

Mardi 21 octobre 1997

ARTE, 20H45, «Cette télévision est la vôtre», documentaire de Mariana Otero

La télé que vous détesterez

La SIC (1) est l'un des succès cathodiques européens les plus fulgurants de ces dernières années, une météorite débarquée il y a quatre ans dans le tranquille paysage audiovisuel portugais, où régnait en maître la télévision publique. Grâce à ses méthodes de hussard, cette chaîne privée est rapidement devenue la première du pays. 50% d'audience en moyenne et les états d'âme d'un tiroir caisse: voilà le portrait grossier d'une caricature grossière de télévision commerciale.

A la tête de cette entreprise, Emidio Ranger, directeur des programmes et de l'information, qui a conquis le cœur de la ménagère portugaise de moins de 50 ans en diffusant à tour de bras des *telenovelas*, nouillasseries comparables aux *Feux de l'amour* mais ayant pour particularité d'être fabriquées au Brésil.

Ce sont les coulisses de ce supermarché télévisuel que Mariana Otero nous dévoile dans son documentaire *Cette télévision est la vôtre*. Un travail rendu possible par la nature exhibitionniste de la SIC, qui affiche au grand jour et sans aucune pudeur son ambition: faire du pognon. Régulièrement, la SIC va jusqu'à claiçonner à l'antenne ses résultats d'audience et prouve, chiffres à l'appui, qu'elle relègue loin derrière elle sa principale concurrente, la chaîne publique RTP.

D'ailleurs, dans les locaux de la SIC, les chiffres décident de toutes les orientations, comme l'atteste cette séquence, tournée en période de crise aiguë. Ce jour-là, la chaîne publique RTP vient d'allonger la durée de son journal télévisé et grappille constamment de l'audience en alignant les reportages sur le nord du Portugal. Branle-bas de combat dans le bureau d'Emidio Ranger. «On marquerait des points décisifs, analyse le stratège, si on arrivait à faire tous les jours pendant un mois, en direct de Porto, une sorte d'inventaire: un chantier de je sais pas quoi, demain une histoire de rivière polluée ou un hospice de vieux, ou un quartier quel-



La SIC est devenue en quatre ans la première chaîne portugaise avec 50% d'audience en moyenne.

conque ou bien un sujet sur un restaurant génial et ainsi de suite. Toute la chaîne en profiterait.»

Standardisation. Finalement, la stratégie pour répondre à la RTP est mise au point en deux coups de cuillère à pot, en l'absence notable du rédacteur en chef. «On va faire journal contre journal, telenovela contre telenovela», résume l'audacieux Emidio Ranger, qui décide démocratiquement tout seul de ce qui ressemble plus à du contenant qu'à du contenu.

Et la rédaction de la SIC sera contrainte, sans broncher, d'aligner la durée de son journal télévisé sur celle de la RTP. Une imbécile guerre de tranchées dont le présentateur du JT résume ainsi les vertus: «Lundi soir, c'était le désastre: on a enchaîné six faits divers dégotés en vitesse, avec le même commentaire qu'à midi! Et, pour finir, un sujet sur les lesbiennes, un truc pas regardable.» Tout ça nous rappelle vaguement les journaux de chez nous qui commencent à 12h58 au lieu de 13h00 et où ce petit sujet champêtre à l'apparence si authentique passe bizarrement au même moment sur France 2 et TF1.

L'idée de Mariana Otero est du reste contenue tout entière dans cette comparaison implicite, dans cette volonté de mettre à nu une télé d'ailleurs pour mieux regarder comment la nôtre fonctionne — de la même manière d'ailleurs. Et c'est pas joli-joli, le seul avantage de l'ultralibéralisme en matière télévisuelle étant d'aboutir à une standardisation du produit, ce qui évite de se casser la tête au moment de faire son choix. Ça devient même vomitif quand on vérifie, images à l'appui, ce que l'on supposait déjà: les programmes ne sont que des supports de pubs, des prétextes à faire rentrer de l'argent.

Pour la petite histoire, vie, mort et résurrection d'une émission, joliment intitulée *les Ploucs*. Ce rendez-vous beaufissime vient d'être déprogrammé la veille de sa diffusion pour une vague question de stratégie; mais problème: le service commercial a trouvé

pour la première fois un gogo, industriel de la saucisse, prêt à la sponsoriser. La stratégie est donc modifiée, et les *Ploucs* reprogrammés à la dernière minute.

Comme le capitalisme, la SIC planifie à court terme. Comme lui, elle a un appétit féroce et mène une guerre de l'audience à mort en rêvant de voir disparaître la concurrence. Mais elle a encore quelques petites choses à apprendre pour ressembler complètement à notre télé.

La SIC est une chaîne jeune, avec ce quelque chose d'exhibitionnisme berlusconien qui avait fait les grandes heures de feu la Cinq. Et si elle n'a pas encore compris que l'hypocrisie cathodique avait un fort potentiel en termes de rentabilité, elle est en tout cas sur la bonne voie. Emidio Ranger à ses sbires: «Les gens pensent que nous ne pensons qu'à l'argent; cette image doit être corrigée! On pourrait consacrer un mois à la lutte contre le cancer.» Bientôt, cette télé sera vraiment la nôtre et, au passage, merci à Mariana Otero de nous rappeler cette vérité masquée: nous ne sommes que des vaches à lait. Meuh.

NICOLAS SANTOLARIA

(1) Sociedade independente de comunicacoes, disponible sur le bouquet TPS depuis début octobre.

«Les gens pensent que nous ne pensons qu'à l'argent; cette image doit être corrigée! On pourrait consacrer un mois à la lutte contre le cancer.» Emidio Ranger