



University
of Glasgow

Morris, N. and Schlesinger, P. (2010) *Frontieres culturelles: identite et communication en Amerique Latine*. In: Rasse, P. (ed.) *La Mondialisation de la Communication. Les essentiels d'hermès*. CNRS Editions, Paris, France, pp. 73-91. ISBN 9782271070333

<http://eprints.gla.ac.uk/39514>

Deposited on: 13 October 2010

Frontières culturelles : identité et communication en Amérique latine

Nancy Morris
Philip Schlesinger

Reprise¹ du n° 28 de la revue *Hermès, Amérique latine - Cultures et communication*, 2000

Comme leurs homologues d'autres régions du monde, les auteurs latino-américains s'intéressent aux rôles des médias, de l'État et de la culture populaire dans la société. Ces thèmes ont été élaborés à l'intérieur d'un champ intellectuel façonné par des conditions propres à l'Amérique latine. Cette dernière est caractérisée par son statut de région du Tiers monde (même si certains grands pays comme le Brésil, l'Argentine ou le Chili se distinguent des autres), par une histoire faite d'instabilités politiques et de régimes autoritaires, et par une hétérogénéité sociale spécifique, en particulier cet héritage mixte légué à la fois par les Indiens et par les Espagnols si bien décrit par le terme *mestizaje*. De nombreux travaux s'efforcent de rechercher des outils et des modèles adaptés à l'analyse de la société contemporaine, tout en tenant compte des singularités propres à la latino-américanité. Le plus important, est le concept de la dépendance, il a une profonde influence sur le discours intellectuel latino-américain.

L'attention accordée aux processus et aux résultats des efforts de modernisation a engendré un cadre de réflexion originale, caractéristique de la recherche latino-américaine. Produit des années 60, le modèle de la dépendance postule que le « sous-développement » n'est pas causé par l'échec économique des différents États considérés individuellement, mais qu'il est plutôt la conséquence d'un système économique mondial interdépendant. Le capitalisme industriel pousse les

¹ Publié sous le titre « Des théories de la dépendance aux théories de la résistance : Amérique latine: Cultures et communications ». Ce texte a été entièrement revu par l'auteur Philip Schlesinger.

pays non-industrialisés à demeurer dans une position subordonnée de dépendance (Cardoso et Faletto, 1979, p. 22).

Dans le champ des médias et de la culture, le modèle de la dépendance conclut que les systèmes de communication « sont conditionnés par les intérêts américains » et que la domination qui en résulte est, en dernière analyse, destructrice pour les cultures et pour les identités locales². Cette critique de « l'impérialisme culturel », devenue familière a pris une très grande importance au début des années 70. Elle soutient que les produits audio-visuels importés (généralement des États-Unis) contiennent des idées menant au déclin des valeurs et des styles de vie traditionnels.

L'assertion suivant laquelle les formes culturelles importées affaibliraient la conscience individuelle d'un pays et éroderaient l'identité nationale n'est pas l'apanage de l'Amérique latine ou des pays en voie de développement. Pendant de nombreuses années, la France s'est faite le leader de ce point de vue. Son président de la République François Mitterrand affirmait ainsi « le droit de chaque pays à créer sa propre image », en avançant qu'une société qui renonce aux moyens de créer sa propre image identitaire devient à court terme une société asservie (Goodell, 1994, p. 26). Récemment, ces arguments ont été remplacés par la notion de globalisation, qui « suggère une interconnexion et une interdépendance entre tous les domaines, bien moins préméditées » que le contrôle délibéré attribué à celui d'impérialisme (Tomlinson, 1991, p. 175).

Vers un Nouvel Ordre Mondial de l'Information et de la Communication ?

En Amérique latine, les représentants de vingt pays se réunirent en 1976 sous les auspices de l'Unesco pour discuter des déséquilibres liés aux différentes politiques de communication. Ils demandèrent que soit instauré un flux international de produits audio-visuels plus équilibré et recommandèrent la démocratisation de l'accès aux mass media, la protection de la liberté de parole et l'utilisation des médias comme

² BELTRAN, S., RAMIRO, L., « Alien Premises, Objects, and Methods in Latin American Communication Research », *Communication Research* 3 (2), 1976, p. 107-135.

moyen de favoriser le développement national³. Bien que ces recommandations aient eu peu d'effets sur les politiques gouvernementales, elles servirent de base à des consultations multilatérales ultérieures. La commission patronnée par l'Unesco, connue en tant que Commission MacBride, d'après le nom de son président, l'irlandais Sean MacBride, réunit en 1977, passa deux ans à examiner les questions posées par le « manque de communication » entre les pays industrialisés et ceux en voie de développement. La crainte que la plupart des États en voie de développement ne soient que de simples « récepteurs passifs » d'informations et de programmes de divertissement en provenance du monde industrialisé inspira une mobilisation en faveur de la création « d'un nouvel ordre mondial de l'information et de la communication plus juste et plus efficace », connu sous le sigle NWICO ou New World Information and Communication Order (Rapport Mac Bride, 1980, p.39).

Depuis le rapport de la Commission Mac Bride, le Brésil et le Mexique ont construit de puissants secteurs audiovisuels. Ces deux pays sont devenus des exportateurs à succès de produits télévisuels – notamment de versions spécifiquement latino-américaines de feuilletons télévisés, les *telenovelas* – vers d'autres pays d'Amérique latine et du reste du monde. Le Mexique, quant à lui, destine sa production au marché hispanophone des USA. Néanmoins, même dans les États latino-américains possédant une industrie des médias très active, d'énormes déséquilibres persistent dans le secteur de l'import-export. Le Mexique continue à importer une part bien plus importante de ses programmes que les États-Unis - 30% pour le Mexique contre 2% pour les États-Unis. Enrique E. Sánchez Ruiz suggère qu'il n'y a donc pas de rupture avec le modèle de développement « associé-dépendant » des États-Unis en vigueur au Mexique : « le modèle d'interdépendance était, et reste encore, asymétrique ; c'est donc en définitive un modèle de domination, même si l'on ne peut pas proprement parler d'une "volonté" de dominer »⁴.

Des politiques nationales de communication

³ FOX, E., « Media Policies in Latin America : An Overview » and « Conclusions » in FOX, E. (dir.), *Media and Politics in Latin America : The Struggle for Democracy*, Londres, Sage, 1988, p. 6-35 et p. 171-188.

⁴ SANCHEZ RUIZ, E., « The Mexican Audiovisual Space and the North American Free Trade Agreement (NAFTA) », *Media Information Australia* 71, 1994, p. 70-77.

Le Mexique, affirme Esteinou Madrid, connaît une seconde « évangelisation marchande de notre identité » par le NAFTA⁵ et le GATT. Par conséquent, l'État doit intervenir. La télévision est perçue comme un moyen d'éducation collective nécessaire pour « faire émerger une conscience populaire face aux problèmes auxquels nous sommes confrontés en tant que société ». En opposition avec les conceptions élitistes de la culture, il s'agit de faire émerger une « culture généraliste en faveur de la survie de la nation⁶ ». Le contrôle de la communication devient essentiel, comparable au contrôle des ressources naturelles et des industries stratégiques du pays : « Maintenant, avec le processus d'ouverture des frontières culturelles du pays grâce aux nouvelles technologies de l'information, si l'État veut maintenir sa souveraineté idéologique, il doit élever les activités culturelles (l'identité nationale et ses instruments de dissémination collective, tels les mass media), au rang de champ stratégique.⁷ ».

Le chercheur péruvien Rafael Roncagliolo, légèrement plus souple dans ses positions aborde plus ou moins dans les mêmes termes les changements survenus sur la scène de la société de l'information. De son point de vue, la politique, l'économie et la culture doivent être repensées. L'État est soumis à un défi fondamental.

« Dans la sphère politique, le processus de transnationalisation se caractérise par la capacité des entités transnationales à réduire, non seulement l'autonomie de l'État central, mais également celle des États périphériques. Au sein de la sphère économique, cette étape se caractérise par une organisation mondiale plutôt que nationale des activités de production. Au sein de la sphère culturelle, ce même processus conduit à ce que McLuhan appelle le "village global" – une communauté mondiale de récepteurs issue de l'expansion centralisée du marché mondial des produits et des services liés à l'information.⁸ ».

Roncagliolo suggère, malgré les échecs passés, l'intervention de l'État. « Le problème des politiques de communication nationale est plus urgent que jamais en Amérique latine, tout simplement parce que le développement des nouvelles

⁵ L'Accord de Libre Échange Nord Américain (ALENA) connu en anglais sous le nom de North American Free Trade Agreement (NAFTA), conclu en 1993 entre les États-Unis, le Canada et le Mexique.

⁶ ESTEINOU MADRID, J., « National Sovereignty, Communication and World Integration : the Case of Mexico », *Mexican Journal of Communication* 1 (1), 1993, p. 82.

⁷ *Ibid.*, p.85

⁸ RONCAGLIOLO, R., « Communication and Development : The Contribution of Research » in CEES, J., Hamelink et O. LINNE (sous la direction de), *Mass Communication Research : On Problems and Policies*, Norwood, NJ., Ablex, 1994, p. 272.

technologies a créé une situation et un défi nouveaux que les États (et le secteur privé) ne peuvent ignorer⁹ ».

Un nouveau réalisme est de mise : il est faux, par exemple, de supposer que les nouvelles technologies sont seulement oppressives alors qu'elles recèlent plutôt un potentiel de progrès et peuvent servir de contrepoids aux importations culturelles. De même qu'il existe une production audiovisuelle servant à soutenir l'identité culturelle au niveau national, il devrait y avoir des échanges transrégionaux au sein de l'Amérique latine « qui abaisseraient les coûts de production audio-visuelle intra-régionale au profit d'une intégration latino-américaine authentique et pluraliste¹⁰ ».

Comme en Europe et ailleurs, les arguments en faveur de la poursuite des interventions de l'État ont été confrontés à la montée du néolibéralisme. Le brésilien José Marques de Melo, chercheur en communication, incarne bien cette tendance. Il a attiré l'attention sur le rôle joué par des pays comme le Brésil et le Mexique, grands exportateurs de *telenovelas* et de musique. Pour Marques de Melo, l'une des conséquences de la dictature militaire au Brésil et des droits préférentiels qu'elle a accordés au réseau de télévision brésilien *Globo* en échange de sa coopération pendant le régime militaire a été de permettre à la télévision de produire un sentiment de « brésilianité »¹¹. La croissance atteinte dans ces conditions a permis aux exportateurs brésiliens de développer leurs marchés extérieurs, bien qu'il soit généralement admis que les exportations n'ont eu en fait qu'un rôle très relatif dans les bénéfices de *Globo*.

Un indéniable nationalisme sous-tend l'argumentation en faveur du marché. Marques de Melo rend compte, avec une évidente fierté, du succès des productions brésiliennes sur les latino-américain. La préférence faite au marché, contre les interventions de l'État, est considérée comme le moyen de donner corps à la vision de Sean MacBride. Cependant, c'est bien une certaine forme d'étatisme, impliquant au Brésil et au Mexique une manipulation du marché, qui a permis la croissance de géants des médias, en favorisant la domination de *Globo* et de *Televisa*¹² (Mattelart et Mattelart, 1987).

⁹ *Ibid.*, p.270.

¹⁰ *Ibid.*, p.274

¹¹ MARQUES DE MELO, J., « Development of the audiovisual industry in Brazil from importer to exporter of television programming », *Canadian Journal of Communication* 20 (3), 1995, p. 320.

¹² SINCLAIR, J., « Dependent Development and Broadcasting : The Mexican Formula », *Media, Culture and Society* 8 (1), 1986, p.81-101.

Médias et culture populaire

De nombreux analystes latino-américains continuent à signaler les dangers de la domination des médias et de l'homogénéisation culturelle. Mais ils ont été rejoints par d'autres chercheurs qui mettent en lumière la façon dont la culture populaire s'oppose au pouvoir des industries internationales des médias en exprimant les revendications et les intérêts populaires. Dans de nombreuses sociétés, plusieurs types de canaux alternatifs d'expression se sont développés. Échappant au contrôle, tant des multinationales que de l'état, ils empruntent les biais de réunions de quartiers, de haut-parleurs placés sur des véhicules ou encore de photocopies de tracts et de bulletins. Ils se sont révélés particulièrement importants dans l'Histoire récente de l'Amérique latine car ils ont fourni un exutoire à la créativité populaire, sans parler du fait qu'ils ont constitué des moyens de résistance pendant les périodes de dictature répressive. L'éclosion de ces médias alternatifs a été une conséquence importante de la censure imposée par les différents régimes militaires sur les médias¹³. L'importance de médias mineurs a conduit les analystes latino-américains à réévaluer le rôle des médias et des cultures populaires dans la formation de l'identité. L'« identité » n'est plus simplement un objet sur lequel agissent des forces extérieures, mais est repensée en tant que champ d'action complexe.

L'argumentation développée à propos de l'hybridité des identités latino-américaines fait partie – selon certains chercheurs – de la mutation opérée en direction de la théorie post-moderniste. Dans l'introduction d'une récente anthologie, Beverley et Oviedo ont analysé l'émergence d'une variante « régionale » du postmodernisme. La classique obsession marxiste sur le rôle dominant de l'idéologie et des structures de l'impérialisme culturel est considérée comme dépassée. Elle a fait place à l'idée que nous devrions accepter « le défi de la culture de masse et des mass media plutôt que de les considérer comme des lieux de production de fausse conscience¹⁴ ». Ce point de vue s'accorde tout à fait avec l'abandon des théories de la dépendance affichées de toutes parts.

¹³ FOX, E., « Media Policies in Latin America : An Overview » and « Conclusions », *op. cit.*, 1988, p.182.

¹⁴ BEVERLEY, J., OVIEDO, J. (dir.), « The Postmodernism Debate in Latin America, Boundary 2 », Special Issue 20 (3), 1993, p.12.

Un état post-national ?

Ces dernières années, un des courants latino-américains a abandonné la question de la domination hégémonique des États-Unis sur la culture populaire, pour porter son effort sur la réinterprétation du rôle de la culture et de sa relation aux identités collectives. La circulation des personnes et la création de communautés électroniques sont considérées comme fondamentales pour comprendre la relativisation des frontières. La dislocation des divers modes d'être collectif, plus anciens ou plus récents sont considérés comme responsables des nouveaux problèmes de cohérence socioculturelle et des nouvelles possibilités d'affiliation. Les espaces de certaines identités collectives se « déterritorialisent ». Face à l'émergence d'un ordre « post-national », on peut se demander dans quelle mesure la structure de l'État national continue à offrir un cadre de légitimité, de loyauté et de sens. Selon les partisans de ce point de vue, Susan Strange par exemple¹⁵, l'État est devenu une institution « évidée », déficiente dont l'autorité « s'est mise à fuir dans toutes les directions... ». En Amérique latine, il en résulte que la politique de communication nationale ne peut plus être perçue comme un instrument de défense de la culture. L'accent mis sur la vitalité syncrétique du populaire semble en effet avoir, à certains égards, rendu le rôle de l'État superflu. Cependant, comme l'a observé Craig Calhoun¹⁶, on ne peut se passer si facilement du rôle de l'État. L'existence de tendances globalisantes au sein de l'économie et des systèmes de communication n'a pas destitué l'État de son rôle d'instance de direction politique et d'identification, même si nous assistons à une transformation de ses pouvoirs. Alors que grandit la frustration à l'égard de la capacité du marché à fournir une culture de qualité, il est en effet évident les pouvoirs publics continuent d'avoir un rôle important au moyen notamment de leur capacités institutionnelles de réglementation¹⁷.

Conclusion : Un débat toujours d'actualité

¹⁵ STRANGE, S., « The defective State », *Daedalus* 124 (2), 1995, p. 56.

¹⁶ CALHOUN, C., « Nationalism and Civil Society : Democracy, Diversity and Self-determination », *International Sociology* 8 (4), 1993, p. 390.

¹⁷ FERGUSON, M., "Media, Markets and Identities : Reflections on the Global-Local Dialectic", *Canadian Journal of Communication* 20 (4), 1995, p.440.

Depuis que l'article a été publié dans *Hermès*, les tendances identifiées à l'époque n'ont cessé de se renforcer. Citons l'attention portée aux identités collectives et l'importance du rôle de l'état soutenue par des projets nationalistes de défense des intérêts nationaux dans un monde d'interdépendance croissante, où la gouvernance supranationale demeure relativement faible (Castellanos, Grueso, Rodríguez, 2009). Comme Lugo-Ocando¹⁸ le fait remarquer dans une récente synthèse : « en dépit des processus de mondialisation, en Amérique latine les contextes nationaux fournissent de loin les structures explicatives les plus convaincantes ». Le débat porte sur la fameuse « société de l'information » produite par la révolution numérique et sur la mondialisation des marchés qui affecte la demande et la circulation des produits culturels. En contre point, une grande importance est apportée aux « industries créatives » qui jouent un rôle crucial pour le développement, l'identité et la compétitivité économique. En bref, on peut mettre en évidence des constantes, même si la forme de chaque débat change en fonction de l'évolution du contexte.

En 1995, l'organisation mondiale du commerce (OMC) a remplacé le GATT en tant qu'instance internationale fixant le cadre global des échanges commerciaux internationaux. Les questions de propriété intellectuelle et de droit d'auteur ont dominé les débats politiques, en particulier dans le domaine des droits de contrôle pour la reproduction musicale, l'informatique et les bases de données. Toutes ces préoccupations ont également été étroitement liées à la montée d'une « doctrine des industries créatives » attachée aux idées néo-libérales de compétitivité nationale¹⁹. La culture note Jesús Martín Barbero²⁰ « a été réduite par les entreprises à n'être plus que le cœur de l'économie de l'information nouvelle, ou soi-disant nouvelle ».

En contrepoint, dans la foulée du rapport McBride de 1980, il faut noter la Déclaration universelle sur la diversité culturelle votée en 2001 par l'Unesco, elle affirme les traits distinctifs de chaque culture. Elle a été complétée par la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. L'adoption

¹⁸ LUGO-OCANDO, J. « An introduction to the maquilas of power: media and political transition in Latin America », p.1-12 in J. LUGO-OCANDO (dir.) *The Media in Latin America*, Maidenhead, Open University Press, 2008.

¹⁹ SCHLESINGER, P., « La creatividad como inspiradora de políticas públicas », *Cuadernos de Información*, 24, 2009, p.79-86.

²⁰ MARTÍN BARBERO, J., « Nuevas tenicidades y culturas locales: ejes de una propuesta », *Telos: cuadernos de comunicación tecnología y sociedad*, 61, segunda época, p.4-57.

de cette dernière par la 33^e session plénière de la Conférence générale de l'Unesco, le 20 novembre 2005 marquera sans doute d'une pierre blanche l'histoire de la mondialisation. Le vote a été acquis par une majorité écrasante de 148 pays sur 154 ; en dépit de leurs pressions sur les petits pays, les États-Unis se sont retrouvés isolés (Rasse 2006, 281). « Ce texte est d'abord un acte politique », commentait Jean Musitelli, membre du groupe d'experts internationaux qui a rédigé la convention. « C'est la première fois que la communauté manifeste de façon aussi majoritaire une volonté de mettre un coup d'arrêt à une libéralisation sans frein. » (*Le Monde*, édition du 18 octobre 2005). Le document reprend les principes de la Déclaration universelle de 2001, à savoir que la diversité culturelle doit être considérée comme un patrimoine commun de l'humanité, et sa défense comme un impératif éthique.

Par ailleurs, des auteurs s'interrogent sur la « fracture numérique ». Malgré le tapage, l'Internet ne constitue pas encore un canal alternatif de communication et d'expression, étant donné l'état des inégalités économiques et sociales qui limitent considérablement son accès²¹. Le niveau de possession d'un ordinateur domestique reste faible. La généralisation des cafés Internet à des cout d'accès minimaux peut permettre aux enfants latino-américains, même dans des communautés relativement distants, de jouer à des jeux en ligne, aux adolescents d'utiliser les sites de réseautage social, et aux organisateurs communautaires d'atteindre leurs électeurs, cela ne signifie pas nécessairement d'autonomisation significative. L'idée selon laquelle, en Amérique latine, le réseau constitue effectivement de nouveaux publics organisés autour de la connaissance et l'information, créant ainsi des sources de contre-pouvoir à la concentration de la propriété et des médias, reste un point très discuté. En effet, la recherche contemporaine suggère que la mise sur le marché latino américain de services et de biens culturels, conformément à la pensée néolibérale, tend à renforcer l'exclusion des populations les plus pauvres. En outre, dans la plupart des pays de cette région, les inégalités se sont aggravées, alors que l'accès aux services de communication de base se sont détériorées.

À l'extérieur de la région, la distribution aux États-Unis de contenu issus des médias latino-américains a connu une forte croissance. L'observatoire des fictions télévisuelles de la communauté ibéro-américaine (Obitel), a mis en évidence que Miami est devenue un centre important de la production et la distribution des

²¹ LUGO-OCANDO, J. « An introduction to the maquilas of power: media and political transition in Latin America », *op. cit.*, 2008, p.4.

telenovelas (Vassallo de Lopes, Vilches 2008). Les « Hispaniques » (une identité officielle construite) sont devenus la plus grande minorité des Etats-Unis, elle compte désormais quelque 14% de la population. L'espagnol est devenu la deuxième langue la plus parlée dans le monde ; de plus en plus enracinée, elle est également désormais la deuxième langue des Etats-Unis.

Dans l'avenir, il semble très probable que les chercheurs d'Amérique latine continueront de débattre et de se préoccuper des questions sociologiques de l'identité des communautés nationales ou transnationales, confrontée à l'évolution géoculturelles des espaces. La question restera celle de la démocratisation de la communication face aux politiques menée par les élites et à la concentration continue de la puissance économique.

Références bibliographiques

- CARDOSO, F-H., Faletto, E., *Dependency and Development in Latin America*, Berkeley, University of California Press, 1979 (1971).
- CASTELLANOS, G, GRUESO, D.I., RODRIGUEZ, M., *Identidad, Cultura y Política: Perspectivas conceptuales, miradas empíricas*, Meléndez, Universidad del Valle, 2009.
- MAC BRIDE, S., (rapport) *Voix multiples, un seul monde*, Paris, UNESCO/La documentation française, 1980.
- MATTELART, M., MATTELART, A., *Le carnaval des Images : La fiction brésilienne*, Paris, La Documentation française, 1987.
- RASSE, P. *La rencontre des mondes, Diversité culturelle et communication*, Armand Colin, 2006.
- TOMLINSON, J., *Cultural Imperialism*, Londres, Pinter, 1991.
- VASSALLO DE LOPES, M. I., VILCHES, L. (sous la direction de) *Obitel Yearbook 2008: Global Markets, Local Stories*, Rio de Janeiro, Editora Globo S.A., 2008.