Globo* 2006

L'image capturée de la vidéo du débat entre Lula et Alckimin, en 00'05'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=Y3nK2UQXaik

BY-NC-ND

III.1.1.5.4.2. La caméra

La caméra entre dans le studio à partir de la droite de la vidéo en direction du plateau, lequel est illuminé, mais sans les candidats (fig. 47). Ce déplacement se poursuit vers la gauche, avec un gros plan sur le public qui est assis dans les gradins.

Avec une rotation de pratiquement 360 degrés, elle survole le public, cependant, au fur et à mesure qu'elle effectue ce mouvement, elle s'éloigne peu à peu du plateau central, puis fait un gros plan sur le médiateur qui procède au protocole de saluer le public, et qui informe que se trouvent dans le studio quatre-vingts électeurs indécis qui poseront des questions aux candidats (fig. 47, 48 et 49). Pendant ce temps, la caméra poursuit son déplacement en filmant ces électeurs qui poseront les questions aux candidats.

Figure 47 : Entrée de la caméra sur le côté droit du studio - *Globo* 2006

L'image capturée de la vidéo du débat entre Lula et Alckimin, en 00'07'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=Y3nK2UQXaik

BY-NC-ND

Figure 48 : Studio vue du haut, entrée des candidats - *Globo* 2006

L'image capturée de la vidéo du débat entre Lula et Alckimin, en 00'10'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=Y3nK2UQXaik

Figure 49 : Le studio : la scène et le public - *Globo* 2006

BY-NC-ND

L’image capturée de la vidéo du débat entre Lula et, en 00’22’’, *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=Y3nK2UQXaik

Elle suit la caméra mouvement vers la scène qui est illuminée, mais sans les candidats, poursuivant sa route, survolant le public. Nous voyons ensuite le modérateur placé devant les bancs où les candidats seront assis.

À ce moment, la caméra s'éloigne de la scène, comme si elle reculait, puis se concentre sur le médiateur, qui se conforme au protocole de salutation du public, informe qu'il y a dans le studio quatre-vingts électeurs indécis qui poseront des questions aux candidats. Pendant ce temps, la caméra continue de se déplacer sur la scène et sur le public.

À ce stade, elle se concentre à nouveau sur le médiateur qui s’adresse à elle, continuant ainsi à donner des informations sur le fonctionnement du débat. Il se retourne ensuite et se dirige vers la scène en direction d´un panneau qui sera utilisé pendant le débat par le candidat. Tous les mouvements du médiateur sont suivis par la caméra.

Tout en donnant ces explications, le médiateur retourne à son banc, suivi de la caméra. Il fait un geste de la main, se tourne vers la caméra qui fait la mise au point sous un autre angle, en expliquant les règles, sans l'aide de l´organigramme. Dans un discours direct et final, le médiateur explique que le souci de *Globo* est l´utilité du débat pour l'électeur. Il indique que les candidats ont signé un accord dans lequel les discussions seront civilisées, sans aucune agression, sans accusations infondées.

Il se dirige ensuite vers l'auditoire et demande à tout le monde de rester silencieux pendant le débat afin de ne pas porter atteinte aux candidats ni à ceux qui sont à la maison et suivent le débat à la télévision. Et en souriant, il dit que le silence ne sera brisé qu'à ce moment-là, car tout le monde devait applaudir les candidats annoncés et invités à entrer sur scène.

Une fois de plus, l’animateur tournait le dos au public et faisait face aux deux candidats, comme en 2002. Après avoir été annoncés, Lula et Alckmin entrèrent sur scène, chacun par une entrée différente (fig.50).

BY-NC-ND

Pendant le débat, la caméra est libre d´accompagner les mouvements des candidats en les filmant sous tous les angles afin que le spectateur à la maison puisse suivre les détails du débat (fig. 51).

Figure 50 : Lula et Alckmin en entrant dans la scène - *Globo* 2006

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct entre Lula et Alckmin, en 00'26'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=Y3nK2UQXaik

BY-NC-ND

Figure 51 : Lula et Alckmin face à face sur scène - *Globo* 2006

L'image capturée de la vidéo du débat entre Lula et Alckimin, en 54'19'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=Y3nK2UQXaik

À la fin de chaque bloc, la camèra commence à quitter le studio en se concentrant sur le médiateur, puis elle agrandit l'image, filme généralement les candidats de dos ou de l'endroit où ils se trouvent, et comme s'ils marchaient de dos, elle quitte le studio par la gauche.

III.1.1.5.4.3. Le décor

Le décor a le même format qu'en 2002, le studio bleu, avec une scène ronde au milieu et les électeurs autour (fig. 49). Derrière ceux-ci, le public composé d'invités, de conseillers aux candidats, de techniciens etc.

Il y a une petite chaise où s'est installé le candidat, à droite Luiz Inácio Lula da Silva (PT), et à gauche, le candidat Geraldo Alckmin (PSDB). À côté de chaque chaise se trouve une petite table en matériau transparent (fig. 52). Le moniteur qu'ils utiliseront pour choisir l'électeur qui posera la question est entre les deux candidats. Après être entrés en scène, les candidats ne se saluent pas, comme ils le faisaient d'habitude.

BY-NC-ND

Figure 52 : Lula derrière à Alckmin sur scène - *Globo* 2006

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct entre Lula et Alckmin, en 03'36'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=Y3nK2UQXaik

Les chronomètres utilisées pour contrôler le temps de parole sont placées à différents endroits de la scène (fig. 50).

III.1.1.5.4.4. Les règles

La chaîne *Globo* a conservé le même format que le débat au second tour des élections de 2002, à savoir, l'Institut *Ibope* a sélectionné quatre-vingts électeurs indécis de toutes les régions du pays pour poser des questions aux candidats.

Chaque électeur a posé cinq questions sur des sujets généraux, composant environ quatre cents questions, dont douze ont été sélectionnées par la production du débat pour être lues par les propres électeurs aux candidats Lula et Alckmin.

BY-NC-ND

Le débat a quatre parties. Dans les trois premières les candidats répondent aux questions formulées par les électeurs. Alors, l'électeur designé, présentans l'assistance, se lève et dans les vingt secondes suivantes il lit sa question de la façon dont il l'a formulée. Quelque modification instantanée de la question entraîne son exclusion et un autre électeur est designé.

Les candidats ont une minute et vingt secondes pour répondre aux questions, l'adversaire a quarante secondes pour poser une autre question sur le même sujet. Mais cela ne s'est produit qu'une seule fois, car Lula et Alckmin préfèrent utiliser ce temps pour se défendre ou pour attaquer, ne parvenant pas à remettre en cause l'adversaire.

Selon la règle, après la réponse du candidat, l'opposant a une minute pour répondre et celui qui a interrogé a une minute de plus pour la duplique. Dans la dernière partie les candidat s'interrogent entre eux. Les sujets sont libres, avec trente secondes pour questionner, une minute et demie pour la réponse, une minute pour la réplique et une minute pour la duplique. Avant de finaliser le débat, chaque candidat dispose de deux minutes pour les dernières considérations.

Au cours de ce débat, le médiateur a été plus incisif quant au temps de parole des candidats, et lorsque le temps de parole se terminait, il ne permettait pas que le candidat termine de répondre, disant alors à voix haute : « Temps de parole terminé, cher candidat », et le microphone du candidat était coupé.

III.1.1.6. Les élections de 2010

Sur les neuf candidats qui se sont présentés aux élections de 2010, seuls quatre ont participé à des débats télévisés, car en vertu de la loi du Tribunal Supême Électoral (TSE), ceux qui n'ont pas été représentés à la Chambre des députés et ceux qui n'ont pas atteint 3% des intentions de vote n'y ont pas participé. Ainsi, les principaux candidats ayant participé aux débats étaient : Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB), Marina Silva (PV) et Plínio Soares de Arruda Sampaio (PSOL). Ce dernier, cependant, n'a pas pris part au premier débat sur Internet organisé par *UOL*[329] et le journal *Folha de São Paulo*. La dispute finale était entre les candidats de PT et de PSDB.

[329] UOL (Universo Online) – Société brésiliene de contenu, produits et services Internet du conglomérat *Grupo Folha*. Traduction libre.

BY-NC-ND

Parmi les faits remarquables de ces élections, la candidature de Dilma Rousseff a été celui qui a été le plus discuté. Deux questions étaient en évidence, la continuité du gouvernement PT et l'inexpérience politique de Dilma. Selon Jacob,

> *Pour Dilma, les principaux défis de sa candidature étaient le fait qu'elle était inconnue de la majorité de la population, elle n'avait pas d'expérience en matière de contentieux électoral, car elle postulait pour la première fois à un poste électif et n'avait pas les ressources nécessaires face à ses adversaires. En outre, il y avait des doutes sur la capacité du président de l'époque, Luiz Inacio Lula da Silva, de transférer des voix à sa candidate, malgré le haut degré de popularité dont il jouissait et l'approbation de son gouvernement, qui a atteint 80% à la fin de son mandat.*[330]

En 2010, treize débats ont eu lieu, douze télévisés et un sur Internet. Neuf ont été organisés au premier tour et quatre au second. Ceux du premier tour ont été transmis par les diffuseurs: *Bandeirantes*, le 5 août ; Le journal *Folha de São Paulo* et *UOL* (premier débat en ligne), 18 août ; les chaînes*TV Catholiques de SP*, 23 août ; *TV Gazeta*, le 8 septembre ; *Rede TV*, le 13 septembre ; *SBT*, le 21 septembre ; *Université Catholique de Brasilia* (diffusée à la télévision Senado), 23 septembre ; par *Record*, le 26 septembre ; et *Globo*, le 30 septembre[331]. Ceux du second tour ont été organisés par *Bandeirantes*, le 10 octobre ; par *Rede TV*, le 17 octobre ; par *Record*, le 25 octobre ; et par *Globo*, le 29 octobre[332].

III.1.1.6.1. *Bandeirantes* – premier tour 2010

Ce débat a eu lieu le 5 août dans la *Bandeirantes*, à São Paulo, sous la médiation du journaliste Ricardo Boechat. Les candidats y ont participé, par ordre alphabétique sont : Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB), Marina Silva (PV) et Plínio Arruda Sampaio (PSOL).

---

330 JACOB Cesar Romero ; HEES Dora Rodrigues ; WANIEZ Philippe ; BRUSTLEIN Violette, *A eleição presidencial de 2010 no Brasil : continuidade política e estabilidade na geografia eleitora*l. ALCEU - v. 12 - n.23 - p. 189 a 229 - jul./dez. 2011, p. 89. Disponible sur : https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00806735. Consulté le 22 avril 2017. Traduction libre.

331 MACHADO Maria Berenice da Costa, *Débats lors des campagnes présidentielles: Brésil 1989-2010*. Disponible sur : < file:///C:/Users/Samsung/Downloads/Debates%20nas%20campanhas%20presidenciais%20Brasil%201989-2010%20(6).pdf >, p. 8. Consulté le 22 avril 2017. Traduction libre.

332 *Ibid*., p. 8.

BY-NC-ND

III.1.1.6.1.1. Le générique

Dans ce débat, le décor simule l'espace dans lequel des blocs se rejoignent jusqu'à former la carte du Brésil (fig. 53). Une fois assemblés, une vague de lumière émerge, qui précède le titre du débat « Eleições 2010. Debate »[333] (fig. 53 et 54).

Figure 53 : Le générique : l'image plongée de la carte du Brésil - *Bandeirantes* 2010
L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'08'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=sYumhGhmFYc

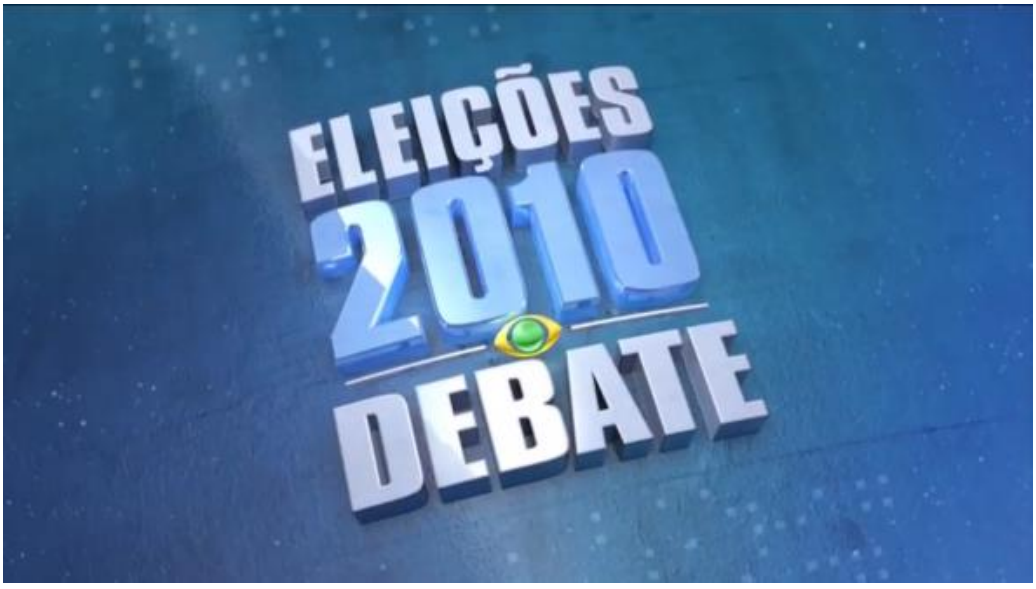


Figure 54 : Le générique : le titre du débat - *Bandeirantes* 2010

[333] « Eleições 2010. Debate » – « Élections 2010. Débat ». Traduction libre.

BY-NC-ND

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'10'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=sYumhGhmFYc

III.1.1.6.1.2. La caméra

La caméra se concentre sur le studio et montre au spectateur une scène plongée dans une pénombre bleutée, dans laquelle on voit cinq personnes sur scène et d'autres qui composent le public (fig. 55). Des jets de lumière sont projetés au centre de la scène.

Figure 55 : Le studio : la scène et le public - *Bandeirantes* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'00'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=d-VaA2CndX8

La caméra est statique et le studio continue plongé dans l'ombre, jusqu'au moment où un orchestre symphonique commence à jouer la musique d'ouverture des débats de *Bandeirantes* (fig. 56). Au fur et à mesure que la musique est jouée, des jets de lumière jaune se reflètent au centre de la scène, où est projeté le titre du débat. Nous avons donc un spectacle de sons et lumières, format que la chaîne *Bandeirantes* a adopté, dès cette année, pour les débats présidentiels qu'elle organise.

BY-NC-ND

Figure 56 : La performance d'orchestre symphonique à l'écran - *Bandirantes* 2010
L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'01'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=d-VaA2CndX8

La caméra se concentre sur le panneau, montrant les musiciens, puis retourne au studio, se déplaçant au-dessus du public. Après la fin de la chanson orchestrée, la caméra effectue un mouvement qui ne montre que la scène (fig. 57). Le spectateur qui n'est pas présent dans le studio commence alors à identifier les images, c'est-à-dire les candidats invités et l'animateur, chacun étant assis à une tribune. Au centre de la scène, trône le symbole de la chaîne.

Figure 57 : Le médiateur entre les quatre candidats - *Bandeirantes* 2010

BY-NC-ND

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'08'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=d-VaA2CndX8

Quand l'orchestre termine sa présentation, la caméra se rapproche lentement de la scène, en mettant l'accent sur le journaliste et animateur Ricardo Boechat. Pour commencer chaque bloc, elle entre dans le studio par la droite, par le haut, et se dirige lentement vers le centre de la scène jusqu'à ce qu'elle termine cette action en se concentrant sur le médiateur. À la fin de chaque bloc, elle fait le mouvement opposé, déjà à droite de la scène, elle s'éloigne lentement jusqu'à ce quitte complètement le studio.

III.1.1.6.1.3. Le décor

Lorsque l'orchestre a terminé la représentation, le studio reste dans l'ombre, mais la caméra se rapproche du centre de la scène. On peut ainsi voir que cette dernière a le format du logo de la chaîne en blanc, dans lequel elle reflète de la lumière verte et jaune (fig. 57).

Le médiateur et les candidats sont assis sur leurs propres bancs, en matière synthétique ressemblant à de l'aluminium. Sur chaque banc est écrit le nom de chacun des candidats. Le médiateur se trouve au centre, à sa droite, la candidate Dilma Rousseff (PT) et le candidat Plínio Salgado. À gauche, les candidates Marina Silva (PV) et José Serra (PSDB).

Le décor consiste en un panneau occupant l'espace à l'arrière-plan, orné de plaques numériques, avec le titre du débat en son centre. Aux extrémités de ce panneau, deux bandes parallèles de lumière verte et jaune.

III.1.1.6.1.4. Le règles

Sous les applaudissements du public, le mediateur salue tout le monde, présente l'Orchestre Philharmonique Bachiana de Sesi[334], dirigé par le maestro João Carlos Martins, Ricardo Boechat commence alors son discours en déclarant qu'une autre rencontre historique commençait aux studios de la *Band*. Il poursuit en disant que ce débat renouvelait l'engagement et la tradition de la *Band* de faire de la place pour la libre discussion d'idées entre ceux qui souhaitaient gouverner le pays.

[334] Sesi (Serviço Social da Indústria) – Service Social de l'Industrie. Traduction libre.

BY-NC-ND

Il informe ensuite que, conformément à la loi électorale, les candidats invités à participer au débat étaient, de gauche à droite : José Serra (PSDB), Marina Silva (PV), Dilma Rousse (PT) et Plínio Arruda Sampaio (PSOL). La caméra se concentre sur chaque candidat. Ensuite, un narrateur présente des photos des candidats qui n'ont pas participé au débat, sont-ils : Ivan Pinheiro (PCB), Levy Fidélix (PRTB)[335], José Maria Eymael (PSDC), Rui Costa Pimenta (PCO)[336] et Zé Maria (PSTU)[337].

Les règles sont expliquées par l'infographie au debut de chaque partie (fig. 58). Dans la première partie, l'animateur pose une question pour que tous les candidats répondent. Ensuit, un candidat, défini prècedement par le tirage au sort, choisit un autre candidat pour poser une question. Le candidat a trente secondes pour poser la question ; l'autre a deux minutes pour y répondre ; qui pose la question a un minute pour commenter la réponse ; et enfin, qui répond, a un minute pour une réplique. Chaque candidat peut être choisi pour répondre au maximum deux fois. En ce qui concerne le temps nécessaire pour poser la question, répondre, commenter et répliquer, la règle est la même pour les deuxième, troisième et quatrième blocs.

Dans les deuxième et troisième parties, un candidat questionne un autre candidat. Qui fait la question est définie par le tirage au sort, fait précédemment, il choisit un'autre candidat pour répondre.

Dans la quatrième partie, les journalistes posent des questions aux candidats et choisissent quel candidat commentera la réponse. L'ordre du candidat qui répondra le premier a été défini par le tirage au sort, de même que l'ordre du journaliste qui posera la question. Franklin Martins, José Paulo de Andrade et Joelmir Beting sont les journalistes invités.

Dans la cinquième et dernière partie, les candidats faisent leurs dernières considérations en deux minutes et demie. Une commission a été créée pour examiner les demandes de réponse en cas d'infraction, composée des avocats Fernando Neves et Geraldo Agosti, et du journaliste Waldir Zoeti.

[335] PRTB (Partido Renovador Trabalhista Brasileiro) – Parti Rénovateur Travailliste Brésilien. Traduction libre.
[336] PCO (Partido da Causa Operário) – Parti da la Cause Ouvrier. Traduction libre.
[337] PSTU (Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado) – Parti Socialiste des Travailleurs Unifiés. Traduction libre.

BY-NC-ND

Figure 58 : L'organigramme bleue - *Bandeirantes* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 02'47'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=h_6pT6__p7I

III.1.1.6.2. *Globo* – premier tour 2010

Ce débat a eu lieu le 30 september dans la *Globo*, au Rio de Janeiro, sous la médiation du journaliste William Bonner. Les candidats y ont participé, par ordre alphabétique sont : Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB), Marina Silva (PV) et Plínio Arruda Sampaio (PSOL).

III.1.1.6.2.1. Le générique

Le récit d'ouverture de ce débat commence par montrer une main appuyant sur une touche qui rappele l'urne électronique utilisée au jour de vote (fig. 59). Puis des points lumineux et des rayons bleus surgissent (fig. 60). Ces rayons forment la carte du Brésil (fig. 61), qui se transforment momentanément en « 2010 », annonçant l'événement « Eleições 2010 : Debate »[338] (fig. 62).

[338] « Eleições 2010 : Debate » – « Élections 2010 : Débat ». Traduction libre.

BY-NC-ND

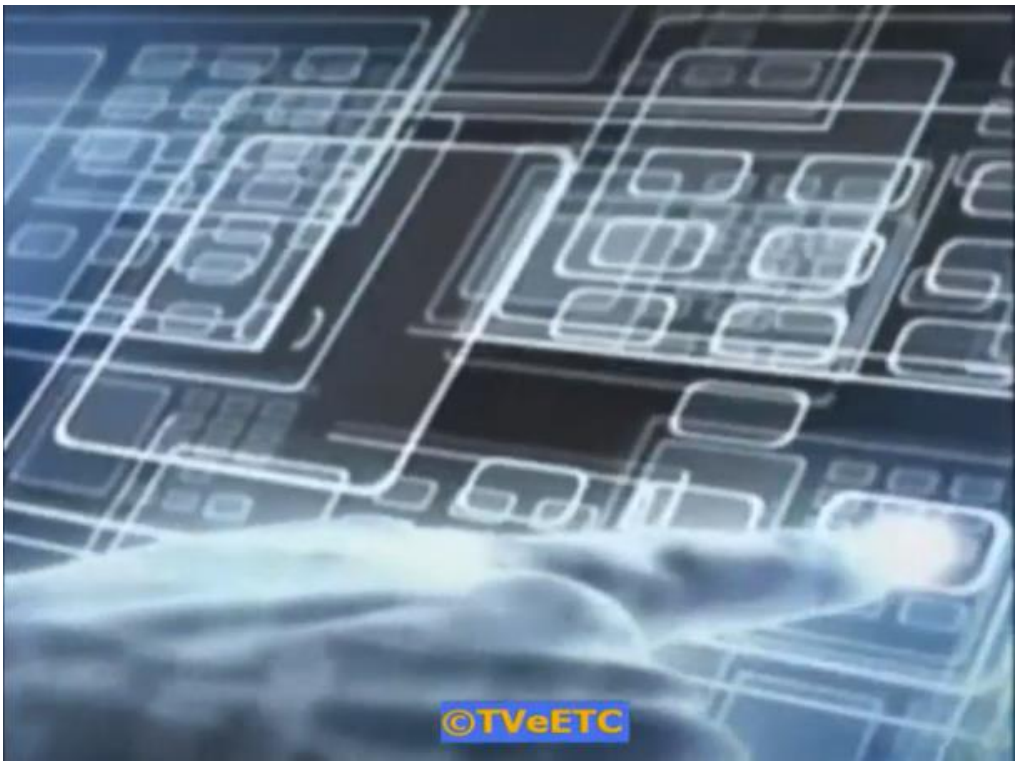


Figure 59 : Le générique : la main bleue qui touche l'écran de l'urne électronique - *Globo* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'22'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

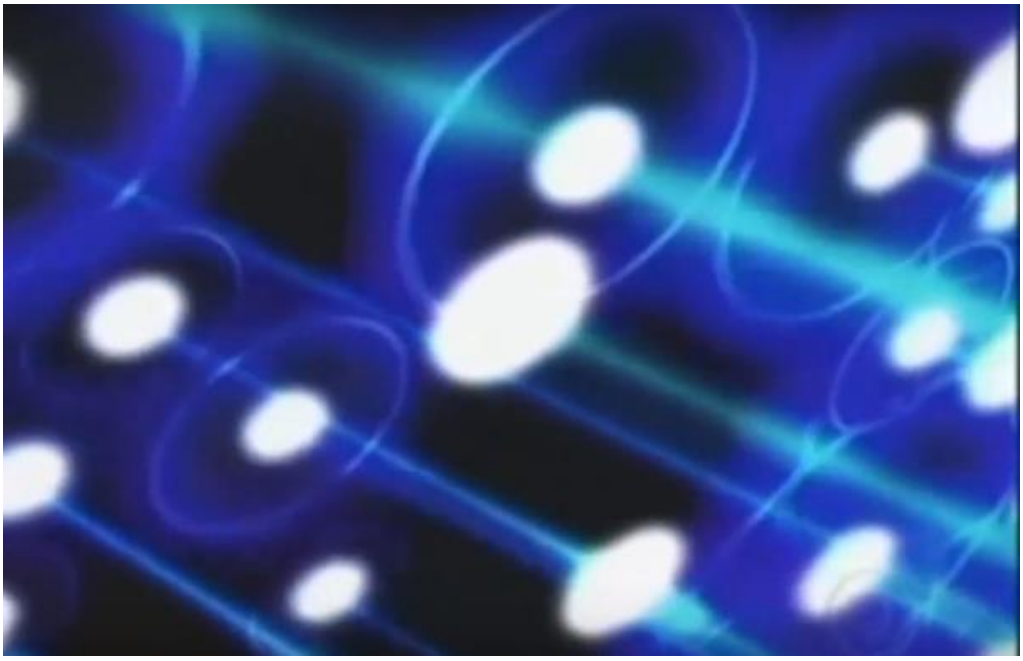


Figure 60 : Le générique : les rayons et les cercles - *Globo* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'25'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

BY-NC-ND

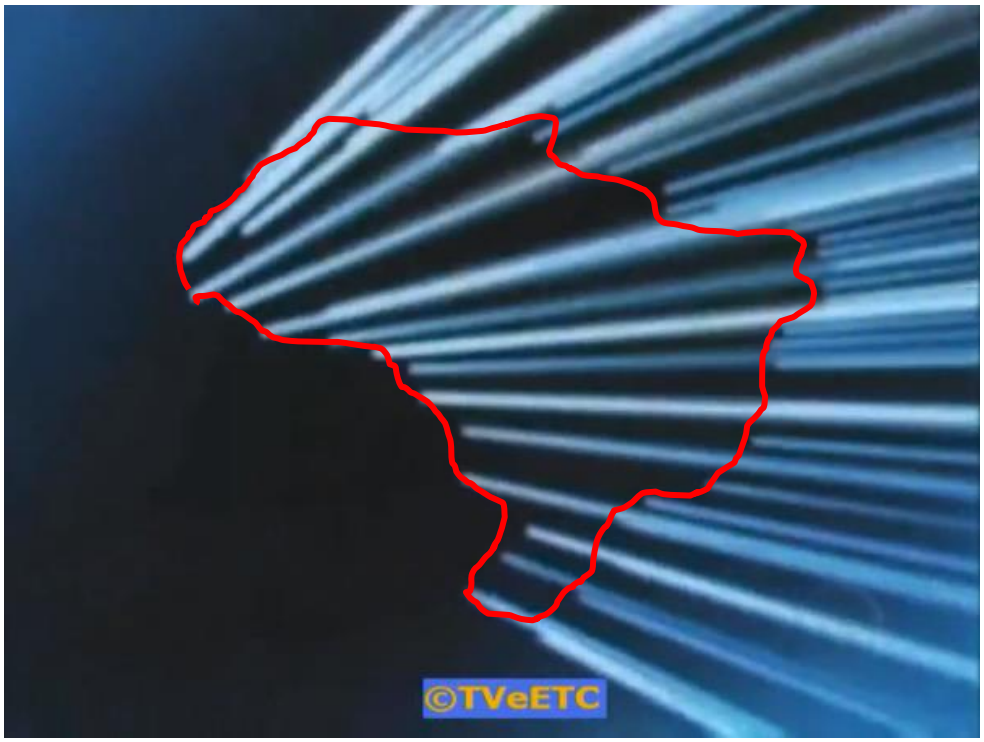


Figure 61 : Le générique : les rayons et la carte du Brésil - *Globo* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'27'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

Figure 62 : Le générique : le titre du débat - *Globo* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'29'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

BY-NC-ND

III.1.1.6.2.2. La caméra

D'en haut, la caméra entre dans le studio, à gauche, sur le public, se dirigeant vers la scène (fig. 63 et 64). Il y a peu de lumière, mais les invités sont déjà en place. En fait, les lumières ne s'allument complètement que lorsque la caméra s'approche de la scène, montrant ainsi les candidats (fig. 65).

Elle termine cette présentation en se focalisant sur l'animateur, le journaliste William Bonner, qui suit le script selon la tradition : il salue le spectateur, présente les candidats et explique ensuite les règles du débat.

Figure 63 : La caméra entre dans le studio à gauche - Globo 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'32'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

BY-NC-ND

Figure 64 : Les candidats et le médiateur : vue panoramique du studio – *Globo* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'36'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

Figure 65 : Les quatre candidats vus de l'avant - *Globo* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'43'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

BY-NC-ND

III.1.1.6.2.3. Le décor

La décoration de la scène est simple : le sol est rond et blanc, les bancs sont individuels et transparents, le panneau en arrière-plan est bleu, simulent les mêmes points de lumière que ceux du générique (fig. 65). Nous avons, de gauche à droite, le candidat José Serra (PSDB), Marina Silva (PV), Dilma Rousseff (PT) et Plínio Soares de Arruda Sampaio (PSOL). La table de l'animateur a le format du symbole de la chaîne *Globo*. Sur la table se trouve une urne transparent contenant les thèmes qui seront designés aux candidats (fig. 66).

Figure 66 : Le tirage au sort - *Globo* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'03'33''', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

III.1.1.6.2.4. Les règles

Après avoir pris la parole et effectué les salutations initiales, le médiateur explique qu'en plus des candidats présents, il y en a d'autres qui ne participeront pas au débat, n'étant pas représentés à l'Assemblée nationale et n'ayant pas atteint les 3% d'intentions de vote, à savoir : Ivan Pinheiro (PCB), Levy Fidelix (PRTB), Zé Maria (PSTU), José Maria Eymael (PSDC) et Rui Costa Pimenta (PCO).

BY-NC-ND

Ensuite, il explique que le positionnement des candidats sur le plateau de télévision a été établi par tirage au sort. Puis il explique les règles à l'aide d'un organigramme (fig. 67).

Figure 67 : L'organigramme coloré - *Globo* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'39'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

Le débat est composé de quatre parties et dans chacune d'entre elles, les candidats se posent des questions entre eux. Dans les première et troisième parties, les thèmes des questions sont déterminés par tirage au sort. Dans les deuxième et quatrième parties, les thèmes sont libres, c'est-à-dire que les candidats posent des questions sur les sujets qu'ils souhaitent. A la fin de la quatrième partie, chaque candidat a l'opportunité d'exprimer ses considérations finales.

Lorsqu'il s'agit d'une partie avec un thème prédéterminé, le thème sera d'abord tiré au sort, suivi du nom du candidat qui posera la question. A chaque nouvelle question est tiré au sort un nouveau thème.

Le débat possède la mécanique suivante : le candidat tiré au sort pour démarrer la partie du débat en question choisit la personne qui va lui répondre, et dispose alors trente secondes pour poser sa question ; le candidat choisi dispose de deux minutes de temps de réponse. Puis celui qui a posé la question a une minute pour la réplique, et celui qui a

BY-NC-ND

répondu dispose également d'une minute pour la contre-réponse. La deuxième question sera posée par le candidat qui a répondu à la première, et ainsi de suite. Le candidat devra systématiquement questionner un opposant qui n'a pas encore parlé durant la partie. Le dernier à poser une question le fera obligatoirement à la personne qui a pris la parole en premier dans la partie.

Après avoir expliqué les règles, le médiateur informe que ce mécanisme a été conçu par le mathématicien Oswaldo de Souza, dans le but de trouver un équilibre au débat et de garantir que tous puissent questionner et répondre une fois à chaque partie.

En cas d'injure ou de calomnie de la part d'un adversaire, le candidat offensé peut demander un droit de réponse. Le médiateur et l'équipe de production évaluent alors la demande et si on la lui concède, le candidat aura un droit de réponse immédiat.

Fixant droit la caméra, le médiateur finalise ce moment en disant que la préoccupation de la chaîne *Globo* porte sur l'utilité de la rencontre pour l'électeur, et que c'est pour cette raison que les discussions se doivent d'être courtoises et exemptes de grossièreté. Il demande encore à ce que les invités demeurent silencieux durant le débat pour ne porter préjudice ni aux candidats, ni à ceux qui accompagnent l'événement à la télévision. Le silence ne pourra cesser qu'au moment où il conviera tout le monde à applaudir les candidats qui, démocratiquement, vont débattre de propositions fondamentales pour le Brésil tout entier.

III.1.1.6.3. *Bandeirantes* – deuxième tour 2010

Ce débat a eu lieu le 10 octobre dans la *Bandeirantes*, à São Paulo, sous la médiation du journaliste Ricardo Boechat, avec la participation des deux candidats qui disputent les élections au second tour, Dilma Rousseff (PT) et José Serra (PSDB).

III.1.1.6.3.1. Le générique

Pour le second tour, la chaîne *Bandeirantes* utilise la même formule que pour le générique qui ouvre le débat au premier tour (fig. 53 et 54).

BY-NC-ND

III.1.1.6.3.2. La caméra

La caméra reste statique, dans le haut, au centre du studio, en focalisant le panneau, lequel va diffuser la présentation de l'orchestre symphonique. Pendant que la musique enregistrée est diffusée, les caméras parcourent le public, focalise le panneau où est projeté les musiciens, c'est-à-dire, montre aux spectateurs qui sont chez eux, ce qui se passe dans ce studio (fig. 68, 69, et, 70). Elle termine cette présentation en se focalisant sur l'animateur, le journaliste Ricardo Boechat (fig. 69).

Au cours du débat, la caméra se concentre sur les candidats et le médiateur tout en parlant. Au début de chaque partie, elle fait son entrée dans le studio depuis le haut, du côté droit, et elle se rapproche peu à peu du plateau jusqu'à effectuer un gros plan sur le médiateur, tandis qu'à la fin de chaque partie, elle opère le mouvement contraire, à partir du médiateur, depuis la droite, s'éloignant jusqu'à sembler sortir complètement du studio.

Figure 68 : Les deux candidats, le médiateur et l'orchestre symphonique – *Bandeirantes* 2010
L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'03'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=wny2VVUTiBQ

BY-NC-ND

Figure 69 : Le médiateur et le public vus de l'avant - *Bandeirantes* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'26'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=wny2VVUTiBQ

Figure 70 : Les deux candidats vus de l'avant - *Bandeirantes* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'23'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=wny2VVUTiBQ

III.1.1.6.3.3. Le décor

En ce qui concerne le décor, il se maintient pareil au premier tour de ces élections. La seule différence est donc que l'animateur se tient devant les deux invités, le dos tourné au

BY-NC-ND

public (fig. 70). Sur la scène, Dilma Rousseff (PT) est à droite et José Serra (PSDB) est à gauche (fig. 70).

Un'autre différence est que dans le logo tandis que dans le losangue se reflète la couleur jaune, dans la sphère, à l'intérieur du losango, reflète une lumière verte. Le sol est noir, pendant le studio il est bleuâtre. Des canons de lumière circulent sur le panneau et les candidats alors que les affrontements ne commencent pas.

III.1.1.6.3.4. Les règles

Le mediateur ouvre le débat selon le script : il salue le spectateur, présente l'orchestre et le maître qui la dirige, aprés il explique l'objectif et l'importance du débat pour les brésiliens.

Il affirme que la chaîne de télévision *Band* renforce une fois de plus la tradition d'ouvrir un espace dédié à la discussion libre d'idées des principaux moments de la démocratie du pays. Après ce discours, il annonce que le Groupe de Communication *Bandeirantes* remercie la présence de la candidate Dilma Rousseff (PT), du candidat José Serra (PSDB) et du public.

Il explique que tout au long du débat, en cas d'injure personnelle, le candidat qui se sentirait offensé pourra exiger un droit de réponse au cours de la dernière intervention de chaque tournée de questions. Une commission a été organisée afin d'évaluer la demande. Si celle-ci est approuvée, la réponse doit être donnée en l'espace d'une minute.

Puis il explique les règles des cinq parties du débat. Dans la première d'entre elles, les deux candidats répondent à une question posée par le médiateur, dans l'ordre défini par tirage au sort ; le temps de réponse est de deux minutes. Dans la séquence se déroule première tournée de questions directes entre candidats. Le durée limitée prévue pour la question est d'une minute ; les réponses, les répliques et les contre-réponses sont de deux minutes chacune.

Dans la seconde partie, chaque candidat pose deux questions à ses opposants. Lors des troisième et quatrième parties, les candidats ne posent qu'une question à l'opposant et dans la cinquième partie, tous deux effectuent leurs considérations finales. Ces règles ont été expliquées à l'aide de l'organigramme.

BY-NC-ND

III.1.1.6.4. *Globo* – deuxième tour 2010

Ce débat a eu lieu le 29 octobre dans la *Globo*, au *Rio de Janeiro*, sous la médiation du journaliste William Bonner, avec la participation des deux candidats qui disputent les élections au second tour, Dilma Rousseff (PT) et José Serra (PSDB).

III.1.1.6.4.1. Le générique

La chaîne *Globo*, lors du dernier débat des élections de 2010, a également reproduit le récit du générique au second tour (fig. 59, 60, 61 et 62).

III.1.1.6.4.2. La caméra

La caméra entre dans le studio, qui est dans l'ombre, à gauche, à partir du haut et survole le public vers la scène (fig. 71 et 72). Les lumières de la scène ne s'allument que lorsque la caméra s'approche de cet espace et se concentrent sur les candidats. Nous voyons ensuite Dilma à droite et José Serra à gauche (fig. 72).

De plus, la caméra se rapproche de médiateur quand il parle, de l'électeur lorsqu'il pose la question et du candidat lorsqu'il répond. Elle dispose également de l'autonomie nécessaire pour filmer l'électeur derrière le candidat, c'est-à-dire qu'elle filme le dos du candidat et le candidat devant (fig. 73).

À la fin de chaque bloc, la caméra se concentre sur les candidats sur scène et à mesure que les lumières s'éteignent, elle s'éloigne comme si elle quittait le studio à gauche de la vidéo (fig. 74).

BY-NC-ND

Figure 71 : Vue panoramique de la scène dans la pénombre – *Globo* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'07'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=qZnPMfumDA0

Figure 72 : Vue panoramique de la scène - *Globo* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'08'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=qZnPMfumDA0

BY-NC-ND

Figure 73 : L'électeur et le candidat - *Globo* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'00''24''', en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=qZnPMfumDA0&list=PLC828DF11CDAB5AAF&index=3

Figure 74 : Dilma Rousseff en marchant sur la scène - *Globo* 2010

BY-NC-ND

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'14''09''', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=2ACs00R_lT8&list= PLC828DF11CDAB5AAF&index=4

III.1.1.6.4.3. Le décor

Le format de scène est rond et blanc, autour duquel quatre chronomètres permettent aux candidats de suivre le temps de la question et de la réponse stipulées pour chacune (fig. 75). La chaise et le serviteur du candidat sont également blancs (fig. 75).

Les candidats se tiennent côte à côte sur la scène, séparés par un bureau avec un petit écran utilisé pour choisir l'électeur qui leur posera la question (fig. 75). Ce petit écran est connecté à un autre, plus grand, qui est situé derrière les candidats, lequel montre l'État, le sujet à discuter et le nom de cet électeur qui posera la question (fig. 76).

La table de l'animateur est la même que celle du premier tour, ronde et avec le format des symboles de la chaîne *Globo*. L'animateur se tient devant les candidats, mais hors de la scène, avec les dos à l'audience (fig. 72).

Figure 75 : Dilma Rousseff regarde l'écran - *Globo* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'00''24'''

https://www.youtube.com/watch?v=8N_3NFmp-Rw&list=PLC828DF11CDAB5AAF&index=5

BY-NC-ND

Figure 76 : Le tirage au sort dans l'écran - *Globo* 2010

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'00''28'''

https://www.youtube.com/watch?v=8N_3NFmp-Rw&list=PLC828DF11CDAB5AAF&index=5

III.1.1.6.4.4. Les règles

La *Globo* a sélectionné un groupe de quatre-vingts électeurs indécis pour élaborer les questions qui seraient posées aux candidats lors du débat.

Ces électeurs sont disposés dans des gradins autour de la scène (fig. 71, 72, 73 et 74). Sur les quatre-vingts questions, seulement douze sont choisi à tirés au sort dans l'écrant pendant le programme, quatre pour chaque bloc, sont trois blocs. Le mediateur tire au sort le premier candidat qui va toucher l'écran pour choisir l'électeur.

Aprés que l'État, le sujet et le nom de l'électeur apparaissent à l'écran, il deve se lever et lire la question de la même manière qu'il l'eut écrite, sans improvisation ni amendement. Si le texte de la question est modifié, il est automatiquement annulé et le transgresseur quitte le programme immédiatement.

Pendant le programme, chacun des candidats dispose de deux minutes pour répondre aux questions, deux minute pour le commentaire de l'opposant, et deux minute de plus pour la réplique du candidat qui répond.

BY-NC-ND

A la fin de l'émission, le médiateur fait un discours et annonce que parmi les quatre-vingts électeurs indécis, douze d'entre deux ont posé une question en direct, ayant été sélectionnés via le moniteur. Ces douze électeurs ont eu l'opportunité d'écouter les réponses des deux candidats. Selon lui, il n'y aurait pas pu avoir meilleure contribution que celle-ci à seulement deux jours des élections, que ce soit pour les électeurs, pour les candidats, les journalistes ou encore les invités sur le plateau. Ceci étant, les électeurs brésiliens n'auront plus l'opportunité d'écouter ce que pensent les candidats qui aspirent à la fonction de président de la République.

Avant de clôturer le débat, le médiateur convie les deux candidats à effectuer leurs considérations finales. Selon le tirage au sort effectué au préalable en présence des conseillers des candidats, la première à prendre la parole est Dilma Rousseff (PT), suivie de José Serra (PSDB). Chacun dispose de deux minutes de temps de parole.

III.1.1.7. Les élections de 2014

Les élections de 2014 ont précédé un climat de tension au sein du gouvernement de Dilma Roussef (PT), caractérisé entre autres par le manque de croissance économique, par les accusations de corruption et par la spectacularisation médiatique de la corruption[339], en plus des revendications populaires réalisées à partir de juin 2013 et qui se sont poursuivies cette année-là.

Selon Ilse Scherer-Warren, ces revendications ont présenté des pôles antagoniques :

> *[...] d'un côté, les jeunes du MPL[340] qui défendent des politiques de caractère émancipatoire et qui luttent pour des changements systémiques et politico-culturels ; d'un autre côté certains groupes de jeunes médecins qui s'opposent à une politique publique (« Mais Médicos »)[341] en faveur de populations démunies,*

[339] BASTOS Pedro Paulo Zahluth, *Ascenção e crise no governo Dilma Roussef eimpeachment de 2016 : poder estrutural, contradição e ideologia*. Disponible sur : http://www.scielo.br/pdf/rec/v21n2/1415-9848-rec-21-02-e172129.pdf. Consulté le 22 août 2019. Traduction libre.

[340] MPL (« Movimento do Passe Livre »), "Mouvement du Transport Libre", mouvement social brésilien qui défend un transport public gratuit.

[341] « Le Programme « Mais Médicos » (PMM), "Plus de médecins", fait partie d'un ample dispositif du Gouvernement Fédéral, avec le soutien d'états et de municipalités, en faveur de l'amélioration de l'accès aux soins des usagers du Système Unique de Santé (SUS). En plus d'envoyer plus de médecins dans des régions souffrant de carence ou d'absence de ces professionnels, le programme prévoit aussi plus d'investissements pour la construction, la rénovation et l'élargissement d'Unités Basiques de Santé (UBS), en plus de nouvelles places au sein du premier cycle universitaire

BY-NC-ND

pour défendre le status quo et des intérêts corporatistes de classe, au point d'essayer d'interférer, de manière exclusivement corporatiste, dans le système institutionnel, comme cela a été mis en évidence par leurs actes par rapport à ce projet.[342]

Malgré ce contexte défavorable à la présidente, celle-ci se porte candidate aux élections de 2014 et les remporte avec 51,65% des voix, c'est-à-dire 54.483.045 millions de votes, contre 48,35% de vote pour son opposant, le candidat Aécio Neves (PSDB), avec 50.993.533 millions de votes[343].

III.1.1.7.1. *Bandeirantes* – premier tour 2014

Ce débat fut diffusé le 26 août dans la *Bandeirantes*, à São Paulo, sous la médiation du journalista Ricardo Boechat, avec la participation de sept candidats, sont-ils, par ordre alphabétique : Aécio Neves (PSDB), Dilma Rousseff (PT), Eduardo Jorge (PV), Pastor Everaldo (PSC), Levy Fidélix (PRTB), Luciana Genro (PSOL) et Marina Silva (PSB).

III.1.1.7.1.1. Le générique

Pour l'ouverture du programme, un art fut élaboré avec des points lumineux et des lignes droites formant des images géométriques (fig. 77 et 78). Parmi eux, on peut voir rapidement la carte du Brésil (fig. 78), vue du sud au nord du pays. Ces formes qui bougent et changent en fonction de l'évolution de la photo sont finalement transformées en titre de l'événement « Débat 2014 »[344], sans le logo du diffuseur (fig. 79). Ce récit fut suivi de la chanson thème « Élections – Band »[345], issue de débats retransmis en direct par *Bandeirantes*.

(« graduação ») et de l'internat médical pour améliorer la qualité de formation de ces professionnels ». Disponible sur : http://maismedicos.gov.br/conheca-programa. Consulté le 22 août 2019. Traduction libre.

342 SCHERER-WARREN Ilse, *Manifestations dans les rues au Brésil en 2013: convergences et divergences dans la politique*, p. 419. Disponible sur : http://www.scielo.br/pdf/ccrh/v27n71/a12v27n71.pdf. Consulté le 22 août 2019.

343 *Eleições 2014. Resultados eleitorais dos presidenciáveis 2014*. Disponible sur: https://www.eleicoes2014.com.br/. Consulté le 22 août 2019. Traduction libre.

344 « Debate 2014 » – « Débat 2014 ». Traduction libre.

345 « Eleições – Band » – « Élections – Band ». Traduction libre.

BY-NC-ND

Figure 77 : Le générique : les formes géographiques - *Bandeiranes* 2014

L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 09'27'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=4gmv36Z3oWI

Figure 78 : Le générique : la carte du Brésil vue du Sud - *Bandeirantes* 2014

L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 09'30'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=4gmv36Z3oWI

BY-NC-ND

Figure 79 : Le générique : le titre du débat - *Bandeirantes* 2014

L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 09'30'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=4gmv36Z3oWI

III.1.1.7.1.2. La caméra

Lorsque le journaliste termine de donner les informations, une partie de le générique apparaît, puis la caméra entre en studio, par le haut, par la droite, par-dessus le public (fig. 80). Elle se déplace dans la direction de la scène. L'ambiance est illuminée par une lumière bleuâtre et sombre ne permettant au téléspectateur, qui est à la maison, d´identifier que les formes et les mouvements (fig. 81).

Figure 80 : Le public dans le studio dans la pénombre - *Bandeirantes* 2014

L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en diretc, en 00'05'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=zzEAIr8Cg64

BY-NC-ND

Figure 81 : Le public et les candidats dans la pénombre - *Bandeirantes* 2014

L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en diretc, en 00'10'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=zzEAIr8Cg64

Lorsque la caméra approche de la scène, les lumières s'allument jusqu'à ce que, complètement éclairées, il soit possible d'identifier les personnes qui se trouvent à leur place (fig. 82). Peu à peu, elle s'approche du médiateur jusqu'à ce qu'elle se concentre sur lui (fig. 83 et 84).

Figure 82 : La scène dans la pénombre - *Bandeirantes* 2014

L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en diretc, en 00'15'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=zzEAIr8Cg64

BY-NC-ND

Figure 83 : Les sept candidats e le médiateur dans la pénombre - *Bandirantes* 2014

L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en diretc, en 00'16'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=zzEAIr8Cg64

Figure 84 : Les sept candidats et le médiateur - *Bandeirantes* 2014

L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en diretc, en 00'17'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=zzEAIr8Cg64

C´est à ce moment que le mediateur donne des explication sur le débat, qu´il affirme que le débat de *Bandeirantes* est important parce qu'il entre dans l'histoire et qu´il présente les candidats, organisés sur scène par tirage au sort. Puis la présentation suit cette

BY-NC-ND

dynamique du tirage au sort : pasteur Everaldo Luciana Genro, Marina Silva, Aécio Neves, Dilma Rousseff, Levy Fidélix et Eduardo Jorge (fig. 84).

Pendant le débat, alors que les candidats répondent aux questions, la caméra se concentre également sur ce dont ils parlent et utilise parfois une nouvelle technologie dans laquelle elle place l'image du candidat qui pose la question à côté de l'image de celui qui répondra à la question (fig. 85). Ainsi, le téléspectateur peut suivre les réactions des deux.

Figure 85 : Marina Silva et Dilma Rousseff - *Bandeirantes* 2014
L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en diretc, en 01'25'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=LFyMozFlyx4

À la fin de chaque bloc, la caméra centralise l'image du médiateur qui annonce la fin du bloc et explique à nouveau, mais brièvement, la règle du bloc suivant. Lorsqu'il donne ces informations, la caméra s'éloigne de lui jusqu'à ce qu'elle se concentre plus loin sur la scène, qui se trouve déjà à nouveau dans la pénombre.

III.1.1.7.1.3. Le décor

Alors que la caméra passe au-dessus le public, des canons de lumière encerclent la scène. L´ambiance est de couleur bleuâtre, sur le sol, deux petites élévations, l'une convexe et l'autre concave, où les candidats sont placés (fig. 83 et 84).

BY-NC-ND

Le médiateur est parmi les candidats, trois d'un côté et quatre de l'autre. Tous sont placés sur de petits bancs qui ont une demi-transparence. À la base du banc, une traînée de lumière blanche. Ils ont été disposés en points formant un demi-cercle (fig. 84).

À l'arrière-plan, un panneau également bleu. Bien qu'il soit symétrique, il n'a pas une forme arrondie, mais rectangulaire, il est en outre plus petit et occupe pratiquement la longueur que forme le positionnement des candidats. Ce panneau comporte des rayons lumineux qui se déplacent et s'interconnectent par points. Ces rayons font partie de la mise en scène qui constitue l'ouverture du programme. Au centre du panneau se trouve le logo de la chaîne, le losange jaune, et à l'intérieur du losange, un cercle vert (fig. 84).

III.1.1.7.1.4. Les règles

Les règles ont été définies en accord avec les conseillers des candidats. En cas d'offense personnelle, le candidat peut demander un droit de réponse. Un comité évaluera la pertinence de la demande. À partir du premier bloc, les règles sont expliquées à l'aide d'un organigramme (fig. 86).

Figure 86 : L'organigramme - *Bandeirantes* 2014

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'00''43''', https://www.youtube.com/watch?v=zzEAIr8Cg64

BY-NC-ND

Dans le premier bloc, chaque candidat disposera d'une minute et demie pour répondre à une question extraite des suggestions des lecteurs de *Metro Jornal*. Ensuite, le mediateur pose une question unique à tous les candidats.

À partir du deuxième bloc, les règles sont expliquées à l'aide d'un organigramme. Ce bloc est caractérisé par la confrontation directe entre les candidats : dans un ordre défini par tirage au sort, le candidat choisit qui va répondre et ensuite pose une question.

Dans le troisième bloc, le journaliste demande et choisit un autre candidat pour répondre. Le candidat qui répond a droit à la réplique. Le candidat peut être choisi pour la réplique jusqu'à deux fois. Les journalistes invités pour poser les questions sont : Boris Casoy, Fábio Pannuzio et José Paulo de Andrade.

Dans le quatrième bloc, la confrontation est directe, comme dans le second. Le cinquième bloc suit les règles du troisième, tandis que dans le sixième bloc, les candidats font leurs derniers commentaires.

III.1.1.7.2. *Globo* – premier tour 2014

Ce débat a eu lieu le 02 octobre, dans la *Globo*, au Rio de Janeiro, sous la médiation du journaliste William Bonner. Les candidatas invités qui participent au débat, par ordre alphabétique, sont : Aécio Neves (PSDB), Dilma Rousseff (PT), Eduardo Jorge (PV), Pastor Everaldo (PSC), Levy Fidélix (PRTB), Luciana Genro (PSOL) et Marina Silva (PSB).

III.1.1.7.2.1. Le générique

La *Globo* a présenté une ouverture simple pour le débat. Sur un fond bleu, il y a une circonférence composée de seize bandes, écrite « Élections » en jaune, à l'extérieur et à l'intérieur, puis la carte du Brésil apparaît rapidement du fond de la sphère et ensuite l'année du débat, « 2014 », écrite en blanc (fig. 89).

La musique instrumentale utilisée dans la composition de cette ouverture est la même que la chaîne utilise depuis le premier débat présidentiel qu'elle a couvert en 2002.

BY-NC-ND

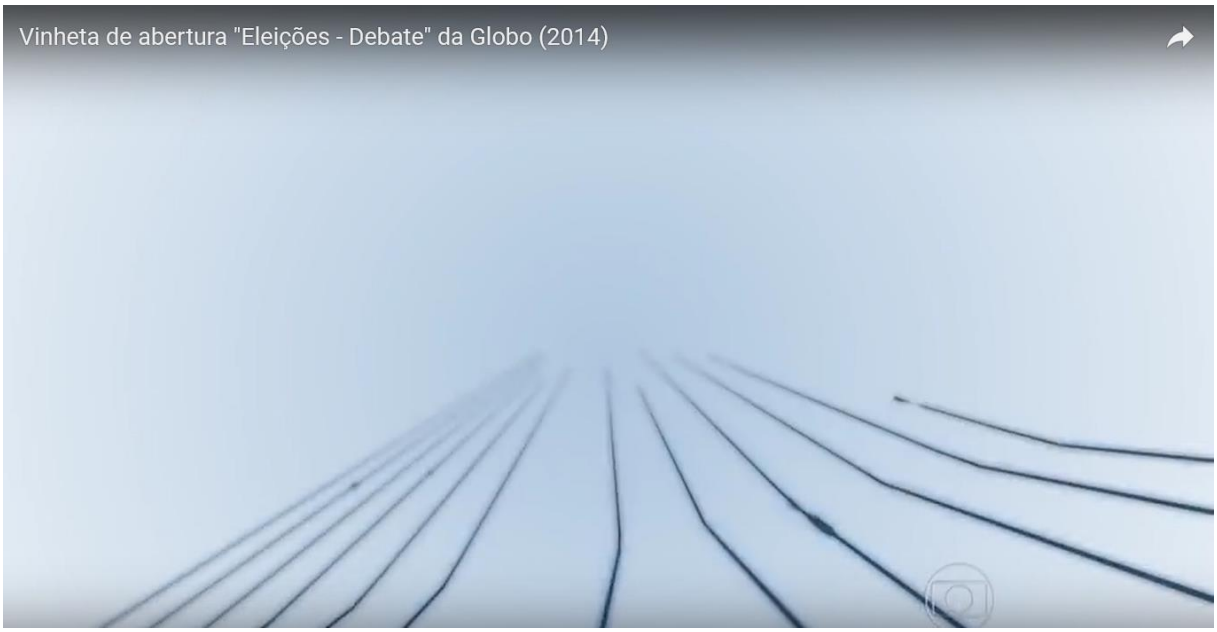


Figure 87 : Le générique : les cables - *Globo* 2014

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'02'', en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=KyW4dz3qMK4

Figure 88 : Le générique: les chiffres et les États - *Globo* 2014

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'03'', en ligne, https://www.youtube.com/watch?v=KyW4dz3qMK4

BY-NC-ND

Figure 89 : Le générique : le titre du débat - *Globo* 2014

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'04'', en ligne, http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html

III.1.1.7.2.2. La caméra

La caméra entre dans le studio de gauche à droite et avance rapidement sur le public et du haut, elle se concentre sur la scène où les candidats sont déjà assis (fig. 90 et 91). Après s'être concentrée sur la scène et sur les candidats, la caméra filme le médiateur qui se trouve devant les candidats (fig. 92).

Figure 90 : La caméra : vue latérale du public - *Globo* 2014

BY-NC-ND

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'04'', *en ligne*, http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html

Figure 91 : La caméra : mouvement sur le public - *Globo* 2014

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'05'', *en ligne*, http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html

Figure 92 : La caméra : veu des sept candidats d'en haut - *Globo* 2014

BY-NC-ND

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'04'', *en ligne*, http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html

Le mediateur commence à parler en bougeant les bras, effectue les salutations et présente les candidats dans l´ordre suivant : Eduardo Jorge (PV), Levy Fidelix (PRTB), Dilma Rousseff (PT), Marina Silva (PSB), Luciana Genro (PSOL), Aécio Neves (PSDB) et le pasteur Everaldo (PSC). Par tirage au sort, les candidats sont placés aux endroits qu'ils occupent.

Après les présentations, la caméra montre les trois candidats à gauche, puis les quatre à droite de la vidéo, tandis que le médiateur explique que ce placement a été décidé par tirage au sort. Ensuite elle montre le public car le médiateur annonce qu'il y a des invités dans le public. Et il répète le discours du débat précédent, dans lequel l'audience restera silencieuse tout au long du débat, pour ne pas nuire aux candidats ni à ceux qui sont à la maison accompagnant l'événement. Mais qu´à ce moment-là, ils vont applaudir les candidats.

À ce moment, la caméra bouge, montrant le public, le modérateur qui est de dos ainsi que les candidats. Pendant le débat, toutefois, les caméras ne montrent que les orateurs et le modérateur. Et à la fin, elle se concentre sur le modérateur qui clôture le bloc et s'éloigne lentement, montre la scène et revient à gauche sur le public.

III.1.1.7.2.3. Le décor

La décoration du studio est simple et moderne. La scène a la forme d'un demi-cercle, asymétrique, c'est-à-dire qu'il y a des irrégularités d´où sortent des lumières de néons bleus. Au milieu du cercle se trouve un banc, où chaque candidat se rendra pour poser des questions et y répondre en se faisant face (fig. 92).

Au fond de la scène ont voit les chaises grises, avec des tables également grises sur le côté, de sorte que les candidats soient entre les tables. Derrière les candidats, il y a un panneau composé de pilastres et entre eux une lumière bleue. Au centre se trouve le symbole du débat, ainsi que du côté droit de la scène, mais au lieu de l'année il y a une petite carte du Brésil (fig. 92).

Le médiateur fait face aux candidats et tourne le dos au public, sur un petit banc, délimité par la même lumière qui entoure la scène (fig.93). Sur la table du mediateur se

BY-NC-ND

trouve une urne transparente, avec le symbole de la chaîne et du débat, à l'intérieur de petites enveloppes. Derrière le médiateur sont les caméras, les techniciens, les journalistes et le public.

Figure 93 : La candidate Luciana Genro debout - *Globo* 2014

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 03'54'', *en ligne*, http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html

III.1.1.7.2.4. Les règles

Les règles ont été expliquées à l'aide d'un organigramme (fig. 94). Pour le premier bloc, le thème est libre, mais le candidat qui pose la question est tiré au sort, après le tirage il choisit le candidat pour y répondre.

Dans le deuxième bloc, le médiateur tire au sort le thème auquel les candidats répondent. L'ordre des réponses a été préalablement établi par tirage au sort lors d´une réunion avec les conseillers des candidats. Dans le troisième bloc, les candidats qui pose les questions ont été préalablement tirés au sort. Ils choisissent le thème et qui répondra à la question.

Le quatrième bloc répète les règles du second et, dans le cinquième, chaque candidat apportera ses derniers commentaires.

BY-NC-ND

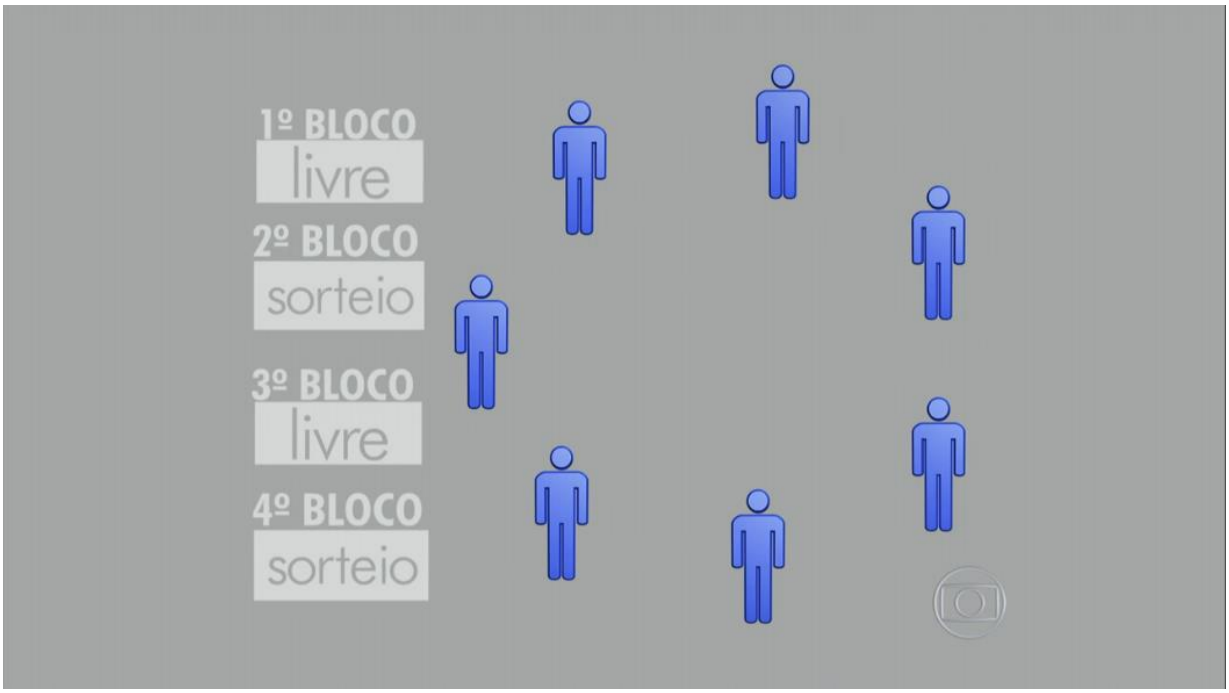


Figure 94 : L'organigramme gris - *Globo* 2014

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'42'', *en ligne*, http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html

III.1.1.7.3. *Bandeirantes* – deuxième tour 2014

Ce débat a eu lieu le 14 octobre, sous la médiation du journaliste Ricardo Boechat, avec la participation des deux candidats qui disputent les élections au second tour. Par ordre alphabétique, sont-ils : Aécio Neves (PSDB) et Dilma Rousseff (PT).

III.1.1.7.3.1. Le générique

La narrative est la même que celle du débat du premier tour. Un visuel artistique a été élaboré au moyen de points et de lignes lumineux qui forment des images géométriques en 3D (fig. 76 et 77). L'on voit rapidement se dessiner parmi ces images celle de la carte du Brésil (fig. 77) vue du sud au nord du pays. Ces formes qui se déplacent et changent selon l'évolution du scénario sont transformées en le titre de l'événement, « Débat 2014 », sans le logotype de la chaîne de télévision (fig. 78). Cette narrative est suivie du thème musical « Eleições – Band », choisi pour les débats transmis en direct par la chaîne de télévision *Bandeirantes*.

BY-NC-ND

III.1.1.7.3.2. La caméra

La séquence des scènes ci-dessous montre le mouvement de la caméra aux premiers moments avant le début du débat entre Dilma Rousseff et Aécio Neves, dans le studio de *Bandeirantes* (fig. 95, 96, 97, 98 et 99).

La première image (fig. 95) montre le moment où la caméra entre en studio, au-dessus du public. Ce mouvement se fait progressivement, révélant au téléspectateur qui n'est pas présent dans ce lieu, le décor dans lequel le débat sera présenté ou représenté.

Figure 95 : Le public dans la pénombre - *Bandeirantes* 2014

L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 00'07'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

BY-NC-ND

Figure 96 : La caméra : le mouvement dans la direction de la scèna - *Bandeirantes* 2014

L'i'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 00'08'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

Figure 97 : La caméra : le mouvement en direction de la scène - *Bandeirantes* 2014

L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 00'09'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

BY-NC-ND

Figure 98 : Le public et la scène dans la pénombre - *Bandeirantes* 2014

L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 00'11'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

Figure 99 : Les deux candidats dans la scène dans la pénombre - *Bandeirantes* 2014

L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 00'12'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

BY-NC-ND

Le public présent et participant à la mise en scène est assis dans un amphithéâtre éclairé par une lumière bleuâtre (fig. 99). Une pénombre permet de ne voir que le profil des personnes, sans identifier les détails, par manque de lumière et en raison de la rapidité avec laquelle la caméra circule sur les personnes.

La caméra se promène devant ce public en faisant un mouvement jusqu'à ce qu'elle se positionne devant la scène où se trouvent déjà les deux candidats. Mais le studio est encore dans la pénombre. La lumière ne s'allumera qu'au moment exact où le cadrage sera fait sur les acteurs (fig. 100).

Ils se tiennent debout devant un pupitre, se faisant face, la candidate-présidente Dilma à gauche et Aécio à droite. L'effet est similaire à une pièce de théâtre, lorsque les rideaux s'ouvrent et que les personnages sont vus en préparation, prêts à commencer la représentation.

Ensuite, la caméra encadre le médiateur, qui fait les présentations, remercie, informe des règles de la pièce. La proposition est que les candidats exposent et confrontent leurs projets.

Figure 100 : Dilma Rousseff et Aécio Neves - *Bandeirantes* 2014

L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 00'22'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

BY-NC-ND

En ce qui concerne les vêtements, Dilma Rousseff porte un pantalon noir et un blazer blanc, Aécio Neves porte un costume gris clair et le médiateur Ricardo Boechat porte un costume sombre (fig. 100 et 101).

III.1.1.7.3.3. Le décor

La décoration du studio dans ce débat est identique à celle du premier tour (fig. 82). La différence est que dans ce cas, le médiateur est hors du centre de la scène, placé dans un endroit plus éloigné des candidats (fig. 101).

Figure 101 : Les deux candidats et le médiateur - *Bandeirantes* 2014
L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 01'08'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

III.1.1.7.3.4. Les règles

Le médiateur démarre le débat en informant que les électeurs pourront suivre le débat sur la chaîne de télévision *Band News*, sur les radios *Bandeirantes* et *Band News FM*, sur la chaîne de télévision *Band Internacional*, sur Internet ainsi que sur leurs téléphones portables via l'application de la *Band*.

Puis il explique que l'ordre de participation et la position des candidats sur le plateau ont été préalablement définis par tirage au sort, en présence des conseillers des candidats.

BY-NC-ND

Chaque candidat posera six questions à l'opposant suivant l'ordre précédemment tiré au sort. Ces questions ont été distribuées de la façon suivante : dans les première et quatrième parties, chacun pose une question. Dans les deuxième et troisième parties, les candidats posent deux questions à leur opposant. Ces règles ont été expliquées à l'aide de l'organigramme (fig. 102).

Dans la première partie, avant de démarrer les questions, chaque candidat a disposé de deux minutes pour présenter au Brésil ce qu'il considère être le plus important à réaliser durant son mandat, s'il venait à remporter les élections.

La durée des questions est limitée à une minute, et celle de la réponse est de deux minutes ; pour la réplique et la contre-réponse, chacun dispose d'une minute d'explication. Une commission présente durant l'émission a été organisée afin d'analyser les demandes de droit de réponses, si jamais elles venaient à surgir. Seules seront considérées les demandes en cas d'injure personnelle émise lors de la dernière participation de chaque partie.

Figure 102 : L'organigramme bleu et blanc - *Bandeirantes* 2014

L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 06'14'', *en ligne,* https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

BY-NC-ND

III.1.1.7.4. *Globo* – deuxième tour 2014

Ce débat a eu lieu le 24 octobre, sous la médiation du journaliste William Bonner, avec la participation des deux candidats qui disputent les élections au second tour. Par ordre alphabétique, sont-ils : Aécio Neves (PSDB) et Dilma Rousseff (PT).

III.1.1.7.4.1. Le générique

Pour le second tour, la *Globo* a présenté la même ouverture qu´au premier tour. La musique instrumentale était également la même, comme elle l´a fait dans tous ses débats (fig. 87, 88 et 89).

III.1.1.7.4.2. La caméra

Le mouvement de la caméra focalise sur le public de part et d'autre (fig. 102 et 103). C'est la seule qui n´effectue pas une promenade panoramique au-dessus du public présent. De là, elle se dirige vers le présentateur, le montrant de loin, toujours sur le côté mais en prenant plus de hauteur (fig. 105).

Figure 103 : Le public - *Globo* 2014

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'07'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

BY-NC-ND

Figure 104 : Le public en pénombre - *Globo* 2014

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'09'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

Figure 105 : Le public et le médiateur - *Globo* 2014

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'12'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

BY-NC-ND

Après ce moment, la caméra se concentre sur le médiateur qui se trouve devant elle. Lorsqu'il salue et fait les présentations, il aborde une nouveauté du débat – soixante-dix électeurs indécis, sélectionnés par l´Ibope (Institut Brésilien d'Opinion Publique et Statistique) dans toutes les régions du Brésil, poseront des questions sur quatorze sujets d'intérêt général – et en explique les règles.

Ce n'est qu'après avoir tenu compte de toutes les considérations, qu'il présente les candidats qui entrent chacun d'un côté de la scène. Dilma à droite et Aécio à gauche (fig. 106). La caméra qui enregistre cette scène est positionnée derrière le présentateur et se concentre sur les invités-candidats de loin (fig. 106 et 107).

Figure 106 : Dilma Rousseff et Aécio Neves entrent en scène - *Globo* 2014
L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 03'33'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

Ceux-ci entrent, montent côte à côte un petit escalier (fig. 107), atteignent le centre de la scène, se saluent et sont finalement invités à s'asseoir dans leurs fauteuils respectifs (fig. 108). Les lumières restent allumées pendant toute la durée de la présentation (fig. 107 et 108).

BY-NC-ND

Figure 107 : Dilma Rousseff et Aécio Neves côte à côte - *Globo* 2014

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 03'36'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

Figure 108 : Dilma Rousseff et Aécio Neves se saluent - *Globo* 2014

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 03'44'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

BY-NC-ND

III.1.1.7.4.3. Le décor

Le public est assis dans une tribune divisée en quatre ailes, chacune séparée par un escalier (fig. 103). Cette partie du décor a la forme d'un demi-cercle, identique à ceux d'autres débats.

Le public est séparé de la scène par une cloison (fig. 103 et 104). Après elle, on trouve en-dessous les galeries où sont les soixante-dix électeurs indécis (fig. 109). Entre ces galeries se trouve le médiateur, placé sur un petit banc, sur lequel il y a, en plus du script, une urne transparent écrit « Élections », avec les questions préparées par les électeurs indécis, à adresser aux candidats. Autour de la scène, des chronomètres permettent aux candidats de suivre leur temps de parole (fig. 109).

Figure 109 : Les électeurs indécis - *Globo* 2014

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'30'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

Au centre se trouve une scène ronde, dans lequel il reflète une lumière bleue, avec des marches dans certains points stratégiques. Dans le sens opposé au médiateur, il y a deux fauteuils, également gris, où les candidats seront assis. À côté de chaque fauteuil il y a une petite table sur laquelle ont été posés un verre d´eau et quelques papiers (fig. 110). Le bureau du médiateur est le même que celui utilisé dans le débat précédent (fig. 105).

BY-NC-ND

Figure 110 : Les candidats assis - *Globo* 2014

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 03'59'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

Sur scène, près du médiateur, il y a une table en verre avec une base grise, espace où chaque candidat peut poser ses mains (fig. 111). Cette table ne sera utilisée qu´au moment où des questions seront posées aux candidats. Lorsque cela se produira, ils se lèveront de leurs fauteuils respectifs et se dirigeront vers cette table, où ils se tiendront debout (fig. 111).

Figure 111 : Dilma Rousseff et Aécio Neves face à face - *Globo* 2014

L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 07'55'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

BY-NC-ND

III.1.1.7.4.4. Les règles

Le médiateur, le journaliste William Bonner, initie le débat par des salutations, et informe que s'apprête à démarrer le dernier débat pour la présidence de la République des élections de 2014.

Il explique que soixante-dix électeurs indécis se trouvaient dans le studio, sélectionnés par l'*Institut Brésilien* de l'Opinion Publique et Statistique (Ibope) dans toutes les régions du Brésil. Ces électeurs ont rédigé des questions relatives à quatorze thèmes d'intérêt général. Parmi ces questions, les douze les plus représentatives ont été sélectionnées, et parmi ces douze, le médiateur annonce que huit d'entre elles seront tirées au sort en direct. L'auteur lui-même posera directement la question au candidat, de la façon exacte qu'elle a été formulée et approuvée par un représentant de l'Ibope. Cette règle empêche que l'électeur improvise ou ajoute un élément à ce qu'il a lui-même rédigé. Si cela venait à arriver, le microphone sera alors coupé et le médiateur procèdera à un tirage au sort d'un autre électeur qui posera la question. Les électeurs indécis présents participeront à deux parties de l'émission.

Au début de son discours, le médiateur annonce qu'il y aura une nouveauté à ce débat. Après avoir expliqué les règles générales, il explique alors que la nouveauté se trouve dans les deux autres parties, au cours desquelles il y aura une confrontation directe entre les candidats.

Le débat est composé de quatre parties : dans les première et troisième parties, les candidats se questionnent entre eux, chacun ayant le droit de poser trois questions – question d'une durée limitée à trente secondes, réponse d'une minute et demi, et réplique et contre-réponse de cinquante secondes chacune. Dans les deuxième et quatrième parties, les questions sont posées par les électeurs indécis qui étaient présents. Le médiateur tire au sort le nom de l'électeur, lequel doit alors de lever et poser la question. Le premier candidat qui répondra à la question a été préalablement choisi par tirage au sort. La question est d'une durée limitée à trente secondes, la réponse d'une minute et demi, et la réplique et la contre-réponse de cinquante secondes chacune.

Lors de ce dernier débat, l'émission a fait l'usage d'un organigramme pour accompagner les explications des règles qui composent l'événement (fig. 112), toutefois, durant l'explication, un problème technique a eu lieu, de telle sorte que le médiateur a dû reprendre la parole et expliquer les règles.

BY-NC-ND

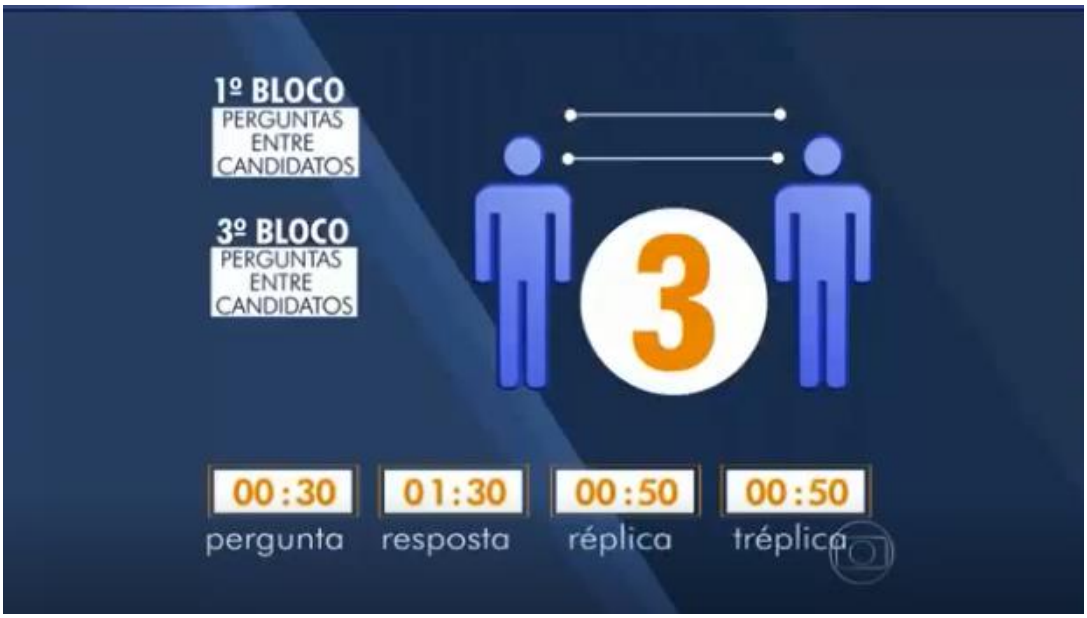


Figure 112 : L'organigramme en trois couleurs - *Globo* 2014

L'Image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'32'', *en ligne*, https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

BY-NC-ND

Chapitre IV. Le débat en direct : un parcours de production du sens

L'espace est un extrême entre le froid et le chaud. [346]
Chris Hadfield

Partie I : L'espace comme élément de construction discursive

IV.1. Le débat : une instance énonciative

À partir de la théorie selon laquelle le débat est un rite, nous citerons les paroles de Lardellier dont trois questions nous intéressent : le *symbolique*, le *canal* et la *forme sociale*. Selon lui,

> *Le rite, en tant que dispositif et contexte symbolique, peut être considéré comme une sorte de « canal ». Cette « forme sociale » transmet un savoir incorporé culturellement, que les individus ont l'intuition ou même la conscience, durant le rite, de partager avec les générations qui les ont précédés, ou avec ceux qui le vivent en même temps, mais ailleurs.*[347]

Tout d'abord, nous aborderons le fait que cette modalité de rite au sein de laquelle se constitue le débat, est un « canal », un moyen utilisé par un groupe ou par une institution sociale pour communiquer et transmettre des informations qui les intéressent tout particulièrement. Dans ce processus d'interaction présent dans le débat, il existe un mouvement constant, c'est-à-dire que les sujets participants de ce dispositif agissent, circulent, émettent leurs paroles, se taisent, reculent, etc., travaillent une performance dans le but de transmettre leurs messages.

Cependant, même si nous nous référons à un événement qui exige du mouvement, il nous faut souligner que les descriptions réalisées lors des débats dans le chapitre précédent ainsi que les images qui ont été extraites des vidéos à certains moments spécifiques de ces événements, se présentent de manière hermétique, comme des découpages d'un processus, représentant et montrant ainsi l'instant des situations de ces rituels qui nous apparaissent significatifs pour la compréhension de la scène énonciative, dans cette recherche du sens du débat en acte.

---

346 *Astronaut Chris Hadfield Debunks Space Myths - WIRED*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=t6rHHnABoT8&t=214s. Consulté le 14 février 2019.
347 LARDELLIER Pascal, *Théorie du lien rituel : Anthropologie et Communication, op. cit.*, p. 70.

BY-NC-ND

Revenons ainsi à la seconde question qui nous intéresse, qui est celle du rituel qui est une forme sociale qui transmet aux énonciataires, en tant que destinataires, un « savoir », ainsi qu'un « pouvoir » et un « croire ». Cette forme sociale à laquelle Lardellier se réfère est présentée aux individus selon une culture spécifique.

Lorsque nous nous référons au débat, nous nous questionnons sur ce qu'il y a d'important et de significatif dans la transmission de ce dispositif. Parmi d'autres questions, l'on peut dire qu'il s'agit d'un événement culturel, car il fait partie de sociétés qui, tout du moins au niveau du discours, valorisent la démocratie, celle-ci étant la mise en scène de dialogue nécessaire pour que s'établissent des positionnements différents et que l'on puisse caractériser les projets de gestion distincts. L'on peut dire également en ce sens qu'il s'agit d'une manifestation inhéremment et expressément politico-idéologique.

En principe, le débat présidentiel, est transmis dans l'objectif de mettre en pratique l'un des moments de l'expérience de la démocratie, en donnant aux électeurs, et surtout aux indécis, des informations destinées à faciliter leur choix du meilleur candidat. Sous cet angle, cet événement constitue une opportunité donnée aux candidats pour qu'ils mettent en pratique le processus visant à convaincre l'électeur.

Du point de vue de la narrativité, conformément à Landowski[348] et à Bertrand[349], il s'agit du moment du contrat fiduciaire établi par les deux agissants, l'électeur, en sa condition de destinataire-sujet et le candidat, en tant que destinateur-manipulateur. Ce dernier a besoin de donner des preuves du fait qu'il a acquis les compétences pour réaliser sa performance, modifié par les modalités virtualisantes du « vouloir » et du « devoir » respecter les principes démocatiques, engagé auprès de larges segments du pays, etc., en même temps qu'il se présente en tant que sujet modifié par les modalités actualisantes du « savoir gouverner » et du « pouvoir gouverner », dans la mesure où il se trouve dans des conditions légitimées pour cela. De cette façon, lors du rite du débat électoral, l'on s'attend à une performance donnée du politicien qui amène l'électeur à croire en la « vérité » de ce qui se présente, à travers ce que la sémiotique contient de modalisation véridictoire : le sujet reconnu doit simultanément être et sembler vrai aux yeux de celui qui évalue, motif qui l'amène à déterminer son vote.

[348] LANDOWSKI Eric, *Les interactions risquées, op. cit*.
[349] BERTRAND Denis; DÉZÉ Alexandre et MISSIKA Jean-Louis, *Parler pour gagner. Sémiotique des discours de la campagne présidentielle de 2007,* op. cit.

BY-NC-ND

Dans un même temps, nous pouvons penser au débat en tant que texte (avec des acteurs sur scène, qui développent une performance donnée, construisant une narrative sur soi et sur le pays), et en tant que pratique, insérée dans d'autres pratiques diverses mises en scène par des acteurs politiques divers qui coopèrent pour les résultats de l'élection, tel que l'explicite Bertrand dans son analyse des élections françaises de 2007 :

> *Une campagne présidentielle est composée de points de passage obligés – comme la déclaration de candidature, la présentation du projet, les grandes émissions de télévision, la confrontation avec les autres candidats, le face à face de second tour, les meetings, les déplacements, les rencontres avec les électeurs – sortes de figures imposées que le candidat doit accoplir sous peine d'incompréhension de démarche par le public auquel il s'adresse.*[350]

Dans ce sens, qu'est-ce qui constitue de fait le sens du débat présidentiel télévisé transmis en direct lorsque nous nous référons à l'espace à proprement parler ? En tant que sujets en scène, il nous a tout d'abord intéressé de penser à la constitution même de l'espace et à la façon dont il opère pour la définition de rôles actantiels (Hammad[351]) ainsi que dans la production d'effets de sens, au regard des variantes et des invariantes qui le constituent.

Du point de vue des variantes, il existe des propositions différentes dans le format de l'espace, dans sa présentation esthétique, ayant, par là même, une flexibilité dans sa constitution, dans la façon dont il est schématisé, et ce pour chaque chaîne de télévision, dans sa fonction d'énonciatrice. En même temps, il y a par avance la définition des acteurs, des rôles actantiels, chacun d'entre eux étant distribué au travers d'espaces distincts sur un territoire donné constitué provisoirement pour la mise en scène du rite.

Nous intégrons ici cette question car la concrétisation du débat télévisé en direct s'effectue au vu d'un ensemble d'éléments qui va au-delà de ce qui peut être vu dans un premier moment, ceci du fait qu'existe dans ce contexte une conjonction des caractères spatial, temporel et actoriel.

---

[350] BERTRAND Denis; DÉZÉ Alexandre et MISSIKA Jean-Louis, *Parler pour gagner. Sémiotique des discours de la campagne présidentielle de 2007, op. cit.,* p. 9.

[351] HAMMAD Manar, La sémiotisation de l'espace. Esquisse d'une manière de faire. In: « Actes sémiotiques », N.116, 2013. Disponible sur : https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/2807, Colsulté le 03 février 2019.

BY-NC-ND

Espace, temps et acteurs, qui composent l'énonciation (Benveniste)[352], sont responsables du dire d'un sujet dans un « ici et maintenant » donné unique, lié à une énonciation en acte (Landowski)[353].

IV.1.1. L'espace dans la scène énonciative

Ainsi, en ce qui concerne les conceptions qui impliquent les caractères qui composent l'énonciation, l'espace apparaît en tant qu'élément fondateur de ce contexte. Du point de vue topologique se trouve « l'ici », local où se passe le débat proprement dit, mais on trouve également « l'ailleurs », où se trouve le téléspectateur, que ce soit dans le public, lequel est proche des débattants qui font aussi partie du décor mais qui, selon les règles stipulées et annoncées par le médiateur, ne peut pas se manifester ; ou que ce soit chez les électeurs, lesquels se trouvent en dehors du studio, dans un lieu distant de « l'ici », et où ils sont en train d'assister, d'être témoins des propos tenus, des gestes, des discours, de voir et de percevoir la dynamique du débat ainsi que sa composition relative aux formes, aux couleurs et à l'organisation sous la perspective de ce que montre la caméra. Du point de vue énonciatif, l'on peut penser qu'ils se trouvent tous sur la même scène, dans un même ici et maintenant qui les connecte dans l'interaction ou dans sa simulation par l'énonciateur–chaîne de télévision. Regardons-nous le passage suivant :

> *Au nom de la Band[354], je souhaiterais remercier la présence des deux candidats et des invités qui se trouvent ici dans le studio. [...] Ils sont avec nous, en pleine transmission en direct de la Band News TV, les stations de radios Bandeirantes, Band News FM et Band Internacional. Vous aussi pouvez accompagner le débat sur Internet ainsi que sur vos téléphones portables grâce à l'application de la Band* (Présentation de Ricardo Boechat, médiateur de la TV Bandeirantes, pendand le débat présidentiel transmis le 14/10/2014).[355]

Dans l'extrait qui nous ramène aux propos d'ouverture du débat, le journaliste Ricardo Boechat, médiateur du débat sur la chaîne de télévision *Bandeirantes*, met l'accent, à travers l'usage de l'adverbe « ici » et du substantif « studio », sur l'endroit d'où l'on parle, et ainsi, où il se situe, en tant qu'énonciateur. Immédiatement après avoir annoncé les

[352] BENVENISTE Émile, *Problémes de Linguistique Générale II*, op. cit.
[353] LANDOWSKI Eric, *La société réfléxi, op. cit*.
[354] « Band » c'est la réduction du nom de la chaîne de télévision « Bandeirantes ».
[355] *Debate Band 2014*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=dvKpQLqP5-0. Consulté le 13 avril 2015.

BY-NC-ND

candidats présents, les invités ainsi que les programmes de radio et sur Internet qui transmettent également l'événement en direct, il s'adresse à l'énonciataire par le biais de l'emploi de la deuxième personne (dans la langue portugaise, il utilise « você », équivalent de « tu »). Les projections de la personne, le temps présent (« tu es », « tu peux »), et le lieu (ici) corroborent à l'effet de rapprochement entre locuteur et spectateur/auditeur qui, par la force du dire, se situent dans un même ici et maintenant. De cette façon, bien que du point de vue de l'espace topologique, les sujets se situent dans différentes spacialités, les projections de l'énonciation dans l'énoncé rapprochent les dites spacialités.

Un tel effet n'est pas de mise lorsque la candidate à sa réélection initie son discours initial de présentation :

> *Bonsoir, Boechat! Bonsoir, cher candidat! Bonsoir, je tiens à remercier la Band. Lors de cette élection, je crois bien que deux projets et deux visions du Brésil se verront présentées (Dilma Rousseff, candidate, au débat télévisé de Bandeirantes, tenue le 14.10.2014).*[356]

Si cela l'intéresse tout particulièrement de toucher l'autre, cet absent de l'espace topologique, mais présent en tant que « *tu* » présupposé de l'énonciation énoncée, le choix de ne pas s'adresser également au téléspectateur/auditeur concourt à l'effet d'éloignement. Immédiatement après, elle a recours à la différence qui la définit vis-à-vis de son opposant, et se targue en suivant des chiffres qui attestent du succès du gouvernement pétiste. L'effet de ces choix produit un effet d'objectivité, de la part de qui a beaucoup à dire en peu de temps, mais témoigne d'une sensibilité moindre à la présence de l'autre, destinataire de son discours. Selon Fontanille, aux choix de l'énonciation correspondent les effets de sens projetés dans le texte énoncé. Conformément à Fontanille,

> *Dans cette perspective, l'analyse sémiotique des textes part du principe que tout discours est, non pas un micro-signe ou un assemblage de signes, mais un procès de signification pris en charge par une énonciation.*[357]

Nous aurons ainsi recours aux catégories qui composent ce complexe d'idées représentées par l'espace, par le temps et par la personne, nous focalisant sur l'importance

[356] *Debate Band 2014*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=dvKpQLqP5-0. Consulté le 13 avril 2015.
[357] FONTANILLE Jacques, *Sémiotiques et Littérature. Essai et méthodes, op. cit.,* p. 1.

BY-NC-ND

de l'*espace* dans la construction du sens lors du débat présidentiel, celui-ci étant conçu comme un texte, une totalité signifiante.

Dès lors, nous avons un système chargé d'informations qui nous amène à réfléchir à la façon dont le message est élaboré, reçu et traité par ces sujets multiples, ainsi que dans le principe sémiotique, c'est-à-dire dans la façon dont le sens du débat direct est construit.

La troisième question présente dans les propos de Lardellier auxquels nous nous référons, traite du *symbolique*. Nous parlerons toutefois de celui-ci dans le point suivant, lorsque nous reprendrons certaines considérations sur les plans du langage.

IV.1.2. Les plans de langage : l'expression et le contenu

D'après les études sémiotiques, le sens est construit à partir du plan du contenu et du plan d'expression. Dans cette théorie du plan du langage, largement étudiée, développée selon le concept de signe de F. de Saussure et approfondie par L. Hjelmslev,

> *Le plan de l'expression, c'est le plan où les qualités sensibles qu'exploite un langage pour se manifester sont sélectionnées et articulées entre elles par des écarts différentiels. Le plan du contenu, c'est le plan où la signification naît des écarts différentiels grâce auxquels chaque culture, pour penser le monde, ordonne et enchaîne idées et récits.*[358]

Indépendamment du langage utilisé dans l'élaboration du texte, qu'elle soit verbale, non-verbale ou syncrétique, il y a pour chaque plan une *forme* et une *substance,* et surgissant de la relation entre les deux, la composition du signe. De cette façon,

> *La forme, c'est l'organisation invariante et purement relationnelle d'un plan, qui articule la matière sensible ou la matière conceptuelle en produisant ainsi de la signification. C'est donc la forme qui, pour la sémiotique, est signifiante. La susbstance, c'est la matière, le support variable que la forme prend en charge. La substance n'est donc que la réalisation, à un moment donné, de la forme. On comprend que la substance, considérée par Hjelmslev comme « l'ensemble des*

[358] FLOCH Jean-Marie, Introduction. *Quelques concepts fondamentaux en sémiotique générale*. In: HÉNAULT Anne, « Questions de sémiotique », *op. cit.,*p. 103.

BY-NC-ND

habitudes d'une société », est recouverte par le concept, déjà rencontré plus haut d' « usage ».[359]

À partir de ces deux plans, celui de l'expression et celui du contenu, nous utiliserons une approche d'après les conceptions de Floch[360], entre le système symbolique, le système sémiotique et le système semi-symbolique de la constitution du sens. Nous établirons cette distinction car nous avons affirmé à certaines reprises, ayant pour référence les propos de Lardellier[361], que le débat est un rite et qu'en tant que tel, il est un élément symbolique, un dispositif de passage. Néanmoins, notre proposition consiste à explorer à travers les analyses des débats télévisés, le semi-symbolisme, celui-ci traitant d'une ressource complexe, transmettrice d'idées, et qui implique le syncrétisme. Dans ce sens, nous opérerons une distinction entre ces trois systèmes, distinctions qui sont présentées à partir de la relation entre le plan d'expression et le plan de contenu.

Donc, dans le système symbolique, il existe une totale conformité entre les deux plans, autrement dit, à chaque élément de l'expression correspond un élément du contenu. Ainsi, lorsque nous nous référons à la catégorie chromatique, nous avons sur le plan de l'expression la *couleur blanche* qui, du point de vue du plan du contenu, est synonyme de *paix*, pour certaines cultures comme la culture occidentale, et, en ce sens, brandir un tissu blanc lors d'une guerre signifie la paix, ou tout du moins, la reddition.

Lorsque nous nous référons au rituel, reprenant la pensée de Lardellier selon laquelle le rite, en tant que dispositif et contexte symbolique, est représenté par un « savoir incorporé culturellement », qui présente de nombreuses sources dans la performance ritualisée, nous avons la consolidation des sens, qui se forment à travers la répétition conférée par la tradition. Le mariage, par exemple, est un rite de passage, symbole de la tradition, de la continuation d'un modèle familial.

Dans les systèmes sémiotiques, contrairement au symbolique, il n'existe pas de conformité entre les deux plans. Au début des recherches sémiotiques, seul le plan du contenu était considéré dans les analyses. Même selon cette acception, pour les sémioticiens, tandis que le plan de contenu se réfère au signifié du texte, le plan de

[359] *Ibid.*, p. 105.
[360] FLOCH Jean-Marie, Introduction. *Quelques concepts fondamentaux en sémiotique générale*. In: HÉNAULT Anne, « *Questions de sémiotique* », *op. cit*.
[361] LARDELLIER Pascal, *Théorie du lien rituel : Anthropologie et Communication, op. cit*.

BY-NC-ND

l'expression est la manifestation de ce contenu, autrement dit la matérialisation du contenu, d'après un système de signification qui peut être verbal, non-verbal ou syncrétique.

Le plan de l'expression a commencé à être utilisé dans les analyses lorsque les sémioticiens ont commencé à mettre en lien une catégorie du signifiant avec une catégorie du signifié. L'homologation de catégories du plan du contenu avec des catégories du plan de l'expression, a permis l'analyse de textes selon la conception semi-symbolique. Dans ce sens, le système semi-symbolique existe uniquement du fait de la correspondance entre ces catégories. Cette relation est toutefois, selon Pietroforte, arbitraire, car elle est seulement construite dans un contexte spécifique, et est motivée du fait de la relation directe entre les catégories des deux plans. « *Ainsi, à partir des concepts de signe et de symbole de F. de Saussure, on définit le semi-symbolisme entre l'arbitraire du signe et le motivé du symbole »*[362]*.*

Enfin, cette relation entre les catégories de chaque plan se construit différemment dans chaque texte. Ainsi l'on obtient une signification à partir de l'organisation des éléments textuels. Par exemple, si nous avons lors d'un match de football, suite à une passe, un joueur à terre tandis que l'autre se trouve debout près de lui, sur le plan de l'expression, cette scène peut représenter /verticalité *vs* horizontalité/, tandis que sur le plan du contenu, elle représenterait /victoire *vs* défaite/.

IV.2. La notion d'espace en tant qu'élément de la signification

Selon Gilbert Simondon,

> *Communication implique au sens le plus primitif la mise en continuité, par établissement d'un couplage généralement reciproque, de plusieurs individus, ou de plusieurs groupes, ou de plusieurs sous-ensembles du même individu. Il peut exister aussi une communication entre un individu et le milieu, entre un groupe et le milieu (adaptation, exploitation de la nature par les hommes en société, les diverses formes de la dévastation, de la pollution, ou de la protection et de la mise en valeur de la flore, de la faune, et des richesses naturelles, par exemple minérales), enfin entre un sous-ensemble d'un individu et le milieu, ou entre la*

[362] PIETROFORTE Antônio Vicente, *Semiótica visual : os percursos do olhar, op. cit.,* p. 8.

BY-NC-ND

totalité d'un individu et un sous-ensemble plus ou moins individualisé du milieu.[363]

Selon Simondon, la communication implique continuité, à travers une première mise en contact, une sorte de communion phatique initiale qui permet l'établissement de dynamiques de l'intersubjectivité dans leurs diverses manifestations, mais également celles de nature interobjective, comme l'est dénominée la relation entre sujets et éléments du monde naturel ou encore ceux construits par la culture. Dans ce dernier cas, la notion de *plus primitif* apréhende différentes formes d'interaction.

Nous considérerons ici les dynamiques interrelationnelles des acteurs avec l'espace topologique, le scénario, avec le postulat initial que nous comprenons la façon dont il est pensé et planifié pour rendre viable la réalisation du débat présidentiel en direct. En tant que configuration transitoire, il s'agit d'un espace construit exclusivement pour que le débat se constitue débat, qui, par la suite, se défait pour laisser place à d'autres réalisations. Faisant partie d'un texte plus large, il répond à une programmation, à l'idéalisation d'un projet de sens, qui ne définit en soi que des approximations et des éloignements, du mouvement et du statisme, des possibilités et des restrictions.

Dans la perspective de Fiorin, parmi les trois catégories qui composent l'énonciation et auxquelles nous nous sommes référés antérieurement, à savoir les acteurs, le temps et l'espace, la syntaxe de cette dernière a peu retenu l'attention de Benveniste lorsque nous nous intéressons à l'espace linguistique.

Selon Fiorin, « *cela a lieu car, si l'on compare l'espace au temps et à la personne, la catégorie de l'espace a une pertinence moindre dans le processus de discursivisation »*[364]*.*

Néanmoins, nous ciblerons également durant nos analyses l'espace topique, lequel se caractérise en tant qu'aspect pertinent pour la concrétisation du débat. Cet espace occupe une valeur sémantique pour les acteurs qui sont insérés dans le processus énonciatif, c'est-à-dire, la chaîne de télévision, le candidat et l'électeur.

Du fait de l'importance de l'espace dans notre recherche, nous aborderons quelque peu sa notion du point de vue de la perspective d'autres sciences, et ce avant d'aborder la

[363] SIMONDON Gilbert, *Communication et information, op. cit.,* p. 69.
[364] FIORIN José Luiz, *As astúcias da enunciação. As categorias de pessoa, espaço e tempo, op. cit.,* p. 257.

BY-NC-ND

perspective sémiotique. Nous choisirons cette approche en raison de la difficulté de conceptualiser l'espace.

IV.2.1. Les notions de l'espace

Définir l'*espace* nous amenés à penser à des objets minimes comme une théière, en allant jusqu'à la dimension de l'espace sidéral. Dans l'épigraphe de ce chapitre, nous avons le concept d'espace qui nous vient de l'astronaute canadien Chris Hadfield. Lors de conférences qu'il a initiées suite à son retour de mission dans l'espace avec la Nasa, Hadfield tente de démystifier l'espace sidéral.

Dans l'une de ses explications, il expose le fait que la représentation de l'espace dans les films de fiction scientifique, lorsque par exemple un astronaute se perd accidentellement et se retrouve à errer dans l'espace jusqu'à ce qu'il soit secouru par un vaisseau, doit demeurer au niveau de la fiction. En réalité, si cela arrivait, dans le cas où cela se passerait durant la journée, le sang de l'astronaute bouillirait et l'individu périrait en quelques secondes ; si cela arrivait la nuit, son sang congèlerait, amenant aussi l'individu à périr en quelques secondes, et c'est la raison pour laquelle, selon Hadfield, l'espace constitue l'extrême entre le chaud et le froid[365].

Toutefois, si l'on a recours aux concepts d'après le dictionnaire, la complexité qui guide *l'espace* devient plus visible encore, ceci car ce terme a éveillé l'intérêt et a été débattu par divers domaines du savoir. Parmi les sens proposés par le dictionnaire *Le Petit Robert*, nous ne relèverons que ceux qui intéressent de plus près nos réflexions.

> *1 ESPACE* [**ɛspas**] **n. m.** – *Fin XIIe, au sens de « durée » (III), du latin spatium.*
> **I.** ***LIEU, PLUS OU MOINS BIEN DELIMITE OU PEUT SE SITUER QQCH. 1*** *(début XIVe) Mesure de ce qui sépare deux points, deux lignes, deux objets ; cet écart lui-même. Distance, écart, écartement, intervalle. Interstice, vide. Espace parcouru.* ***Chemin, course, distance, route, trajet****. (...).* ***2*** *(début XIIIe) Surface déterminée.* ***Étendue, lieu, place, superficie, surface. (...)*** *– (emprunté à allemand)* ***ESPACE VITAL*** *: espace revendiqué par un pays pour des raisons démographiques, économiques ; espace nécessaire au bien-être physique et psychologique d'un individu. Empiéter sur l'espace vital d'autrui.*

[365] *Astronaut Chris Hadfield Debunks Space Myths - WIRED*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=t6rHHnABoT8&t=214s. Consulté le 14 février 2019.

BY-NC-ND

II. ***MILIEU ABSTRACT 1*** *(1647, Descartes) « Milieu idéal, caractérisé par l'extériorité de ses parties, dans lequel sont localisées nos perceptions, et qui contient par conséquent toutes les étendues finies » (Lalande). Nous situons les corps et les déplacements dans l'espace. « par l'espace, l'univers me comprend et m'engloutit comme un point ; par la pensée, je le comprends » Pascal. – Chez Kant, Systéme de lois réglant la juxtaposition des choses relativement aux figures, grandeurs et distances, et permettant la perception. (...)* ***2*** *GÉOM. Milieu conçu par abstraction de l'espace perceptif (à troi dimensions) ou d'une de ses parties (espace à une, deux dimensions : droite, plan). (...)* ***3*** *PHYS. Espace physique. –* ***Espace – Temps*** *: dans la relativité, milieu où quatre dimensions, trois de position et une de temps sont considérées comme nécessaires pour déterminer totalement un phénomène.*[366]

Nous constatons qu'au fil des siècles, différentes perspectives ont été présentées, même si un aspect ou un autre se maintient, comme par exemple la présence des termes « milieu » et « lieu » dans la plupart des sens présentés.

Parmi les conceptions exposées ci-dessus, la notion d'espace est explorée d'après diverses acceptions, comme celle qui part d'un point à un autre, ou tout comme la condition sous vide définit le vide, et voire même selon les questions soulevées par les philosophes. Or, nous avons vu que l'espace et sa diversité conceptuelle est davantage que de l'extensivité, parce qu'il comprend la relation entre un point et un autre.

L'espace est encore l'objet de recherche privilégié du domaine de la géographie, en tant que catégorie abstraite qui comprend diverses réalités, comme en atteste le géographe brésilien Milton Santos :

Objet de la préoccupation des philosophes de Platon à Aristote, la notion d'espace couvre toutefois une gamme si ample d'objets et de significations - les ustensiles communs de la vie domestique, comme le cendrier ou la théière, sont espace ; une statue ou une sculpture, quelle que soit leur dimension, sont espaces ; une maison est espace, tout comme une ville l'est. Il y a l'espace d'une nation - synonyme de territoire, d'État ; il y a l'espace terrestre de la définition ancienne de la géographie, en tant que croûte de notre planète ; et il y a

366 ROBERT Paul, *Le Petit Robert : Dictionnaire Alphabétique et Analogique de la Langue Française, op. cit.,* p. 927.

BY-NC-ND

également l'espace extraterrestre, récemment conquis par l'homme, et même l'espace sidéral, qui reste partiellement un mystère.[367]

Selon lui, la géographie se dédie plus particulièrement à l'étude de l'*espace social,* lequel contient et est contenu par les multiples espaces, que ceux-ci soient de micro ou de macro-espaces, et qui sont des objets d'étude de disciplines spécifiques telles que la sémiotique, la physique, la sculpture, la peinture, l'urbanisme, l'astronomie, etc. En ce sens, il ne serait pas difficile de définir ces multiples espaces auxquels Santos se réfère, ceci aussi parce que d'après lui, l'être humain se satisfait rapidement de telles définitions. Or, il se passe le contraire avec la définition de l'espace humain car, pour Milton Santos, ce dernier constitue la demeure de l'homme, autrement dit, « son lieu de vie et de travail »[368].

Pour expliquer l'espace social, on part du postulat initial que l'homme animal est devenu homme social lorsqu'il s'est mis à explorer la nature comme moyen de subsistance, en faisant l'usage d'outils de travail. De cette façon, l'espace humain serait le résultat de la production. Sous cet égide, Milton Santos indique que :

L'acte de produire est aussi l'acte de produire de l'espace. Le passage de l'homme animal à l'homme social a eu lieu quand celui-ci a commencé à produire. Produire signifie retirer de la nature les éléments indispensables à la reproduction de la vie. La production suppose alors une intermédiation entre l'homme et la nature. L'homme commence à produire lorsque, pour la première fois, il travaille conjointement avec d'autres hommes dans un régime de coopération, c'est-à-dire en société, afin d'atteindre les objectifs préalablement conçus par eux, et ce avant même de commencer à travailler.[369]

Poursuivant ce raisonnement de géographe, lorsque par exemple, une plante est découverte, domestiquée et incorporée à la production, un nouveau contrôle sur le temps s'impose, provoquant, par conséquent, le surgissement d'une localisation nouvelle, c'est-à-dire d'une nouvelle organisation de l'espace. Cette action est continue, autrement dit lorsque le temps social se transforme, il y a également la transformation dans l'espace. Ceci étant dit, nous pouvons donc affirmer que l'espace n'existe concrètement qu'à partir du moment où l'homme découvre un élément qui puisse lui être utile car,

---

[367] SANTOS Milton, *Por uma nova geografia. Da crítica da geografia a uma geografia crítica, op. cit.,* p.149.
[368] *Ibid.*, p. 151.
[369] *Ibid.*, p. 202.

BY-NC-ND

à chaque fois que l'usage social du temps se transforme, l'organisation de l'espace se transforme également.[370]

Pour chaque nouvelle technique, il s'opère une révolution en ce qui concerne le contrôle de l'espace par l'homme. Ceci nous amène à l'insertion de nouveaux éléments dans les groupes sociaux tels que les marchandises, la monnaie, etc., ce qui fait que les relations sociales se transforment également. Dans ce processus évolutif, nous pouvons penser à de l'espace total, et non plus seulement à de l'espace local. De la même façon que nous avons aujourd'hui une société globale, nous avons aussi un espace global, lequel se transforme à travers le temps à partir des dynamiques de la nature et de la culture.

À partir de la notion d'espace total, nous avons désormais le concept de *lieu* et de *territoire.* Tandis que le *lieu* est une portion discrète d'espace total, le *territoire*, lui, est immuable dans ses limites, délimité par une ligne marquée ou non d'un commun accord et qui, étant utilisée par le peuple, crée l'espace.

IV.2.2. L'espace chez la sémiotique

Selon les registres du dictionnaire, il existe divers domaines consacrés à l'étude de l'*espace*. Parmi ceux déjà exposés, ce terme est également un champ de recherche privilégié par la géographie et l'architecture.

Mais il ne s'agit pas des uniques sciences qui se consacrent à cet objet. Lorsqu'on se réfère à la sémiotique, nous trouvons des études qui s'y consacrent spécifiquement, telles que celles réalisées par la *Socio-sémiotique*, dans les ***Régimes d'espace***, ou encore celles de la *Sémiotique de l'espace*.

Dans l'ouvrage *Sémiotique et sciences sociales* publié en 1976, A. J. Greimas dédie un chapitre à ce sujet en défendant la possibilité de développer une sémiotique topologique. Ce texte a été présenté pour la première fois lors d'un colloque sur la *Sémiotique de l'espace*, en 1972.

De ces trois propositions nous nous consacrerons, à présent, à la construction du sens de l'espace selon les Régimes d'espace et la Sémiotique de l'espace.

[370] *Ibid.*, p. 204.

BY-NC-ND

IV.2.2.1. La sócio-sémiotique : les régimes d'espace

La socio-sémiotique, qui s'est développée à partir du milieu des années 1970, prend pour objet spécifique le social, et non pas l'espace en soi. Néanmoins, Eric Landowski propose dans sa théorie de travailler les régimes d'interaction et parmi ceux-ci, celui de l'espace. Cette proposition a été faite dans l'objectif d'analyser la diversité des modes d'appréhension de l'espace sur le plan de l'expérience vécue. Pour développer les analyses sur l'espace, il définit quatre situations spatiales, à savoir :

- l'espace opératoire de l'emprise sur les choses ;
- l'espace éprouvé du mouvement des corps ;
- l'espace existentiel de notre présence au monde ;
- l'espace conventionnel de la circulation des valeurs.

Landowski défend que toute communication de valeurs ou même la transférence d'objet entre sujets présuppose l'existence d'un espace. Ceci étant, il ne s'attelle pas à définir à proprement parler l'espace, ou bien les espaces qui comprennent les actions des sujets, car chaque situation est responsable de créer son propre espace.

Selon Landowski,

> *Ni le badaud ni le commerçant, et pas davantage le peintre ou le chef d'orchestre ne parlent d'« espace ». Désignant un concept trop abstrait pour leur être vraiment utile, ce mot ne fait guère partie de leur vocabulaire. (Et nous-même d'ailleurs, pour des raisons analogues, ne le prendrons ici qu'« avec des pincettes », c'est-à-dire, souvent, entre guillemets, quasi comme un indéfini.) Il n'en reste pas moins que chacun d'eux, à travers le type d'*usage du monde *qu'il privilégie, crée son propre espace et, ce faisant, concrétise une variante possible de ce concept.*[371]

Dans cette perspective, il s'avère fondamental de comprendre les modes d'interaction des sujets avec les espaces, en considérant la façon même dont la spacialité se présente au sujet ainsi que la façon dont celui-ci agit coercitivement en définissant un régime spécifique de sensibilité et d'intelligibilité. Pour cela, Landowski se sert des régimes d'interaction tels

[371] LANDOWSKI Eric, *Régimes d'espace*. In : « Actes Sémiotiques », 2010, nº113. Disponible sur: http://epublications.unilim.fr/revues/as/1743, p. 1. Consulté le 20 dicembre 2018.

BY-NC-ND

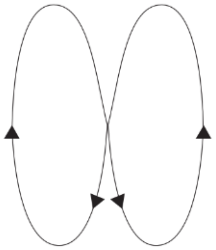
que la programmation, l'ajustement, l'assentiment ou la manipulation[372], établis dans des travaux antérieurs. Pour comprendre les arrangements de la spacialité, il ajoute à ces régimes les métaphores correspondantes à chacun, que sont le tissu, le réseau, la volute et l'abîme[373]. Les régimes et leurs métaphores sont représentés dans le schéma suivant[374] :

1

« Le mond est un tissu. »
Régime d'interaction sous-jacent : la programmation.

3

« Le mond n'est qu'abîmes. »
Régime d'interaction sous-jacent : l'assentiment



4

« Le mond est un réseau. »
Régime d'interaction sous-jacent : la manipulation.

2

« Le mond n'est que volutes. »
Régime d'interaction sous-jacent : l'ajustement

Parmi les appellations choisies pour présenter les régimes d'interaction, tandis que celle d'ajustement et celle de manipulation renvoient aux relations dynamiques entre les éléments situés dans l'espace, celle de programmation convoque un ordonnancement d'opérations échelonnées dans le temps, et celui d'assentiment une attitude d'ordre psychologique ou moral face à ce qui arrive aussi dans le temps, en considérant l'espace qui échappe à la compréhension du sujet, étant donné son caractère abyssal, insaisissable.

Cependant, pour Landowski, une problématique se présente dans la nomenclature choisie pour représenter les régimes, du fait du caractère métaphorique de ces dénominations qui, d'après lui, masquent la catégorie élémentaire propice à englober articulations spatiales et temporelles. Cette catégorie élémentaire oppose le continue au discontinu,

[372] LANDOWSKI Eric, *Les interactions risquées, op. cit*.
[373] LANDOWSKI Eric, *Régimes d'espace*. In : « Actes Sémiotiques », 2010, nº113, p.2. Disponible sur: http://epublications.unilim.fr/revues/as/1743. Consulté le 20 dicembre 2018
[374] Idem, p. 2.

BY-NC-ND

Or, bien que Greimas la range parmi les « indéfinissables » (« à verser dans l'inventaire épistémologique »), nous savons, et lui-même a montré, qu'elle peut donner lieu sur le plan aspectuel non seulement à une grande variété d'ordonnancements « temporalisés » mais aussi — et peutêtre en premier lieu — à toutes sortes de figures « spatialisées ».[375]

Pour éviter le masquage métaphorique, Landowski[376] présente un second schéma, avec les trois niveaux présupposés dans sa catégorisation. Dans le premier se trouve l'opposition élémentaire continuité versus discontinuité, et ses contradictoires (non discontinuité versus non continuité).

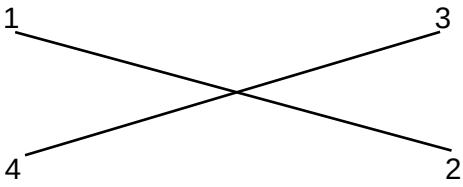
Dans le second niveau, ces oppositions initiales sont en relation avec les régimes d'interaction. De cette façon, la programmation se retrouve en lien avec l'extrême continuité, qui n'encourage pas chez le sujet la possibilité d' « arrêter le défilement continu, (...), cerner une zone, (...) c'est-à-dire nier ce qui n'est pas cette place »[377], comme le présentent Greimas e Fontanille lorsqu'ils se réfèrent à l'urgence de l'insertion de la discontinuité pour la production de sens. À partir des relations d'opposition, de contradiction et de complémentarité, émergent les autres termes du tableau sémiotique.

Dans le troisième niveau, ces régimes sont revêtus des métaphores qui renouvellent les façons de voir les arrangements spatiaux organisés sous les catégories de base. Ainsi, tandis que le tissu est le continu, l'abîme est la totale discontinuité, qui opère aussi en fin de compte pour faire succomber le sujet. De ce point de vue, les relations de nature sensible ou pragmatique au sein desquelles s'établit effectivement l'interaction du sujet avec l'espace se réfèrent aux régimes de manipulation et d'ajustement. Pour les deux autres régimes, l'auteur préfère la notion de « coïncidence ». Voyons le schéma[378] :

[375] Idem, p. 2.
[376] Idem, p. 3.
[377] GREIMAS A. J. ; FONTANILLE J, *Sémiotique des passions. Des états de choses aux états d'âme, op. cit.,* p.40.
[378] LANDOWSKI Eric, *Régimes d'espace*. In : « Actes Sémiotiques », 2010, nº113, p.3. Disponible sur: http://epublications.unilim.fr/revues/as/1743. Consulté le 20 dicembre 2018.

BY-NC-ND

Niveau 1 (catégorie de base):	continuité	discontinuité
Niveau 2 (modèle interactionnel):	programmation	assentiment
Niveau 3 (isotopie spatiale):	“le tissu”	“l’abîme”



non-discontinuité	não-continuité
manipulation	ajustement
“le réseau”	“la volute”

Ayant pour point d’appui les réflexions de Landowski afin de les appliquer aux espaces du débat, nous pensons que celui-ci s’organise à travers le régime de la manipulation, configuré comme espace « réseau ».

Pour définir ce concept d’espace-réseau, Landowski pense le monde comme un réseau relié par des points représentés par des ports, des gares, des marchés, des noeuds informatiques, qui sont interconnectés par des lignes au long desquelles circulent des informations. Dans ce cas, la manipulation se manifeste comme un faire-faire, en d’autres termes, c’est l’agir d’un sujet-manipulateur sur un sujet-manipulé. Il y a dans cette relation un espace immanent à la syntaxe manipulatoire, constitué par l’inférence logique des opérations jonctives relatives aux échanges de valeurs et qui amènent les sujets à transformer leurs compétences ou leurs états.

En ce sens, selon Landowski, la communication de valeurs entre les sujets – tout comme la circulation d’objets – se concrétise en raison de l’existence d’un espace, cette existence se réalise du fait de la convention, et c’est pourquoi il traite l’espace comme : l’espace conventionnel de la circulation des valeurs[379].

Comme l’espace-réseau, présupposé entre les sujets prévus dans la syntaxe manipulatoire, ne possède pas de consistence palpable, c’est-à-dire qu’il ne possède ni volume ni matière, il renvoie à la négation de la discontinuité ou bien à l’affirmation d’une non-discontinuité. Pour l’illustrer, Landowski le rapproche du réseau Internet, capable de relier différents points de la Terre, mais qui obscurcit dans l’instantanéité des interactions la

[379] LANDOWSKI Eric, *Régimes d’espace*. In : « Actes Sémiotiques », 2010, nº113, p.3. Disponible sur: http://epublications.unilim.fr/revues/as/1743. Consulté le 20 dicembre 2018.

BY-NC-ND

multiplicité de câbles qui caractérisent les distances entre les sujets insérés dans des situations d'échange (valeurs, savoirs, etc.).

En tant que système de communication, il a été nécessaire de créer pour *l'espace-réseau Internet* une structure physique capable d'également interrelier les extrêmes de la planète, mais qui se maintient invisible pour beaucoup car les fils et les antennes se trouvent dissimulés, cachés aux yeux des sujets.

Landowski trouve ainsi dans l'espace-internet la connexion de deux régimes, car pour que le processus manipulatoire de l'espace-réseau se concrétise, avant cela, une organisation programmatique sous la forme d'un espace-tissu s'avère nécessaire. Cependant, l'invisibilité dans laquelle se trouve la structure physique créée pour mettre en fonctionnement le réseau Internet – ses câbles et antennes, par exemple –, met en discussion l'inexistence d'un espace qui sépare les sujets de l'action. Finalement, l'espace numérique nous fait oublier qu'il existe un « ici » et un « ailleurs », ou quelque chose entre l'énonciateur et l'énonciataire. Comme le dit Landowski, un espace qui permet d'avoir une adresse et en même temps de ne pas avoir de localisation est, sémotiquement, un espace.

Antérieurement à ces études de la sémiotique dédiées à l'espace, nous avons les travaux de Manar Hammad qui développe ses recherches sur ce thème depuis les années 1970. Parmi les perspectives possibles d'une sémiotique destinée à considérer la signification de l'espace, nous avons choisi les réflexions venues d'Hammad pour nourrir nos analyses, avant de nous consacrer aux analyses du *corpus*, qui seront faites à partir des notions autour du semi-symbolisme.

IV.2.2.2. La sémiotique de l'espace

Au début des études sur l'*expression* dans la Sémiotique de l'espace réalisées par Manar Hammad, Greimas s'est manifesté en disant que « l'espace, c'est comme le temps, un circonstant de l'action »[380]. Néanmoins, lors du colloque dédié à la Sémiotique de l'espace de 1972, Greimas a modifié sa vision au sujet de l'importance de l'espace dans la concrétisation de l'action. Étant donné que Hammad ne privilégie pas dans ses analyses les éléments grammaticaux pour l'étude de l'action dans le temps et dans l'espace comme l'a

[380] HAMMAD Manar, *La sémiotique de l'espace. Esquisse d'une manière de faire*. In : « Actes Sémiotiques », Nº 116. Disponible sur: https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/2807&file=1/. Consulté le 03 février 2019.

BY-NC-ND

fait Greimas, la perspective assumée dans les travaux d'Hammad serait différente. Voyons ce qu'il en est.

Pour définir l'espace, Manar Hammad utilise les mathématiques comme référentiel, et plus spécifiquement la conception du mathématicien français Jean Le Rond d'Alembert, qui appréhende l'espace en tant que structure. Selon Hammad,

> *Pour d'Alembert, l'espace est un réceptacle continu où se meuvent les choses et les êtres ; il est reconnaissable là où les corps solides sont positionnés, et/ou là où ils ont été ou pourront être présents. C'est un cadre général de référence, géométriquement définissable. Or il y a plusieurs manières de décrire un tel espace et de le doter d'une structure : ce sont autant de géométries utilisables.*[381]

L'on part de ce principe puisque la description de l'espace selon Hammad est une question de géométrie ou de géométries. À l'intérieur de ce processus géométrique, il reconnaît la mise en œuvre de la logique dans l'étude des perspectives internes et externes utilisées pour faire ses analyses [382]. Selon Manar Hammad,

> *Il convient de noter que si l'approche de la forme spatiale par la géométrie est cohérente avec le caractère cognitif déjà reconnu à notre approche sémiotique, elle fait l'économie de l'examen des matières, textures, sonorités et autres qualités esthésiques des objets et des lieux.*[383]

Pour le sémioticien, les données esthétiques ne doivent pas être écartées, mais du fait de la difficulté de considérer toutes les perspectives dans le même temps, il a privilégié les géométries. La description des résultats obtenus dans les analyses a été développée d'après deux registres : le registre méthodologique, lorsqu'il met en lien et discute concepts et termes métalinguistiques ; et le registre pratique, en tant qu'introduction des exemples descriptifs, utilisés pour expliquer les méthodes.

Parmi les difficultés méthodologiques qu'il affirme avoir rencontrées dans le processus de développement de recherche de la sémiotique, il établit que le même lieu architectural peut développer des fonctions différentes selon les séquences spatiales dans lesquelles il est inséré, autrement dit ce local peut présenter divers programmes narratifs possibles.

---

[381] *Ibid.*, p. 8.
[382] *Ibid.*, p. 16.
[383] *Ibid.*, p. 18.

BY-NC-ND

C’est ce que nous avons pu vérifier lorsque nous avons considéré l’espace où est réalisé le débat présidentiel en direct au Brésil. Parmi les aspects à considérer, nous pouvons penser à une espèce d’enveloppe vide qui doit être signifiée par différentes narratives, car les chaînes de télévision utilisent les studios à d’autres fins comme celles d’enregistrer des feuilletons, des séries, des émissions journalistiques, sportives, pour enfants, etc. Pour chaque genre télévisé des altérations sont faites dans la composition esthétique du studio, cependant, la fonction première de cet espace sera toujours celle d’un studio de télévision en tant qu’espace vide, qui peut être modelé en accord avec le format de l’émission qui est enregistrée.

La sémiotique de l’espace a pour objet l’espace de la vie quotidienne, cest e*space vide.* Le cœur de son attention n’est pas l’ensemble d’objets que compose le bâtiment, celui-ci étant de l’intérêt de la sémiotique de l’architecture. Hammad a fait ce choix dans la perspective de travailler la première chose dont l’homme avait besoin pour se déplacer et agir, autrement dit l’espace libre. Les objets solides sont vus comme des obstacles au mouvement et à l’action, obstacles qui ne perdent pas pour autant de leur importance pour ses analyses, mais ne constituent pas l’objet d’étude du sémioticien.

Sa proposition consiste à créer un modèle d’analyse de l’espace en tant que système signifiant, développé à partir des référentiels des mathématiques et du modèle sémiotique inspiré de L. Hjelmslev et A. J. Greimas. Les actions qui impliquent la sémiotique de l’espace se basent sur la syntaxe narrative identifiée par Greimas au niveau du contenu, cependant, ces narratives étaient produites par lui dans les langues naturelles. Pour la perspective de l’espace, Hammad considère une syntaxe du contenu en lien avec l’espace-expression. Cette proposition se fonde sur le fait que l’espace gagne du sens uniquement en fonction de l’usage que l’on fait de lui, c’est-à-dire du « faire » qui se développe en lui.

Parmi les programmes narratifs possibles à une étude, nous avons utilisé pour réaliser cette analyse celui du débat présidentiel en direct du premier tour des élections de 2010, transmis par la chaîne de télévision *Globo*, et représenté dans la figure (64) qui sera présentée postérieurement.

Le débat constitue un rituel qui a lieu tous les quatre ans. Lors du premier tour, il est composé du médiateur et des candidats à la présidence de la République qui sont invités par la chaîne de télévision. Lors du second tour, lorsqu’il a lieu, il est composé du médiateur et des deux candidats qui ont obtenu la majorité des votes, en lice pour ce tour-ci. Dans cette composition, nous sommes également en présence d'autres sujets, lesquels composent des

BY-NC-ND

groupes qui sont montrés sporadiquement à l'électeur qui se trouve à son domicile, comme le public, les techniciens, les conseillers des candidats, les responsables de la chaîne, les journalistes, etc.

Dans ce contexte spatial, le « faire » présupposé au niveau du contenu exige, lorsqu'il est en rapport avec le niveau d'expression, la présence de personnes qui se déplacent dans un environnement matériel. Tandis que le niveau du contenu traite de la catégorie d'unité, le niveau de l'expression présente, lui, trois catégories : les « personnes », l' « espace dans lequel les personnes se déplacent », et l' « espace qui lui est impénétrable », c'est-à-dire celui des objets.

IV.2.2.2.1. L'expression

Lorsque nous traitons le débat présidentiel en direct d'après le niveau de l'expression, nous avons les personnes, qui sont représentées par les candidats, par le médiateur ainsi que par les autres groupes (public, équipe technique, journalistes, attachés de presse, etc.); l'espace est, lui, représenté par le studio, et l'espace impénétrable est représenté par le pupitre, qui peut connaître des variations, comme la table ou bien le pupitre des journalistes. En plus de ces objets, il y a aussi les caméras, les fils et les câbles, les projecteurs, entre autres.

Ces trois éléments sont importants, d'abord parce que les personnes jouent un rôle fondamental dans la sémiotique; deuxièmement parce que le mouvement est inhérent à l'être humain, c'est-à-dire qu'il s'agit d'une des caractéristiques les plus importantes des personnes; et troisièmement, parce que ces trois éléments ne sont pas à proprement parler des catégories d'unités d'expression, mais qu'ils concourent à la formation de ces unités.

Dans l'élaboration de la sémiotique de l'espace, le lexème « topos » est utilisé pour désigner l'unité spatiale signifiante minimale, résultant de la définition de l'espace signifiant. Ceci étant, le topos est une portion discrète de l'espace, découpée dans le continuum spatial, et correspondant à l'accomplissement d'une action déterminée. Selon Manar Hammad,

> *Dès lors, le Topos définit l'unité de l'Expression spatiale, et l'action correspondante lui est associée comme unité de Contenu. L'observation directe de l'action équivaut à une reconnaissance d'un sens « interne » à l'espace, puisque l'action-sens s'y déroule. Ce sens « intrinsèque » à l'espace semblait légitime, adéquat, puisqu'il* n'était pas projeté de

BY-NC-ND

> l'extérieur par l'observateur. *Ce qui était oublié dans cette perspective idéologiquement correcte, c'est qu'il suffit de changer d'usagers dans le même espace pour que l'action change :* défini par l'action, le sens est projeté sur l'espace par ses usagers. *Dans la mesure où la projection était le fait d'usagers, elle semblait légitime, ou en tout cas plus acceptable que la projection d'un sens par les observateurs, opération qui apparaissait arbitraire et non fondée.*[384]

Manar Hammad affirme que la division de l'espace en unités discrètes signifiantes ne détruit pas sa continuité, car il n'y a pas de limites matérielles aux « topoï », lesquels ne peuvent qu'être séparés virtuellement. Ainsi, diverses configurations topiques décrivent les combinaisons morphologiques de la continuité.

Lors de l'analyse d'un corpus spatial quel qu'il soit, alors que les topoï sont observés et analysés au niveau de l'expression, le « faire » du sujet de l'action est, lui, analysé au niveau du contenu. Dans un troisième temps, le résultat de l'analyse des deux découpages est mis en relation pour que s'effectue le signifié absorbé.

Si l'on suit la présupposition parmi les éléments présents dans un espace, nous avons dès lors, comme premier système de l'analyse, le débat présidentiel en direct. Celui-ci présuppose un autre système, à savoir le bâtiment qui abrite la chaîne de télévision qui transmettra le rituel. Ce second système en présuppose un troisième, qui est celui du constructeur qui a bâti les édifices, composés d'un complexe de couloirs, de salles et de studios, et dans lesquels se déroulent les activité.

L'analyse démarre par le « troisième système ou l'enveloppe » relatif au constructeur, parce que ce système est présupposé par les deux autres et, ceci étant, Manar Hammad le considère à vrai dire comme premier système. Considéré comme le plus simple sur le plan de l'expression, il subsiste comme un édifice, dans ce cas le studio où a lieu le débat du premier tour des élections présidentielles de 2010 transmis par la chaîne *Globo*, au Rio de Janeiro.

Pour parvenir à cet espace où a lieu le débat, il est nécessaire d'entrer par l'une des portes d'entrées des *Studios Globo*[385], complexe de bâtiments du réseau de télévision *Globo*

---

[384] *Ibid.*, p. 9.
[385] *Por dentro do Projac*. Disponíble sur: http://especiaiss3.gshow.globo.com/gshow/mapa/. Consulté le 5 mai 2019.

BY-NC-ND

installé sur une surface totale[386] de 1,65 millions de mètres carrés. Après être entré par l'une des portes d'entrée principales, plusieurs bâtiments se dressent – des installations de 1000 m² – où se trouvent les studios et les espaces techniques. Puis l'on suit un passage à ciel ouvert jusqu'au studio désiré, parmi tous ceux qui composent ce paysage. Pour pénétrer ce studio, il est nécessaire de passer par une porte, traverser un couloir puis entrer par la deuxième porte, laquelle possède un isolement acoustique. Lorsqu'on y entre, il y a au centre des 1000 m² le local décoré exclusivement pour la réalisation de ce rituel et tout autour, les salles de régie technique – salles de son, d'image, de contrôle et d'éclairage, de climatisation, les loges où se préparent les candidats et le médiateur, etc.

Le « deuxième système ou l'enveloppe meublée » est relatif au discours de la chaîne de télévision, dans notre cas celui de la *Globo*, qui a organisé le studio et l'a mis à disposition des candidats par le biais d'une invitation. Les débats présidentiels en direct réalisés au Brésil offrent, comme nous l'avons vu dans le troisième chapitre, des possibilités différentes d'organisation de cet espace, même s'ils maintiennent de manière générale un modèle d'organisation du débat.

Si l'on se reporte à la figure (64) – concernant le débat du premier tour des élections de 2010, retransmis par *Globo –,* nous visualisons le plateau et la disposition des quatre candidats sur la scène principale et celle du médiateur sur la plus petite scène. Ce format de débat rend impossible la circulation des sujets, imposée, non pas par l'espace, du fait que le topos général est large, mais par les règles. Les éléments présents dans cet espace coucourent à exprimer le « faire-débat présidentiel en direct ».

En plus de délimiter l'espace de chaque sujet présent, la disposition des pupitres et des chaises de chaque candidat, ainsi que de la petite table destinée au médiateur, délimite aussi leurs mouvements. Personne parmi ceux qui se trouvent sur les deux scènes ne peut quitter sa place, excepté au début du débat, pendant les pauses entre les différentes parties, appelées « blocs » au Brésil, et après la fin du débat.

La description de cet espace suppose ses usagers, autrement dit les sujets participatifs de l'action, car le « faire », établi comme contenu, présuppose des personnes au niveau de l'expression. Dans la figure (64), nous voyons ainsi les candidats, le médiateur

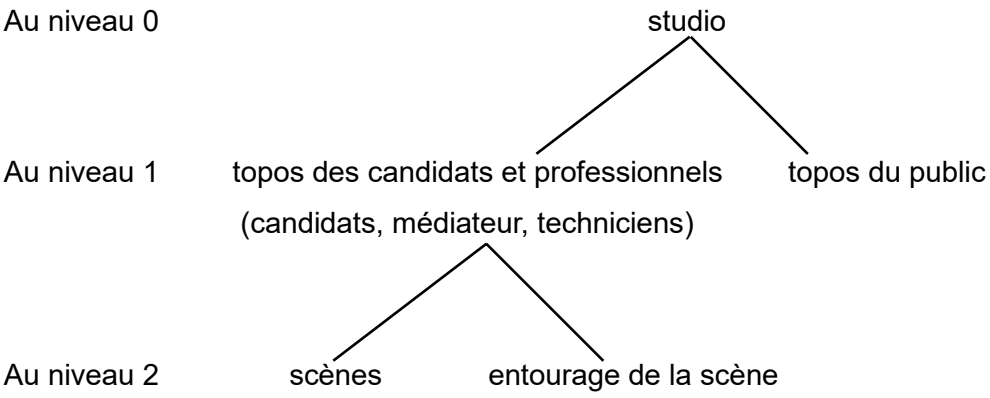
386 *Site mostra ao público os bastidores do Projac*. Disponible sur : https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/site-mostra-ao-publico-os-bastidores-do-projac-onde-são produzidas-as-novelas-da-globo-6831143. Consulté le 5 mai 2019.

BY-NC-ND

ainsi que quelques personnes positionnées en dehors des scènes, à la droite et à la gauche du médiateur, entre le médiateur et la scène et en dernier lieu, le public.

Si l'on considère le studio comme un topos, nous pouvons le diviser en groupes. Pour effectuer cette division, le médiateur nous servira de point de référence. Nous avons, dès lors, deux groupes, le premier correspondant au topos que comprend le plus petit espace du studio, lequel inclut la scène des candidats, la scène du médiateur ainsi que l'espace qui entoure le médiateur, c'est-à-dire l'espace qui se trouve à droite et à gauche près de lui et celui qui existe entre lui et le public, où quelques sujets sont présents, à savoir des journalistes, des conseillers des candidats, etc. Le second groupe comprend le reste du studio, lequel inclut la majeure partie de l'espace, où se trouve le public.

Cette division nous présente deux topoï, celui des sujets qui sont au centre du débat, et celui du public. Le premier est sous-divisé en deux autres topoï : la scène et l'entourage de la scène. Ainsi, nous avons le schéma suivant :



Selon ce schéma, tandis que le topos des professionnels qui composent le débat (candidats, médiateur, techniciens, journalistes, etc.) est valorisé par rapport à celui du public, le topos du public est valorisé par rapport à celui des professionnels.

Mais il y a encore la disposition des pupitres, qui fait que les quatre candidats dirigent leurs regards vers le médiateur, toutefois, le fait pour un candidat d'en regarder un autre est rendu difficile par la disposition de leurs pupitres. Dans ce contexte, le médiateur peut, selon les règles du débat, se diriger s'il le souhaite vers d'autres instances, car il se trouve dans une position qui le lui permet. Il a la possibilité de sortir de la zone qu'il a lui-même délimitée, et dont le point de référence est son pupitre, pouvant alors se déplacer à proximité de celui-ci, mais ne pouvant pas se rapprocher du topos des candidats, tout comme un candidat ne peut se rapprocher du topos de l'autre, aussi près l'un de l'autre qu'ils puissent être.

BY-NC-ND

De cette façon, la disposition des candidats, l'un à côté de l'autre, avec le même espace délimité par le pupitre, assure leur valorisation à tous les deux. La disposition du médiateur qui se trouve face à eux, octroie à ce médiateur un pouvoir, en d'autres termes, il lui a été donné le pouvoir conduire le débat. De cette façon, lorsqu'on regarde les pupitres, ce sont eux les référentiels qui délimitent les topoï des sujets, nous permettant ainsi d'observer des hiérarchies entre les topoï minimaux: au pupitre *vs* ailleurs; près du médiateur *vs* loin du médiateur.

Le « premier système ou l'enveloppe meublée et contenant des usagers » est relatif aux personnes qui sont insérées dans l'espace. Dans ce cas, il est d'abord nécessaire de savoir que le débat présidentiel en direct a, comme nous l'avons dit, une durée approximative de deux heures, et est composé par quatre ou cinq parties thématiques. Dans ce contexte, les participants utilisent l'espace, tandis que leur « faire » en sous-détermine le sens, éliminant d'autres faires possibles présents dans le studio.

Les débats sont dirigés par un médiateur qui, normalement, est un journaliste qui présente le journal principal de la chaîne qui transmettra ce rite. Dans le cas du débat représenté par la figure (64), le médiateur est le présentateur du *Jornal Nacional*, journal télévisé de plus grande audience au Brésil transmis par la *Globo*.

Le « faire » du débat peut être décrit comme la transmission d'un savoir. Le destinateur est le médiateur, mais ce sont également les candidats, lorsque la parole leur est donnée pour questionner, répondre ou bien commenter les sujets proposés. Le destinataire est l'ensemble de sujets que compose le scénario électoral du pays. Ce schéma de base présenté sera toujours le même car il dépeint le même objectif, c'est-à-dire celui de confronter les candidats à la présidence de la République, afin qu'ils exposent leurs propositions et programmes de gouvernement.

Poursuivant notre analyse de l'expression, nous avons ainsi les participants du débat, insérés dans un topos global : le studio a été occupé par les quatre candidats invités au débat, en plus du médiateur, des professionnels et du public – lui-même composé de proches, d'amis, de personnes invitées, etc.

La première division du topos présente trois topoï :
– l'espace que comprend la place des candidats, du médiateur et des autres professionnels qui se trouvent à proximité du médiateur, et qui sont directement impliqués dans la production du débat ;

BY-NC-ND

– l'espace que comprend la place du public ;
– l'espace que comprend les salles techniques.

Le second niveau de découpage comprend les unités suivantes :
– sur la scène : il comprend le pupitre où les candidats et le médiateur sont installés, c'est-à-dire la place où ces sujets se font présent dans le débat. Ce sont les faires qualifiés d'« intérieurs au débat » qui se déroulent dans ce *locus* ;
– autour de la scène : dans ce topos, les participants sont ceux qui ont la fonction d'enregistrer les images. Ce sont les techniciens mais également des électeurs, surtout là pour jouer une fonction ; ils ne doivent pas se manifester explicitement vis-à-vis de la teneur de l'événement ;
– le public : il s'agit de l'auditeur qui devrait être passif, au niveau du débat. D'après les règles, ils devraient simplement assister au débat, sans intervenir avec des applaudissements ou bien des huées, mais ils enfreignent parfois ces règles en se manifestant à travers des huées ou applaudissements, c'est-à-dire qu'il s'agit de faires extérieurs au débat, qui transgressent les règles ;
– les salles techniques : il s'agit des espaces où se trouvent les professionnels responsables de diriger l'émission : les images, le son, les lumières, l'envoi d'instructions, etc. Ces salles peuvent être divisées en d'autres topoï.

Le troisième niveau de découpage se réfère aux unités minimales, lesquelles ne contiennent qu'un individu :
– l'espace entre le médiateur et le pupitre, car il s'agit du lieu privilégié du discours ;
– l'espace entre le candidat et le pupitre, car c'est aussi le lieu privilégié du discours ;
– les pupitres et les chaises, espace restreint où les sujets sont mis au même niveau, sans privilèges ;
– l'espace entre le médiateur et les autres professionnels de l'émission ;
– l'espace entre la caméra et le technicien, entre le journaliste et le bloc de notes ;
– les gradins sont le lieu dont la proximité avec le topos le moins large, à savoir la scène, intègre tout le monde dans le débat, même si les règles interdisent la manifestation de ceux qui s'y trouvent ;
– les salles techniques sont le lieu où existe une proximité avec le topos le plus large et le moins large. Bien qu'elles soient plus distantes physiquement de la scène et du public, elles reflètent l'expression du « savoir » de ce rituel, car c'est dans ces salles qui sont données les instructions pour la réalisation du débat.

BY-NC-ND

IV.2.2.2.2. Le contenu

L'objet-valeur du débat présidentiel est le « savoir ». Dans ce sens, il y a une transmission de l'objet-valeur « savoir » entre un sujet destinateur qui met le sujet destinataire en contact avec la production du savoir. Cette relation peut être analysée sous la perspective des divers sujets impliqués dans cette action, à savoir de l'émission, du candidat et de l'électeur. Tous trois pourraient assumer le rôle du sujet destinateur et du sujet destinaire, car le débat représente une convention et possède, en ce sens, un programme complexe, modalisé et qui permet cette inversion de rôles.

Lorsque nous pensons à la campagne électorale, nous avons un système plus large, à savoir le politique. Dans ce système, les acteurs qui participent à cette narration sont l'électeur qui assume le rôle du destinateur, les politiques qui assument le rôle des destinataires, et le médiateur/chaîne de télévision qui agit comme l'auxiliaire des électeurs. Dans ce processus électoral, les électeurs destinateurs jugent la compétence des politiques, qui promettent une performance pour après leur élection.

Le moment du débat est le moment que ces destinataires utilisent pour prouver qu'ils ont reçu la compétence pour ce faire qu'ils promettent. Les destinataires font état de la conjonction avec le savoir. Ceci étant, savoir signifie : savoir gouverner, savoir comprendre les problèmes nationaux, connaître des stratégies pour résoudre les problèmes nationaux, savoir représenter les intérêts du citoyen, etc. Dans notre cas, le médiateur agit comme auxiliaire du destinateur, étant donné que c'est lui qui effectuera la médiation de la transmission des savoirs du destinataire/candidat vers le destinateur/électeur.

Mais lorsque nous revenons au système, c'est-à-dire au débat lui-même, le médiateur assume le rôle de sujet–destinateur car dans cette scène, c'est lui qui va sanctionner celui qui dit ce qu'il ne faut pas dire, c'est lui qui dira que le discours du candidat, qui assume le rôle de sujet destinataire, n'a pas été adéquat face au temps de parole destiné, etc.

Face à ces possibilités énonciatives, nous reprendrons la perspective du médiateur en tant que « sujet–destinateur » (qui représente l'émission) et du « sujet–destinataire », qui sont les candidats. Ainsi, suivant cette perspective, le sujet se rend au débat en affirmant son savoir, et sa participation à ce rituel le prouve. Le débat est un jeu manipulatif, dans lequel les joueurs – sujet destinateur et sujet destinataire – ont besoin de construir une image positive et utiliseront le temps disponible pour cela, au-delà d'essayer de jeter le discrédit sur l'image de leur opposant.

BY-NC-ND

Destinateur et destinataire possèdent un programme narratif de faire dans le débat : acquisition, transformation et production d'un savoir. La réalisation de ce programme passe par d'autres faires, qui se trouvent au niveau de superficie, tels que parler, écouter, prendre note, regarder, gesticuler, etc., tandis que la production du savoir se trouve au niveau profond.

Manar Hammad propose – pour les faires qui correspondent au niveau de superficie – une division en deux catégories en lien avec le critère du déplacement : le déplacement de tout le corps *vs* le non-déplacement de tout le corps. Tandis que la première catégorie est celle du mouvement en lien avec le lieu du topos, la seconde catégorie correspond aux faires du parler, écouter, prendre note, regarder, gesticuler, même si ces différents faires correspondent au niveau de la superficie du débat.

IV.2.2.2.2.1. Niveau de superficie

Au niveau de superficie, Manar Hammad propose d'analyser les éléments que composent le déplacement *vs* le non-déplacement du corps dans l'espace. L'acte de se déplacer concerne tout participant au débat. Si l'on se rapporte à l'avant et à l'après de ce rituel, le studio possède une forme particulière de dynamique pour les participants au débat. Hammad dira qu' « *Il s'agit de la transition entre l'extérieur et l'intérieur, entre le public et le privé, en passant par les différents espaces du bâtiment »*[387]*.*

Dans cette perspective, le temps du débat se caractérise par l'entrave au déplacement, du fait que les sujets qui participent à ce rituel doivent rester assis ou debout, en face du pupitre, comme nous le montre la figure (64). La situation est mise à partir du moment où les candidats entrent sur la scène du studio.

Néanmoins, le débat n'est instauré qu'à partir du moment où le médiateur, déjà sur scène, prend la parole pour effectuer les salutations, les remerciements, expliquer les règles et présenter les candidats. Parmi les sujets qui se trouvent sur la scène, seul lui, à savoir le destinateur, peut se déplacer à l'intéreur de ce topos, bien que l'aire de circulation soit délimitée. D'après les règles du débat, les sujets destinataires/candidats ne peuvent pas quitter leurs places. Dans le cas où le médiateur autoriserait ce déplacement à quiconque des destinataires présents sur la scène centrale, il transgresserait ces règles et pourrait être

[387] HAMMAD Manar; ARANGO Sylvia; KUYPER Eric de; POPPE Emile, *L'espace du séminaire*. « Communications », Année 1977, Volume 27, Numéro 1, p. 43. Disponible sur : https://www.academia.edu/1271462/Lespace_du_s%C3%A9minaire. Consulté le 5 mai 2019.

BY-NC-ND

sanctionné négativement par la chaîne pour cela. Le déplacement n'est possible qu'en cas d'imprévu, comme par exemple si l'un des candidats ne se sent pas bien et a besoin de quelques instants pour se récupérer. Mais de façon générale, d'autres faires incombent à ces destinataires, comme le faire du regarder, par exemple.

Manar Hammad utilise des séquences qui caractérisent le « faire regarder ». Dans la première d'entre elles, lorsque le sujet destinataire/candidat « fait le mouvement du regard », il situe le pôle central dans le champ de vision, dirigé vers le médiateur. Selon Hammad, ce mouvement incorpore des fragments de l'espace, ce qui permet de maintenir phatiquement le contact avec le rituel qui est analysé.

La seconde séquence se réfère à la « vision repliée », dirigée vers le faire cognitif et individuel. Cela signifie que le sujet destinataire prend des notes ou alors écoute. Ici, Hammad affirme que tandis que le faire cognitif est valorisé, l'espace physique est, lui, dévalorisé, rejeté « au profit d'un espace signifié relevant du niveau profond du contenu »[388]. De plus, ce regard volontaire peut signifier déconcentration ou bien absence. Dans la figure 64, par exemple, alors le médiateur énonce des informations sur le débat, les trois candidats qui sont positionnés de la droite à la gauche de l'image semblent s'occuper de quelque chose qui se trouve sur le pupitre, et le quatrième candidat regarde devant lui.

La troisième séquence concerne le « parcours sauvage ». Ici, le centre ne sera pas le médiateur, mais toutes les autres directions probables et, par conséquent, l'attention se déplace du débat vis-à-vis de l'espace où a lieu le rituel. Ce regard sauvage projette le sujet destinataire hors du débat, et il s'opère ainsi chez lui un détournement.

Le « faire parler » selon Manar Hammad, est déjà considéré comme le principal faire de superficie dans la production du savoir, utilisée par le sujet destinateur et par le destinataire dans la réalisation du programme narratif.

Dans le débat, le médiateur possède une métaparole, étant donné que c'est lui qui détermine qui parlera, combien de minutes, ainsi que les candidats qui développeront l'interlocution. Néanmoins, il ne convient pas au médiateur de déterminer ce que chaque sujet destinataire dira de fait ni sous quelle forme il le fera, ceci car parfois, face à une question posée par son opposant, le candidat questionné décide de ne pas y répondre, et choisit alors d'aborder un autre sujet.

[388] *Ibid.*, p. 44.

BY-NC-ND

Dans ce cas, le médiateur n'interfère pas dans la décision du candidat, et lui laisse l'autonomie pour parler ou non au sujet du thème choisi par son opposant. Dans cette construction du savoir, le destinateur ne joue que le rôle de médiateur.

IV.2.2.2.2.2. Niveau profond

Le niveau profond du débat se caractérise par un programme narratif que propose l'objet savoir. Selon Manar Hammad, sujet destinateur et sujet destinataire se définissent respectivement par la conjonction et la disjonction avec le savoir.

De cette façon, le sujet destinataire/candidat affirme son savoir-faire lorsqu'il joue correctement son rôle de destinataire qui entre en conjonction avec l'approbation des électeurs. Celui qui, en revanche, n'arrive pas à le faire correctement, entre en disjonction avec cette approbation. De plus, le sujet destinateur affirme son savoir-faire lorsqu'il démontre sa compétence en réalisant la tâche qui lui a été déléguée en tant que destinateur.

Tant le sujet destinataire comme le destinateur produisent un savoir, et jouent en ce sens un rôle similaire. Ceci étant, tout le débat se donne dans le contexte au sein duquel est inséré l'énoncé « production du savoir ». Dans cet énoncé, la chaîne de télévision *Globo* joue le rôle de sujet de l'énonciation, déléguant toutefois son rôle au médiateur, lequel maintient un contrat avec la chaîne et en reçoit des pouvoirs, car il a la compétence de jouer le rôle de modérateur du débat. En médiant cet événement, il démontre non seulement le savoir, mais aussi le « pouvoir-faire ».

Le « devoir-faire » des sujets participants de cet acte énonciatif est plus difficile à être perçu au niveau profond. Il est ainsi perçu avec une plus grande clarté au niveau superficiel. Cependant, si le savoir de ces sujets n'est pas réalisé, ils sont sanctionnés négativement, avec la perte d'électeurs.

Imprégnés par un devoir-faire l'action, ils le font. Cependant, les sujets sont sanctionnés négativement quand ils ne développent pas correctement ce devoir. Tandis que la chaîne sanctionne négativement le destinateur-médiateur, les électeurs sanctionnent négativement le destinataire-candidat.

BY-NC-ND

IV.2.2.2.2.3. Relation entre expression et contenu

Le « faire » du débat est concrétisé par les sujets participatifs de ce rituel, lesquels ont l'objectif de donner du sens et de la structure au contenu. Le sens est produit par ces sujets et est destiné aux électeurs. Même si soutenu dans un espace et grâce à des configurations des objets, le faire des sujets tend à éliminer les objets au détriment de la production du savoir. Ce qui se trouve valorisé est un faire cognitif et pour cette raison, les conditions physiques ne sont pas prises en considération, autrement dit, l'on ne doit pas se sentir gêné par l'air conditionné très froid, ou bien par l'inconfort des chaises.

Ces variables correspondantes au niveau de l'expression sont implicitement niées. Dès lors, l'espace physique n'est pas valorisé tandis que c'est la production du savoir qui détient la valeur. Le signifiant n'est important que comme élément permettant d'appréhender le signifié, et dans ce sens, ce qu'importe dans une communication telle que le débat n'est pas le signifiant en soi, c'est-à-dire l'espace proprement dit, mais ce à quoi il renvoie. Les sujets participatifs du débat ont chacun leur discours, et ce n'est dès lors pas l'espace physique et sa configuration qui les intéresse, mais ce à quoi il renvoie, à savoir l'opportunité de présenter à un nombre important d'électeurs leur performance en tant que candidat à la présidence de la République.

De cette façon, du point de vue de la sémiotique de l'espace, l'espace est considéré simultanément pour lui-même, c'est-à-dire l'« expression », et pour quelque chose de différent de lui-même, c'est-à-dire le « contenu ». Ainsi, les *topoï* vont abriter des sujets dans des rôles actantiels distincts, le topos étant le lieu qui marque un mode de relation.

Clôturons cette partie en concluant que, parmi les études réalisées au sujet de l'espace selon ces trois perspectives, à savoir la géographie, la sociosémiotique et la sémiotique de l'espace, toutes observent la notion de cet objet a partir du moment où existe en lui l'insertion d'un sujet. Ceci étant, s'il n'existe pas de sujet qui pratique ses actions dans un espace donné, celui-ci n'existe concrètement pas en tant qu'espace, autrement dit, il n'a pas de signification, comme le défend la géographie présentée par Santos.

La différence entre la conception de la géographie et celle de la sémiotique réside dans le fait que pour la sémiotique, l'espace existe déjà concrètement du fait que le sujet est déjà inséré en lui ; reste alors à savoir de quelle manière le sens est produit en lui par le sujet. Pour cette raison, la sociosémiotique se chargera de comprendre de quelle façon la morphologie de l'espace est déterminée par les actions du sujet, dans la mesure où les

BY-NC-ND

situations vécues sont responsables de créer leurs propres espaces. Manar Hammad défend aussi que l'espace ne gagne du sens qu'en fonction de l'usage que l'on fait de lui. Une fois de plus, le sujet est l'agent de l'action, responsable de modifier ou de donner une fonction spécifique à l'espace, en fonction du rôle à jouer dans l'espace.

Dans cet travail, nous avons toutefois décidé d'analyser le langage syncrétique du débat, car non seulement l'espace contribue à la construction du sens, mais aussi les autres langages qui le composent et qui correspondent au parcours manipulateur proposé dans ce genre.

IV.3. Sémiotique syncrétique: la présence du semi-symbolisme

Dans la perspective de Floch, les textes plastiques sont aussi signifiants que les verbaux ; cependant, cela ne signifie pas que la sémiotique plastique a pour objectif de rendre visible un mode d'existence de l'indicible, comme le dit le sémioticien :

> *la sémiotique plastique commence par refuser la confusion du visible et du dicible ; cela ne signifie pas, bien au contraire, qu'on veuille faire du visible un mode d'existence de l'ineffable.*[389]

Dans l'ouvrage « Sémiotique: dictionnaire raisonné de la théorie du langage (Tome 2) », Floch débute la première entrée de l'article « Syncrétiques » en expliquant que la sémiotique syncrétique est caractérisée par la manifestation de plusieurs langages. Une manifestation culturelle ou politique, une campagne publicitaire, un journal télévisé sont alors des exemples de discours syncrétiques [390].

Dans la troisième entrée du même dictionnaire, il dit que :

> *Pour ce qui est des procédures de syncrétisation, on rejettera tout d'abord l'idée que, pour tel énoncé syncrétique, il y ait une énonciation verbale, un énonciation gestuelle, une énonciation visuelle... Le recours à une pluralité de langages de manifestation pour constituer un texte syncrétique relève selon nous d'une stratégie qui « gère », si l'on veut, le continu discursif résultant de la*

[389] FLOCH Jean-Marie, *Petites Mythologies de l'oeil et de l'esprit. Pour une sémiotique plastique.* Paris/Amsterdam: Hadès-Benjamins, 1985, p. 14.
[390] GREIMAS Algirdas Julien, COURTÉS Joseph, *Sémiotique dictionnaire raisonné de la théorie du langage II. Compléments, débats, propositions.* Paris: Hachette, 1986, p. 217.

BY-NC-ND

textualisation, et choisi d'« investir » la linéarité du texte dans des substances différentes ; dans certains cas, les procédures de syncrétisation peuvent relever de véritables synesthésies. Cette stratégie syncrétique relève de la compétence discursive d'un seul et unique énonciateur, quand même celui-ci s'actorialiserait très diversement.[391]

Floch poursuit cette réflexion en expliquant qu'en caractérisant sur le plan de l'expression la pluralité de la substance pour une forme unique, les sémiotiques syncrétiques seraient pluriplanes et connotatives :

Dès lors, on pourra donner une définition moins intuitive des sémiotiques syncrétiques en caractérisant leur plan de l'expression par une pluralité de substance pour une forme unique – tout en gardant à l'esprit le fait que ces substances peuvent être elles-mêmes, à un autre niveau d'analyse, des formes. On considérera alors les sémiotiques syncrétiques comme des sémiotiques pluriplanes non scientifiques, c'est-à-dire comme des sémiotiques connotatives.[392]

Floch considère dans les textes visuels le phénomène de la signification à travers le semi-symbolisme, lesdits textes appréhendant leurs significations au moyen de l'articulation des plans de l'expression et du contenu. Le même phénomène surgit dans les textes produits à travers d'autres langages, comme le langage sonore et ceux qui sont construits à partir de divers codes, comme les syncrétiques. Dans le débat télévisé par exemple, l'on trouve au-delà du code verbal, le visuel, le spatial, le sonore etc. La syncrésie est formée par cette multiplicité de langages que compose le tout signifié de sens de ce genre textuel.

L'étude des sémiotiques syncrétiques s'est développée à partir de la sémiotique du discours. Ceci étant, tandis que sur le plan du contenu le texte est analysé selon les niveaux qui composent le parcours génératif de sens – le fondamental, le narratif et le profond –, sur le plan de l'expression, l'on doit considérer dans l'analyse les spécificités en lien avec chaque type de texte. Selon Fiorin,

Au momento où, lors du simulacre méthodologique, nous avons la jonction du plan du contenu avec un plan de l'expression, la textualisation se produit. Ainsi,

391 *Ibid.*, p. 218.
392 *Ibid.*, p. 218.

BY-NC-ND

le texte est une unité qui se dirige vers la manifestation. Dès lors, il subit la coertion du matériel qui le véhicule. Par exemple, étant donné que le signifiant du langage verbal est linéaire, le contenu manifesté verbalement sera soumis à la linéarisation.[393]

En d'autres termes, lorsque les langages sont considérées dans leurs plans du contenu et de l'expression, leur plan de contenu peut être compris comme une unité de sens à travers l'inteligible. Cependant, lorsque nous considérons leur plan d'expression, nous remarquons que la substance de ces langages, en tant que matière sensible syncretisée, est divisée en unités abstraites minimales, non sémantisées, appréhendées par le sensible[394].

Ce sont ces unités minimes qui composent les formants ou catégories, telles que les catégories éidétiques, qui sont relatives aux formes (allongé/contracté, curviligne/rectiligne, etc.) ; les catégories chromatiques, relatives aux couleurs (multi-chromatisme/monocromatisme ; couleurs froides/couleurs chaudes ; clair/foncé) ; et les catégories topologiques, relatives à l'organisation spatiale (englobant/englobé ; haut/bas ; horizontal/vertical ; profond/plat), lesquelles seront utilisées dans les analyses qui suivront.

Parte II – L'analyse du débat présidentiel en direct

IV.3.1. Le débat présidentiel direct : un système sémiotique syncrétique

A partir des considérations exposées, nous en viendrons maintenant aux analyses des débats. Nous prenons ici pour référence les débats des trois principales années : celle de 1989, car c'est la première année où le débat télévisé a été transmis en direct, après plus de deux décennies de gouvernement militaire ; l'année 2002, car il s'agit de la première année où les chaînes de télévision ont repris ce genre télévisé, suite à une année exempte de débat, en plus d'avoir été l'année où les chaînes ont commencé à exploiter les outils professionnels et technologiques dont l'époque dispose ; et finalement, l'année 2014 car il s'agit de l'année électorale que nous avons délimitée.

[393] FIORIN José Luiz, *Três questões sobre a relação entre expressão e conteúdo*. In: « Itinerários », Araraquara, n° spécial, (77– 89), 2003, p. 77. Traduction libre.
[394] MÉDOLA Ana Silvia L. Davi, *Lógica de articulação de linguagem no audiovisual*, *cité par* ALVES DA SILVA Cíntia, « O semissimbolismo na propaganda audiovisual : uma análise de *Paint*. *Etudes sémiotiques.* » [*en ligne*] Disponible sur : http://revistas.usp.br/esse. Editeurs responsables: Ivã Carlos Lopes et José Américo Bezerra Saraiva. Volume 11, Numéro 2, São Paulo, Décembre 2015, p. 57. Consulté le : 15 mai 2019. Traduction libre.

BY-NC-ND

Les autres débats seront pris comme éléments de comparaison pour que l'on comprenne comment le déroulement de ce rituel s'est fait, en abordant ce qui a été primordial pour l'améliorer, ou alors, pour que l'on vérifie d'autres caractéristiques fondamentales afin de mettre en évidence les intérêts des trois sujets qui composent ce genre, à savoir la chaîne, le candidat et l'électeur.

Pour ce faire, les analyses seront faites à partir des oppositions fondamentales du plan du contenu pour, ensuite, nous consacrer aux relations entre les catégories de l'expression plastique. Donc, nous avons choisi comme objet d'analyse, dans les débats, les thèmes suivants : le générique, la caméra, le décor et les règles.

À partir de ces éléments, nous observerons le processus de développement de ce genre au Brésil, en fonction de la composition de l'ensemble des débats en tant que tout organisé de sens, ainsi que de l'utilisation de ces éléments par l'énoncé du message inscrit en tant que processus manipulateur.

Soulignons que durant ces sept années électorales, un total de vingt débats ont eu lieu, parmi lesquels quatorze sont complets, huit ont été diffusés sur la chaîne *Bandeirantes* – six du premier tour des élections de 1989, 1994, 2002, 2006, 2010 et 2014, et deux du second tour des élections de 2010 et 2014 – ; quatre d'entre eux ont été transmis par la *Globo* – ceux du premier et du second tours des élections de 2010 et ceux des premier et second tours des élections de 2014. Quatre d'entre eux sont incomplets : l'un de la *Bandeirantes* à savoir celui du second tour des élections de 2006, et trois de la *Globo*, qui sont les débats des premier et second tours des élections de 2002 et celui du second tour des élections de 2006. Deux d'entre eux n'ont pas été mis à disposition : celui du second tour des élections de 2002 par la *Bandeirantes*, ainsi que celui du premier tour des élections de 2006, par la chaîne *Globo*.

Les débats télévisés transmis au Brésil sont présentés dans le studio de la chaîne de télévision qui propose l'événement. Insérés dans cet espace, nous avons les sujets « médiateurs », qui représente la chaîne ; le « candidat » à la présidence de la République du Brésil, qui représente son parti et les groupes qui le soutiennent; ainsi que les électeurs, les journalistes, les invités et les techniciens. Ces événements sont régis par des règles qui délimitent non seulement le temps de parole des candidats, mais également la durée du programme, le nombre de questions, la question de savoir s'il y aura des commentaires, des répliques et des contre-réponses, et s'il y aura un droit de réponse dans le cas où un des candidats se sentirait offensé.

BY-NC-ND

Dès lors, nous avons un ensemble de débats qui nous permet de les envisager comme un texte-objet audiovisuel. Nous identifions dans le *corpus* analysé six types de systèmes sémiotiques : le politique, l'imagétique (visuel), le vidéographique (langage du cinéma), le musical (sonore), le verbal (écrit et oral) et le gestuel.

IV.3.2. Les analyses du débats

Le débat est un phénomène audiovisuel inséré dans la catégorie des genres télévisés. Cependant, c'est un récit qui se configure dans la spectacularisation proposée par un énonciateur. Nous supposons que cet énonciateur est la « chaîne de télévision », qui met son espace à la disposition des candidats et, avec eux, réalise la performance au niveau narratif, sachant que nous avons en studio un médiateur qui parle au nom de la chaîne et c´est aux candidats de clarifier leurs projets pour les récepteurs–électeurs.

Cet espace est donc figurativisé par la chaîne de télévision, qui s'est engagé dans son discours à assurer à la nation une activité démocratique. Dans ce discours, elle affirme donner au candidat l'occasion d'exposer ses intentions de gouvernement afin que l'électeur puisse choisir la meilleure proposition de gouvernement pour le pays. En tant que telle, elle est le défenseur et le garant de la démocratie, ce qui lui crée donc une identité en s'engageant pour le développement de la démocratie et du pays.

Ainsi, en prenant le débat présidentiel en direct comme un système sémiotique, nous identifions au niveau fondamental du plan du contenu les oppositions sémantiques de base /démocratie/ vs /antidémocratie/ et /identité/ vs /altérité/. Le discours présente une affirmation des termes « démocratie/identité » associés à l'euphorie, à ce qui est positif. L'affirmation de ces termes présuppose par conséquent leurs contraires, c'est-à-dire l´« antidémocratie/altérité », qui sont associés à la dysphorie, c'est-à-dire au négatif.

Dans ce cas, *Bandeirantes* est la chaîne qui permet ce moment dans le processus de redémocratisation du pays, selon l´extrait suivant, au moment où le médiateur déclare qu´à partir de ce moment, *Bandeirantes* commençait la première rencontre entre les présidentiables de l'histoire de la télévision brésilienne. Elle déclare également que le but du débat était de clarifier les propositions et les programmes de gouvernement des candidats pour les électeurs.

> *Bonjour, bonsoir !* ***Rede Bandeirantes commence désormais la première rencontre de candidats à la présidence de la République de l'histoire de la***

BY-NC-ND

> ***télévision brésilienne**. Le 15 novembre prochain, les Brésiliens se rendront aux urnes pour voter pour un président pour la première fois depuis 1960. **Pour cette rencontre, qui vise à expliquer aux électeurs les propositions et les programmes de gouvernement des candidats et qui marque le grand départ de la campagne présidentielle, onze présidentiables ont été invités** [...].*[395]

La fin de la dictature militaire instaure la recherche de la concrétisation de la démocratie, recherche qui implique également la consolidation de l'identité de la nation. *Globo* adopte le discours d´une chaîne de télévision qui valorise la « démocratie » car, dans ses débats, elle exprime cette position dans le discours du médiateur, selon l´extrait ci-dessous. Dans son discours prononcé lors du débat de l´élection de 2010, le médiateur explique que la chaîne n'aurait pas pu apporter une « plus grande contribution » au pays en organisant un débat au cours duquel des électeurs indécis posent leurs questions directement aux candidats.

> *Les candidats, les invités, les électeurs qui sont arrivés ici sans avoir décidé pour qui voter, pourront regarder ce panneau et remarqueront qu´il est entièrement rempli. Cela signifie que, parmi les quatre-vingts électeurs indécis qui sont venus, douze ont vu leurs questions posées ici, en direct et pour des millions de personnes. **Ces douze ont eu l'occasion d'entendre les deux candidats commenter sur le sujet. Je pense que nous n'aurions pas pu apporter une plus grande contribution que celle-ci, dans un débat deux jours avant les élections** [...].*[396]

Nous sommes donc en présence d´un récit dans lequel l´émetteur–énonciateur–chaîne de télévision remplit la fonction de manipulation, en persuadant le destinataire–électeur de s'identifier à ce discours où le « faire–informer » est établi, dans lequel d'autres éléments basés sur le principe démocratique sont déduits, tels que la liberté d'expression, le droit à l'information, etc.

---

[395] *Propos de la médiateure Marília Gabriela, lors de l´ouverture du débat du premier tour de l´élection de 1989, retransmis par Bandeirantes*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=zlk8x9QguR8. Accès le 07 septembre 2019.

[396] *Propos du médiateur William Bonner à la clôture du débat du second tour des élections de 2010, retransmis par Globo*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=5POvdbCFZ2k&list=PLC828DF11CDAB5AAF&index=7. Consulté le 7 septembre 2019.

BY-NC-ND

Lors du débat du premier tour des élections de 1989 retransmis par *Bandeirantes*, la médiateure commence le programme par un discours qualifiant le débat de grand événement historique pour le pays et pour la télévision brésilienne. Et comme elle-même l'exprime, en utilisant l'adjectif « grand », ce débat porte sur le « grand départ » de la campagne présidentielle. En plus de l'adjectif, elle utilise le qualificatif « départ » pour caractériser la campagne, la comparant ainsi à une compétition.

La chaîne a diffusé ce débat, qui fut le premier de cette élection, le 17 juillet. Ainsi, elle « lance le départ » réellement de la campagne en ce qui concerne l'utilisation des moyens de communication à cette fin, lorsqu'elle rassemble les candidats dans son studio. Conformément à l'article 9 de la loi n° 7773 du 8 juin 1989, les conventions nationales des partis relatives à la délibération sur les coalitions et la sélection des candidats ont été tenues jusqu'au 15 juillet 1989. L´article 6 affirme que la publicité électorale à la radio et à la télévision prendrait effet du 15 septembre au 12 novembre, même si les candidats peuvent déjà avoir commencé leurs campagnes en se rendant dans les quartiers et les villes, mais en dehors de la portée officielle des médias.

La chaîne aménage son studio pour la réalisation du débat. *Bandeirantes* a assumé ce rôle de pionnier dans ce récit. *Globo* a travaillé en partenariat avec trois autres chaînes de télévision au deuxième tour de l´élection de 1989. Ce n'est toutefois qu'à partir de 2002 qu'elle a décidé de diffuser les débats dans ses locaux. Rappelant que si *Bandeirantes* est la chaîne qui diffuse le premier débat présidentiel des premier et deuxième tours depuis 1989, *Globo* a commencé à retransmettre le dernier débat des premier et deuxième tours à partir des élections présidentielles de 2002.

La diffusion du dernier débat peut avoir un impact plus important sur l'opinion de l´électeur, car il a généralement lieu quelques jours avant le jour où l'électeur se rend aux urnes pour déterminer pour qui voter, comme nous l'avons vu dans le passage précédent, lorsque le médiateur de *Globo* a déclaré qu'un tel débat avait eu lieu deux jours avant les élections.

Quand nous pensons à l'espace, c'est-à-dire au studio, nous voyons un dispositif structuré dans un format unique pour abriter le débat. Il y a ensuite une systématisation d´éléments insérés dans un lieu, avec un horaire et des règles spécifiques prédéfinies par la chaîne et les conseillers des candidats.

BY-NC-ND

Le discours des chaînes témoigne toutefois de l'intérêt de contribuer à la reconstruction du pays par un processus dans lequel elles s'inscrivent comme proposeuses et mainteneuses, en utilisant à cet effet la télévision comme moyen de communication capable d´atteindre un grand nombre de citoyens. À ce stade, le processus de manipulation s´instaure plus clairement, car ce chemin était déjà engagé avec la campagne politique.

Dans l'histoire de la télévision brésilienne, il existe un lien entre son développement et le soutien que les chaînes ont apporté aux présidents militaires. Cette période est cependant terminée et nous avons assisté à un réajustement du discours des chaînes, qui, si elles faisaient auparavant la publicité pour le gouvernement militaire, utilisent désormais un discours démocratique.

Nous verrons ensuite quelles ressources *Bandeirantes* et *Globo* ont utilisé au cours de ces sept années d'élection, lorsqu'elles diffusent un modèle de débat présidentiel en direct, dans le cadre de cette relation qui implique leurs intérêts, ceux des candidats et des électeurs.

IV.3.2.1. Le générique

Parmi les langages syncrétiques présents dans le débat, nous commencerons notre analyse par le générique, « vinheta » en portugais, car il s'agit de la première information dont le téléspectateur dispose au sujet de ce dispositif.

Selon le dictionnaire Houaiss, le terme portugais « vinheta » signifie :

> *1. Petit ornement typographique qui illustre un texte, un livre etc. ;*
> *2. Parure ou moulure d'une pièce qui sert d'ornement à une composition typographique ;*
> *3. Petite musique qui se joue au début, à la fin, ou au redémarrage d'une émission de radio ou de télévision, afin d'identifier le programme, la chaîne ou bien le sponsor ; dessin ou symbole dont l'image est directement en lien avec le texte illustré [...].*[397]

[397] HOUAISS Antônio; VILLAR Mauro de Salles, *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, op. cit*., p. 1947.

BY-NC-ND

Dans le dictionnaire Petit Robert, le terme « vignette »[398] possède, parmi d'autres, les mêmes significations que celles des items (1) et (2) du dictionnaire Houaiss. Cependant, il n'est pas utilisé avec le même sens que celui exposé dans l'item (3). En français, « générique » est le terme utilisé pour se référer à l'appel qui marque le début et la fin d'une émission. Au Brésil, la « vinheta » télévisée englobe les éléments de l'enluminure et en vient à avoir son actuelle signification[399].

À la télévision brésilienne, les génériques ont commencé à être utilisés en 1954. Ils étaient faits à la main, en papier cartonné, c'est pourquoi les images étaient statiques et inanimées. Ils avaient pour objectif d'informer le téléspectacteur du nom de l'émission ainsi que de l'intervalle entre un programme et un autre. Les affiches ont été remplacées par la vidéocassette, et avec ce nouvel outil, les images étaient superposées les unes sur les autres, donnant ainsi une impression de mouvement. Cependant, la recherche de l'esthétique post-moderne a eu pour effet que la chaîne de télévision *Globo* soit la première à investir dans les génériques électroniques et animés, à l'aide de l'informatique graphique[400].

Le générique devient alors un usage stratégique, qui fonctionne comme un emballage capable de convaincre le téléspectacteur. Comme l'une des principales caractéristiques de la télévision est la sérialité, les émissions doivent s'organiser de manière telle que le téléspectateur comprenne sa grille de programmation. Ceci étant, la « vinheta » cesse de n'être qu'un ornement, et se met à fonctionner avec l'objectif d'organisateur du temps et du contenu, comme l'indique le concept utilisé pour définir « générique », en français.

Si l'on se réfère aux débats, lors du premier tour des élections de 1989, la chaîne *Bandeirantes* n'a pas fait l'usage de cet outil pour marquer la temporalité initiale et finale de l'émission. L'image que l'on voit au démarrage du débat est celle du studio avec les sujets participants à leurs places respectives. Cette image a été accompagnée de la musique « Eleições–Band » qui, dès lors, a été utilisée comme thème musical d'ouverture des débats

---

398 ROBERT Paul, *Le Petit Robert : Dictionnaire Alphabétique et Analogique de la Langue Française, op. cit.*, p. 2713.

399 SCHIAVONI Jaqueline Esther, *Vinheta televisiva:* usos e funções. In: « Significação. Revista de Cultura Audiovisual », nº35, p. 91-106, 2011. Disponible sur : http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/68162. Consulté le 08 septembre 2019.

400 AZNAR Sidney Carlos, *Vinheta: Do pergaminho ao vídeo*. São Paulo: Editora: Arte & Ciência – UNIMAR, 1997.

BY-NC-ND

présidentiels transmis par cette chaîne de télévision lors de toutes les ouvertures de débat suivantes.

Au second tour, lors de la coalition (I) des quatre chaînes de télévision – *Bandeirantes*, *Globo*, *Manchete* et *SBT* –, ce groupe a utilisé dans la construction du générique, une image statique des deux candidats, Luiz Inácio Lula da Silva et Fernando Collor de Mello, sans accompagnement musical. L'on voit au début que les deux candidats disposent des mêmes conditions de débat, tous deux étant positionnés sur la photographie face au téléspectateur, au centre (fig. 13).

Dans l'opposition de base du niveau fondamental du débat, nous identifions la « démocratie/identité *vs.* antidémocratie/alterité ». La démocratie est présente dans le discours des chaînes de télévision, et nous constatons cette pratique lorsqu'elles invitent les candidats disposant d'une représentativité à participer à leurs débats. Cependant, lors de ce second tour, nous avons deux candidats représentant des idéologies politiques opposées qui se disputent la présidence du pays. Tandis que Lula représente la gauche, Collor représente la droite. Dans le générique présenté, même si les deux candidats se trouvent au centre, mis sur un même plan, seul Collor est vêtu formellement, d'une veste, d'une chemise et d'une cravate. Sur la photo, Lula est habillé d'une tenue informelle, avec une chemise et une cravate. Ceci nous renvoie à une différenciation de la part des chaînes de télévision.

L'euphorie presente dans le débat « démocratie/identité » se consolide toutefois lorsque nous visualisons les photos des débattants insérées dans un espace plus grand, et en-dessous des photos, le titre « Débat des candidats », en caractères gras. Dans ce texte, la préposition « des » utilisée pour connecter « débat » à « candidats » marque la possession, c'est-à-dire que le débat se trouve en possession de ces deux candidats, il leur appartient. C'est à ces destinateurs qu'est renvoyée la responsabilité de l'événement car, au niveau narratif, ce sont eux qui vont accomplir l'action, à savoir qu'ils vont exposer leurs projets, émettre les accusations, les défenses, ainsi que les questions. De leur côté, les chaînes de télévision sont des agents qui se mettent à part, ils ont agi au préalable en tant qu'organisateurs de l'événement, et ensuite en tant que transmetteurs de l'émission, et ils sont, au niveau discursif, figurativisés par les quatre médiateurs présents afin de conduire le temps de débat et les règles. Ceci étant, les chaînes proposent l'événement, organisent la logistique, mais ne se portent pas responsables de la performance des deux candidats, à partir du moment où ceux-ci respectent les règles.

BY-NC-ND

Si l'on en revient au générique, l'opposition sémantique présente sur le plan du contenu du débat est homologuée sur le plan de l'expression plastique du générique:

Tableau 6 : Catégorie plastique du Plan de l'Expression. Générique – élections 1989, coalition (I)

Catégorie topologique	Centralité (démocratie/identité) (euphorique)	*vs.*	Extrémité (antidémocratie/alterité) (disphorique)

Au second tour, lors de la coalition (II), des chaînes a été créé un générique, dont les éléments explorés sont : le cube, le candidat et le « x ». La narrative démarre lorsque le cube avec les trois images – celle des deux candidats, et le « x » – est lancé, et lorsque le cube se met à tourner, l'image de Lula se déplace vers la droite tandis que celle de Collor se déplace vers la gauche, et le signe du « x », petit et bleu, reste entre les deux candidats (fig. 16).

Les photos des candidats sont centralisées, légèrement tournées l'une vers l'autre. Elles ne se trouvent pas l'une en face de l'autre, et elles ne sont plus non plus face au public. Cette progression n'a pa été accompagnée de musique. Un autre changement réalisé dans ce générique est celui de la présentation de l'image des candidats où, tant Lula que Collor sont habillés de façon identique, c'est-à-dire que comme son opposant, Lula apparaît sur la photo vêtu d'une veste, d'une chemise et d'une cravate.

Ce générique anticipe un débat dont la rivalité entre les candidats est marquée par la préposition « versus », figurativisée par le « x ». Au niveau narratif, les deux destinateurs participent à un jeu, figurativisé par le « dé ». Ce générique démontre l'opposition thématique /gagner vs. perdre/, autrement dit, celui qui gagnera sera celui qui révèlera la meilleure performance, ou bien celui qui sera le plus perspicace, si l'on considère que l'élection aura lieu à quelques jours de ce débat.

Contrairement au générique précédent, on se rend compte d'une neutralité dans cette narrative de la part des chaînes de télévision. Ainsi, si l'on se reporte aux homologations des catégories, nous avons :

BY-NC-ND

Tableau 7 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Générique – élections 1989, coalition (II)

Catégorie éidétique	Cube (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Cercle (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie topolotique	Centralidade (démocratie/ identité) (euphorique)	vs.	Extrêmité (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie chromatique	Couleur froide (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Couleur chaude (antidémocratie/alterité) (disphorique)

Parmi ces homologations, nous voyons que l'objet cube/dé qui va être lancé présente une plus grande précision quant au résultat, ne laissant pas de doutes quant à l'image qui apparaît ; quant à lui, le cercle, qui a été inséré ici dans le but de maintenir une opposition dans le format géométrique, ne présente pas cette même précision. Comme cet objet figurativise le jeu, au niveau du discours, c'est celui qui est le mieux préparé qui gagne ; mais, en tant que joueurs insérés dans un jeu, ils doivent, du fait qu'ils connaissent les règles. Dans l'opposition chromatique, le bleu, couleur froide, est aussi la couleur de la rationalité tandis que le rouge, couleur chaude, est une couleur agressive, ce qui ne s'avère pas cohérent pour la proposition de la narrative.

Lors du débat du premier tour de 1994, les figures présentes dans la narrative du générique sont : des formes géométriques et le « x ». La chaîne *Bandeirantes* présente un générique en mouvement, avec toutefois une narrative centrée sur le « x ». Durant la progression des images, les formes géométriques se superposent, et du mouvement de ces formes surgit un grand « x » rouge, superposé avec le mot « DEBAT », écrit en lettres majuscules, et sous ce titre, le mot « président » écrit en lettres minuscules (fig. 19).

Dans cette narrative, au niveau discursif, la figurativisation du « x » nous renvoie à l'acte de voter, d'opérer un choix ; le « x » est présenté aux électeurs en tant qu'élément primordial dans cette élection. Ceci étant, il n'est plus centré sur le personnalisme des candidats, comme cela était le cas dans les génériques antérieurs. De cette façon, la narrative conduit l'électeur à faire son choix après avoir assisté au débat, rappelant que ce mot « débat » est écrit en lettres majuscules et se trouve au centre, tout comme le « x », en d'autres termes, le débat serait transmis pour aider l'électeur à faire son choix. A cette

BY-NC-ND

époque, le vote était encore réalisé via le bulletin de vote[401], et le « x » présente une certaine difformité, paraissant avoir été écrit à la main, à la différence du « x » qui représente l'opposition entre Lula et Collor, comme vu dans la figure (16). Ainsi, nous avons le choix en tant qu'élément qui nous renvoie au vote. Dans un acte démocratique, l'électeur peut voter ou bien annuler son vote, et il lui revient d'opter de choisir ou de ne pas choisir un candidat pour gouverner le pays.

La forme allongée est présente dans le « x » et dans le titre « Débat ». Sur l'image, ces deux éléments sont également au premier plan, c'est-à-dire bien visibles, mis en évidence, et c'est pour cette raison que dans cette narrative, ils sont dans l'ordre de l'euphorie. Contrairement à la narrative élaborée dans le générique antérieur, dans lequel la « couleur froide » est euphorique, dans celle-ci, c'est la « couleur chaude » qui mantient l'euphorie pour représenter un moment d'attention contre l' « antidémocratie/alterité ».

Dans les homologations, nous avons :

Tableau 8 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Générique – élections 1994, *Bandeirantes*

Catégorie éidétique	Allongé (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Contracté (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie topolotique	Grand Premier plan (démocratie/identité) (euphorique)	vs. vs.	Petit Second plan (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie chromatique	Couleur chaude (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Couleur froide (antidémocratie/alterité) (disphorique)

A partir des élections de 2002, les chaînes de télévision commencent à faire usage de l'informatique graphique afin de construire les narratives qui ouvrent les débats. Ainsi, nous avons des images plus élaborées, accompagnées de technologie, de mouvement et de musique.

[401] Le vote électronique a été instauré de façon progressive au Brésil, à partir de 1996.

BY-NC-ND

La chaîne *Bandeirantes* a commencé à explorer dans les génériques des figures faisant référence au pays. Dans le générique des élections de 2002, elle insère trois éléments dans la narrative : l'élément graphique, l'urne électronique, et le drapeau du Brésil (fig. 22, 23 et 24). Accompagnée du thème musical « Elections–Band », la séquence narrative présente un pays qui possède des indicateurs économiques instables, figurativisés par le tableau qui, quant à sa forme, est un élément contracté. De cette façon, avec l'élection, figurativisée par l'urne – élément allongé –, il est possible de faire le choix d'un candidat qui représente le pays et qui est capable de contrôler ces indicateurs économiques, stimulant la croissance du Brésil. De son côté, le drapeau figurativise le patriotisme, dont la forme est également allongée.

L'ordonnancement de ces figures nous renvoie au développement du pays, lequel dépend d'un projet politico-économique qui réponde aux conditions et aux besoins du Brésil. De cette façon, l'homologation se présente dans le tableau (9) :

Tableau 9 : Catégorie plastique du Plan de l'Expression. Générique – élections 2002, Bandeirantes

Catégorie éidétique	Allongé (démocratie/identitité) (euphorique)	vs.	Contracté (antidémocratie/alterité) (disphorique)

En 2006, la chaîne *Bandeirantes* réalise une approche se situant entre le passé et le présent, lorsqu'elle diffuse des scènes qui ont marqué le développement de la politique brésilienne, comme le mouvement « Diretas Já », ainsi que des extraits des débats diffusés les années antérieures ; dans la séquence suivent des images qui renvoient à certains moments au cours desquels le citoyen est protagoniste, comme le mouvement étudiant appelé « Caras pintadas »[402], lui aussi à teneur politique du fait que son objectif était celui de soutenir la destitution du président Fernando Collor de Mello. A partir de ces différentes scènes, qui sont accompagnées d'un compte à rebours, le téléspectateur est inséré dans le

[402] L'expression « Caras pintadas » trouve son origine dans l'action de se peindre le visage avec les couleurs du drapeau du Brésil, principale forme d'expression et symbole du mouvement étudiant des années 1990, lorsque les étudiants ont investi les rues en protestation de la grave crise politico-économique et des scandales de corruption dans lesquels a été impliqué Fernando Collor de Mello. Cette action a démarré suite à un discours du président datant du 13 août 1992, dans le but d'apaiser le peuple brésilien. Durant son discours, il a demandé à ce que tous investissent les rues le lendemain, vêtus de vert et de jaune en guise de soutien à son gouvernement. Les étudiants et divers brésiliens sont descendus dans les rues, mais vêtus de noir et les visages peint en vert et jaune en protestation contre le président. Au cours de cette année-là, le mouvement a gagné de la force et de la notoriété, intensifiant ainsi la demande de destitution de Collor.

BY-NC-ND

présent, marqué par le début de la seconde partie du générique, dont la narrative simule le vote.

Dans ce second moment, représenté par le présent, trois éléments figurativisent cette situation, c'est-à-dire l'élection : la main, allongée, un écran carré, et la carte du Brésil, également allongée (fig. 37 et 38). Ainsi, au niveau narratif se trouve une main qui touche l'écran, mais il n'y a pas d'éléments qui informent de ce qu'elle est, du fait qu'elle est vide, propre, aucun élément représentant des numéros ou des touches n'existant. Néanmoins, au moment même où cette action se passe, des ondes circulaires surgissent, qui sont immédiatement remplacées par la carte du Brésil. Sur cette carte, quelques bandes de lumière sont reliées à des points, également lumineux, qui indiquent les capitales des états du pays, tandis que diverses bandes de lumière surgissent dans la partie postérieure de la carte. Toute la séquence est narrée dans une atmosphère bleutée, mais simulant la transparence, sous l'accompagnement du thème musical « Elections–Band ».

Dans cet ensemble d'éléments composés par cette séquence se trouve une récupération du passé, pour insérer l'électeur dans le présent, c'est-à-dire dans le débat. Les scènes qui inscrivent les mouvements politiques et sociaux du pays, transmis comme des souvenirs et à la collectivité, sont des éléments manipulateurs qui amènent l'électeur au faire-croire que le débat est un programme important, et pour cette raison, qu'il est impérieux d'y assister. Dès lors, nous avons la thématique du souvenir et de la collectivité, qui s'opposent à l'oubli et à l'individualisme, caractéristiques qui fragilisent la démocratie. Il existe une sentence dans la culture brésilienne selon laquelle le brésilien a la mémoire courte, en d'autres termes, il oublie très vite les faits qui ont construit l'histoire du pays, indépendamment du fait d'avoir été positifs ou négatifs. Pour cette raison, restaurer le passé constitue une stratégie pour ne pas laisser l'électeur tomber dans l'oubli vis-à-vis de ses obligations envers la démocratie.

Dès lors que l'on procède à l'homologation entre le plan du contenu et celui de l'expression plastique, nous avons le schéma :

BY-NC-ND

Tableau 10 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Générique – élections 2002, Bandeirantes

Catégorie éidétique	Allongé (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Contracté (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie chromatique	Transparent (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Opaque (antidémocratie/alterité) (disphorique)

En 2010, les éléments utilisées sont : d'énormes morceaux de blocs – transparents et allongés –, la carte du Brésil, l'espace sidéral et de la lumière. La segmentation de ces figures construit une nouvelle narrative qui thématise, au niveau discursif, la participation collective dans le processus électoral en tant que fondement d'une nation qui serait prospère, entourée de lumière. Voir cette image sous la perspective présentée, c'est-à-dire en « plongée », amène le sujet qui voit, qui regarde toute la scène, depuis le haut, comme s'il était en train de voir la construction même de la nation, et pour cela, chaque bloc doit se trouver à sa propre place. S'il manque un bloc, l'image de la carte ne se complète pas et dans ce cas, la nation non plus.

La narrative est finalisée avec le titre du débat : « Elections 2010. Débat » (fig. 54), ce qui suggère une invitation à ce que tous participent à cette construction narrée dans le générique. Dès lors, nous avons au niveau discursif, le thème de la construction, autrement dit, l'électeur est invité à aider à la construction du pays, au moyen du vote. Lorsque nous nous intéressons au processus d'homologation entre le plan du contenu du débat et celui de l'expression du générique, nous voyons à nouveau les éléments qui composent les trois catégories et qui fondent la construction du syncrétisme :

BY-NC-ND

Tableau 11 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Générique – élections 2010, *Bandeirantes*

Catégorie éidétique	Allongé (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Contracté (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie topolotique	Distant (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Proche (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie chromatique	Transparence (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Opacité (antidémocratie/alterité) (disphorique)

Dans cette homologation, la distance instaurée sur la carte du Brésil offre la possibilité de pouvoir voir la carte dans son intégralité ; il y a un destinateur qui voit ce pays en train d'être construit, bloc après bloc, et c'est pourquoi l'action est euphorique.

En 2014, pour construire le générique, la chaîne *Bandeirantes* utilise les figures suivantes : une maquette, allongée. Nous avons ainsi la maquette de la carte du Brésil, réalisée sur ordinateur, un projet architectural qui peut être vu en 3D (fig. 77 et 78). Cette séquence est finalisée avec le titre « DÉBAT 2014 » (fig. 79), en lettres majuscules. Dans ce cas, le pays a besoin d'un projet pour son développement, et le débat est l'un des véhicules dont les candidats disposent pour présenter leurs propositions de gouvernement. Nous avons ici encore, au niveau discursif, la prédominance thématique de la construction. Vis-à-vis du processus d'homologation, il y a dans la catégorie éidétique, l'opposition entre /allongé *vs.* contracté/, sous la forme de la maquette de la carte. L'allongement de cette maquette nous renvoie à la proportionnalité du territoire, à savoir son extension, format relié à l'euphorie, du fait d'être insérée dans le contexte de la « démocratie/identité ».

Tableau 12 : Catégorie plastique du Plan de l'Expression. Générique – élections 2014, Bandeirantes

Catégorie éidétique	Allongé (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Contracté (antidémocratie/alterité) (disphorique)

La chaîne *Globo* a développé pour les débats de 2002 et de 2006, des génériques qui possèdent des narratives similaires, figurativisées par les éléments : nom du débat, année du débat, bandes de lumières. Les trois figures possédant des formes allongées. Les

BY-NC-ND

différences entre les deux génériques résident dans les couleurs, et la façon dont les numéros relatifs à l'année apparaissent sur l'image, mais le principe demeure le même, le titre étant relié à l'année au moyen de bandes de lumière. Cependant, tandis qu'en 2002 les couleurs sont celles qui représentent le Brésil : le bleu, le vert et le jaune, qui sont aussi phosphorescentes (fig. 28 et 29), en 2006, les couleurs sont le bleu et l'orange, également phosphorescentes (fig. 46). La narrative présentée pour les deux débats est celle d'un show ; le panneau avec le titre figurativise cette proposition et la chaîne *Globo* invite le télespectateur à assister à ce spectacle. Dans ces génériques, le thème du spectacle est présent. Procédant à l'homologation, nous avons :

Tableau 13 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Générique – élections 2002 et 2006, *Globo*

Catégorie éidétique	Allongé (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Contracté (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Categoria chromatique	Brillant (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Mat (antidémocratie/alterité) (disphorique)

Cependant, en 2010, la chaîne *Globo* utilise les trois éléments qui figurativisent l'élection : l'urne électronique, la main et la carte du Brésil, ses formes sont allongées (fig. 59, 60, 61 e 62). Au niveau narratif, la main de l'électeur touche le bouton de l'urne électronique, et suite à cette action, quelques rayons jaillissent de petits cercles. Chaque rayon figurativise un vote, et l'on obtient de l'union de ces rayons-votes, la formation du pays. Mais pour que cette construction puisse arriver, il est nécessaire de mieux connaître les candidats, d'où l'importance d'assister au débat. Cette idée est intensifiée avec l'apparition du titre du débat « Elections 2010. Débat », qui a été construit avec les rayons qui avaient précédemment formé la carte du Brésil. Le thème qui prévaut est celui de la construction, autrement dit, il n'est possible de construire un pays démocratique qu'en votant pour de bons projets. Ceci étant, lorsque nous procédons à l'homologation, nous avons dans la catégorie éidétique, l'opposition /allongé vs. contracté/, tout comme dans les génériques de la chaîne *Bandeirantes*, et tandis que la forme « allongée » se réfère à la « démocratie/identité », la « contractée » se réfère à l' « antidémocratie/alterité ».

BY-NC-ND

Tableau 14 : Catégorie plastique du Plan de l'Expression. Générique – élections 2010, *Globo*

Catégorie éidétique	Allongé (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Contracté (antidémocratie/alterité) (disphorique)

Dans le générique des élections de 2014 diffusé par la chaîne *Globo*, les éléments sont : des lignes de transmissions, les noms des états du Brésil, des numéros et la carte du Brésil, sont formes allongées (fig. 87, 88 e 89). Les lignes de transmission figurativisent le moyen utilisé pour le comptage électronique des votes. Au fur et à mesure que ce comptage est effectué, le nombre de votes et les noms des états apparaissent sur ces lignes, lesquelles sont reliées entre elles à la fin du comptage, formant alors un cercle à l'arrière, avec une petite carte du Brésil ; en suivant, la carte disparaît et surgit à sa place le nom du débat « Elections 2014. Débat ». De cette façon, nous obtenons l'idée que pour construire un pays, il est nécessaire de choisir. Le thème prédominant est une fois de plus celui de la construction. L'homologation nous conduit à l'opposition /allongé *vs.* contraté/, le premier étant euphorique, relié à la « démocratie/identité » et le second étant disphorique, relié à l' « antidémocratie/alterité ». Il s'agit d'une narrative euphorique.

Tableau 15 : Catégorie plastique du Plan de l'Expression. Générique – élections 2014, *Globo*

Catégorie éidétique	Allongé (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Contracté (antidémocratie/alterité) (disphorique)

Après l'analyse de ces génériques, nous voyons qu'au niveau narratif, le destinateur-chaîne, qui assume le rôle de l'énonciateur au niveau discursif, opère l'action de manipulation, persuadant le destinataire-électeur de s'identifier avec ce qui est annoncé dans les génériques, à savoir le « faire-construire » le pays, action euphorique, ce qui n'est possible qu'en raison du système démocratique.

Nous présentons ci-dessous le tableau (16) avec les catégories éidétique, topologique et chromatique, ainsi que leurs oppositions présentes sur le plan de l'expression plastique pour, à partir de ces oppositions, vérifier leurs homologations.

BY-NC-ND

Tableau 16 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression des génériques

Catégorie éidétique	Allongé vs. Contracté Carré vs. Cercle
Catégorie topologique	Distant vs. Proche Premier plan vs. Second plan Etendu vs. Réduit
Catégorie chromatique	Couleur froide vs. Couleur chaude Couleur chaude vs. Couleur froide Transparence vs. Opacité Brillant vs. Mat

Suite à cette description, nous pouvons voir dans le tableau (17), l'homologation entre le plan du contenu du débat et celui de l'expression plastique.

Tableau 17 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression des génériques

Plan du Contenu	**Plan de l'Expression**
Démocratie et identité (valeurs euphoriques)	Allongé Distant Carré Grand Centralité Premier plan Etendu Couleur froide Couleur chaude Brillant Transparent
Antidémocratie et alterité (valeurs disphoriques)	Contracté Proche Cercle Petit Extrêmité Second plan Réduit Couleur chaude Couleur froide

BY-NC-ND

Opaque
Mat

IV.3.2.2. La caméra

L'analyse d'un débat en direct consiste à regarder l'événement qui a déjà eu lieu, mais du fait du direct, cela créé l'impression d'être un programme actualisé. L'image animée cause cette illusion, c'est pourquoi le débat en direct semble toujours se dérouler dans le présent et peut ainsi être vu comme un « maintenant », même s'il s'agit d'un fait passé. Au sujet de cette relation passé/présent, Jost nous dit:

> *Si la radio peut décrire les événements au présent, l'image animée les actualise. Contrairement à la photo, qui montre son objet sous l'angle du révolu, du ça-a-été (Barthes, 1980), toute image animée représente les actions en train de se faire, dans leur déroulement, leur procès, qu'elles soient passées ou présentes. Rien ne distingue a priori une image enregistrée (que ce soit sur support film ou sur support vidéo) d'une image en direct. Lorsque nous tombons par hasard sur des images étiquetées « direct » par une chaîne, notre premier réflexe est de les prendre pour tel, alors même qu'il peut s'agir d'une rediffusion d'un moment enregistré avec la mention « direct ». Si l'image animée se prête bien à cette confusion, c'est moins qu'elle présentifie l'événement, comme on le dit souvent, qu'elle fait qu'elle montre tout événement, quel que soit son mode d'apparition réelle, sous l'angle de son effectuation. Filmé, l'événement reprend vie, est ranimé.*[403]

Ceci étant, sous cette perspective, revivre les débats présidentiels en direct souligne l'action de la caméra car, sans elle, l'image ne peut être enregistrée et par conséquent, transmise. Elle va enregistrer la narrative qui évoque l'émotion et la réaction des sujets participants du débat, que ce soit le candidat, le médiateur et, parfois, le public. C'est son mouvement qui fait que le téléspectateur qui se trouve en dehors du studio comprend ce qui se passe dans cet espace.

Cependant, pour que la caméra puisse opérer, un sujet qui détient le savoir-faire du fonctionnement de ce capteur d'image est mis en action, car c'est ce sujet qui voit. Sa

[403] JOST François, *Introduction à l'analyse de la télévision*, *op. cit.,* p. 36.

BY-NC-ND

fonction étant de mouvementer la caméra, de la conduire pour enregistrer les cadrages. Mais cette action est dirigée vers un autre sujet, à savoir le directeur d'image. Cet ensemble de fonctions et d'actions est mis en pratique afin qu'électeurs et candidats maintiennent une interlocution, même imaginaire, étant donné que dans cette situation d'interaction, seul le destinateur-candidat parle, tandis que c'est à l'autre, le destinataire-électeur, d'écouter. Toutefois, pour parvenir à ce moment de réception du message de la part du destinataire, il est nécessaire d'organiser l'espace où aura lieu le débat, en pensant non seulement aux positions des sujets, mais également, à la logistique qui implique la disposition et le mouvement des caméras.

Avant d'aborder les actions de la caméra, nous présenterons les formats des studios des débats en direct réalisés au Brésil. Weber et Abreu nous présentent une typologie composée de onze modèles de débats, déterminés par la position des candidats, du médiateur et du public. Les voici :

1- Débat conventionnel avec intervieweurs et médiateur – Candidats face à face, debout sur un pupitre, avec un médiateur au centre et des journalistes invités du côté opposé au médiateur ;
2- Débat conventionnel simple – Candidats face à face, debout sur un pupitre, avec un médiateur au centre ;
3- Débat conventionnel direct – Candidats face à face, debout sur un pupitre, le médiateur n'apparaissant pas ;
4- Débat conventionnel avec plateau-décor – Candidats debout et avec possibilité de mouvement en direction du public, pupitre, avec un médiateur au central et décor ;
5- Débat conventionnel avec décor – Candidats face à face, debout sur un pupitre, avec un médiateur au centre et décor ;
6- Débat conventionnel avec public passif – Candidats debout sur un pupitre face au public, médiateur sur un des côtés ;
7- Débat conventionnel avec médiateur-intervieweur – Candidats face à face, debout sur un pupitre, médiateur-intervieweur au milieu et assis.
8- Débat informel simple – Candidats assis côte à côte derrière une table/tribune et médiateur au centre, avec deux candidats en moyenne ;
9- Débat informel simple – Candidats assis côte à côte derrière une table/tribune et médiateur au centre, avec plus de trois candidats ;
10- Débat interactif simple – Format qui permet déplacements et interactions entre candidats et médiateurs ;

BY-NC-ND

11- Débat interactif complexe – Format qui permet déplacements des candidats et interactions/questions envoyées par divers médias (faites par le médiateur) et/ou formulées par le public.[404]

Parmi ces typologies, nous pouvons en identifier six dans les 19 débats présidentiels en direct que nous avons à disposition. Nous retrouvons dès lors :

a) Modèle 1 – Débat conventionnel avec intervieweur et médiateur. Ce modèle a été utilisé lors des deux débats transmis par la coalition de chaînes, au second tour des élections de 1989 (fig. 14 et 17), ainsi que par la chaîne *Bandeirantes*, lors du premier tour des élections de 2006 (fig. 45) ;

b) Modèle 3 – Débat conventionnel direct. Ce modèle a été proposé lors des débats de la chaîne *Bandeirantes*, lors du second tour des élections de 2010 (fig. 68, 69, 70) et du second tour des élections de 2014 (fig. 101) ;

c) Modèle 6 - Débat conventionnel avec public passif. Ce modèle a été utilisé par la chaîne *Globo* lors des élections du premier tour de 2002 (fig. 31) et du premier tour de 2010 (fig. 64) ; il a également été utilisé par la chaîne *Bandeirantes* lors du premier tour des élections de 2006 (fig. 41), de 2010 (fig. 55) et de 2014 (fig. 84) ;

d) Modèle 9 – Débat informel complexe. Ce modèle de débat a été proposé par la chaîne *Bandeirantes* lors du premier tour des élections de 1989 (fig. 7), lors du premier tour de 1994 (fig. 20 et 21), et lors du premier tour de 2002 (fig. 25) ;

e) Modèle 10 – Débat interactif simple. Ce format a été proposé par la chaîne *Globo*, lors du premier tour des élections de 2014 (fig. 92) ;

f) Modèle 11 – Débat interactif complexe. Ce dernier modèle a été utilisé par la chaîne *Globo*, lors du second tour des élections de 2002 (fig. 35), 2006 (fig. 50), 2010 (fig. 72) e 2014 (fig. 104).

Ces modèles de disposition des sujets dans le studio permettent que la caméra occupe un espace de déplacement plus ou moins ample. Ainsi, parmi les modèles

[404] WEBER Maria Helena ; ABREU Carmen Regina, *Debate político-eleitoral na televisão : jogo de cena e dispositivo estratégico*. In : MIGUEL Luis Filipe ; BIROLI Flávia (Org.), « Médias, représentation et démocratie », *op. cit.,* p. 177. Traductions libres.

BY-NC-ND

présentés, celui qui offre une plus grande flexibilité aux caméras est le (11) car, comme nous l'avons vu dans les débats du second tour transmis par la chaîne *Globo*, de l'élection de 2002 à celle de 2014, elles se déplacent comment si elles circulaient entre les candidats et entre les électeurs présents dans le studio.

Ce sujet-caméra qui se déplace dans toutes les directions possibles, assume la fonction d'un observateur qui voit tout ce qui est dans son périmètre, sans omettre d'enregistrer ce qui est fondamental que le téléspectateur voie (fig. 35, 51, 73, 75). Dans ce contexte, il y a un mouvement de la caméra appelé « travelling » du fait que, tandis que le candidat répond, il peut se déplacer et, dans cet acte, la caméra opère le mouvement de le suivre (fig. 35, 36, 51, 75).

Si l'on procède à l'homologation entre le plan de l'expression de la caméra et le plan de l'expression plastique, il y a l'opposition entre /mouvement vs statique/, en lien avec l' /étendu vs. contracté/. Dans cette opposition, tandis que le « mouvement » est euphorique, permettant au téléspectateur de voir avec plus d'exactitude ce qui se passe à ce moment-là de l'enregistrement, le positionnement « statique » est disphorique, du fait même qu'il n'offre pas cette possibilité d'accès au studio au téléspectateur.

La même chose survient dans la séquence des figures (32), (33) et (34), issues du second tour des élections de 2002, dans le débat transmis par la chaîne *Globo* : la caméra joue tel un électeur assis sur une estrade et elle commence à se déplacer entre les autres électeurs, comme si elle se baissait afin de ne pas gêner la vision de ceux-ci. Au fur et à mesure qu'elle se déplace, elle opère le mouvement de se lever, jusqu'à ce qu'elle ait recours au plan « plongée », de haut en bas, pour filmer en gros plan le candidat qui parlait à ce moment-là. Dans l'homologation, on trouve dans cette action de la caméra la relation entre le /mouvement vs statique/, avec le /haut vs. bas/ de l'expression plastique.

Lors du premier débat du premier tour lancé par la chaîne *Bandeirantes* en 1989, malgré les limitations techniques propres de l'époque, les caméras ont pu circuler tout autour de l'espace des débattants, montrant ainsi au téléspectateur des scènes plus réalistes, comme la captation des émotions des candidats telles que l'impatience, l'ironie, l'indignation, la colère, etc (fig. 8, 9, 10 et 11). Ceci est un autre exemple du fait que le « mouvement » est euphorique, la caméra pouvant transmettre avec une plus grande précision, suivant son mouvement sur le plateau, ce qui se passe entre les candidats. Dans l'homologation, le /mouvement vs. statique/ sur le plan de l'expression de la caméra maintient une relation avec l' /étendu vs. contracté/ du plan de l'expression plastique.

BY-NC-ND

Cependant, même si le format du débat lancé par la *Bandeirantes* lors du premier tour des élections de 1994 offrait une liberté de mouvement aux caméras, celles-ci sont demeurées statiques, réalisant parfois quelques mouvements, toutefois restreints. De cette façon, c'est pas toujours le format de l'espace qui déterminera le mouvement des caméras, mais bien d'autres facteurs relatifs aux choix oprérés au fil du processus d'organisation du débat. Cependant, la staticité de la caméra durant tout le débat produit l'absence d'information chez l'électeur qui se trouve en dehors de l'espace du studio, l'amenant à ne voir que lorsqu'un candidat ou un autre parle. Ici, nous avons une nouvelle fois l'euphorie dans le « mouvement » et la dysphorie dans la position « statique » de la caméra. La relation du processus d'homologation se répète, à savoir que le / mouvement vs. statique / maintient une relation avec l' /étendu vs. contracté/.

Indépendamment du modèle de chaque studio, il y a dans ces débats, un parcours suivi par la caméra. Sa narrative démarre à la fin du générique lorsqu'au moment d'avoir recours à un « plan général », elle fait son entrée dans le studio, depuis la droite ou bien depuis la gauche, avec un « mouvement panoramique », montrant le décor au destinataire–électeur qui n'est pas présent dans le studio.

Ensuite, elle effectue un plan rapproché du médiateur, à travers un « plan poitrine » qui, tel l'hôte, agit, recevant non seulement les candidats et le public qui composent le plateau, mais également le public qui se trouve en dehors de cet espace. A partir de là, le plan utilisé par la caméra sera le « plan poitrine », que ce soit pour filmer le médiateur que les candidats, lorsque ceux-ci auront la parole.

A chaque fois qu'une partie du débat prend fin, la caméra fait le chemin inverse, à savoir qu'elle effectue un plan rapproché de l'image du médiateur qui annonce la fin de débat, et simule qu'elle sort du studio du même côté qu'elle a simulé son entrée, opérant le même « mouvement paronamique ». Ces mouvements sont des marqueurs temporels utilisés pour informer le téléspectateur du début et de la fin de chaque partie.

Mais, en plus d'avoir recours à ces techniques qui simulent l'entrée et la sortie du studio, la chaîne *Globo* en utilise d'autres comme le « plan american » lors des débats du second tour, lorsque les électeurs indécis sont tirés au sort afin de lire leurs questions aux candidats.

Néanmoins, lorsque ces deux sujets, électeur et candidats, se retrouvent face à face, tandis que l'électeur indécis qui se trouve sur le plateau lit sa question au candidat, la

BY-NC-ND

caméra opère d'autres mouvements comme celui d'effectuer un « *zoom* » tant sur l'électeur que sur le candidat à qui la question est posée. Cette technique est dite de « rapprochement », confirmant l'euphorie car elle maintient l'électeur attentif non seulement aux propos du candidat, mais également à ses expressions corporelle et faciale, tandis que « l'éloignement » est lui, disphorique. Dans le processus d'homologation, nous avons dès lors le /rapprochement vs. éloignement/ du plan de l'expression de la caméra en lien avec l' /étendu vs. contracté/.

Une autre technique dont la caméra peut se servir, à ce moment où l'électeur indécis et le candidat maintiennent l'interlocution, est celle de la position entre « champs » et « contre-champs », technique qui renvoie au /rapprochement vs. éloignement/, le premier étant euphorique et le second disphorique, et dans l'homologation se trouve la relation avec le plan de l'expression de l'expression plastique /étendu vs. contracté/.

Cette technique est utilisée dans le but d'enregistrer des dialogues. La caméra doit demeurer du même côté que les personnages, et lorsqu'une d'entre elles effectue un gros plan sur le sujet qui parle, dans la diagonale, l'autre réalise un gros plan sur celui qui écoute, également dans la diagonale, produisant un effet de sens qui permet au téléspectateur qui se trouve en dehors du studio de voir le visage de l'un comme de l'autre, de façon alternée, comme si lui aussi participait à la conversation entre ces deux sujets.

Les stratégies explorées pour la configuration du faire–croire du téléspectateur instauré par la chaîne qui mène le débat – *Bandeirantes* et *Globo* –, présente d'autres techniques comme celle de la « plongée ». Au moment où le médiateur tire au sort le thème qui sera abordé ou bien le nom du candidat qui interrogera, la caméra plonge dans l'urne où se trouvent les thèmes ou bien les noms qui seront tirés au sort (fig. 66), comme si elle se trouvait à l'intérieur, observant ou surveillant l'action du tirage au sort. Ici, au niveau narratif, la caméra soutient le médiateur dans l'enregistrement de cette scène, en direct et face à la nation, prouvant au niveau discursif la transparence de l'émission et de la chaîne étant donné que le médiateur agit comme son porte–voix. Nous avons dès lors dans l'homologation, l'opposition /rapprochement vs. éloignement/, dans laquelle le « rapprochement » est euphorique et l' « éloignement » est ici disphorique, en lien avec le plan de l'expression plastique /étendu vs. contracté/.

Dans les débats classifiés selon les modèles dans lesquels la table de débat ou bien les pupitres sont placés dans le fond du studio, avec un panneau à l'arrière des candidats, l'angle le plus exploré par la caméra est le « frontal », lorsque les candidats et le médiateur

BY-NC-ND

ont la parole. Cette forme frontale d'enregistrer l'image de celui qui parle nous indique que celui qui le fait s'adresse à celui qui se trouve dans des espaces en dehors du studio, mais surtout, ce « regard frontal » pour la caméra met à l'épreuve la véracité des propos de celui qui parle. Dans ce cas, c'est la « staticité » de la caméra qui est euphorique, tandis que le « mouvement » devient disphorique, dans l'opposition /staticité vs. mouvement/, qui maintient la relation avec le /contracté vs. étendu/.

Dans certains débats, cette technique a été explorée dans le but de filmer en même temps, côte à côte, à la fois le candidat qui posait la question et celui qui allait répondre (fig. 44 et 85). L'effet produit est celui de candidats qui se trouvent réellement côte à côte, en discussion, alors qu'ils étaient placés à des endroits différents dans le studio. Après que la question a été posée, la caméra opère le mouvement d'ouverture du plan pour ne filmer ensuite que celui qui devait répondre.

Le débat en direct est élaboré comme un dispositif qui simule une réalité et, en ce sens, la caméra possède la fonction d'enregistrer des scènes qui apportent réalisme et véracité au téléspectateur. Ceci étant, elle peut se rapprocher ou s'éloigner, demeurer figée ou bien entrer en mouvement. Grâce à ces techniques, elle réalise l'action de « faire-croire » par exemple, que ces débats sont, au-delà de réels, consciencieux et impartiaux, du fait même de travailler d'après le principe démocratique.

Suivant ce qui a été analysé, nous présentons ci-dessous le tableau (18) avec le plan de l'expression de la caméra et le plan de l'expression plastique.

Tableau 18 : Relations entre les catégories du Plan de l'Expression de la caméra et lescatégories de l'Expression plastique

Expression de la caméra	Expression plastique
Rapprochement Mouvement Staticité	Étendu
Eloignement Staticité Mouvement	Contracté

Suite à cette description, nous pouvons voir l'homologation entre le plan du contenu du débat et celui de l'expression plastique dans le tableau (19).

BY-NC-ND

Tableau 19 : Catégories plastiques du Plan de l'expression des caméras

Plan du Contenu	Plan de l'Expression
Démocratie et identité	Rapprochement
(valeurs euphoriques)	Mouvement
	Staticité
Antidémocratie et alterité	Eloignement
(valeurs disphoriques)	Staticité
	Mouvement

IV.3.2.3. Le décor

Lors de l'analyse de l'utilisation de la caméra, onze classifications des studios ont été proposées pour les débats présidentiels en direct, vis-à-vis de la disposition dans le décor des sujets participant à cette narrative. Mais au-delà de ces classifications, nous disposons d'autres références dont les caractéristiques seront analysées du point de vue du décor, telles que la symétries des objets et la dimension de l'espace.

Dans le dictionnaire Le Petit Robert, *symétrie* signifie entre autres termes, *harmonie*, *régularité*, *équilibre*, *concordance*[405]. La précision des traits présents dans les éléments de la nature fait que l'être humain qui l'observe a, suivant sa perspective, la représentation de formes parfaites, équilibrées et harmonieuses. Ainsi, dans la nature tout comme dans la culture, l'Homme recherche ces éléments dans les formes, ce qui l'a amené tout au long du processus de développement historique et culturel, à explorer cet élément selon ce qu'il comprend au sujet de l'organisation du temps et de l'espace.

Selon Mouchet,

> *Il y a longtemps que la notion de symétrie est intimement liée à l'esthétique. Le mot, mais certainement pas l'idée, tacitement présente dans les artefacts et même dans les mythes les plus anciens conservés par la mémoire humaine, est issu du grec – sum (avec, accord) metron (mesure, proportion) – et sera repris en latin par le mot « commensurable »*[406]*. Que ce soit en architecture, en peinture,*

[405] ROBERT Paul, *Le Petit Robert : Dictionnaire Alphabétique et Analogique de la Langue Française*. Paris : Le Robert, 2015, p. 2483.

[406] Citation de l'auteur : Le préfixe, une fois écrit en majuscules, fait apparaître la lettre grecque upsilon, *Y*, qui ressurgira dans la France du XIIe siècle sous la forme du « y » et engendrera plus tard une sympathique symphonie de symboles. Le français se distingue des autres langues en ayant

BY-NC-ND

en musique ou en littérature, une symétrie renvoie à des correspondances susceptibles de faire naître une harmonie, un rythme ou un équilibre, de souligner une cohérence ; parfois elle engendre une certaine monotonie voire une forme d'humour comme dans le comique de répétition. La présence d'une symétrie, comme la reprise d'un même son dans la poésie versifiée ou d'un refrain dans une chanson, facilite la transmission ou la mémorisation. Elle permet une économie de moyens descriptifs et c'est certainement en cela que réside son pouvoir de séduction. En géométrie notamment, un triangle équilatéral, un carré ou un cercle sont décrits plus brièvement qu'une courbe fermée quelconque. Dans ce dernier cas, il faut préciser la position de tous les points de la courbe, alors qu'une figure symétrique peut être tracée et reproduite à l'aide de règles beaucoup plus simples.[407]

Ainsi, la symétrie est un élément utilisé dans le but de créer un sens de proportion, d'équilibre et d'harmonie. Ces caractéristiques sont présentes dans les débats présidentiels en direct transmis par les chaînes de télévision, présentant au téléspectateur l'idée d'ordre, d'organisation. Sous cette perspective, la symétrie est une technique qui amène l'électeur à croire à un ordre établi par la chaîne de télévision.

Selon cette proportionnalité, la chaîne *Bandeirantes* conçoit par exemple ses studios avec les mêmes éléments, présentant certaines variations d'un débat à un autre. C'est pourquoi, indépendamment de la formule utilisée pour organiser le studio, comme les traits, les formes, les distances, ceux-ci sont conçus avec précision, observant dans l'espace les dimensions et leurs proportionnalités, ainsi que leurs limites.

Chez la chaîne *Bandeirantes*, le plateau central et la table de débat sont configurés en demi-cercle, forme présente dans les débats du premier tour des élections de 1989 (fig. 7), de 2002 (fig. 26) et de 2006 (fig. 41). Toujours lors du premier tour, la chaîne a utilisé des pupitres disposés en demi-cercle lors des débats de 1994 (fig. 20), de 2010 (fig. 57) et de 2014 (fig. 84). Lors du second tour, elle disposé deux pupitres l'un en face de l'autre, pour les deux candidats. Nous observons aussi cette organisation lors du second tour de l'élection de 2006 (fig. 45), celle de 2010 (fig. 70) et celle de 2014 (fig. 100 e 101).

---

supprimé les deux « m » depuis deux siècles (en anglais on écrit *symmetry*, en italien *simmetria*) mais l'entrée correspondante dans l'*Encyclopédie* s'écrit encore « symmétrie » en 1765. (MOUCHET Amaury, « L'élégante efficacité des symétries ». Paris: Dunod, 2013, p. 13.)

[407] MOUCHET Amaury, *L'élégante efficacité des symétries.* Paris: Dunod, 2013, p. 13.

BY-NC-ND

L'année 1989 constitue par conséquent une année singulière, non seulement parce qu'elle a été l'année du premier débat présidentiel en direct à la suite du gouvernement militaire, mais aussi du fait de la quantité de candidats ayant participé à ce débat, neuf d'entre eux ayant accepté l'invitation parmi les onze invités. Pour cette raison, la chaîne *Bandeirantes* a installé deux tables pour les candidats, mais le format reste le même, à savoir le demi-cercle. Cependant, une table de débat a été disposée en face d'une autre, séparées par une autre table ovale, disposition qui nous renvoie au format de l' « œil », symbole de la chaîne.

Cette formation en demi-cercle a également été utilisée lors des débats du premier tour transmis par la chaîne *Globo*. Il s'agit d'une disposition capable d'optimiser le travail des caméras, mais qui en même temps compromet le champ de vision du médiateur par rapport aux candidats et vice-versa.

Concernant à nouveau l'année 1989, la symétrie est construite à partir du format des tables de débat et de la table ovale installée entre elles mais, en dépit du fait d'avoir été pensée selon le principe symétrique, la disposition des sujets présente une assymétrie, causant un désordre apparent qui se concrétise par une atmosphère hostile et provocatrice.

La chaise assure cette assymétrie car, tant son format que son confort stimulent le désordre et le manque d'attention, principalement du fait qu'il s'agit d'un long débat qui a dépassé la durée de trois heures.

Ainsi, nous constatons ce désordre qui échappe à l'équilibre offert par la symétrie par la façon dont les candidats s'installent sur leurs chaises, certains étant penchés vers l'avant ou bien inclinés vers l'arrière, d'autres paraissant discuter avec le candidat qui est assis à côté d'eux, etc. De cette façon, la scène qui se déroule nous suggère l'effet de dispersion, ce qui peut toutefois être une stratégie qui configure un « faire–paraître » être inattentif.

En plus de ces objets qui composent ce décor, il y a également la table où se trouvent les journalistes qui elle aussi est blanche, située dans la direction opposée à celle de la médiatrice (fig. 9). De plus, les bandes de lumière verte et jaune reflétées dans le fond du studio, sont utilisées pour figurativiser, au niveau discursif, l'écharpe présidentielle, c'est-à-dire le fait qu'il s'agit d'un moment civique et politique, tandis que la couleur blanche de la table figurativise l'unité.

BY-NC-ND

Dans ce débat, l'œil est double, autrement dit, en plus d'être composé d'une plus grande table, ovale – étendue, centralisée –, avec les deux pupitres des candidats et celui de la médiatrice, qui a la forme d'un coin, comme le coin de l'œil, il est également composé d'un plus petit œil, situé au centre du plus grand œil (fig. 7). Nous avons, dès lors, un œil superposé à un autre.

En plus de figurativiser la chaîne, l'œil est l'organe de la vision qui est présent dans diverses cultures en tant qu'élément symbolique ; il existe ainsi l' « œil grec », l' « œil Horus », l' « œil qui voit tout », lesquels symbolisent la connaissance, la protection, la santé, le pouvoir, le courage, etc. Du point de vue de l'éthique platonicienne[408], la raison est l'œil intellectuel qui peut guider l'homme jusqu'à la découverte de la connaissance, lorsqu'elle est utilisée de façon adéquate.

Quant à l'homologation du plan du contenu du débat, du point de vue du plan de l'expression plastique, il y a dans la catégorie éidétique la relation entre « symétrie/étendu » et la « démocratie/identité », tandis que l' « assymétrie/contracté » maintient une relation avec l' « antidémocratie/alterité ». Dans la catégorie topologique, la relation se trouve entre la « centralité » et la « démocratie/identité », tandis que l' « extrémité » maintient une relation avec l' « antidémocratie/alterité ». Dans la catégorie chromatique existe la relation entre le « clair » et la « démocratie/identité », et le « sombre » avec l' « antidémocratie/alterité », lesquels sont représentés dans le tableau (20).

Tableau 20 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Décor – élections 1989, Bandeirantes

Catégorie éidétique	Symétrie Étendu (démocratie/identité) (euphorique)	vs. vs.	Assymétrie Contracté (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie topologique	Centralité (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Extrêmité (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie chromatique	Clair (démocratie/identité)	vs.	Foncé (antidémocratie/alterité)

[408] Platon, *La République*. Baccou, Robert (Préface, traduction, notes). Paris : Garnier-Flammarion, impr, 1966, livre VII.

BY-NC-ND

	(euphorique)	(disphorique)

Nous verrons en suivant les deux débats du second tour des élections de 1989, organisés par la coalition des quatre chaînes. Si l'on observe les figures (15) et (18), les trois destinateurs qui composent la scène – la médiatrice et les deux candidats – sont symétriquement placés au même niveau du sol.

D'une taille d'1m68, Luiz Inácio Lula da Silva, à gauche de l'image (fig. 15), se trouve sur une estrade, contrairement aux autres. Cet objet a été inséré dans le décor afin de maintenir la proportionnalité vis-à-vis de la stature des destinateurs ; en effet, la journaliste Marília Gabriela mesure 1m78, et l'autre candidat, Fernando Collor de Mello, à droite de l'image, mesure 1m87. Ainsi, en plus de conserver l'esthétique, les sujets possèdent les mêmes conditions d'équité dans le débat.

Au niveau discursif, cette stratégie est alignée à l'idéologie des chaînes de télévision, s'agissant en effet d'un événement au cours duquel la démocratie est l'élément moteur de sa concrétisation, et c'est la raison pour laquelle tous possèdent les mêmes chances, ceci comprenant une stature identique. A l'époque de ce débat, le thème de la construction de la démocratie du pays était fortement présent dans les discours, non seulement ceux des moyens de communication mais également au sein des milieux sociaux, artistiques et politiques.

C'est ainsi que le décor a été figurativisé à l'aide d'éléments qui marquent cette idéologie érigée de la démocratie, alors que l'espace n'a été rempli que par trois pupitres (fig. 15 et 18), par le sol de couleur marron, couleur neutre, et le fond bleu, couleur primaire utilisée dans le but d'élargir la dimension spatiale. Comme ces débats ont été organisés en partenarariat, il n'existe aucun signe de figurativisation des chaînes de télévision qui ont participé aux événements.

Concernant l'homologation du plan du contenu en lien avec le plan de l'expression plastique, dans la catégorie éidétique, tandis que la « symétrie/curviligne » est en lien avec la « démocratie/identité », l' « assymétrie/rectiligne » est en lien avec l' « antidémocratie/alterité ». Dans la catégorie topologique, le « proportionné » est en lien avec la « démocratie/identité », et le « disproportionné » avec l' « antidémocratie/alterité ». Dans la catégorie chromatique, le « neutre/primaire » est en lien avec la

BY-NC-ND

« démocratie/identité » et le « coloré/secondaire » avec l' « antidémocratie/alterité », lesquels sont représentés dans le tableau (21).

Tableau 21 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Décor – élections 1989, Coalition (I) et (II)

Catégorie éidétique	Symétrie Curviligne (démocratie/identité) (euphorique)	vs. vs.	Assymétrie Rectiligne (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie topologique	Proportionné (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Disproportionné (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie chromatique	Neutre Primaire (démocratie/identité) (euphorique)	vs. vs.	Coloré Secondaire (antidémocratie/alterité) (disphorique)

En 1994, lors du premier tour, la chaîne *Bandeirantes* a utilisé des pupitres blancs qui ressemblaient à de petites tables (fig. 20 et 21) ; à la place des tabourets se trouvent des fauteuils, semblables à ceux du débat de 1989. Suivant la perspective selon laquelle on visualise ce décor, l'ensemble des pupitres s'apparente à un seul objet, à une seule table, sans distinction car le blanc provoque cette illusion. Au centre de ce demi-cercle de pupitres se trouve une table et sur celle-ci, un objet qui rappelle la façade du Palais de l'Alvorada, l'une des résidences officielles du président de la République. Au cours de ce débat, il n'y a pas d'éléments faisant référence à l'identité de la chaîne de télévision comme son symbole, mais il existe l'élément relatif au pays.

On peut percevoir dans cette composition que la symétrie est rompue, elle aussi, par le choix des fauteuils qui permettent plus de confort aux candidats, et c'est pourquoi nous voyons certains d'entre eux adossés, et d'autres pratiquement penchés en avant sur leur pupitre (fig. 20). Dans le fond, le studio n'est composé que d'un petit panneau, au centre, avec le nom de débat. Aucun autre élément n'a été utilisé pour définir ce décor. Mais une fois de plus, le thème présent est celui de l'unité en lien avec la construction de la démocratie, même si cette unité peut être brisée par la discordance de la posture des candidats sur leurs chaises.

BY-NC-ND

Quant à l'homologation de ce débat, dans la catégorie éidétique, la « symétrie/allongé » est en lien avec la « démocratie/identité » et l' « assymétrie/contracté » est en lien avec l' « antidémocratie/alterité ». Dans la catégorie topologique, la relation se trouve entre le « central » et la « démocratie/identité », tandis que le « périphérique » est en lien avec l' « antidémocratie/alterité ». Dans la catégorie chromatique, tandis que le « clair » est en lien avec la « démocratie/identité », le « foncé » est lui, en lien avec l' « antidémocratie/alterité ». Ces catégories sont représentées dans le tableau (22).

Tableau 22 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Décor – élections 1994, Bandeirantes

Catégorie éidétique	Symétrie Allongé (démocratie/identité) (euphorique)	vs. vs.	Assymétrie Contracté (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie topologique	Central (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Périphérique (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie chromatique	Clair (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Foncé (antidémocratie/alterité) (disphorique)

Lors des débats du premier tour des élections de 2002 (fig. 14) et de 2006 (fig. 27), la chaîne *Bandeirantes* a modifié certains éléments présents dans le décor. Le format de la table est toutefois celui du demi-cercle, le plateau présentant une perspective de profondeur, c'est-à-dire qu'il a été construit dans le fond du studio, plus distant du public à l'inverse des débats de 1989 et de 1994. Par conséquent, ce qui change réside dans le fait qu'alors qu'en 2002, divers panneaux verticaux ont été ajoutés – causant un effet d'étirement dans la verticalité –, superposés avec des images de moments politiques et civiques du pays (fig. 25), en 2006, ces panneaux ont été remplacés par un seul panneau, horizontal – causant également un effet d'étirement de l'espace dans l'horizontalité –, occupant tout l'espace derrière la table de débat. Dans ce débat, les photos ont été remplacées par des mots tels que : « éducation », « sécurité », « économie », « santé », etc (fig. 41). Les photos des panneaux aussi bien que les mots suggèrent, au niveau discursif, des thèmes qui sont le fondement du développement du pays.

Le symbole de la chaîne de télévision apparaît à nouveau, mis en évidence. En 2002, en plus d'avoir été intégré au sol du studio, au centre du plateau, avec les couleurs du Brésil

BY-NC-ND

– le losange jaune et le cercle vert –, le symbole a également été inséré à l'arrière de la table de débat, sur un grand panneau carré jaune. La chaîne est de nouveau mise en lumière, avec toutefois des éléments qui se rapportent à la brasiliannité.

En 2006, le bleu, couleur primaire, prévaut dans le décor, composant alors le panneau et la table de débat. Le symbole de la chaîne demeure au centre du plateau, mais avec cette fois la fonction de projecteur. Lorsque les lumières sont éteintes, au début de chaque partie du débat, l'image produite par le studio est celle d'un « œil », avec un sourcil figurativisé par la lumière sur la table de débat (fig. 40) ; en plus de ces figures, l'on voit la carte du Brésil, qui figurativise le pays, derrière la table de débat, entre les colonnes orange et une lumière reflétée sur la carte. La chaîne de télévision comme la carte se trouvent au centre, autrement dit, elles représentent des éléments mis en lumière dans ce débat.

Lors de ces deux débats de 2002 et 2006, les projecteurs sont utilisés au début de chaque partie, et l'on obtient dès lors un débat-spectacle. Toutefois, la différence avec le débat de 2006 provient du fait que la chaîne a décidé d'intégrer la chaise destinée au candidat Luiz Inácio Lula da Silva (PT)[409], même si celui-ci avait refusé l'invitation, sous prétexte qu'il tiendrait un meeting le même jour dans une ville de l'intérieur de l'Etat de São Paulo. Cet acte a eu pour effet d'encourager les autres candidats à, eux aussi, rappeler l'absence du candidat-président.

Selon l'homologation du plan du contenu en relation avec le plan de l'expression plastique, nous observons dans la catégorie éidétique que, tandis que l' « étendu/curviligne » est en lien avec la « démocratie/identité », le « contracté/rectiligne » est en lien avec l' « antidémocratie/alterité ». Dans la catégorie topologique, le « profond/central » est en lien avec la « démocratie/identité » et le « ras/périphérique » est en lien avec l'« antidémocratie/alterité ». Dans la catégorie chromatique, le « clair » est en lien avec la « démocratie/identité » et le « foncé » est en lien avec l' « antidémocratie/alterité », illustrés dans le tableau (23).

[409] Selon les règles imposées par le Tribunal supérieur électoral (TSE), le candidat n'a pas l'obligation d'accepter l'invitation à participer au débat, s'agissant en effet d'une invitation. Mais lorsque celle-ci est déclinée, les critiques relatives au manque d'engagement auprès des électeurs et des candidats retombe sur le candidat qui a refusé de participer.

BY-NC-ND

Tableau 23 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Décor – élections 2002 et 2006, Bandeirantes

Catégorie éidétique	Étendu Curviligne (démocratie/identité) (euphorique)	vs. vs.	Contracté Rectiligne (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie topologique	Profond Central (démocratie/identité) (euphorique)	vs. vs	Ras Périphérique (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie chromatique	Clair (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Foncé (antidémocratie/alterité) (disphorique)

Lors des débats du premier tour de 2010 et 2014, la chaîne *Bandeirantes* a opté pour les pupitres, et la symétrie est également explorée ; cependant, le changement se caractérise par la distance entre un pupitre et un autre, laquelle offre un champ de vision plus ample pour les candidats, à la différence de la table de débat qui le limitait (fig. 57 et 84).

Le bleu, couleur primaire, prévaut dans le décor, causant l'illusion d'extension de la dimension du studio. Mais en 2010, le panneau a été construit avec des courbes allongées, permettant ainsi l'allongement du plateau. Au centre de ce panneau, qui se trouve derrière les candidats, le nom du débat a été inséré ; le symbole de la chaîne a été intégré au sol, sur lequel est reflétée une lumière verte et jaune (fig. 57). En 2014, le panneau a été construit au moyen de lignes droites allongées, causant le même effet d'allongement du plateau, où le symbole de la chaîne a été inséré, au centre, derrière le médiateur, et cette-fois avec le nom du débat inscrit nulle part le décor.

Lorsque le pupitre est choisi pour servir d'appui aux candidats, le tabouret peut aussi être intégré ou non – lors du second tour de 1989, il n'a pas été utilisé, et la direction du débat a alors pu installer l'estrade pour Lula. Lors des débats de 2010 et de 2014, la chaîne *Bandeirantes* a installé le tabouret, ce qui a permis aux candidats de s'assoir, ne laissant pas d'espace pour l'estrade qui aurait pu à nouveau être utilisée dans le but de mettre les candidats à une même stature, à la même hauteur.

BY-NC-ND

Lors du débat de 2014 plus spécifiquement, nous visualisons sur la figure (84) la disposition des candidats, dans la séquence de droite à gauche, « Eduardo Jorge – Lévy Fidélix – Dilma Rousseff », disposition qui présente une difformité en raison du fait que le candidat du milieu est de plus petite taille que les deux autres, agencement qui le désavantage.

Si l'on procède à l'homologation du plan du contenu en lien avec celui de l'expression de ces décors, dans la catégorie éidétique, l' « étendu/symétrie » est en lien avec la « démocratie/identité » et le « contracté/assymétrie » est en lien avec l' « antidémocratie/alterité ». Dans la catégorie topologique, le « loin » est en lien avec la « démocratie/identité » et le « près » est en lien avec l' « antidémocratie/alterité ». Ces relations sont représentées dans le tableau (24).

Tableau 24 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Décor – élections 2010 et 2014, *Bandeirantes*

Catégorie éidétique	Étendu Symétrie (démocratie/identité) (euphorique)	vs. vs.	Contracté Assymétrie (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie topologique	Loin (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Près (antidémocratie/alterité) (disphorique)

Il est commun qu'au second tour, *Bandeirantes* reproduise le même décor du débat présenté lors du premier tour, comme nous pouvons par exemple le constater dans les débats des élections de 2006, 2010 et 2014. De cette façon, il existe une adaptation pour le second tour, deux candidats seulement étant alors présents.

Quant à elle, la chaîne *Globo*, qui a commencé à transmettre les débats à partir de 2002, présente, à la différence de la chaîne *Bandeirantes*, deux types de décor pour le premier tour. Nous observons que le format a été choisi selon le nombre de candidats. Ceci étant, la chaîne présente, soit un décor composé de pupitres, comme lors des débats de 2002 (fig. 30 et 31) et de 2010 (fig. 65), années où il n'y avait que quatre candidats ; soit un décor composé d'un long meuble, duquel un siège est relié à la table, sur le côté. Ce format a été choisi pour le débat de 2006, composé de six candidats (fig. 43), et celui de 2014, avec sept candidats (fig. 92 et 93). Indépendamment du fait d'avoir un pupitre ou cet autre

BY-NC-ND

meuble, la configuration est minimaliste par rapport à celle de la chaîne *Bandeirantes*, créant l'effet d'allongement du plateau.

Le minimalisme est dès lors un élément qui caractérise les décors des débats de la chaîne *Globo*. Le nécessaire est présent, à savoir le pupitre des candidats, le pupitre du médiateur qui se trouve toujours en face des candidats et de dos au public, et dans le fond du décor, un panneau qui amplifie la dimension du studio. Lors du débat de 2002, les couleurs présentes sont le vert et le jaune qui figurativisent la patrie tandis que lors des débats de 2006, 2010 et 2014, la couleur bleue est prédominante dans le décor, amplifiant l'espace.

Pour le débat de 2006, Lula n'a pas accepté l'invitation de la chaîne *Globo* à participer au débat, comme pour les débats antérieurs[410]. Du fait de son absence, la chaîne a laissé installée la chaise qui lui était destinée, comme la chaîne *Bandeirantes* l'avait déjà fait. Cependant, la chaîne *Globo* a conservé le temps d'interrogation des autres candidats à Lula, tandis que la caméra filmait la chaise vide, renforçant ainsi l'absence du candidat-président. Ce débat est resté connu comme celui de « la chaise vide ». Lula a décidé d'organiser un meeting à São Bernardo do Campo. Selon Veiga, Souza et Santos, lors de la même soirée du débat,

---

[410] *« Le débat du Réseau de télévision Globo a pris de l'importance en raison de l'absence du candidat Président Luiz Inácio Lula da Silva. Le Président ne s'était rendu à aucun débat jusqu'alors, mais l'expectative qu'il apparaisse lors de la dernière rencontre organisée demeurait. L'absence de Lula lors des débats antérieurs n'avait jusqu'alors pas représenté un quelconque problème. En fin de compte, il était considéré naturel que le pétiste, en avance dans les sondages d'intention de vote, évite de s'exposer. C'est ce qui s'était passé avec l'ex-Président Fernando Henrique Cardoso (FHC) à l'occasion de la dispute pour sa réélection en 1989. Des spécialistes ainsi que d'autres comprenaient cette attitude. Cependant, la situation pendant les dernières semaines précédant le premier tour démontrait quelques spécificités. Le 15 septembre, un dossier contre le candidat au gouvernement de l'état de São Paulo, José Serra, du Parti de la social-démocratie brésilienne (PSDB) a été retrouvé, selon lequel la somme d'1,7 million de réaux avaient été transférés à un membre du Parti des Travailleurs (PT). La situation étant devenue un imbroglio au sein du PT, très vite a commencé à courir la menace de l'implication de partisans et de membres du gouvernement. Le Président national du parti a alors dû se retirer de la coordination de la campagne de réélection de Lula, sous la suspicion d'avoir eu connaissance de l'imbrication du dossier. A ce moment-là, le PSDB se présentait avec une seule question : "D'où sont venus les 1,7 millions de réaux pour l'achat du dossier bidon ?". C'est ainsi que débutait la vague anti-Lula.*

*Il convient de souligner que les accusations de corruption concernant le dossier faisaient ressurgir les dénonciations du scandale du pédalage fiscal ("mensalão") présent à les unes des journaux jusqu'à peu de temps avant le démarrage de la campagne. Ces accusations ressurgissant de plus belle, une expectative concernant l'attitude qu'aurait le Président existait. La posture de Lula lors de l'épisode du "mensalão" allait alors être marquée par la fameuse déclaration qu'il aurait faite : « Je ne sais rien de rien ». (*VEIGA, Luciana Fernandes; SOUZA, Nelson Rosário de; SANTOS, Sandra Avi dos. « Débat présidentiel: les stratégies de Lula et Alckmin sur la chaîne de télévision Bandeirantes ». Disponible sur : https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/viewFile/1690/1434. Consulté le : 12 octobre 2019). Traduction libre.

BY-NC-ND

les rumeurs ont commencé concernant l'impact de la stratégie sur les résultats électoraux. Pour certains journalistes et formateurs d'opinion, la vague anti-Lula aurait été encouragée par l'absence du Président lors du débat de la chaîne de télévision Globo.[411]

Lors du premier tour des débats de *Globo*, les candidats sont disposés face au médiateur, qu'ils se trouvent derrière leur pupitre ou alors sur le banc unifié. Le médiateur a une vision panoptique des candidats ; en revanche, la vision des candidats est limitée vis-à-vis de leurs opposants, le principe étant qu'ils s'adressent au téléspectateur, en dépit du fait que celui-ci ne peut interagir en posant des questions.

Si l'on procède à l'homologation des débats du premier tour de *Globo*, dans la catégorie éidétique, l' « étendu/symétrie » est en lien avec la « démocratie/identité », le « contracté/assymétrie » est en lien avec l' « antidémocratie/alterité ». Dans la catégorie topologique, le « loin » est en lien avec la « démocratie/identité » et le « près » est en lien avec l' « antidémocratie/alterité », lesquels sont représentés dans le tableau (25).

Tableau 25 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Décor – Premier tour, élections 2002, 2006, 2010 et 2014, *Globo*

Catégorie éidétique	Étendu Symétrie (démocratie/identité) (euphorique)	vs. vs.	Contracté Assymétrie (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie topologique	Loin (démocratie/identité) (euphorique)	vs.	Près (antidémocratie/alterité) (disphorique)

Toujours au second tour, les candidats sont présentés par le médiateur qui les invite à entrer sur le plateau et à occuper leurs places respectives. Cette introduction rappelle celle d'un combat.

Comme le plateau central est rond, le médiateur est placé sur l'un des côtés, et le plateau est normalement bleu ou blanc, tandis que la couleur du reste du studio est foncée, mettant ainsi en évidence le centre, à savoir le plateau central. Dans l'homologation entre le

[411] *Ibid., p. 197.*

BY-NC-ND

plan du contenu et celui de l'expression plastique de ces studios, dans la catégorie éidétique, tandis que l' « étendu/sympétrie » est en lien avec la « démocratie/identité », le « contracté/assymétrie » est en lien avec la « démocratie/identité », et le « près/périphérique » avec l' « antidémocratie/alterité », lesquels sont représentés dans le tableau (26).

Tableau 26 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Décor – Deuxième tour, élections 2002, 2006, 2010 et 2014, *Globo*

Catégorie éidétique	Étendu Symétrie (démocratie/identité) (euphorique)	vs. vs.	Contracté Assymétrie (antidémocratie/alterité) (disphorique)
Catégorie topologique	Loin Centralisé (démocratie/identité) (euphorique)	vs. vs.	Près Périphérique (antidémocratie/alterité) (disphorique)

Selon ce qui a été analysé, nous présentons en suivant le tableau (27) avec les catégories éidétique, topologique et chromatique, ainsi que leurs oppositions présentes sur le plan de l'expression plastique.

Tableau 27 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression des décors

Catégorie éidétique	Symétrie	vs.	Assymétrie
	Étendu	vs.	Contracté
	Curviligne	vs.	Rectiligne
	Allongé	vs.	Contracté
Catégorie topologique	Centralité	vs.	Extrêmité
	Proportionné	vs.	Disproportionné
	Profond	vs.	Ras
	Long	vs.	Près
Catégorie chromatique	Clair	vs.	Foncé
	Neutre	vs.	Coloré

Suite à cette description, il est possible de voir dans le tableau (28), l'homologation entre le plan du contenu du débat et celui de l'expression plastique.

BY-NC-ND

Tableau 28 : Catégories plastiques du Plan de l'expression des décors

Plan du Contenu	Plan de l'Expression
Démocratie et identité (valeurs euphoriques)	Symétrie
	Étendu
	Curviligne
	Allongé
	Centralité
	Proportionné
	Profond
	Long
	Clair
	Neutre
Antidémocratie et alterité (valeurs disphoriques)	Assymétrie
	Contracté
	Rectiligne
	Extrêmité
	Disproportionné
	Ras
	Près
	Foncé
	Coloré

IV.3.2.4. Les règles

Le langage verbal caractérise cette partie de la narrative qui compose les règles. Celles-ci sont ainsi un ensemble de normes dictées par une personne ou par un groupe de personnes pour réguler une société, un rituel, un programme, un jeu, etc. Si elles en viennent à être violées, le contrevenant est sanctionné négativement.

Pendant le débat, les règles sont lues et expliquées par le médiateur à l'aide d'un organigramme (fig. 27, 42, 58, 67, 86 et 94). Les normes qui régulent le débat sont déterminées par la chaîne, conjointement avec l'équipe conseillère des candidats. Elles sont utilisées dans le but de définir le temps de parole de chaque destinateur, à savoir le médiateur, le candidat, le journaliste ou bien l'électeur indécis ; l'on stipule grâce à elles et au moyen d'un tirage au sort, la place que chaque candidat occupera dans le studio. Parmi l'ensemble des règles, l'on définit si le thème de la question sera libre ou bien tiré au sort.

BY-NC-ND

L'on définit également si le tour de parole du candidat sera tiré au sort avant ou bien durant le débat, et s'il y aura une réplique et une contre-réponse, etc.

Ces règles ne sont pas simplement définies pour établir le format du débat. En plus de cela, elles assurent la transparence ainsi que l'impartialité de la chaîne. Même si elles sont organisées de sorte que tous les candidats disposent des mêmes conditions d'exposition de leurs projets et de leurs programmes gouvernementaux, s'agissant en effet d'un événement en direct, il n'est pas toujours possible de prévoir ce qui se passera effectivement au cours de l'émission, même si les normes sont délimitées par les groupes intéréssés par sa transmission.

Le débat est organisé par les chaînes en fonction de la durée pré-déterminée par le TSE. Prévus normalement pour durer deux heures, chaque chaîne de télévision organise ce temps selon ses priorités, par exemple en le partageant en quatre ou six parties. Chaque partie possède une caractéristique spécifique, pouvant être thématique ou bien déterminée en fonction de qui posera les questions, à savoir le journaliste, ou bien le candidat, ou le médiateur, etc.

Traditionnellement, sur la chaîne *Bandeirantes*, le médiateur inaugure la première partie avec une même question à laquelle tous les candidats doivent répondre, tandis que les parties subséquentes sont divisées entre les journalistes responsables de poser les questions et les candidats, lorsqu'ils entrent en confrontation directe.

Lors du premier tour des élections de 2002 transmis par la chaîne *Globo*, suite à la confrontation entre les candidats dont la composition possède la séquence : question, réponse, réplique et contre-réponse, le médiateur William Bonner adressait une question à la fois au candidat qui posait la question et à celui qui répondait, sur le même thème débattu pendant ladite confrontation.

De façon générale, les chaînes permettent une durée de trente secondes pour l'élaboration des questions, tandis que les réponses doivent être données en un temps maximal de deux minutes et trente secondes ; pour les répliques, une durée d'une minute est stipulée, et ce sont trente secondes pour les contre-réponses. Ce partage du temps en « minutes » et « secondes » exige concision et clarté de la part des débattants au moment de leur prise de parole.

BY-NC-ND

Néanmoins, durant ces sept années au cours desquelles le débat a été transmis, une des préoccupations des médiateurs concernait le respect du temps de parole destiné à chaque candidat. Lors du second tour du débat de 2010, l'action du TSE impose aux chaînes, d'après les mots de William Bonner, une systématisation plus rigoureuse vis-à-vis du contrôle du temps de parole des candidats. Dans le passage qui suit, le médiateur explique que les candidats devraient rigoureusement respecter le temps de parole.

> *Je suis rigoureux avec le temps car la législation électorale nous oblige à clôturer le débat avant minuit.* [412]

Sur la chaîne *Bandeirantes*, le temps est aussi rigoureusement contrôlé, en revanche, le médiateur Ricardo Boechat a eu lors du débat du premier tour des élections de 2014, une réaction différente au sujet de l'usage du temps de parole de la part les candidats. Après que le chronomètre a indiqué zéro, marquant alors l'écoulement du temps de parole du candidat Pastor Everaldo (PSC), celui-ci s'est tu avant d'avoir achevé son raisonnement. Boechat a déclaré que même si le chronomètre montrait que le temps avait expiré, le candidat pouvait conclure son raisonnement car le plus important, selon le médiateur, était le fait de valoriser la discussion.

> *Eh bien, il est naturel que vous puissiez conclure vos phrases, même avec ce petit chronomètre rouge qui clignote là-bas. Je vous en prie, ce qui compte c'est de valoriser la discussion [...]*[413]*.*

Ainsi, il existe deux postures distinctes vis-à-vis de l'utilisation du temps dans cette situation énonciative. D'un côté, la rigidité de *Globo* car, lorsque le chronomètre indique la fin du temps de parole des candidats, William Bonner interrompt leur discours, ne leur permettant pas de poursuivre l'exposition. Quant à la chaîne *Bandeirantes*, même si les médiateurs qui ont animé ses débats (Marília Gabriela, débats de 1989 et 1994 ; Márcia Peltier, débat de 2002 ; et Ricardo Boechat, débats de 2006, 2010 et 2014), ont informé les candidats du temps qui leur restait, ils étaient dans un certaine mesure plus flexibles lorsque

[412] *Propos du médiateur William Bonner lors du débat des élections de 2010, transmis par la Globo.* Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=AaWKq3soh28&list=PLC828DF11CDAB5AAF&index=2. Consulté le : 7 septembre 2019.

[413] *Propos du médiateur Ricardo Boechat lors du débat des élections de 2014, transmis par la chaîne Bandeirantes, à 13'17''*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=LFyMozFlyx4. Consulté le : 8 septembre 2019.

BY-NC-ND

le chronomètre arrivait à zéro, indiquant au candidat que le temps de parole avait expiré. Dès lors, il existe dans la règle du « chronomètre à zéro », la continuation ou bien l'interruption du discours, lesquelles sont reliées au plan de l'expression plastique avec l' « étendu » ou le « contracté ».

Le tirage au sort exempte la chaîne de toute action qui contredise l'état démocratique. Ceci étant, cette pratique fait en sorte que les candidats disposent tous des mêmes conditions, ne permettant pas d'ouvrir de précédents qui puissent amener les participants à se plaindre du thème tiré au sort, ou alors de la place qui leur est destinée sur le plateau, les choix étant réalisés par tirage au sort, action qui maintient l'impartialité de la chaîne dans cette sphère du débat. Lorsque le tirage au sort est effectué pendant le débat, la caméra enregistre la scène, pouvrant ainsi l'intégrité de l'action. En revanche, quand il est effectué avant le débat, cette action est accompagnée par les conseillers des candidats.

Au niveau narratif, ces règles exposées précédemment régulent ainsi le temps, lequel est figurativisé au niveau discursif par le chronomètre. Sa fonction est de contrôler le pouvoir de parole, en plus de déterminer la durée du débat, qui a un horaire de début et de fin. Quant au tirage au sort, il est l'élément figurativisé, au niveau discursif, par l'urne. Sa fonction est d'offrir transparence et impartialité à la chaîne et au débat. De cette façon, ces deux éléments, temps et tirage au sort, sont les élements directeurs utilisés pour l'organisation des autres règles, telles que : le positionnement des destinateurs sur le plateau, figurativisé au niveau discursif par le pupitre et par la table de débat ; la situation de discours de ces destinateurs, figurativisée par le candidat en fonction de l'ordre dans lequel aura lieu l'exposition des idées, c'est-à-dire selon qui s'exprimera en premier, en second ou en troisième lieu, etc.

Dans la relation entre les catégories du Plan de l'expression linguistique, relatif aux règles, et celles de l'expression plastique, l'on trouve le « discours concis/tirage au sort effectué » qui maintient la relation avec la « symétrie/transparence », tandis que « le discours prolixe/non-tirage au sort » maintient la relation avec l' « assymétrie/opacité ». Cette relation est exposée dans le tableau (29).

BY-NC-ND

Tableau 29 : Relation entre les catégories du Plan de l'expression linguistique, relatif aux règles, et les catégories du Plan de l'expression plastique

Expression linguistique	Expression plastique
Discours concis / Tirage au sort effectué	Symétrie Transparence
Discours prolixe / Non-tirage au sort	Assymétrie Opacité

Parmi les trois sujets impliqués dans l'élaboration de ce projet électoral – la chaîne, le candidat et l'électeur –, jusqu'aux élections de 1994, l'électeur est le seul qui n'a participé à aucun moment de l'élaboration du débat. Tandis que l'émission s'est chargée et se charge toujours de la conception du studio et de la définition des règles, le candidat, représenté par ses conseillers, participe à l'élaboration des règles et se prépare au jour de la confrontation. Mais cet espace de participation directe au débat n'a pas été donné à l'électeur, car c'est lui qui assiste à l'émission qui est, selon les médiateurs, organisé pour lui.

Toutefois, en 2002, la chaîne *Globo* a modifié cette perspective pour le second tour, donnant à l'électeur la possibilité de participer au débat, non seulement en posant des questions mais en lisant celles-ci directement au candidat, et c'est ainsi que l'électeur qui était destinataire de ce message, est aussi devenu destinateur. Cette règle a créé la perspective chez l'électeur qu'il est un sujet participatif, actif dans la construction et le renforcement de ce type de dispositif.

Le médiateur occupe la fonction centrale dans le débat car, comme dit auparavant, il est le porte-voix de la chaîne. Les médiateurs qui ont représenté la chaîne *Bandeirantes* lors des débats de 1989 et de 2014 ont eu recours pendant l'émission à la référence directe de la chaîne, à savoir son nom, ceci signifiant qu'ils s'expriment au nom de la chaîne *Bandeirantes* et assument ce rôle de représentants, comme nous le montrent les phrases suivantes :

> *« Bonsoir à tous ! A partir d'aujourd'hui,* ***le Réseau Bandeirantes inaugure*** *la première rencontre de candidats à la présidence de la République de l'histoire de la télévision brésilienne. [...] (Marília Gabriela, premier tour des élections de 1989). »*

> *« Bonsoir ! L'émission à laquelle vous allez assister à partir d'aujourd'hui va entrer dans l'histoire de cette élection.* ***Le Réseau Bandeirantes réunit*** *pour la*

BY-NC-ND

toute première fois les candidats à la présidence de la République pour une rencontre rare [...] » (Marília Gabriela, premier tour des élections de 1994).

*« Bonsoir ! **Le Réseau** de Radio et Télévision **Bandeirantes** et la Chaîne Band News, **dans le respect de leur tradition** de servir la démocratie, démarrent tout de suite le premier débat entre les candidats à la présidence de la République. [...] » (Márcia Peltier, premier tour des élections de 2002).*

*« Bonsoir ! **La Band promeut** aujourd'hui le premier débat entre les candidats à la présidence de la Rébublique pour les élections d'octobre [...] » (Ricardo Boechat, premier tour des élections de 2006).*

Lors des débats de la *Globo*, le médiateur William Bonner a recours à la première personne du pluriel pour se référer aux débats qu'il anime :

*« **Nous sommes de retour** en direct pour ce débat avec les candidats à la présidentielle [...] » (William Bonner, second tour du débat de 2010).*

*« Bonsoir ! Bienvenus au siège de production de TV Globo, à Rio de Janeiro. A partir de maintenant, **nous assisterons** au dernier débat entre les candidats à la présidence de la République avant le vote de dimanche [...] » (William Bonner, premier tour des élections de 2014).*

*« Bonsoir. Nous initions le dernier débat entre les candidats à la Présidence de la République pour cette élection de 2014. Et nous avons une nouveauté par rapport aux autres débats que **nous avons réalisés** [...] (William Bonner, premier tour des élections de 2014).*

Parmi ces trois sujets, nous pouvons voir dans la façon d'agir des candidats que, même avec les règles pré-déterminées et exposées au début et tout au long du programme, ils forment leurs propres règles, c'est-à-dire qu'ils mettent leurs stratégies en pratique dans le but de se défendre ou d'attaquer l'adversaire, ou bien encore de conserver une image d'empathie auprès du téléspectateur.

Cependant, lors du débat du premier tour des élections de 1989 transmis par la chaîne *Bandeirantes*, les candidats n'ont pas respecté les règles concernant le temps de parole, certains ne respectant pas les propos de l'adversaire, et l'interrompant ; par ailleurs,

BY-NC-ND

le public s'est manifesté avec des applaudissements ou des huées, et la médiatrice a interrompu le débat pour demander qu'il cesse de faire, ce qui, d'après elle, ressemblait à un « groupe de supporters organisé » ; la médiatrice a également mis fin à la règle qui autorisait les candidats à demander d'ajouter un commentaire au sujet des déclarations faites par le candidat qui avait la parole.

Au second tour des élections de 1989, lors de la coalition (I), Luiz Inácio Lula da Silva (PT) a surpris son opposant Fernando Collor de Melo (PRN) en démontrant un raisonnement rapide à travers des phrases courtes et d'effet, etc. Collor a alors déclaré par l'intermédiaire de ses conseillers, qu'il changerait de tactique lors du débat suivant, en exposant à l'électorat le radicalisme gauchiste de Lula.

Lors du premier tour des élections de 2006, dans le débat de la chaîne *Bandeirantes*, même si les candidats sont entrés en confrontation, ils ont maintenu la stratégie de cordialité, de l'éloge réciproque, en même temps qu'ils critiquaient le candidat-président Lula, qui était absent. Nous pouvons observer cette stratégie dans la question du candidat Geraldo Alckmin (PSDB) à la candidate Heloísa Helena (PSOL) :

> *[...]. La candidate Heloísa Helena est une spécialiste du domaine de la santé. La santé est une des grandes priorités du peuple brésilien. Sept personnes sur dix dépendent du SUS*[414]*.* ***Le candidat qui a fui le débat, Lula****, dit que la santé au Brésil est au bord de la perfection. Je crois que pas un seul brésilien ne serait d'accord. Il ne connait pas les urgences des hôpitaux publics, les urgences du SUS et les énormes difficultés. Ceci une priorité pour notre pays aujourd'hui. La question est la suivante : quelle est sa proposition en matière de santé pour le gouvernement fédéral ?* [415]

En réponse, la candidate explique quelle est la proposition de son gouvernement dans le domaine de la santé et conclut ainsi ses propos :

[414] SUS (Sistema Único de Saúde) – Système Unique de Santé, le système de santé publique au Brésil. Le SUS a été créé par la Constitution Fédérale de 1988 et règlementé par la loi nº 8.080/90.
[415] *Question posée par le candidat Geraldo Alckmin (PSDB) à la candidate Heloísa Helena (PSOL) lors de la seconde partie du débat du premier tour des élections de 2006, 01'24''00'''*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=2P7FtdL-trY&list=PLbdi7VShIWel5CEedPoo7S6W0a439tybd&index=2. Consulté le: 9 octobre 2019.

BY-NC-ND

[...] quel dommage que ***le candidat qui a fui*** *ne soit pas là, parce que ses ministres fonctionnent comme de simples messagers, et ils mentent lorsqu'ils disent que je vais en finir avec le salaire minimum. Ce n'est pas vrai.*[416]

À un autre moment dans la même partie du débat, le candidat Luciano Bivar (PSL) choisit le candidat Cristovam Buarque (PDT) pour poser sa question. Il commence ainsi :

Je voudrais poser une question à ***mon cher ami*** *Cristovam.*[417]

Cependant, le médiateur l'interrompt pour expliquer que Cristovam avait déjà été choisi pour répondre à une question. Alors, Luciano a posé la question à un autre candidat à qui n'avait pas encore été posée de question. Mais à la fin de cette seconde partie du débat, Cristovam Buarque, qui n'avait pas été encore tiré au sort pour poser une question, a choisi Luciano Bivar pour y répondre. Cristovam Buarque démarre ainsi :

Ecoutez, quand le député Bivar a commencé à s'adresser à moi comme son « cher ami Cristovam », ce n'était pas un hasard. C'est parce qu'on jouait ensemble, dans la rue du Futuro. Lui-même s'est beaucoup dédié au sport. Et je vais lui poser une question à ce sujet. J'aimerais bien savoir, député, si, ***avec votre expérience du football, vous pensez que le Brésil est davantage déçu ou qu'il a plus de raisons d'être déçu par les résultats de la sélection brésilienne de football ou bien par les résultats du gouvernement Lula ?***[418]

Le candidat Bivar commence sa réponse par ces mots :

Eh bien oui, Cristovam, le football, au moins nous sommes déçus tous les quatre ans, tout du moins ces quatre dernières années, mais le gouvernement Lula a vraiment été décevant. *Depuis tout ce temps*, *je suis*

---

[416] *Réponse donnée par la candidate Heloisa Helena (PSOL) face à la question de Geraldo Alckmin (PSDB), lors de la seconde partie du débat du premier tour des élections de 2006, 02'05''00'''*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=2P7FtdL-trY&list=PLbdi7VShIWel5CEedPoo7S6W0a439tybd&index=2. Consulté le: 9 octobre 2019.

[417] *Introduction des propos du candidat Luciano Bivar (PSL) adressés au candidat Cristovam Buarque (PDT), lors de la seconde partie du débat du premier tour des élections de 2006, 15'48''00'''*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=2P7FtdL-trY&list=PLbdi7VShIWel5CEedPoo7S6W0a439tybd&index=2. Consulté le: 9 octobre 2019.

[418] *Question posée par le candidat Cristovam Buarque (PDT) à Luciano Bivar (PSL), lors de la seconde partie du débat du premier tour des élections de 2006, 20'46''00'''*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=2P7FtdL-trY&list=PLbdi7VShIWel5CEedPoo7S6W0a439tybd&index=2. Consulté le: 9 octobre 2019.

BY-NC-ND

vraiment inquiet à ce sujet. Surtout en ce moment, quand il parle de réforme électorale, il parle de cette réforme politique [...].[419]

Lors de ce débat, les cinq candidats ont encouragé les attaques envers Lula, qui se trouvait en première place dans les intentions de vote. Cette même tactique a été utilisée lors du premier tour des élections de 2014, lorsque les six candidats ont structuré des attaques envers la candidate-présidente Dilma Roussef, qui était aussi en avance dans les intentions de vote. Lorsqu'un candidat en questionnait un autre, il profitait de l'occasion pour poser une question en rapport avec le gouvernement de Dilma, et non au sujet des propositions de gouvernement que le candidat en question qui allait répondre avait pour le pays. Par exemple, dans la question du Pastor Everaldo (PSC) au candidat Aécio Neves (PSDB) :

Candidat Aécio, ***l'origine du pédalage fiscal provient de Correios*** [les services postaux publics au Brésil]. ***Depuis cette époque, les entreprises publiques sont au service du parti du gouvernement et aujourd'hui, les choses ont empiré.*** *Vous-même, c'est dans les journaux, qui portez plainte contre la Poste. C'est un crime, parce qu'ils boycottent la distribution du matériel des partis d'opposition. Que pensez-vous de l'usage de la machine gouvernementale dans ces élections ?*[420]

Réponse de Aécio :

Cher Pastor Everaldo, ce qui est en train de se passer dans nos entreprises publiques est honteux. Ça fait bien longtemps que Petrobras ne nous surprend plus dans les pages de jounaux sur la justice. Et maintenant, Correios, les Correios centenaires, sont au service d'une candidature et d'un parti politique *dans l'État de Minas Gerais. Ce n'est pas moi qui le dis. C'est un enregistrement d'un des prinicipaux leaders du PT de Minas Gerais qui*

[419] *Réponse de Luciano Bivar (PSL) à la question du candidat Cristovam Buarque (PDT), lors de la seconde partie du débat du premier tour des élections de 2006, 21'22''00'''.* Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=2P7FtdL-trY&list=PLbdi7VShIWel5CEedPoo7S6W0a439tybd&index=2. Consulté le : 9 octobre 2019.

[420] *Question posée par le candidat Pastor Everaldo (PSC) à Aécio Neves (PSDB), 07'52''00''', lors de la première partie du débat*. Disponible sur : http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html. Consulté le : 9 octobre 2019.

BY-NC-ND

dit que si le PT présente aujourd'hui de tels scores dans les sondages électoraux, c'est dû à la mainmise du PT sur Correios [...].[421]

Lors de la quatrième partie de ce débat, le candidat Levy Fidélix (PRTB) pose une question à Aécio Neves (PSDB) au sujet de la situation carcérale au Brésil :

Aécio, nous avons aujourd'hui 600, 700 000 prisons dans une situation calamiteuse. ***Le gouvernement fédéral et le ministère de la justice ne mettent pas d'argent dans ces lieux.*** *10% de ce qu'il fait et il devrait faire bien plus. Je vous demande, quelle solution à tout ça, ou bien quelles solutions nous aurions, n'est-ce pas, pour que cette situation ne perdure pas.* ***Tel que c'est aujourd'hui, c'est lamentable.*** [422]

Réponse de Aécio :

C'est vraiment lamentable. Mais je dirais même que c'est criminel. *La très faible utilisation du budget réservé que ce soit au fonds national de sécurité ou aux fonds des établissements pénitentiaires, empêchent d'une part les états de planifier leurs politiques en matière de sécurité publique, et d'autre part, de faire des investissements dans notre système carcéral. Imaginez-vous, candidat Levy, que tout au long de ces quatre années de gouvernement de la présidente Dilma, les oubliettes médiévales qui auraient dû recevoir des investissements pour se transformer en quelque chose de minimalement digne, elles ont reçu à peine 10,9% des investissements approuvés pour le fonds pénitentiaire au Congrès national.* [423]

Lors du débat du second tour des élections de 2010 transmis par la *Globo* , Dilma Rousseff (PT) et José Serra (PSDB) ont occupé une partie de leur temps à élogier les questions des candidats indécis, essayant par là même d'instaurer une relation d'empathie.

---

[421] *Réponse de Aécio Neves (PSDB) à la question posée par le candidat Pastor Everaldo, à 08'20''00''', lors de la première partie du débat*. Disponible sur : http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html. Consulté le : 9 octobre 2019.

[422] *Question de Levy Fidélix (PRTB) à Aécio Neves (PSDB), à 01'40''17''', lors de la quatrième partie du débat*. Disponible sur : http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html. Consulté le : 9 octobre 2019.

[423] *Réponse de Aécio Neves (PSDB) à la question posée par le candidat Levy Fidélix (PRTB), à 01'40''41''', lors de la quatrième partie du débat*. Disponible sur : http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html. Consulté le : 9 octobre 2019.

BY-NC-ND

Lors du premier tour des élections, les candidats qui sont favoris par rapport aux intentions de vote, ont naturellement tendance à se poser des questions entre eux, stratégie qui éveille insatisfaction et critique des autres candidats. Par exemple, lors de la seconde partie du débat de 1994, parmi les sept candidats, les candidats Almirante Hernane Fortuna (PSC) et Enéas Carneiro (PRONA) ont été mis à l'écart de la participation car les journalistes ont préféré questionner ceux qui jouissaient d'une plus grande force dans les sondages lors de la campagne.

Lors du débat de 2010 transmis par la chaîne *Bandeirantes*, le candidat Plínio Arruda Sampaio (PSOL) se plaint du fait que les candidats Dilma Rousseff (PT) et José Serra (PSDB) ne se posent de questions qu'entre eux, excluant par la même la candidate Marina Silva (PV).

> *Ecoutez, si tous les deux (Dilma Rousseff et José Serra) avez décidé de former un gros bloc, je vais faire un petit bloc avec la candidate Marina et on va se parler entre nous. Parce que comme les autres, vous êtes en train de m'exclure du débat. Voyez-vous, je voudrais bien qu'on me questionne aussi, j'en ai le droit [...].*[424]

Ces stratégies utilisées par les candidats sont euphoriques en ce qui concerne le jeu politique. Se rendre compte de qui est le plus rusé et sagace permet aux électeurs et aux médias d'apprécier sa proposition. Selon Veiga, Souza et Santos :

> *Le traitement de la couverture [médiatique du débat] par l'électeur est lui aussi singulier du point de vue de l'amplitude. Il est clair qu'une telle répercussion n'est possible que parce que les électeurs apprécient le débat. Celui-ci est vu comme l'heure de vérité, au cours de laquelle les candidats se confrontent dans un face à face en direct, avec des "spécialistes du marketing" à distance et sans effets spéciaux ou trucages dans l'édition. L'improvisation donne le ton. Des sondages d'opinion pointent la préférence des électeurs pour ces émissions télé, considérées plus informatives que les horaires de diffusion des clips officiels de campagne électorale, par exemple. La grande majorité des électeurs considère que l'émission les aide dans leur choix du candidat.*[425]

---

[424] *Propos du candidat Plínio Arruda Sampaio (PSOL), à 00'05''58''' lors de la seconde partie du débat*. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=m9v1kF3u9ek. Consulté le : 12 octobre 2019.
[425] *Ibid.*, p. 195.

BY-NC-ND

Si l'on reprend alors les analyses de l'expression plastique du débat, nous identifions les éléments euphoriques et disphoriques suivants :

Tableau 30 : Catégories plastiques du plan de l'expression du débat

Plan du Contenu	Plan de l'Expression
Démocratie et identité (valeurs euphoriques)	Allongé
	Distant
	Carré
	Grand
	Centralité
	Premier plan
	Étendu
	Couleur froide
	Couleur chaude
	Brillant
	Transparent
	Rapprochement
	Mouvement
	Staticité
	Symétrie
	Curviligne
	Proportionné
	Profond
	Long
	Clair
	Neutre
Antidémocratie et alterité (valeurs disphoriques)	Contracté
	Proche
	Cercle
	Petit
	Extrêmité
	Second plan
	Réduit
	Couleur chaude
	Couleur froide
	Opaque

BY-NC-ND

	Mat
	Eloignement
	Staticité
	Mouvement
	Assymétrie
	Rectiligne
	Disproportionné
	Ras
	Près
	Foncé
	Coloré

BY-NC-ND

Conclusion

Dans le discours des chaînes de télévision, les catégories plastiques du plan de contenu du débat sont liées aux catégories du plan de l'expression des langages syncrétiques. La segmentation des idées construite à partir de le générique, de la caméra, du décor et des règles est élaborée et organisée de manière à ce que démocratie et identité soient les thèmes fondamentaux et euphoriques du débat. C´est en effet la conclusion que nous avons tirée des analyses.

Nous sommes partis de l´hypothèse que les chaînes de télévision ont pour but d'organiser les débats afin d'informer l'électeur, de l'aider à choisir un candidat. Cependant, les ressources qu'elles utilisent, telles que les symboles, les formes, les dimensions, les couleurs et les objets insérés dans les récits, identifiés dans les catégories eidétique, topologique et chromatique, ne contribuent pas au processus d'information, mais servent surtout à manipuler l'électeur par rapport au fait que le débat est un programme dont la démocratie est la base, tout en étant un facteur important qui caractérise l'identité brésilienne.

Comme nous l'avons dit, les éléments qui composent le débat sont élaborés et structurés par rapport à l'euphorie. Le récit proposé dans les génériques est euphorisant. En effet, les génériques insèrent des éléments suggérant la reconstruction du pays, tels que les images dans lesquelles les Brésiliens sont montrés ensemble, afin que cette reconstruction puisse se réaliser dans l'intérêt général, comme cela est écrit dans la Constitution. C'est le sens qui se construit dans cette perspective avec la fonction de la caméra, d´apporter des images en direct à l'électeur, ainsi qu'une décoration qui renvoie ce dernier au patriotisme, ainsi que les règles qui régissent la performance de chaque sujet qui fait partie de ce récit.

Les règles définissent l'état de partialité des chaînes de télévision, car elles affirment, en principe, que le but de l´événement est de permettre à tous les candidats d'avoir les mêmes opportunités de prise de parole. On voit néanmoins des moments dans le débat où certains candidats moins populaires sont exclus. Dans l'un des blocs du débat de 1994, par exemple, les journalistes n'ont posé aucune question aux deux candidats les moins populaires. D´autres candidats se plaignent de leur manque de participation, car la plupart des téléspectateurs veulent écouter ceux qui sont les favoris. Les règles permettent toutefois l'exclusion et le favoritisme envers certains candidats, même si elles sont organisées d´un commun accord avec les conseillers des candidats.

BY-NC-ND

Lors des élections de 2006, un candidat, Luiz Inácio Lula da Silva, a été sanctionné négativement lorsque *Bandeirantes* a décidé de ne pas enlever la chaise qui lui était destinée. L'argument, non explicite mais présent dans le contexte, est celui de la punition, l'objectif étant de démontrer que la corruption impliquant le candidat-président ne serait pas admise par la chaîne. Elle agit alors comme une justicière. *Globo* en a fait de même en laissant la chaise vide et a maintenu le temps de question que les autres candidats poseraient à Lula.

Il semble y avoir une sélection de candidats qui seront ou non sanctionnés négativement par la chaîne de télévision dans ce processus électoral, car dans d'autres débats, comme en 1989, deux candidats, Fernando Collor de Mello (PRN) et Ulisses Guimarães (PMDB) ont décliné l'invitation de participer au débat de *Bandeirantes*, mais n´ont pas été sanctionnés négativement en raison du facteur « absence ». Nous comprenons que ce sont des contextes historiques et politiques différents, mais il y a bien eu cette action des chaînes, qui dénote une partialité de la part de ceux qui devraient se présenter comme neutres. Nous voyons que, au contraire, en 1989, Collor a été soutenu par les médias et a remporté les élections, car cette année-là, il était peu probable qu´un candidat de gauche, en l´occurence Luiz Inácio Lula da Silva, ait des chances de les remporter.

Nous avons discuté des relations qui circonscrivent l'acte de regarder et d'être remarqué entre une chaîne et une autre dans le deuxième chapitre de cette thèse. Revenons à cette question, car cet acte stratégique de la chaise vide, dans le débat retransmis par *Bandeirantes*, a encouragé *Globo* à en faire de même. Ainsi, *Globo* observa et remarqua la décision de *Bandeirantes* qui pourrait être utilisée dans une campagne négative qui affecterait le favoritisme du candidat à la présidentielle. Compte tenu du discours démocratique, cet acte constitue une violation du contrat entre la chaîne et le candidat, car qui dit démocratie dit choix. Le candidat a choisi de ne pas participer au débat, cependant il n'y a pas eu de contrat entre les chaînes et lui-même, mais bel et bien une rupture.

Même si le débat incorpore le discours d'impartialité dans le positionnement des chaînes qui l'organisent, il y a eu une controverse impliquant *Globo* et son favoritisme à l'égard du candidat Collor aux élections de 1989. La chaîne a éte accusée d'avoir diffusé certaines images du débat et de les avoir associées au journal télévisé, trois jours avant les élections, ce qui a favorisé le candidat Collor.

BY-NC-ND

Dans une interview accordée au portail UOL Notícias, à Brasilia, le 15 novembre 2009, Fernando Collor de Mello - actuellement membre du PROS[426] - a déclaré que, dans son enfance, sa famille et celle de Roberto Marinho étaient associées dans des projets immobiliers à Rio de Janeiro. Les relations entre les deux familles étaient positives. Après cette période, la famille de Collor a créé une télévision dans l'état d'Alagoas, dans la région Nord-Est du pays, lorsque, selon lui, Roberto Marinho lui a proposé la programmation de *Globo*. Depuis lors, la famille de Collor contrôle la succursale de *Globo* dans l'état d'Alagoas. Il affirme que cette relation entre les familles l'a aidé à remporter les élections de 1989. Examinons la réponse de Collor à propos du soutien de Roberto Marinho à sa campagne :

> *[...] Je crois que cela a sans aucun doute aidé. Sans aucun doute cela a aidé. Cela m'a beaucoup aidé. Cela a surtout aidé à éviter les pièges, qui tentaient d´être montés contre ma candidature. Dans certaines conversations, il (Roberto Marinho) arrivait et disait [...] : « Mon fils, je pense que tu es très en colère. Tu ne dois pas utiliser certains termes, tu n'es pas obligé de le faire car cela va à ton encontre. » « Mais pourquoi, monsieur Roberto ? ». Ensuite, il expliquait ce qu'il pensait, puis je baissais le ton.*
>
> *[...] La confrontation avec Lula a eu lieu au deuxième tour et, en ce qui concerne le soutien de Globo, ce n'était pas tout à fait un soutien, car elle n'a jamais déclaré « Je soutiens ce candidat ». Je me suis rendu compte que les principaux moyens de communication, et pas seulement Globo, craignaient qu'un gouvernement éventuel, qui se disait communiste à l'époque, comme s'il s'agissait d'un anathème, puisse avoir des effets négatifs sur les moyens de communication. Après l'élection du président Lula, il s'est avéré qu'il n'y avait aucune raison d'avoir cette peur à l'époque.*
>
> *Ils recherchaient un candidat et ont trouvé un candidat, Mário Covas. Mais certains d'entre eux considéraient qu´il était lié aux communistes. Ainsi, Mário Covas devait faire une déclaration disant que non, qu'il était capitaliste. Il défendait les règles d'une société fondée sur le système capitaliste. Mário Covas a donc été le premier candidat de ces grands conglomérats. A tel point que, lorsqu'il a prononcé le fameux discours sur le choc du capitalisme au Sénat fédéral, cette déclaration a été faite à un horaire prédéterminé, de sorte que les journaux diffusés à ce moment puissent la retransmettre en direct de la plénière du Sénat. Et des reporters ont déclaré depuis la plénière du Sénat : « Ici au*

[426] PROS (Partido Republicano da Ordem Social) – Parti Républicain de l'Ordre Social. Traduction libre.

BY-NC-ND

Sénat, nous utilisons maintenant la tribune du sénateur Mário Covas [...], nous allons entendre un extrait du discours. Et cela coïncidait avec le paragraphe le plus incisif de la déclaration. Le candidat Mário Covas n'a néanmoins pas réussi à transmettre ce message à l'électorat et n'a donc pas décollé.

Ma candidature, elle a été d´une certaine manière considérée comme sympathique, car il n'y avait pas d'autre alternative. À la fin des sondages, nous étions toujours tous les trois : Brizola, Lula et moi, à égalité. Jusqu'à ce que je commence à gagner du terrain. Et j'étais là, représentant la pensée libérale, et Brizola et Lula représentant une pensée qui n'était pas exactement une pensée libérale.

[...] La question que j'ai perçue, personnellement, concernait le gouverneur Brizola et quelque chose de difficile à expliquer. Il y avait une gêne entre les deux (Brizola et Roberto Marinho) qui durait et que nous notions de manière très claire. Maintenant, par rapport à Lula, non. Je n'ai jamais rien remarqué à propos de Roberto. [427]

Il n'y a pas eu de débat lors de l´élection de 1998. Comme nous l'avons présenté au chapitre trois, le président de la République de l'époque, Fernando Henrique Cardoso (PSDB), a décidé de ne pas participer aux débats. Son argument était que le pays traversait une grave crise économique, exigeant toute son attention. Avec cela, il a anticipé la décision du TSE d'annuler les débats. Mais selon certains critiques et théoriciens, la décision de Fernando Henrique de ne pas débattre a été prise afin d´éviter une campagne négative.

Du point de vue du discours de Collor, ce sont en fait les facteurs extérieurs au débat, orchestrés dans le jeu politique par les groupes économiques et les grands conglomérats de médias, qui déterminent qui remportera les élections ou non, mettant les électeurs en conjonction avec un choix, même s´il y a manipulation. Les électeurs jouent un rôle central dans ce récit, car les candidats dépendent de leurs votes pour accéder à la présidence de la République. Ainsi, le débat devient un objet important pour ce système incarné dans le « paraître-être » démocratique, qui démarque clairement l'identité « télévisuelle » des Brésiliens, comme l´a classifié Bucci[428].

[427] *Resposta de Fernando Collor de Mello ao repórter de UOL Notícias, Haroldo Sereza.* Disponible sur : https://tvuol.uol.com.br/video/eleicoes-1989-veja-a-integra-da-entrevista-de-collor-ao-uol-0402356EDCB17366, à 41'03''. Consulté le : 02 novembre 2019.
[428] BUCCI Eugênio (org.), *A TV aos 50 anos. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*, *op. cit*.

BY-NC-ND

La relation entre chaîne de télévision et électeur nous montre que l'électeur suit les directives de la chaîne, parce que la plupart des citoyens ne peuvent pas comprendre le pouvoir manipulateur d'une chaîne de télévision sur le niveau de vie d'une communauté à faible scolarisation. Même des électeurs politiquement sophistiqués dominant la connaissance politique profonde ont fait partie de cet électorat fluctuant, c´est-à-dire qui ne vote pas en fonction d'une identification stable au parti politique. Tel est le poids que non seulement les chaînes mais aussi les médias exercent sur le quotidien des Brésiliens. Le modèle d´entreprises de communication instauré dans le pays, dans la catégorisation de colonélisme électronique, montre qu'il s'agit d'institutions qui ont un contrôle absolu sur l'information et d´une certaine manière sur la démocratie.

Un autre point que nous voudrions souligner est qu'au cours des années électorales, les candidats ont commencé à ne pas entrer dans la confrontation, sauf entre un candidat et l´autre, généralement ceux qui se trouvent en tête de la course à la présidence, comme ce fut le cas entre Lula et Alckmin au second tour de scrutin en 2006.

Au deuxième tour de l'élection de 2010, Dilma et Serra ont fait l'éloge des questions des électeurs indécis afin d'éviter une dégradation de leur image. Aux premier et deuxième tours des débats de 2014, par exemple, la stratégie des candidats était de ne pas répondre aux questions posées mais de parler de ce qui leur convenait le mieux. Comme il n'y a pas de règle régissant cet écart des candidats, la non-réponse est alors acceptée. Lorsque cela se produit, la stratégie du candidat consistant à éviter une question compromettante ne permet pas de clarifier ses actions qui pourraient le désavantager.

En comparant le débat de 2014 avec le premier diffusé lors du premier tour de l'élection de 1989, on constate qu'en 1989, les candidats ont présenté leurs idées. Il y a eu de fait une confrontation, mais au fur et à mesure des années électorales, à mesure que les débats ont connu une transformation technique et technologique, l'objectif de la confrontation et de la présentation des propositions des candidats a été gommé. Même lorsque *Globo* offre aux citoyens la possibilité de participer à un débat en direct, amenant l'électeur indécis au studio pour poser une question, ce dernier n'a pas le droit de répliquer à la réponse du candidat.

Au premier tour du débat de 2014, nous avons assisté à un mouvement entre Aécio Neves (PSDB) et les cinq autres candidats, contre la candidate à la réélection, Dilma Rousseff (PT). L'objectif n'était donc pas de montrer le meilleur projet mais de renverser l'adversaire le plus puissant, en l'occurrence la présidente Dilma Rousseff. Malgré ce

BY-NC-ND

mouvement, la candidate remporta les élections, mais deux ans après avoir assumé le second mandat, elle a été retirée par une procédure de destitution. Toujours dans ce débat, certains candidats ont montré qu´ils n'étaient pas préparés, car ils ont commencé à parler lentement tout en surveillant le temps qui leur était imparti sur le minuteur.

Le contrôle des subventions et des concessions accordées à la radio et à la télévision par les politiciens est utilisé au profit des chaînes de télévision afin de maintenir le *statu quo*. C'est une autre action extérieure au débat qui favorise l'accès de candidats aux médias en construisant leur image plus facilement. Les candidats qui n'adoptent pas le discours que les médias veulent entendre sont ignorés. Lorsqu'il a remporté sa première campagne, Lula a changé de discours et a écrit une lettre ouverte aux hommes d'affaires, déclarant qu'il était ouvert au dialogue.

Ainsi, au fur et à mesure que les débats impliquent l'électeur dans les récits, lui faisant croire en un État démocratique, les chaînes s'allient en coulisse avec ceux qui défendent leurs intérêts, comme l'a affirmé Collor dans l'interview. En effet, certains sont des alliés des propriétaires de succursale des chaînes, et parfois ils sont même les propriétaires de ces succursales, comme la famille Collor, par exemple. Parler d'impartialité en ces termes contredit la réalité posée dans les discours présents dans les débats.

Nous concluons donc que le débat est une ressource électorale importante pour la chaîne comme pour le candidat et même pour l'électeur. Le débat est l´apogée d'une campagne impliquant ces trois sujets. L'électeur aime ce programme, car c'est le moment qu'il croit être celui de l´affrontement, en direct, sans ruses de la part des candidats et parce qu´il croit que les débats sont plus informatifs que les clips officiels de campagne. Le contenu véhiculé par la télévision est important pour que l'individu se réalise en tant que sujet présent dans la société.

Le débat est décisif pour le candidat, car il est le dernier moment où il peut convaincre davantage d'électeurs, à savoir les indécis. Ce dispositif est tout aussi important pour la chaîne de télévision, car, comme le dit Bourdieu, ce qui se passe à la télévision est déterminé par ses propriétaires et ses annonceurs. Elle possède donc en elle plusieurs intérêts qui détermineront ce qui est important ou non. Dans ce cas, avec le débat, la chaîne gagne en audience et, si son candidat est élu, elle y gagne politiquement et économiquement.

BY-NC-ND

Au cours de l'élaboration de cette thèse, il n'a pas été possible d'explorer tous les domaines du genre que nous avons choisis pour l'analyse présentée, en raison de sa complexité. Notre intérêt n'est pas de débattre de la politique des partis ou des facteurs qui impliquent la formation d'une culture comme la culture brésilienne. Nous savons que les questions sociales et politiques que nous abordons peuvent être approfondies, de même que les conséquences du modèle de débat proposé par les chaînes de télévision dans les choix de l'électeur, facteur étudié dans d'autres sciences telles que la sociologie, mais qui peut également l´être en sémiotique. Ou encore pendant le débat, nous pouvons explorer la performance des candidats sur scène, leurs expressions faciales et corporelles, ainsi que les éléments discursifs présents dans leur oralité. Une autre étude pouvant être réalisée serait la présentation des organigrammes utilisés pour expliquer les règles, car chacun d'eux a sa propre particularité et une manière de représenter le candidat. Ainsi, nous proposons que ces approches et d'autres qui n'ont peut-être pas été discutées dans cette thèse puissent être développées dans le futur, à l´occasion d'autres projets de recherche.

BY-NC-ND

Références bibliographiques

1. Livre

AGAMBEN Giorgio, *O amigo & O que é o dispositivo?* Chapecó, SC: Argos, 2014.

AGUILERA Vanderci de Andrade (Org.), *A geolingüística no Brasil: trilhas seguidas, caminhos a percorrer*. Londrina: Eduel, 2013, 498 p.

ALVES Vida, *TV Tupi, uma linda história de amor*. São Paulo: Impressão Oficial, 2008, 418 p. Disponible à : http://livraria.imprensaoficial.com.br/media/ebooks/12.0.813.418.pdf.

AMOSSY Ruth, *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*. Paris: Puf, 2010, 235 p.

ARENDT Hanna, *Qu'est-ce que la politique ?* Paris : Seuil, 1995, 195 p.

AZNAR Sidney Carlos, *Vinheta: Do pergaminho ao vídeo.* São Paulo: Editora: Arte & Ciência – UNIMAR, 1997.

AZEVEDO Fernando Antônio, *A grande imprensa e o PT (1989-2014).* São Paulo : Edufscar, 2017, 222 p.

BAKHTIN Mikhail, *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem.* Valentin Volóchinov ; tradução, notas e glossário de Sheila Grillo e Ekaterina vólkova Américo*.* São Paulo: Editora 34, 2017, 376 p.

BARROS Diana Luz Pessoa de, *Teoria semiótica do texto*. São Paulo : Ática, 2007, 96 p.

BENVENISTE Émile, *Problémes de Linguistique Générale II*. Paris : Gallimard, 1974, 294 p.

BERTRAND Denis; DÉZÉ Alexandre et MISSIKA Jean-Louis, *Parler pour gagner. Sémiotique des discours de la campagne présidentielle de 2007*. Paris: Presses de Sciences Po, 2007, 145 p.

BERTRAND Denis, *Caminhos da semiótica literária*. São Paulo: EDUSC, 2003, 442 p.

BOURDIEU Pierre, *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997, 143 p.

BOUTAND Jean-Jacques, *Sémiotique et communication. Du signe au sens*. Paris : Hamattan, 1998, 318 p.

BUCCI Eugênio (org.), *A TV aos 50 anos. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000, 201 p.

CHARAUDEAU Patrick, *Discurso político*. Tradução: Dilson Ferreira da Cruz e Fabiana Lomesu. São Paulo : Contexto, 2013, 238 p.

CHARAUDEAU Patrick, *La télévision. Les débats culturels « Apostrophes ».* Paris : Didier Érudiction, 1991, 389 p.

CHARAUDEAU Patrick, *La conquête du pouvoir. Opinion, persuasion, valeur. Les discours d'une nouvelle donne politique*. Paris : L'Harmattan, 2013, 250 p.

COQUET Jean-Claude, *Sémiotique. L'École de Paris*. Paris : Hachette, 1982, 207 p.

BY-NC-ND

FECHINE Yvana, *Televisão e presença : uma abordagem semiótica da transmissão direta.* São Paulo : Estação das letras e Cores, 2008, 256 p.

FIORIN José Luiz, *O Regime de 1964. Discurso e ideologia*. São Paulo : Atual, 1988, 158 p.

FIORIN José Luiz, *As astúcias da enunciação. As categorias de pessoa, espaço e tempo*, 2ª edição, 4ª reimpressão. São Paulo : Ática, 2005, 288 p.

FLOCH Jean-Marie, *Petites Mythologies de l'oeil et de l'esprit. Pour une sémiotique plastique.* Paris/Amsterdam: Hadès-Benjamins, 1985.

FLOCH Jean-Marie, *Identité visuelles.* Paris : Puf, 1985, 221 p.

FLOCH Jean-Marie, *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies.* Paris : Puf, 1990, 233 p.

FONTANILLE Jacques, *Sémiotiques et Littérature. Essai et méthodes*. Paris : PUF, 1999, 260 p.

FONTANILLE Jacques, *Sémiotique et discours*. Limoges : Nouveaux Actes Sémiotiques, 2016, 303 p.

FREYRE Gilberto, *Casa-grande & Senzala.* São Paulo: Global Editora, 2013, 727 p.

FURTADO Celso, *Formação econômica do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. 351 p.

GABEIRA, Fernando. *O que é isso companheiro?* São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

GREIMAS, Algirdas Julien, FONTANILLE, Jacques, *Sémiotique des passions. Des états de choses aux états d'âme*. Paris: Seuil, 1991, 294 p.

GREIMAS, Algirdas Julien, *De l'imperfction*. Périgueux : Pierre Fanlac, 1987, 99 p.

GREIMAS A. J., *Sémiotique et sciences sociales*. Paris : Seuil, 1976, 217 p.

GREIMAS, Algirdas Julien, *Du sens I. Essais sémiotiques*. Paris : Seul, 1970, 314 p.

GREIMAS, Algirdas Julien, *Sémiotique figurative et sémiotique plastique*. Actés Sémiotiques – Documentes. Bésançon : CNRC, VI, 60, 1984, 24 p.

HANOTIN Guillaume (dir.), *La péninsule Ibérique et le mond: des années 1470 aux années 1640*. Paris: Sedes\Cned. 2013.

HÉNAULT Anne, *Questions de sémiotique*. Paris : Puf, 2002, 758 p.

HOLANDA Sérgio Buarque, *Raízes do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014. 220 p.

IASI Mauro, *Política, Estado e ideologia na trama conjuntural*. São Paulo : ICP, 2017.

JOST François, *Introduction à l'analyse de la télévision*. Paris: Ellipses, 2004, 174 p.

LAMIZET Bernard. *Histoire des médias audiovisuels*. Paris : Ellipses, 1999, 192 p.

BY-NC-ND

LANDOWSKI Eric, *La société réfléchie*. Essais de socio-sémiotique. Paris : Seuil, 1989, 286 p.

LANDOWSKI Eric, *A Sociedade Refletida. Ensaios de Sociossemiótica*. Tradução : Eduardo Brandão. São Paulo : Pontes, 1992. 213 p.

LANDOWSKI Eric, *Présences de l'Autre*. *Essais de socio-sémiotique II*. Paris : PUF, 1997. 250 p.

LANDOWSKI Eric, *Presenças do outro*. Tradução : Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo : Perspectiva. 2012. 215 p.

LANDOWSKI Eric, *Les interactions risquées*. Limoges : Pulim, 2005. 106 p.

LANDOWSKI Eric, De quelques conditions semiotiques de l'interaction. In : *Actes semiotiquesdocuments*, 50, Paris : Groupe de Recherches Semio–linguistiques (EHESS) - Institut National de la Langue Francaise, CNRS, 1983, p. 9-17.

LANDOWSKI Eric, *Formes de l'alterite et styles de vie*. In : « Recherches semiotiques / Semiotic Inquiry », Vol. XIII (1-2), Montreal : Association Canadienne de Semiotique, 1993, p. 69-93.

LANDOWSKI Eric, *Jeux optiques : exploration d'une dimension figurative de la communication*. In : « Documents de recherche », Paris : Groupe de Recherches Semio-linguistiques (EHESS) - Institut National de la Langue Francaise, CNRS, 1981.

LANDOWSKI Eric, *La mise en scene des sujets de pouvoir*. In : « Langages 43 » (≪Modalites : logique, linguistique, semiotique, I. Darrault, dir.), septembre 1976, p. 78-89.

LANDOWSKI Eric, *Pour une semiotique de la strategie : figures et relations.* In : « Actes Semiotiques Bulletin », VI, 25, mars 1983. *Explorations strategiques* (P. Fabbri, E. Landowski, dirs.), Paris : Groupe de Recherches Semio–linguistiques - Institut National de la Langue Francaise, 1983 p. 5-17.

LARDELLIER Pascal, *Théorie du lien rituel. Anthropologie et communication.* Paris : L'Harmattan, 2003, 237 p.

LEAL Nunes Victor, *Coronelismo, enxada e voto. O município e o regime representativo* no Brasil. São Paulo : Nova Fronteira, 1997, 180 p.

LIMA Venício A. de, *Mídia : Crise política e poder no Brasil*. São Paulo : Editora Fundação Perseu Abramo, 2006, 174 p.

LIMA Venício A. de, *Mídia : teoria e política*. São Paulo : Editora Fundação Perseu Abramo, 2001, 365 p.

MARIANI Bethania, O PCB e a imprensa : os comunistas no imaginário dos jornais 1922-1989. Rio de Janeiro : Revan, 1999.

MATTOS Sérgio, *A televisão no Brasil : 50 anos de história (1950-2000)*. Bhaia : PAS/IANAMÁ, 2000, 344 p.

MIGUEL Luis Filipe ; BIROLI Flávia (Org.), *Mídia, representação e democracia*. São Paulo : Hucitec, 2010.

BY-NC-ND

MOLES Abraham André, *Théorie structurale de la communication et société*. Paris, Milan, Barcelone : Masson, 1980, 294 p.

MORAIS Fernando, *Chatô, o rei do Brasil. A vida de Assis Chateubriand, um dos brasileiros mais poderosos deste século*. São Paulo : Companhia das Letras, 1994, 732 p.

MOUCHET Amaury, *L'élégante efficacité des symétries*. Paris : Dunod, 2013, 240 p.

NEL Noël, *Le débat télévisé*. Paris : Armand Colin, 1990, 272 p.

ORLANDI, Eni P. *As formas do silêncio : no movimento dos sentidos*. Campinas, SP : Ed. da Unicamp, 1993.

ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo : Brasiliense, 1988, 232 p.

OSWALD Andrade de, *Manifesto Antropófago e outros textos*. Organização e coordenação editorial Jorge Schwartz e Gênese Andrade. São Paulo : Companhia das Letras, 2017, 79 p.

PIETROFORTE Antônio Vicente. *Semiótica visual : os percursos do olhar*. São Paulo: Contexto, 2004, 164 p.

PLATON, *La République*. Baccou, Robert (Préface, traduction, notes). Paris : Garnier-Flammorion, impr, 1966, Vol. 1.

PRADO JR. Caio, *Evolução política do Brasil e outros estudos*. São Paulo : Companhia das Letras, 2012, 310 p.

SANTOS Milton, *Por uma nova geografia. Da crítica da geografia a uma geografia crítica*. 6ª ed. São Paulo : Editora d Universidade de São Paulo, 2004, 285 p., *en ligne*, diaponíble sur : https://farofafilosofica.com/2018/01/21/milton-santos-12-livros-em-pdf-para-download/

SIMONDON Gilbert, *Communication et information. Paris : PUF, 2010, 411 p.*

SODRÉ Muniz, *O monopólio da fala ; função e linguagem da televisão no Brasil*. Petrópolis : Vozes, 2001, 155 p.

THIOLLENT Michel, *Opinião pública e debates políticos. Subsídios metodolólgicos*. São Paulo : Livraria e Editora Polis LTDA, 1986, 129 p.

VÉDRINE Hélène, *Les grandes conceptions de l'imaginaire. De Platon à Sartre et Lacan*. Paris : Librairie Générale Française, 1990.

2. Article

ABAIDE Jalusa Prestes, *Partidos Políticos No Brasil : 1979 – 1988*. Florianópolis, 1990, p.22. Disponible sur : https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/106315/80029.pdf?sequence. Consulté le 30 juillet 2017.

AGNOLIN Adone, *Antropofagia ritual e identidade cultural entre os Tupinambá.* In : « Revista de Antropologia », vol. 45, nº 1, São Paulo, 2002. Disponible sur : http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77012002000100005. Consulté le 4 mai 2017.

BY-NC-ND

AGUILERA Vanderci de Andrade, *A geolinguística no Brasil : estágio atual*. In : « Revista da ABRALIN », v. 5, n. 1 e 2, p. 215-238, dez. 2006.

AVELAR Lúcia, *As eleições na era da televisão*. In : « Revista de Administração de Empresas ». São Paulo, Set/Out., 1992, p. 45. Disponible sur : http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/38459/37199. Consulté le 05 janvier 2017.

ALVES DA SILVA Cíntia, *O semissimbolismo na propaganda audiovisual : uma análise de Paint. Etudes sémiotiques.* [*en ligne*] Disponible sur : http://revistas.usp.br/esse. Editeurs responsables : Ivã Carlos Lopes et José Américo Bezerra Saraiva. Volume 11, Numéro 2, São Paulo, Décembre 2015, p. 57. Consulté le 15 mai 2019.

BARROS Diana Luz Pessoa de. *Publicidade e figurativização*. Alfa, São Paulo, v.48, n.2, p. 11-31, 2004. Disponible sur : https://periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/view/4294/3882. Consulté le 9 mais 2017.

BASTOS Pedro Paulo Zahluth, *Ascenção e crise no governo Dilma Roussef e o golpe de 2016 : poder estrutural, contradição e ideologia*. Disponible sur : http://www.scielo.br/pdf/rec/v21n2/1415-9848-rec-21-02-e172129.pdf. Consulté le 22 août 2019.

BATISTA JR. Paulo Nogueira, *Plano Real*, 1996. Disponible sur : http://www.scielo.br/pdf/ea/v10n28/v10n28a07.pdf. Consulté le...

BOURDON Jérôme. *Le direct : une politique de la voix ou la télévision comme promesse inaccomplie*. In : « Réseaux », volume 15, n°81, 1997. « Le genre télévisuel ». pp. 61-78; doi : 10.3406/reso.1997.2886, p.63. Disponible sur : http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1997_num_15_81_2886. Consulté le 23 avril 2017.

BRITO Clebson Luiz de; MORATO Elisson Ferreira, *O verbal e o visual na construção de sentidos: leitura e lições de textos sincréticos sobre copa do mundo de futebol*. Revista Inventário- 11ª edição- Jul. - Dez. – 2012 - www.inventario.ufba.br. ISSN 1679-1347. consulté le...

CYRANKA Lúcia Furtado Mendonça, *Entrevista com Prof. Dr. Stela Maris Bortoni-Ricardo*. « Revista Práticas de Linguagem ». v. 2, n.1 jan. jun., pp. 139 a 146. 2012, *en ligne* : http://www.ufjf.br/praticasdelinguagem/files/2012/10/138-141-Entrevista-com-Stela-Maris Bortoni-Ricardo.pdf. Consulté le 20 september 2015.

CONTI Mario Sergio, *Lembranças de Roberto Marinho. Especial para a Folha*. Paris. Disponible sur : https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1008200317.htm. Consulté le 27 juin 2016.

D'ARAUJO Maria Celina. *PSDB e PT e o Poder Executivo*, *en ligne*, http://observatory-elites.org/wp-content/uploads/2011/11/DAraujo-PSDB-e-PT-e-o-Poder-Executivo.pdf.

DOM e RAVEL, *Eu te amo, meu Brasil*. Disponíble sur : https://www.youtube.com/watch?v=cJ2fxTrsETo, (date de recherche, 24/06/2017). Cette musique, composée, em 1970, par les frères Eustáquio Gomes de Farias (Dom) et Eduardo Gomes de Farias (Ravel), fut enregistrée pour la première fois par le groupe « Os Incríveis », et largement utilisée par le gouvernement militaire. Consulté le 18 avril 1997.

BY-NC-ND

FABER Marcos, *História dos partidos políticos no Brasil*. 1ª edição 2010. Disponible sur : www.historialivre.com. Consulté le 24 juillet 2017.

FECHINE Yvana, *Produção de sentido por meio do sincretismo de linguagem : um estudo a partir de um filme de Guel Arraes*. *En ligne*: http://www.unicap.br/gtpsmid/artigos/2005/YvanaFechine.pdf.

FIGUEIREDO Rubens ; COUTINHO Ciro, *A eleição de 2002*, 2003. Disponibel sur : http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762003000200005. Consulté le 22 mai 2016.

FIORIN José Luiz, *Três questões sobre a relação entre expressão e conteúdo*. In: « *Itinerários* », Araraquara, n° spécial, (77– 89), 2003. Disponible sur : https://periodicos.fclar.unesp.br/itinerarios/article/view/2673. Consulté le ...

FREIDENBERG Flavia; LÓPEZ Francisco Sánchez, *Como se escolhe um candidato a Presidente? Regras e práticas nos partidos políticos da América Latina*. In : « Opinião Pública », Campinas, Vol.VIII, nº2, p. 159. Disponible sur : http://www.scielo.br/pdf/op/v8n2/14877.pdf. Consulté le...

GARZONI Tommaso, *La piazza universale di tutte le professioni del mondo*. Veneza : G. B. Somasco, 1587. *Apud*: AGNOLIN Adone, « Antropofagia ritual e identidade cultural entre os Tupinambá ». In : « *Revista de Antropologia* », vol. 45, nº 1, São Paulo, 2002. Disponible sur : http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77012002000100005. Consulté le 4 mai 2017.

GOMES Marcelo Bolshaw, *A imagem Pública de Lula e Eleições Presidenciais Brasileiras (1989/2002)*, 2006. Disponible sur : http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-bolshaw-lula.pdf, p. 17. Consulté le 15 avril 2016.

HAMMAD Manar, *La sémiotisation de l'espace. Esquisse d'une manière de faire*. In : « Actes sémiotiques », N.116, 2013. Disponible sur : https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/2807, Colsulté le 03 février 2019.

HAMMAD Manar, *La sémiotique de l'espace. Esquisse d'une manière de faire*. In : « Actes Sémiotiques », Nº 116. Disponible sur : https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/2807&file=1/. Consulté le 03 février 2019.

HAMMAD Manar; ARANGO Sylvia; KUYPER Eric de; POPPE Emile, *L'espace du seminaire*. Communications, Année 1977, Volume 27, Numéro 1, p. 28 – 54. *Disponible sur* : https://www.academia.edu/1271462/Lespace_du_s%C3%A9minaire

HAMMAD Manar ; ARANGO Sylvia; KUYPER Eric de; POPPE Emile, *O espaço do seminário*. In : « Entreletras », Araguaína/TO, v. 7, n. 2, jul./dez. 2016 (ISSN 2179-3948 – *online*), pp. 28 – 59. Disponible sur : file:///C:/Users/Samsung/Downloads/3206-Texto%20do%20artigo-16395-1-10-20170209.pdf

JACOB Cesar Romero ; HEES Dora Rodrigues ; WANIEZ Philippe ; BRUSTLEIN Violette, *A eleição presidencial de 2010 no Brasil : continuidade política e estabilidade na geografia eleitoral*. ALCEU - v. 12 - n.23 - p. 189 a 229 - jul./dez. 2011, p. 89. Disponible sur : https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00806735. Consulté le 22 avril 2017.

LANDOWSKI Eric, *Sociossemiótica : uma teoria geral do sentido*. São Paulo : « Revista Galaxia online », 2014, n. 27, pp. 10-20, *en ligne,* http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014119609.

BY-NC-ND

LANDOWSKI Eric, *O olhar comprometido*. Tradução de de Ana Claudia de Oliveira e Márcia da Vinci de Moraes. São Paulo : « Revista Galáxia online », 2001, *en ligne,* http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/viewFile/1241/747.

LANDOWSKI Eric, *Régimes d'espace*. In : « Actes Sémiotiques », 2010, nº113. Disponible sur : http://epublications.unilim.fr/revues/as/1743. Consulté le 20 dicembre 2018.

LEITE Janaina Frechiani Lara, *Os presidenciáveis no ringue eletrônico : apontamentos sobre a história dos debates presidenciais televisivos*, 2003. Disponible sur : http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP10_leite.pdf. Consulté le 01 février 2017.

LESTRINGANT Frank, *Le Cannibale : grandeur et décadence.* Paris : Perrin, 1994, *Apud*: AGNOLIN Adone, « Antropofagia ritual e identidade cultural entre os Tupinambá ». In : *Revista de Antropologia*, vol. 45, nº 1, São Paulo, 2002. Disponible sur : http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77012002000100005. Consulté le 4 mai 2017.

LIMA JUNIOR Olavo Brasil de, *Partido da Social Democracia Brasileira (Psdb)*, *en ligne*, Http://Www.Fgv.Br/Cpdoc/Acervo/Dicionarios/Verbete-Tematico/Partido-Da-Social-Democracia-Brasileira-Psdb

LO TRETE Renata, *Candidatos fazem hoje 1º confronto na TV*. Disponible sur : http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0408200213.htm. Consulté le 23 mai 2016.

LOPES Cristiano Aguiar, *Regulação das outorgas de radiodifusão no brasil – uma breve análise*, 2009. Disponible sur : file:///D:/Users/Janice/Downloads/regulacao_outorgas_lopes%20(1).pdf. Consulté le 17 jenvier 2018.

LOURENÇO Luiz Cláudio, *Primeiro round do combate : o desempenho dos candidatos no primeiro debate presidencial de 2002*. Disponible sur : http://doxa.iesp.uerj.br/wp.content/uploads/2014/03/primeiroround.pdf. Consulté le 22 mai 2016.

LOURENÇO Luiz Cláudio, *Entre o público e o adversário : análise do debate presidencial de 25 de outubro*, p.11. Disponible sur : http://doxa.iesp.uerj.br/wp-content/uploads/2014/03/debate2tur.pdf. Consulte le 22 mai 2016.

MACHADO Maria Berenice da Costa, *Debates nas campanhas presidenciais : Brasil 1989-2010*, *en ligne*. Disponible sur : http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Debates%20nas%20campanhas%20presidenciais%20Brasil%201989-2010.pdf/view. Consulté le....

MANIN Bernard, *As metamorfoses do governo representativo*. In : « Revista Brasileira de Ciências Sociais », N. 29, Ano 10, 1995. Disponible sur : http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_29/rbcs29_01.htm. Consulté le 16 février 2016.

MARIANI Bethania, *O PCB e a imprensa* : *os comunistas no imaginário dos jornais 1922-1989*. Rio de Janeiro : Revan, 1999.

MILANI Sebastião Elias, *Semi-simbolismo na poesia de Drummond.* **Cerrado** : Revista do Programa de Pós-Graduação em Literatura, Brasísila, DF, n. 26, ano 17, p. 153 - 165, 2008.

BY-NC-ND

MORGADO Fernando*, A história dos debates eleitorais na TV. Disponible sur :* https://televisionado.wordpress.com/2008/08/01/a-historia-dos-debates-eleitorais-na-tv-band-bandeirantes-globo-sbt-record/

MÜLHER Luciene Cristina Paredes et SANTANA, Adriana Pereira, *A Língua Portuguesa no Brasil : percurso histórico-linguístico*. In : « Web-Revista Sociodialeto. Bacharelado e Licenciatura em Letras ». UEMS/Campo Grande – Mestrado em Letras. UEMS/Campo Grande, ISSN: 2178 -1486. Volume 5. Número 15. Maio 2015, *en ligne,* www.sociodialeto.com.br.

NASCENTES Antenor, *Fórmulas de tratamento no Brasil nos séculos XIX e XX*. In : « Revista Portuguesa de Filologia »*.* Coimbra : Casa do Castelo, 1950, v. III, t. I e II, 21 p.

NEGRÃO João José de Oliveira. *O governo FHC e o neoliberalismo*, *en ligne*. Disponible sur : http://www4.pucsp.br/neils/downloads/v1_artigo_negrao.pdf.

NEL Nöel, *Éléments d'analyse du débat télévisé*, *en ligne*: https://edc.revues.org/2856.

OLIVEIRA Carlos; TURGEON Mathieu, *Ideologia e comportamento político no eleitorado brasileiro*. In : « Opinião Pública », Campinas, vol. 21, nº 3, dezembro, 2015, p. 575. Disponible sur : http://www.scielo.br/pdf/op/v21n3/1807-0191-op-21-3-0574.pdf. Consulté le...

OSWALD Andrade de, *Movimento antropófago e Movimento da poesia pau-brasilen*, en ligne. Disponible sur : http://www.ufrgs.br/cdrom/oandrade/oandrade.pdf

PEREIRA Frederico Batista, *Sofisticação política e opinião pública no Brasil: revisitando hipóteses clássicas*. Dilsponible sur : ttp://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762013000200003. Consulté le 15 février 2016.

RUBIM, Antônio Albino Canelas (Org.). *Eleições Presidenciais em 2002 no Brasil: Ensaios sobre Mídia, Cultura e Política* [« Elections présidentielles de 2002 au Brésil : Essais sur les Médias, Culture et Politique »]. São Paulo. Hacker Editores, 2004, c*ité dans* MACHADO Maria Berenice da Costa, « Débats lors des campagnes présidentielles: Brésil 1989-2010 ». *En ligne*, 2001, disponible sur : < file:///C:/Users/Samsung/Downloads/Debates%20nas%20campanhas%20presidenciais%20Brasil%201989-2010%20(6).pdf >, p. 7. Consulté le 23 août 2019.

RODRIGUES Carlos Henrique Lopes. *Apontamentos do neoliberalismo brasileiro no governo Fernando Henrique Cardoso*, *en ligne*. disponible sur : file:///D:/Users/Janice/Downloads/apontamentos%20do%20neoliberalismo%20brasileiro%20no%20governo%20fernando%20henrique%20cardoso.pdf

SANTOS Suzy dos et CAPPARELLI Sérgio, *Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um velho conceito.* In : BRITTOS Valério Cruz et BOLAÑO César Ricardo Siqueira (Org.). « Rede Globo : 40 anos de poder e hegemonia ». 1ª ed. São Paulo : Paulus, 2005, v.1, p. 77-101.

SCHERER-WARREN Ilse, *Manifestations dans les rues au Brésil en 2013 : convergences et divergences dans la politique*. Disponible sur : http://www.scielo.br/pdf/ccrh/v27n71/a12v27n71.pdf. Consulté le 22 août 2019.

BY-NC-ND

SCHIAVONI Jaqueline Esther, Vinheta televisiva *:* usos e funções. In: « Significação. Revista de Cultura Audiovisual », nº35, p. 91-106, 2011. Disponible sur : http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/68162. Consulté le 08 septembre 2019.

SIGNORI Mônica Baltazar Diniz, *A imagem no sicretismo cinematográfico*. *En ligne,* disponible sur : http://www.jornadaadci.ufscar.br/pdfs/ebook/2.pdf.

SOUZA Nelson Rogério de ; VEIGA Luciana Fernandes ; SANTOS Sandra Avi dos, *Debate eleitoral na campanha presidencial de 2006 no Brasil*, 2008. Disponible sur : http://www.brasa.org/wordpress/Documents/BRASA_IX/Nelson-Rosario-de-Souza.pdf. Consulte le 27 novembre 2016.
SOUZA Marcelo Medeiros Coelho de, IBGE. *O analfabetismo no brasil sob enfoque demográfico, Cadernos de Pesquisa, nº 107, julho/1999, p. 172, en ligne.* Disponible sur *: http://www.scielo.br/pdf/cp/n107/n107a07.pdf*

VASCONCELOS José Leite de (Direction), *Arquivos de estudos filológicos e etnológicos relativos à Portugal*. « Revista Lusitana » Lisboa: Livraria Clássica Editora. Vol. 25,1925.

VELOSO Fernando A. ; VILLELA André ; GIAMBIAGI Fabio, *Determinantes do* « *Milagre* » *Econômico Brasileiro (1968-1973) : Uma Análise Empírica* . Disponible sur : http://www.scielo.br/pdf/rbe/v62n2/06.pdf. Consulté le ...

VEIGA, Luciana Fernandes; SOUZA, Nelson Rosário de; SANTOS, Sandra Avi dos. *Debate presidencial : as estratégias de Lula e Alckmin no canal de televisão Bandeirantes*. Disponible sur : https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/viewFile/1690/1434. Consulté le : 12 octobre 2019.

ZANONI Daniela Benato, WAMBIER Luiz Rodrigues, *Aspectos conjunturais da política brasileira : a relação entre eleitores e candidatos.* Publ. UEPG Ci. Hum., Ci. Soc. Apl., Ling., Letras e Artes, Ponta Grossa, 13 (1) 63-73, jun. 2005, *en ligne*. Disponible sur : http://www.revistas2.uepg.br/index.php/humanas/article/view/536/537

3. Chapitre de livre

ARNHEIN Rudolf, *Prospectives pour la télévision*, *Le Cinéma est un art*, Paris, L'Arche, [1935] 1989. I*n* : JOST François. « Introduction à l'analyse de la télévision ». Paris : Ellipses, 2004, 174 p.

CROGUENNEC Soizic, Le temps des « métissages » : Circulations, contacts, échanges et hybridations des sociétés, pp. 141-170. In: HANOTIN, Guillaume (dir.). *La péninsule Ibérique et le mond : des années 1470 aux années 1640*. Paris : Sedes\Cned, 2013.

DOLZ Joaquim et SCHNEUWLY Bernard, *Pour un enseignement de l'oral. Initiation aux genres formels à l'école.* Paris : ESF Editeur, 1998. p. 27-46.

FILHO Laurindo Lalo Leal, *A TV pública*. In: BUCCI, Eugênio. « A TV aos 50 anos. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário ». São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000, 201 p.

FLOCH Jean-Marie, *Introduction. Quelques concepts fondamentaux en sémiotique générale*. In: HÉNAULT Anne, « Questions de sémiotique ». Paris : Puf, 2002, 758 p.

BY-NC-ND

GREIMAS Algirda Julien et LANDOWSKI Eric, *Pragmatique et semiotique*. In : « Actes semiotiques documents », V, 50. Paris : Groupe de Recherches Semio–linguistiques (EHESS) - Institut National de la Langue Francaise, 1983.

LANDOWSKI Eric, Unità del senso, pluralità di regime. In G. Marrone (dir.). *Narrazione ed esperienza*, Rome : Meltemi, 2007.

LANDOWSKI Eric, *Continuite et discontinuite : vivre sa generation*. In : « La societe reflechie ». Paris : Seuil (la couleur des idees), 1989, p. 57-73.

LOPES Célia Regina dos Santos (2002), De *gente* para *a gente*: o século XIX como fase de transição. In : ALKMIM, Tânia Maria (Org.). « Para a História do Português Brasileiro – Novos Estudos »**.** São Paulo, Humanitas /FLP/USP, pp. 25-46.

WEBER Maria Helena ; ABREU Carmen Regina, *Debate político-eleitoral na televisão : jogo de cena e dispositivo estratégico*. In : MIGUEL Luis Filipe ; BIROLI Flávia (Org.), « Mídia, representação e democracia ». São Paulo : Hucitec, 2010, pp. 162 -194.

PRIOLLI Gabriel, *Antenas da brasilidade*. In : BUCCI Eugênio (org.), « A TV aos 50 anos. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário ». São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000, 201 p.

4. Dictionnaire

FURGLER Neuza Bravo Mendes ; FERREIRA Izacyl Guimarães, *Dicionário brasileiro de mídia*. Editoração Eletrônica: Conexão Brasil Computação Gráfica, e*n ligne*. Disponíble sur : http://negocios8.redeglobo.com.br/PDF/MidaKit/Dicionario%20de%20Midia.PDF.

GREIMAS Algirdas Julien ; COURTÉS Joseph*, Sémiotique dictionnaire raisoné de la théorie du langage II. Compléments, débats, propositions*. Paris : Hachette, 1986, 270 p.

GREIMAS A. J. ; COURTÉS J., *Dicionário de Semiótica*. São Paulo : Contexto, 2008, 543 p.

HOUAISS Antônio ; VILLAR Mauro de Salles, *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro : Objetiva, 2009, 1.986 p.

HOUAISS Antônio ; VILLAR Mauro de Salles, *Dicionário Houaiss Eletrônico da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva Ltda, 2009.

ROBERT Paul, *Le Petit Robert : Dictionnaire Alphabétique et Analogique de la Langue Française*. Paris : Le Robert, 2015, 2.837 p.

5. Documentaire

Brasil, uma história inconveniente. Time Watch, BBC, *en ligne* : https://www.youtube.com/watch?v=t821sT4AoUY.

6. Page web

A Era Vargas : dos anos 20 a 1945. Disponible sur : https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/anos37-45/EducacaoCulturaPropaganda/HoraDoBrasil

BY-NC-ND

Após três eleições, Lula chega à Presidência da República. Disponible sur : http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u41521.shtml. Consulté le 22 mai 2016.

A Rede Tupi (1950 – 1980 São Paulo). Disponible sur : http://www.tvsdorj.com/2010/11/canal-6-vhf.html

Astronaut Chris Hadfield Debunks Space Myths - WIRED. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=t6rHHnABoT8&t=214s. Consulté le 14 février 2019.

Atos Institucionais, Portal da Legislação. Disponible sur : http://www4.planalto.gov.br/legislacao/portal-legis/legislacao-historica/atos-institucionais.

Ausente, Lula é alvo de críticas em debate. Disponible sur : https://eleicoes.uol.com.br/2006/campanha/ultnot/2006/09/29/ult3750u1079.jhtm. Consulté le 27 juin 2016.

Constituição da República Federativa do Brasil. Título VIII – da Ordem Social. Capítulo V – da Comunicação Social. Disponible sur : http://www.stf.jus.br/portal/constituicao/artigobd.asp?item=%201976. Consulté le 24 september 2018.

Débat présidentiel 1994. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=7hSts8TK7Ls, 00'15''. Consulté le 13 mars 2015.

Débat présidentiel 1994, Rede Bandeirantes, segundo turno. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=4gmv36Z3oWI, aux 09'56''. Consulte le...

Debate Band 2014. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=dvKpQLqP5-0. Consulté le 13 avril 2015.

Discours de Assis Chateaubriand, lors de l´inauguration de la TV Tupi. Disponible sur : http://portalimprensa.com.br/tv60anos/anos50_50_09_18_texto.asp. Consulté le...

Decreto nº 20.047, de 27 de Maio de 1931. Disponible sur : http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20047-27-maio-1931-519074-publicacaooriginal-1-pe.html. Consulte le 16 février 2018. Traduction libre.

Decreto nº 21.111, de 1º de Março de 1932. Disponible sur : http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21111-1-marco-1932-498282-publicacaooriginal-81840-pe.html. Consulte le 16 février 2018.

Elections de 1989, débat sur la Band, à 00'26''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=zlk8x9QguR8. Consulté le 06 janvier 2015.

Elections 1989, second débat du second tour. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=spCjXKniQ-8, 00'06''. Consulté le 06 janvier 2015.

Élections 1989, premier débat du second tour, 00'04''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=DPJf0QJwARc. Consulté le...

Eleições presidenciais 1998 : Porque não houve debate. Dilponible sur: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/coberturas/eleicoes-presidenciais-1998/eleicoes presidenciais-1998-porque-nao-houve-debate.htm>. Consulté le ...

BY-NC-ND

Eleições 2006. Debate. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=ByUfJYYMeuc. Consulté le...

Eleições 2014. Resultados eleitorais dos presidenciáveis 2014. Disponible sur: https://www.eleicoes2014.com.br/. Consulté le 22 août 2019.

Élections 2014. Débat sur la Globo, 00''08''. Disponible sur : http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html. Consulté le...

Eleições 2014. Resultados Eleições 2014 para Presidente. Disponible sur: https://www.eleicoes2014.com.br/, Consulté le 22 août 2019.

Emenda Constitucional nº 36, de 2002. Disponible sur : http://www2.camara.leg.br/legin/fed/emecon/2002/emendaconstitucional-36-28-maio-2002-458512-exposicaodemotivos-149240-pl.html. Consulté le 24 octobre 2018.

Há 33 anos entrava no ar a Rede Manchete. disponible sur ^ http://tvhistoria.com.br/especiais/manchete/

IBGE – População do Brasil. Disponible sur : https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/

IBGE, Direction des géosciences, Coordination de la cartographie. Disponible sur : www.ibge.gov.br

IBGE – Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal,. Disponible sur : https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/617a4c9e499e4a828fe781592e62c864.pdf

Insee 2016. Disponible sur : file:///D:/Users/Janice/Downloads/FPORSOC17L6_F2.6.pdf. Consulté le 04 janvier 2018.

Instruções sobre propaganda (eleições de 3 de outubro de 1994). Disponible sur : http://www.tse.jus.br/legislacao-tse/res/1994/RES142341994.htm

Jornal Nacional. L'image capture d'écran de la page de la programmation de TV Globo. Disponible sur : http://redeglobo.globo.com/programacao.html#20180324691438. Consulté le 24 mars 2018.

La Philosophie de l'Image. Disponible sur *:* http://lawrencealbert.free.fr/sonblog/Dagognet.pdf

Le statu de l'image dans la pensée augustinienne. Disponible sur : https://www.cairn.info/revue-archives-de-philosophie-2009-2-page-249.htm

Le concept d'image. Disponible sur : https://www.canalu.tv/video/universite_de_tous_les_savoirs/le_concept_d_image.1397.

Lei nº 10.610, du 20 décembre 2002. Disponible sur : http://www.direitobrasil.adv.br/arquivospdf/legiscomp/leis/10610.pdf. Consulté le 22 octobre 2018.

L'Image. Disponible sur : http://www.philopsis.fr/spip.php?rubrique14.

BY-NC-ND

Lula é alvo de rivais por ausência e corrupção. Disponible sur : http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2909200613.htm. Consulté le...

Media Ownership Monitor. Disponible sur *:* http://brazil.mom-rsf.org/br/proprietarios/empresas/detail/company/company/show/grupo-globo/

Media Ownership Monitor. Disponible sur *:* http://brazil.mom-rsf.org/br/proprietarios/empresas/detail/company/company/show/grupo-bandeirantes/

Museum of the Moving Image. Disponible sur : www.ammi.org. Consulté le 4 février 2015.

Partidos políticos brasileiros Programas e diretrizes doutrinárias. Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2014, p. 389. Dilponible sur : https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/508139/001003807.pdf?sequence=1. Consulté le 26 juillet 2017.

Partidos políticos registrados no TSE. Disponible sur : http://www.tse.jus.br/partidos/partidos-politicos/registrados-no-tse. Consulté le 26 juillet 2017.

Population recensée – Région Métropolitaine de São Paulo e Municípios. Disponible sur : http://infocidade.prefeitura.sp.gov.br/htmls/7_populacao_recenseada_1950_10552.html. Consulté le 7 novembre 2017.

Por dentro do Projac. Disponíble sur: http://especiaiss3.gshow.globo.com/gshow/mapa/. Consulté le 5 mai 2019.

Portal Memórias da Ditadura. Disponible sur : http://memoriasdaditadura.org.br/?gclid=EAIaIQobChMIwOuy8u301QIVwoGRCh1jkQ5mEAAYASAAEgJk5fD_BwE

Propos de la médiateure Marília Gabriela, lors de l´ouverture du débat du premier tour de l´élection de 1989, retransmis par Bandeirantes. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=zlk8x9QguR8. Accès le 07 septembre 2019.

Propos du médiateur William Bonner à la clôture du débat du second tour des élections de 2010, retransmis par Globo. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=5POvdbCFZ2k&list=PLC828DF11CDAB5AAF&index=7. Consulté le 7 septembre 2019.

Propos du médiateur William Bonner lors du débat des élections de 2010, transmis par la Globo. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=AaWKq3soh28&list=PLC828DF11CDAB5AAF&index=2. Consulté le: 7 septembre 2019.

Propos du médiateur Ricardo Boechat lors du débat des élections de 2014, transmis par la chaîne Bandeirantes, à 13'17''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=LFyMozFlyx4. Consulté le: 8 septembre 2019.

Relação dos candidatos à Presidência da República - Eleições 1994. Disponible sur : http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-anteriores/eleicoes-1994/relacao-do-candidatos-a-presidencia-da-republica-eleicoes-1994.

Resolução Nº 23.404. Disponible sur : http://www.tse.jus.br/eleitor-e-eleicoes/eleicoes/eleicoes-anteriores/eleicoes-2014/normas-e-decisoes/normas-e-documentacoes/resolucao-no-23.404. Consulté le 26 avril 2017.

BY-NC-ND

Resposta de Fernando Collor de Mello ao repórter de UOL Notícias, Haroldo Sereza. Disponible sur : https://tvuol.uol.com.br/video/eleicoes-1989-veja-a-integra-da-entrevista-de-collor-ao-uol-0402356EDCB17366, à 41’03’’. Consulté le : 02 novembre 2019.

Recensement – Le Brésil a presque 900 000 Indiens de 305 ethnies et 274 dialectes. Disponible sur : http://www.brasil.gov.br/governo/2012/08/brasil-tem-quase-900-mil-indios-de-305-etnias-e-274-idiomas. Consulté le 11 avril 2017.

Seminário : A mídia em debate. Porto Alegre, 03/11/2011, Escola Superior da Magistratura. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=_9AdIFeKeHE. Consulté le 27 octobre 2018.

Site mostra ao público os bastidores do Projac. Disponible sur : https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/site-mostra-ao-publico-os-bastidores-do-projac-onde-são produzidas-as-novelas-da-globo-6831143. Consulté le 5 mai 2019.

Subdirecção da Casa Civil da Presidência da República para os Assuntos Jurídicos, Emenda Constitucional Nº 16, de 04 de junho de 1997. Disponible sur : http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc16.htm. Consulté le...

Trilha sonora do debate da Band ganha versão orquestrada. Disponible sur : https://tvuol.uol.com.br/video/trilha-sonora-do-debate-da-band-ganha-versao-orquestrada-04024C193762D8813326

O Programa Mais Médicos. Disponible sur : http://maismedicos.gov.br/conheca-programa. Consulté le 22 août 2019.

7. Débat

Bandeirantes 1898. L’image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, à 02’36’’08’’’. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=zlk8x9QguR8

Bandeirantes 1989. L’image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, à 01’52’’52’’’. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=zlk8x9QguR8

Bandeirantes 1989. L’image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, à 01’52’’54’’’. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=zlk8x9QguR8

Bandeirantes 1989. L’image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, à 01’52’’57’’’. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=zlk8x9QguR8

Bandeirantes 1989. L’image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, à 01’53’’03’’’. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=zlk8x9QguR8

Bandeirantes 1989. L’ image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00’02’. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=KiITuTqRouY

Bandeirantes 1989. L’ image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01’49’’. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=iP-_kAaniKY

Coalision (I). L’image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01’32’’. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=iP-_kAaniKY

BY-NC-ND

Coalition (I). L'image capturée de la vidéo du débat présidentielen direct, en 01'26''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=iP-_kAaniKY

Coalision (II). L'image capturée de la vidéo du débat présidentielen direct, en 00'03''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=MZ8B76JE-zI

Coalision (II). L'image capturée de la vidéo du débat présidentielen direct, en 33'41''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=MZ8B76JE-zI

Coalision (II). L'image capturée de la vidéo du débat présidentielen direct, en 33'39''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=MZ8B76JE-zI

Bandeirantes 1994. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 11'56''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=7hSts8TK7Ls

Bandeirantes 1994. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel, *en direct*, en 00'00''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=7hSts8TK7Ls

Bandeirantes 1994. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 0'06''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=7hSts8TK7Ls

Bandeirantes 2002. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'02''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=kQ1XEGXCLUI

Bandeirantes 2002. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'04''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=kQ1XEGXCLUI

Bandeirantes 2002. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'09''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=kQ1XEGXCLUI

Bandeirantes 2002. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'11''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=kQ1XEGXCLUI

Bandeirantes 2002. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'23''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=kQ1XEGXCLUI

Bandeirantes 2002. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'53''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=kQ1XEGXCLUI

Globo 2002. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'02''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=FO8LDVP9ncE

Globo 2002. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 0'04''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=FO8LDVP9ncE

Globo 2002. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'06''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=FO8LDVP9ncE

Globo 2002. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'16'. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=FO8LDVP9ncE

Globo 2002. L'image capturée de la vidéo du débat présidentielen direct entre Lula et Serra, en 00'55''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=ffw_6OqCxB8

BY-NC-ND

Globo 2002. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct entre Lula et Serra, en 00'58''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=ffw_6OqCxB8

Globo 2002. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct entre Lula et Serra, en 00'01''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=ffw_6OqCxB8

Globo 2002. L'image capturée de la vidéo du débat présidentielen direct entre Lula et Serra, en 01'55''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=3VGSDgo6F6M

Globo 2002. L'image capturée de la vidéo du débat présidentielen direct entre Lula et Serra, en 02'11''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=3VGSDgo6F6M

Bandeirantes 2006. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'21''. Disponible sur : *https://www.youtube.com/watch?v=ByUfJYYMeuc*

Bandeitantes 2006. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'23''. Disponible sur : *https://www.youtube.com/watch?v=ByUfJYYMeuc*

Bandeirantes 2006. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'28''. Disponible sur : *https://www.youtube.com/watch?v=ByUfJYYMeuc*

Bandeirantes 2006. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'23''. Disponible sur : *https://www.youtube.com/watch?v=ByUfJYYMeuc*

Bandeirantes 2006. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'43''. Disponible sur : *https://www.youtube.com/watch?v=ByUfJYYMeuc*

Bandeirantes 2006. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'23''. Disponible sur : *https://www.youtube.com/watch?v=2P7FtdL-trY&list=PLbdi7VShIWel5CEedPoo7S6W0a439tybd&index=2*

Globo 2006. Jorge Araújo / Folha imagem (2006)

Globo 2006. L'image capturée de la vidéo du débat entre Lula et Alckimin, en 00'00''38'''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=N4_5qsL5Hd0

Bandeirantes 2006. L'image capturée de la vidéo du débat entre Lula et Alckimin, en 00'05''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=N4_5qsL5Hd0

Globo 2006. L'image capturée de la vidéo du débat entre Lula et Alckimin, en 00'05''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=Y3nK2UQXaik

Globo 2006. L'image capturée de la vidéo du débat entre Lula et Alckimin, en 00'07''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=Y3nK2UQXaik

Globo 2006. L'image capturée de la vidéo du débat entre Lula et Alckimin, en 00'10''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=Y3nK2UQXaik

Globo 2006. L'image capturée de la vidéo du débat entre Lula et, en 00'22''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=Y3nK2UQXaik

Globo 2006. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct entre Lula et Alckmin, en 00'26''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=Y3nK2UQXaik

BY-NC-ND

Globo 2006. L'image capturée de la vidéo du débat entre Lula et Alckimin, en 54'19''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=Y3nK2UQXaik

Globo 2006. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct entre Lula et Alckmin, en 03'36''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=Y3nK2UQXaik

Bandeirantes 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'08''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=sYumhGhmFYc

Bandeirantes 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'10''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=sYumhGhmFYc

Bandeirantes 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'00''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=d-VaA2CndX8

Bandirantes 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'01''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=d-VaA2CndX8

Bandeirantes 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'08''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=d-VaA2CndX8

Bandeirantes 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 02'47''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=h_6pT6__p7I

Globo 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'22''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

Globo 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'25''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

Globo 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'27''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

Globo 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'29''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

Globo 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'32''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

Globo 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'36''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

Globo 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'43''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

Globo 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'03'33'''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

Globo 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'39''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=RcSMHZLfTxU

Bandeirantes 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'03''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=wny2VVUTiBQ

BY-NC-ND

Bandeirantes 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'26''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=wny2VVUTiBQ

Bandeirantes 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'23'. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=wny2VVUTiBQ

Globo 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'07''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=qZnPMfumDA0

Globo 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'08''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=qZnPMfumDA0

Globo 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'00''24'''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=qZnPMfumDA0&list= PLC828DF11CDAB5AAF&index=3

Globo 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'14''09'''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=2ACs00R_lT8&list= PLC828DF11CDAB5AAF&index=4

Globo 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'00''24'''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=8N_3NFmp-Rw&list=PLC828DF11CDAB5AAF&index=5

Globo 2010. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'00''28'''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=8N_3NFmp-Rw&list=PLC828DF11CDAB5AAF&index=5

Bandeiranes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 09'27''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=4gmv36Z3oWI

Bandeirantes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 09'30''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=4gmv36Z3oWI

Bandeirantes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 09'30''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=4gmv36Z3oWI

Bandeirantes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en diretc, en 00'05''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=zzEAIr8Cg64

Bandeirantes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en diretc, en 00'10'', Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=zzEAIr8Cg64

Bandeirantes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en diretc, en 00'15''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=zzEAIr8Cg64

Bandirantes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en diretc, en 00'16''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=zzEAIr8Cg64

Bandeirantes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en diretc, en 00'17''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=zzEAIr8Cg64

Bandeirantes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en diretc, en 01'25''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=LFyMozFlyx4

BY-NC-ND

Bandeirantes 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'00''43'''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=zzEAIr8Cg64

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'02''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=KyW4dz3qMK4

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'03''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=KyW4dz3qMK4

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'04''. Disponible sur : http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'04''. Disponible sur : http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'05''. Disponible sur : http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'04''. Disponible sur : http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 03'54''. Disponible sur : http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 1'42''. Disponible sur : http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/debate-presidencial.html

Bandeirantes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 00'07''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

Bandeirantes 2014. L'i'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 00'08''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

Bandeirantes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 00'09''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

Bandeirantes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 00'11''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

Bandeirantes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 00'12''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

Bandeirantes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 00'22''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

Bandeirantes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 01'08''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

Bandeirantes 2014. L'image capturée de la vídeo du débat presidentiel en direct, en 06'14''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=ZT7DN-dbJn8

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'07''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

BY-NC-ND

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'09''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'12''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 03'33''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 03'36''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 03'44''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 00'30''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 03'59'. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

Globo 2014. L'image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 07'55''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

Globo 2014. L'Image capturée de la vidéo du débat présidentiel en direct, en 01'32''. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=9bmDQnpSATc

BY-NC-ND

Table des illustrations

Figure 1 : *Jornal Nacional*.....20
Figure 2 : La carte politique du Brésil (I).....25
Figure 3 : Le conglomérat médiatique de *Grupo Globo*.....48
Figure 4 : Le conglomérat médiatique de *Grupo Bandeirantes*.....49
Figure 5 : La carte politique du Brésil (II).....57
Figure 6 : Le symbole de *TV Tupi*.....65
Figure 7 : Les deux tables en demi-cercle – *Bandeirantes* 1898.....154
Figure 8 : Mouvement de la caméra à gauche de la médiatrice – *Bandeirantes* 1989.....155
Figure 9 : Mouvement de la caméra derrière la médiatrice - *Bandeirantes* 1989.....155
Figure 10 : Mouvement de la caméra à droite de la médiatrice - *Bandeirantes* 1989.....156
Figure 11 : Mouvement de la caméra à gauche des candidats - *Bandeirantes* 1989.....156
Figure 12 : L'image panoramique du studio - *Bandeirantes* 1989.....157
Figure 13 : Le générique : Lula x Collor – Segundo turno / *Bandeirantes* 1989.....160
Figure 14 : Lula et Collor se serrant la main au début du débat – Coalision (I).....161
Figure 15 : Lula, Marília Gabriela et Collor - Coalition (I).....161
Figure 16 : Le générique : Collor x Lula - Coalision (II).....164
Figure 17 : L'image panoramique du studio - Coalision (II).....165
Figure 18 : Collor, Boris Casoy et Lula - Coalision (II).....166
Figure 19 : Le générique : titre du débat - *Bandeirantes* 1994.....170
Figure 20 : L'image panoramique du studio blanc - *Bandeirantes* 1994.....171
Figure 21 : Le public et les candidats - *Bandeirantes* 1994.....171
Figure 22 : Le générique: l'urne électronique et le graphique - *Bandeirantes* 2002.....181
Figure 23 : Le générique : le drapeau - *Bandeirantes* 2002.....182
Figure 24 : Le générique : le titre du débat - *Bandeirantes* 2002.....182
Figure 25 : Vision panoramique : les candidats, la médiatrice, les journalistes et le public - *Bandeirantes* 2002.....184
Figure 26 : Vision panoramique : les candidats et la médiatrice - *Bandeirantes* 2002.....185
Figure 27 : L'organigramme : Lula, Garotinho, Serra et Ciro - *Bandeirantes* 2002.....187
Figure 28 : Le générique : les numéros d'année vides - *Globo* 2002.....188
Figure 29 : Le générique : les numéros d'année remplis - *Globo* 2002.....188
Figure 30 : Les pupitres : les quatre candidats sur scène - *Globo* 2002.....189
Figure 31 : Les quatre candidats et le médiateur sur scène - *Globo* 2002.....190

BY-NC-ND

Figure 32 : La caméra derrière les deux électeurs dans le public - *Globo* 2002 193
Figure 33 : La caméra, les deux électeurs, le candidat et le médiateur - *Globo* 2002 193
Figure 34 : Le candidat sur scène et le méduateur - *Globo* 2002.....194
Figure 35 : Lula et Serra sur scène - *Globo* 2002 194
Figure 36 : Lula sur le dos, à côté de la chaise bleue et de la chaire - *Globo* 2002.....195
Figure 37 : Le générique : la main qui touche l'écran bleu - *Bandeirantes* 2006 199
Figure 38 : Le générique : la carte du Brésil et les points avec les capitales - *Bandeitantes* 2006 199
Figure *39* : Le générique : le titre du débat - *Bandeirantes* 2006 200
Figure 40 : Le studio avec la lumière éteinte - *Bandeirantes* 2006.....201
Figure 41 : Les candidats, le médiateur et la chaise vide - *Bandeirantes* 2006.....202
Figure 42 : L'organigramme bleu - *Bandeirantes* 2006 203
Figure 43 : La chaise vide de Lula - *Globo* 2006.....205
Figure 44 : Alckmin et Lula - *Globo* 2006.....207
Figure 45 : Lula, le médiateur et Alckmin - *Bandeirantes* 2006.....208
Figure 46 : Le générique : le titre du débat - *Globo* 2006.....209
Figure 47 : Entrée de la caméra sur le côté droit du studio - *Globo* 2006 210
Figure 48 : Studio vue du haut, entrée des candidats - *Globo* 2006.....211
Figure 49 : Le studio : la scène et le public - *Globo* 2006 211
Figure 50 : Lula et Alckmin en entrant dans la scène - *Globo* 2006 213
Figure 51 : Lula et Alckmin face à face sur scène - *Globo* 2006 214
Figure 52 : Lula derrière à Alckmin sur scène - *Globo* 2006 215
Figure 53 : Le générique : l'image plongée de la carte du Brésil - *Bandeirantes* 2010.....218
Figure 54 : Le générique : le titre du débat - *Bandeirantes* 2010 218
Figure 55 : Le studio : la scène et le public - *Bandeirantes* 2010.....219
Figure 56 : La performance d'orchestre symphonique à l'écran - *Bandirantes* 2010.....220
Figure 57 : Le médiateur entre les quatre candidats - *Bandeirantes* 2010 220
Figure 58 : L'organigramme bleue - *Bandeirantes* 2010 223
Figure 59 : Le générique : la main bleue qui touche l'écran de l'urne électronique - *Globo* 2010 224
Figure 60 : Le générique : les rayons et les cercles - *Globo* 2010 224
Figure 61 : Le générique : les rayons et la carte du Brésil - *Globo* 2010.....225
Figure 62 : Le générique : le titre du débat - *Globo* 2010.....225
Figure 63 : La caméra entre dans le studio à gauche - Globo 2010.....226
Figure 64 : Les candidats et le médiateur : vue panoramique du studio – *Globo* 2010 227

BY-NC-ND

Figure 65 : Les quatre candidats vus de l'avant - *Globo* 2010 227
Figure 66 : Le tirage au sort - *Globo* 2010 228
Figure 67 : L'organigramme coloré - *Globo* 2010.....229
Figure 68 : Les deux candidats, le médiateur et l'orchestre symphonique – *Bandeirantes* 2010 231
Figure 69 : Le médiateur et le public vus de l'avant - *Bandeirantes* 2010 232
Figure 70 : Les deux candidats vus de l'avant - *Bandeirantes* 2010 232
Figure 71 : Vue panoramique de la scène dans la pénombre – *Globo* 2010.....235
Figure 72 : Vue panoramique de la scène - *Globo* 2010.....235
Figure 73 : L'électeur et le candidat - *Globo* 2010 236
Figure 74 : Dilma Rousseff en marchant sur la scène - *Globo* 2010 236
Figure 75 : Dilma Rousseff regarde l'écran - *Globo* 2010 237
Figure 76 : Le tirage au sort dans l'écran - *Globo* 2010 238
Figure 77 : Le générique : les formes géographiques - *Bandeiranes* 2014 241
Figure 78 : Le générique : la carte du Brésil vue du Sud - *Bandeirantes* 2014.....241
Figure 79 : Le générique : le titre du débat - *Bandeirantes* 2014 242
Figure 80 : Le public dans le studio dans la pénombre - *Bandeirantes* 2014 242
Figure 81 : Le public et les candidats dans la pénombre - *Bandeirantes* 2014 243
Figure 82 : La scène dans la pénombre - *Bandeirantes* 2014.....243
Figure 83 : Les sept candidats et le médiateur dans la pénombre - *Bandirantes* 2014 244
Figure 84 : Les sept candidats et le médiateur - *Bandeirantes* 2014.....244
Figure 85 : Marina Silva et Dilma Rousseff - *Bandeirantes* 2014.....245
Figure 86 : L'organigramme - *Bandeirantes* 2014.....246
Figure 87 : Le générique : les cables - *Globo* 2014 248
Figure 88 : Le générique: les chiffres et les États - *Globo* 2014.....248
Figure 89 : Le générique : le titre du débat - *Globo* 2014.....249
Figure 90 : La caméra : vue latérale du public - *Globo* 2014.....249
Figure 91 : La caméra : mouvement sur le public - *Globo* 2014.....250
Figure 92 : La caméra : veu des sept candidats d'en haut - *Globo* 2014 250
Figure 93 : La candidate Luciana Genro - *Globo* 2014 252
Figure 94 : L'organigramme gris - *Globo* 2014.....253
Figure 95 : Le public dans la pénombre - *Bandeirantes* 2014.....254
Figure 96 : La caméra : le mouvement en direction de la scèna - *Bandeirantes* 2014 255
Figure 97 : La caméra : le mouvement en direction de la scène - *Bandeirantes* 2014 255

BY-NC-ND

Figure 98 : Le public et la scène dans la pénombre - *Bandeirantes* 2014.....256
Figure 99 : Les deux candidats dans la scène dans la pénombre - *Bandeirantes* 2014.....256
Figure 100 : Dilma Rousseff et Aécio Neves - *Bandeirantes* 2014.....257
Figure 101 : Les deux candidats et le médiateur - *Bandeirantes* 2014.....258
Figure 102 : L'organigramme bleu et blanc - *Bandeirantes* 2014.....259
Figure 103 : Le public - *Globo* 2014.....260
Figure 104 : Le public en pénombre - *Globo* 2014.....261
Figure 105 : Le public et le médiateur - *Globo* 2014 261
Figure 106 : Dilma Rousseff et Aécio Neves entrent en scène - *Globo* 2014.....262
Figure 107 : Dilma Rousseff et Aécio Neves côte à côte - *Globo* 2014.....263
Figure 108 : Dilma Rousseff et Aécio Neves se saluent - *Globo* 2014 263
Figure 109 : Les électeurs indécis - *Globo* 2014.....264
Figure 110 : Les candidats assis - *Globo* 2014.....265
Figure 111 : Dilma Rousseff et Aécio Neves face à face - *Globo* 2014.....265
Figure 112 : L'organigramme en trois couleurs - *Globo* 2014 267

BY-NC-ND

Table des tableaux

Tableau 1 : Alphabétisation de la population de 15 ans ou plus - Brésil 1900/1991 28

Tableau 2 : Domiciles brésiliens (%) avec la Radio et la Télévision 32

Tableau 3 : Pourcentage de ménages privés permanents avec télévision, pour la modalité d'accés à la télévision, selon les classes de revenu (2015) 32

Tableau 4 : Pourcentage de ménagens avec télévision, selon les modalités d'accés selon la situation du domicilie – Brésil (2015) 33

Tableau 5 : Les dimensions sémiotiques 77

Tableau 6 : Catégorie plastique du Plan de l'Expression. Générique – élections 1989, coalition (I) 309

Tableau 7 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Générique – élections 1989, coalition (II) 310

Tableau 8 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Générique – élections 1994, Bandeirantes 311

Tableau 9 : Catégorie plastique du Plan de l'Expression. Générique – élections 2002, Bandeirantes 312

Tableau 10 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Générique – élections 2002, Bandeirantes 314

Tableau 11 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Générique – élections 2010, Bandeirantes 315

Tableau 12 : Catégorie plastique du Plan de l'Expression. Générique – élections 2014, Bandeirantes 315

Tableau 13 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Générique – élections 2002 et 2006, *Globo* 316

Tableau 14 : Catégorie plastique du Plan de l'Expression. Générique – élections 2010, *Globo* 317

Tableau 15 : Catégorie plastique du Plan de l'Expression. Générique – élections 2014, *Globo* 317

Tableau 16 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression des génériques 318

Tableau 17 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression des génériques 318

Tableau 18 : relations entre les catégories du Plan de l'Expression de la caméra et lescatégories de l'Expression plastique 325

Tableau 19 : Catégories plastiques du Plan de l'expression des caméras 326

Tableau 20 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Décor – élections 1989, Bandeirantes 329

Tableau 21 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Décor – élections 1989, Coalition (I) et (II) 331

BY-NC-ND

Tableau 22 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Décor – élections 1994, Bandeirantes 332

Tableau 23 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Décor – élections 2002 et 2006, Bandeirantes 334

Tableau 24 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Décor – élections 2010 et 2014, Bandeirantes 335

Tableau 25 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Décor – Premier tour, élections 2002, 2006, 2010 et 2014, Globo 337

Tableau 26 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression. Décor – Deuxième tour, élections 2002, 2006, 2010 et 2014, Globo 338

Tableau 27 : Catégories plastiques du Plan de l'Expression des décors 338

Tableau 28 : Catégories plastiques du Plan de l'expression des décors 339

Tableau 29 : Relation entre les catégories du Plan de l'expression linguistique, relatif aux règles, et les catégories du Plan de l'expression plastique 343

Tableau 30 : Catégories plastiques du plan de l'expression du débat 350

BY-NC-ND

BY-NC-ND

Table des sigles

Les partis politiques

ARENA (Aliança Renovadora Nacional) – Alliance Rénovatrice Nationale

MDB (Movimento Democrático Brasileiro) – Mouvement Démocratique Brésilien

PCB (Partido Comunista Brasileiro) – Parti Communiste Brésilien

PCdoB (Partido Comunista do Brasil) – Parti Comuniste du Brésil

PCD (Partido Consciência Democrática) – Parti Conscience Démocratique

PCO (Partido da Causa Operário) – Parti da la Cause Ouvrier

PDS (Partido Democrático Social) – Parti Démocratique Social

PDT (Partido Democrático Trabalhista) – Parti Démocratique Travailliste

PFL (Partido da Frente Liberal) – Parti du Front Libéral

PGT (Partido Geral dos Trabalhadores) – Parti Général des Travailleurs

PL (Partido Liberal) – Parti Libéral

PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro) – Parti du Mouvement Démocratique Brésilien

PMN (Partido da Mobilização Nacional) – Parti de la Mobilisation Nationale

PP (Paritido Popular) – Parti Populaire

PPS (Partido Popular Socialista) – Parti Populaire Socialiste

PPR (Partido Progressista Reformador) – Parti Progressive Réformateur

PRN (Partido da Reconstrução Nacional) – Parti de la Reconstruction Nationale

PRONA (Partido de Reedificação da Ordem Nacional) – Parti de la Réédification de l'Ordre National

PROS (Partido Republicano da Ordem Social) – Parti Républicain de l'Ordre Social

PRTB (Partido Renovador Trabalhista Brasileiro) – Parti Rénovateur Travailliste Brésilien

PSB (Partido Socialista Brasileiro) – Parti Socialiste Brésilien

PSC (Partido Social Cristão) – Parti Social Chrétien

PSD (Partido Social Democrático) – Parti Social Démocratique

PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira) – Parti de la Social Démocratie Brésilienne

PSDC (Partido Social Democrata Cristão) – Parti Social Démocrate Chrétien

PSL (Partido Social Liberal) – Parti Social Libéral

PSOL (Partido Socialismo e Liberdade) – Parti Socialisme et de la Liberté

PSP (Partido Social Progressista) – Parti Social Progressiste

PSTU (Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado) – Parti Socialiste des Travailleurs Unifiés

PT (Partido dos Trabalhadores) – Parti des Travailleurs

BY-NC-ND

PTB (Partido Trabalhista Brasileiro) – Parti Travailliste Brésilien
PTC (Partido Trabalhista Cristão) – Parti Travailliste Chrétien
PV (Partido Verde) – Parti Vert
UDN (União Democrática da Nação)

Les États

CE – Ceará
DF – Distrito Federal
MA – Maranhão
MG – Minas Gerais
PB – Paraíba
PE – Pernambuco
RJ – Rio de Janeiro
RN – Rio Grande do Norte

Sigles généraux

Band – Bandeirantes
CCTCI – Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática – Commission Science, Technologie, Communication et Informatique
FHC – Fernando Henrique Cardoso
IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) – Institut Brésilien de Géographie et Statistiques
IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística) – Institut Brésilien d'Opinion et Statistique
INSEE – Institut national de la statistique et des études économiques
LGBT – Lesbien, Gay, Bisexuel et Transgenre
MASP (Museu de Arte de São Paulo) – Musée d'Art de São Paulo
MiniCom (Ministério das Comunicações) – Ministère des Communications
MOM – *Media Ownership Monitor*
MPB (Música popular brasileira) – Musique Populaire Brésilienne
Pnad (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) – Recherche Nationale par Échantillon de Domiciles
RSF – Reporters sans frontières
SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) – Système Brésilien de Télévision
Sesi (Serviço Social da Indústria) – Service Social de l'Industrie
TSE (Tribunal Superior Eleitoral) – Tribunal Suprême Électoral

BY-NC-ND

UOL (Universo Online) – Société brésiliene de contenu, produits et services Internet du conglomérat Grupo Folha

BY-NC-ND

Table des matières

Introduction 8

Chapitre I. La télévision : véhicule de diffusion et contrôle social 15
Partie I – L'historique de la télévision au Brésil et la formation identitaire.....17
I.1. L'inauguration de la télévision au Brésil : un processus technique et technologique ...17
I.1.1. La technologie et l'économie au brésilien : le plan social et le plan individuel.....21
I.1.1.1. L'exdo rural et l'industrialization 25
I.1.1.2. La société: les scolarisés et les non-scolarisés 27
I.1.2. Statistique : la télévision dans le quotidien du brésilien 30
I.1.3. Le contrôle des concessions de la radiodiffusion.....34
I.1.3.1. Des décrets et des concessions – un régime de visibilité et des contrôle sociale 35
I.1.3.2. La Constitution de 1988 – l'institutionnalisation du pouvoir.....38
I.1.3.3. La continuité du pouvoir – le rôle politique 42
I.1.4. Le coronélisme életronique.....43
I.1.4.1. Les sujets de domination: la voix du Brésil et le miracle économique.....46
I.2. Les sujets présentes dans la constrution de la télévision au Brésil : les *ethè,* les figures et les voix.....50
I.2.1. L'*ethos* dans le processus de la construction de l'identité.....51
I.2.2. Le symbole de la TV Tupi : une figure anthropophagique.....62
I.3. Le sujet social: l'absence de diversité culturelle dans la télévision 71
I.3.1. Le régionalisme et le processus d'identité 72
I.3.2. La violence symbolique 74
I.3.3. Le parcours stratégique de la télévision brésilienne.....75
I.3.3.1. L'analyse du point de vue : la source et la cible 78
Partie II – La politique brésilienne 83
I.4. Quelques mots à porpos de l'histoire récente de la politique brésilienne.....83
I.4.1. Les partis politiques.....89
I.4.2. Le discours politique.....91

Chapitre II. Le débat en direct : un dispositif mis en place 94
Partie I – Le dispositif et la situation de communication 94
II.1. Le dispositif.....94
II.2. L'information et la communication 96
II.3. La communication : un processus d'interaction.....99
II.3.1. La double face du débat : un dispositif conversationnel et télévisuel 101
II.4. L'information et l'image : une question technique.....103
II.5. La télévision, la campagne politique et le débat 106
II.5.1. La situation de communication dans le débat 107
Partie II - Le rite et la constitution du débat en direct.....108
II.6. Le débat en direct et leurs aspects constitutifs.....108
II.6.1. Le rite 108
II.6.1.1. Le débat : processus d'ordre et du desórdre 110
II.6.2. Le pouvoir et l'acte de regarder dans la sphère du rite politique 112
II.6.2.1. Le regard de la chaîne 114

BY-NC-ND

II.6.2.1.1. Chaîne – Chaîne 115
II.6.2.1.2. Chaîne – Candidat....119
II.6.2.1.3. Chaîne – Électeur....122
II.6.2.2. Le regard du candidat 123
II.6.2.2.1. Candidat – Chaîne....124
II.6.2.2.2. Candidat – Candidat....126
II.6.2.2.3. Candidat – Électeur 129
II.6.2.3. Le regard de l'électeur 131
II.6.2.3.1. Électeur – Chaîne....132
II.6.2.3.2. Électeur – Candidat 133
II.6.2.3.3. Électeur – Électeur 137
II.7. Le débat en direct en tant que genre....140
II.7.1. Le format du débat 140
II.7.1.1. Le temps 141
II.7.1.2. L'espace....142
II.7.1.3. Les personnages 144
II.7.1.3.1. Les corps....145
II.7.1.4. La caméra....146

Chapitre III. La description du débats présidentiels en direct au Brésil....148
Partie I – Le débat présidentiel en direct de 1989 à 1998 148
III.1. Le débat présidentiel Brésilien 148
III.1.1. La description du débats présidentiels en direct au Brésil....151
III.1.1.1. Les élections de 1989 152
III.1.1.1.1. *Bandeirantes* – premier tour 1989....153
III.1.1.1.1.1. Le générique 153
III.1.1.1.1.2. La caméra....153
III.1.1.1.1.3. Le décor....157
III.1.1.1.1.4. Les règles 158
III.1.1.1.2. Coalition de chaînes (I) – deuxième tour 1989....159
III.1.1.1.2.1. Le générique 160
III.1.1.1.2.2. La caméra....160
III.1.1.1.2.3. Le décor....162
III.1.1.1.2.4. Les régles 162
III.1.1.1.3. *Coalition de chaînes* (II) – deuxième tour 1989....163
III.1.1.1.3.1. Le générique 164
III.1.1.1.3.2. La caméra....165
III.1.1.1.3.3. Le décor....166
III.1.1.1.3.4. Les règles 167
III.1.1.2. Les élections de 1994 168
III.1.1.2.1. *Bandeirantes* – premier tour 1994....169
III.1.1.2.1.1. Le générique 169
III.1.1.2.1.2. La caméra....170
III.1.1.2.1.3. Le décor....173
III.1.1.2.1.4. Les règles 173
III.1.1.2.2. *Bandeirantes* – deuxième tour 1994 174
III.1.1.3. Les élections de 1998 174
Partie II – Le débat présidentiel en direct de 2002 à 2014....176

BY-NC-ND

III.1.1.4. Les élections de 2002 176
III.1.1.4.1. *Bandeirantes* – premier tour 2002....180
III.1.1.4.1.1. Le générique 180
III.1.1.4.1.2. La caméra 183
III.1.1.4.1.3. Le décor 184
III.1.1.4.1.4. Les règles 186
III.1.1.4.2. *Globo* – premier tour 2002 187
III.1.1.4.2.1. Le générique 187
III.1.1.4.2.2. La caméra 189
III.1.1.4.2.3. Le décor 190
III.1.1.4.2.4. Les règles 191
III.1.1.4.3. *Bandeirantes* – deuxième tour 2002 191
III.1.1.4.4. *Globo* – deuxième tour 2002....192
III.1.1.4.4.1. Le générique 192
III.1.1.4.4.2. La caméra 192
III.1.1.4.4.3. Le décor 195
III.1.1.4.4.4. Les règles 196
III.1.1.5. Les élections de 2006 197
III.1.1.5.1. *Bandeirantes* – premier tour 2006....197
III.1.1.5.1.1. Le générique 198
III.1.1.5.1.2. La caméra 200
III.1.1.5.1.3. Le décor 201
III.1.1.5.1.4. Les règles 202
III.1.1.5.2. *Globo* – premier tour 2006 203
III.1.1.5.2.1. Le générique 204
III.1.1.5.2.2. La caméra 205
III.1.1.5.2.3. Le décor 205
III.1.1.5.2.4. Le règles 206
III.1.1.5.3. *Bandeirantes* – deuxième tour 2006 206
III.1.1.5.3.1. Le générique 206
III.1.1.5.3.2. La caméra 206
III.1.1.5.3.3. Le décor 207
III.1.1.5.3.4. Les règles 208
III.1.1.5.4. *Globo* – deuxième tour 2006....209
III.1.1.5.4.1. Le générique 209
III.1.1.5.4.2. La caméra 210
III.1.1.5.4.3. Le décor 214
III.1.1.5.4.4. Les règles 215
III.1.1.6. Les élections de 2010 216
III.1.1.6.1. *Bandeirantes* – premier tour 2010....217
III.1.1.6.1.1. Le générique 218
III.1.1.6.1.2. La caméra 219
III.1.1.6.1.3. Le décor 221
III.1.1.6.1.4. Le règles 221
III.1.1.6.2. *Globo* – premier tour 2010 223
III.1.1.6.2.1. Le générique 223
III.1.1.6.2.2. La caméra 226
III.1.1.6.2.3. Le décor 228

BY-NC-ND

III.1.1.6.2.4. Les règles 228
III.1.1.6.3. *Bandeirantes* – deuxième tour 2010 230
III.1.1.6.3.1. Le générique 230
III.1.1.6.3.2. La caméra 231
III.1.1.6.3.3. Le décor 232
III.1.1.6.3.4. Les règles 233
III.1.1.6.4. *Globo* – deuxième tour 2010 234
III.1.1.6.4.1. Le générique 234
III.1.1.6.4.2. La caméra 234
III.1.1.6.4.3. Le décor 237
III.1.1.6.4.4. Les règles 238
III.1.1.7. Les élections de 2014 239
III.1.1.7.1. *Bandeirantes* – premier tour 2014 240
III.1.1.7.1.1. Le générique 240
III.1.1.7.1.2. La caméra 242
III.1.1.7.1.3. Le décor 245
III.1.1.7.1.4. Les règles 246
III.1.1.7.2. *Globo* – premier tour 2014 247
III.1.1.7.2.1. Le générique 247
III.1.1.7.2.2. La caméra 249
III.1.1.7.2.3. Le décor 251
III.1.1.7.2.4. Les règles 252
III.1.1.7.3. *Bandeirantes* – deuxième tour 2014 253
III.1.1.7.3.1. Le générique 253
III.1.1.7.3.2. La caméra 254
III.1.1.7.3.3. Le décor 258
III.1.1.7.3.4. Les règles 258
III.1.1.7.4. *Globo* – deuxième tour 2014 260
III.1.1.7.4.1. Le générique 260
III.1.1.7.4.2. La caméra 260
III.1.1.7.4.3. Le décor 264
III.1.1.7.4.4. Les règles 266

Chapitre IV. Le débat en direct : un parcours de production du sens 268
Partie I : L'espace comme élément de construction discursive 268
IV.1. Le débat : une instance énonciative 268
IV.1.1. L'espace dans la scène énonciative 271
IV.1.2. Les plans de langage : l'expression et le contenu 273
IV.2. La notion d'espace en tant qu'élément de la signification 275
IV.2.1. Les notions de l'espace 277
IV.2.2. L'espace chez la sémiotique 280
IV.2.2.1. La sócio-sémiotique : les régimes d'espace 281
IV.2.2.2. La sémiotique de l'espace 285
IV.2.2.2.1. L'expression 288
IV.2.2.2.2. Le contenu 294
IV.2.2.2.2.1. Niveau de superficie 295
IV.2.2.2.2.2. Niveau profond 297
IV.2.2.2.2.3. Relation entre expression et contenu 298

BY-NC-ND

IV.3. Sémiotique syncrétique: la présence du semi-symbolisme 299
Parte II – L'analyse du débat présidentiel en direct 301
IV.3.1. Le débat présidentiel direct : un système sémiotique syncrétique 301
IV.3.2. Les analyses du débats 303
IV.3.2.1. Le générique 306
IV.3.2.2. La caméra 319
IV.3.2.3. Le décor 326
IV.3.2.4. Les règles 339

Conclusion 352

Références bibliographiques 359
Table des illustrations 379
Table des tableaux 383
Table des sigles 386
Table des matières 389

BY-NC-ND

Le sens dans le débat présidentiel en direct et ses stratégies manipulatrices dans le contexte brésilien

Cette thèse a pour objectif d´effectuer une étude sur le débat en direct entre les candidats à la présidence du Brésil, de 1989 à 2014. Diffusé pendant la période électorale, le débat est considéré comme l´apogée d'une campagne politique, car il est l'une des dernières ressources utilisées par les candidats avec une large couverture médiatique, diffusé quelques jours avant le jour du scrutin. Pour développer ce travail, nous avons choisi les débats diffusés par deux chaînes de télévision : *Bandeirantes*, car elle diffuse le premier débat des premier et second tours des élections ; et *Globo*, qui retransmet le dernier débat des premier et second tours. Nous proposons de décrire la manière dont le débat présidentiel en direct est organisé afin de mobiliser le citoyen dans ce processus en partant du principe que le choix du candidat est effectué de manière démocratique par l'électeur. Pour procéder à l'analyse, nous utilisons la sémiotique plastique, car elle permet d'étudier les textes syncrétiques, comme l´est le débat. En suivant cette proposition, nous avons sélectionné les thèmes que nous considérons comme faisant partie intégrante de ce genre, à savoir le générique, la caméra, le décor et les règles. Nous avons identifié dans les catégories eidétique, topologique et chromatique que les chaînes construisent des récits qui présentent, dans la segmentation de l'intrigue, des formes, des symboles, des dimensions, des couleurs et des objets qui amènent le téléspectateur à croire que le débat est un programme euphorique, transmis pour l'aider à faire le meilleur choix d'un candidat à la présidence. Les chaînes déclarent dans leurs discours que le débat est un événement démocratique, tout en présentant au cours du débat certains éléments qui contredisent cette affirmation, outre les facteurs externes à ces dispositifs, donc inconnus du public, mais qui opposent la structure organisée pour que le candidat expose ses projets gouvernementaux, aux intérêts politiques et économiques de la chaîne. Étant donné qu´il s'agit d'un genre télévisuel, nous l´avons abordé sous l´angle du processus de développement de la télévision dans le contexte historique du Brésil ainsi que son influence sur la vie quotidienne du Brésilien.

Mots-clés : sens, sémiotique plastique, communication, débat présidentiel en direct, stratégies, manipulation, démocratie, Brésil.

Meaning in the context of Brazilian live presidential debate and its manipulative strategies

This thesis aims to make a study on the live debate among the presidential candidates of Brazil from 1989 to 2014. It is broadcast during the electoral period, the debate is considered the climax of a political campaign, as it is one of the last resources that candidates use with wide media coverage, which is broadcast a few days before voters go to the polls. This work was developed by choosing debates broadcast by two television networks: *Bandeirantes*, because it broadcasts the first debate, of the first and second round of elections; and *Globo*, because it broadcasts the last debate of the first and second rounds. It is proposed a description of the way live the presidential debate is organized in order to mobilize the citizen in this process sustained by the discourse that the choice of candidate is made by the voter

democratically. The analysis was accomplished through plastic semiotics, since it enables the study of syncretic texts, as well as the debate. Following this proposal, we selected the themes that we consider integral parts of this genre, that is, the vignette, the camera, the studio and the rules. It was noticed observing the eidetic, topological and chromatic categories that broadcasters construct narratives that present in the segmentation of the plot forms, symbols, dimensions, colors and objects that lead the spectator to believe that the debate is a euphoric program, transmitted to help him making the best choice for a presidential candidate. The television networks state in their speeches that the debate is a democratic event, nonetheless they present in the course of the debate some elements that contradict the statement, in addition to the factors that are external to these devices, therefore unknown to the public, but which oppose the organized structure in order to permit the presentation of the candidate's government projects, which are of the broadcaster's political and economic interests. For the reason that it is a television genre, the process of television development in the historical context of Brazil was approached, as well as its influence on the Brazilian people quotidian.

Keywords : meaning, plastic semiotics, communication, live presidential debate, strategies, manipulation, democracy, Brazil.

O sentido no debate presidencial ao vivo e suas estratégias manipulativas no contexto brasileiro

A presente tese tem o objetivo de fazer um estudo sobre o debate ao vivo entre os candidatos à presidência do Brasil, no período que compreende o ano de 1989 até 2014. Transmitido durante o período eleitoral, o debate é considerado o clímax de uma campanha política, pois é um dos últimos recursos que os candidatos utilizam com amplo alcance midiático, transmitido alguns dias antes do dia que os eleitores vão às urnas votar. Para desenvolvermos esse trabalho, escolhemos os debates transmitidos por duas emissoras: a Bandeirantes, porque ela transmite o primeiro debate do primeiro e do segundo turno das eleições; e a Globo, porque ela transmite o último debate do primeiro e do segundo turno. Propomos descrever a forma como o debate presidencial ao vivo é organizado com o fim de mobilizar o cidadão nesse processo que se sustenta no discurso de que a escolha do candidato pelo eleitor é feita democraticamente. Para fazermos as análises, utilizamos a semiótica plástica, pois ela possibilita o estudo de textos sincréticos, assim como se apresenta o debate. Seguindo essa proposta, selecionamos os temas que consideramos partes integrantes desse gênero, ou seja, a vinheta, a câmera, o estúdio e as regras. Constatamos pelas categorias eidética, topológica e cromática que as emissoras constroem narrativas que apresentam na segmentação do enredo formas, símbolos, dimensões, cores e objetos que conduzem o telespectador a crer que o debate se trata de um programa eufórico, transmitido para ajudá-lo a fazer a melhor escolha de um candidato à presidência. Elas afirmam em seus discursos que o debate é um evento democrático, porém apresentam no decorrer dos debates alguns elementos que contrariam a afirmativa, além dos fatores que são externos a esses dispositivos, portanto desconhecidos do público, mas que contrapõem a estrutura organizada para que o candidato exponha seus projetos de governo, aos interesses políticos e econômicos da emissora. Por tratar-se de um gênero televisivo fizemos uma abordagem sobre o processo de desenvolvimento da televisão no contexto histórico do Brasil, assim como sua influência no cotidiano do brasileiro.

Palavras-chave : sentido, semiótica plástica, comunicação, debate presidencial ao vivo, estratégias, manipulação, democracia, Brasil.