



HAL
open science

Analyse des médias espagnols. La télévision

Jean-Stéphane Duran Froix

► **To cite this version:**

Jean-Stéphane Duran Froix. Analyse des médias espagnols. La télévision. Licence. Analyse des médias audiovisuels, France. 2021, pp.63. hal-04397939

HAL Id: hal-04397939

<https://hal.parisnanterre.fr/hal-04397939>

Submitted on 16 Jan 2024

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.

Université Paris Nanterre
Service d'enseignement À distance
Bâtiment E - 3ème étage
200, Avenue de la République
92001 NANTERRE CEDEX

COURS 2020-2021

Nombre de pages : 63

Matière : LEA
Code Enseignement : 4V6LELMD

ANALYSE DES MÉDIAS AUDIOVISUELS ESPAGNOLS. LA TÉLÉVISION

Jean-Stéphane Duran Froix

CM

Cours complet

Avertissement :
Cette œuvre est protégée par le Code de la propriété intellectuelle.
Toute diffusion illégale peut donner lieu à des poursuites disciplinaires et judiciaires.

SOMMAIRE

Préambule.....	3
CH. I – Histoire récente de l’offre télévisuelle espagnole.....	8
CH. II – Le système télévisuel espagnol.....	15
CH. III – Un paysage audiovisuel à la dérive.....	21
CH. IV – La télévision espagnole et l’information.....	27
CH. V – La crise de l’information.....	38
CH. VI – Une télévision de plus en plus décriée.....	43
Conclusion.....	60
Consignes concernant l’évaluation.....	63

PRÉAMBULE

Longtemps monopole d'Etat, la télévision espagnole a été subitement confrontée à l'apparition quasi simultanée de chaînes régionales et d'un secteur privé d'autant plus avide et agressif qu'il n'avait pu voir le jour, ni sous la dictature franquiste, ni sous la transition démocratique qui s'en suivit. La pression exercée par les grands groupes de communication nationaux et par certains de leurs concurrents étrangers provoqua, à la fin des années quatre-vingts, une véritable explosion télévisuelle qui bénéficia également à des centaines de chaînes locales, venues occuper les rares « niches » laissées vacantes par les autres diffuseurs. Ce foisonnement d'intervenants, aux statuts, aux moyens et aux objectifs différents – quand ils ne sont pas antagonistes –, a donné lieu à une structure d'une complexité sans pareille sur le vieux continent et, encore aujourd'hui, difficilement comparable au reste des paysages audiovisuels qui le compose.

Média du passé, la télévision a rarement eu un présent aussi riche et un avenir aussi incertain. Ré-intronisée dans les foyers par le succès des écrans plats qui lui permet de quitter les coins les plus sombres des salons, des salles à manger et autres séjours, pour s'afficher désormais sur les murs jusque-là, réservés aux reproductions de tableaux célèbres, aux « croûtes » et plus rarement à l'art, les anciennes images hertziennes retrouvent, grâce à la révolution de la technologie numérique, un éclat qu'on ne leur reconnaissaient plus, depuis l'apparition de la couleur. Cette renaissance n'est que le plaisant reflet des profondes transformations que subit, depuis quelques années, le système télévisuel tout entier et qui reposent, comme à son origine, la question du modèle à suivre ou à inventer. Même si il s'agit dorénavant moins d'innover en la matière que d'harmoniser des conceptions fort différentes, en tout cas en Europe. Les récentes réformes entreprises par le gouvernement Sarkozy s'inscrivent dans cette perspective, dans la mesure où la suppression programmée de la publicité sur les chaînes publiques, donne au Groupe France Télévision des allures de BBC à la française.

Ce type de rapprochement est destiné à se multiplier au sein de l'Union Européenne, au grand profit de l'organisation britannique de la télévision qui est en train de s'ériger en modèle de référence. Par contraste, tous ceux qui en diffèrent apparaissent, soit comme des alternatives, soit comme des contre-modèles. Le système espagnol se range dans cette dernière catégorie où il occupe une place à part, moins à cause de son ancienneté ou de sa puissance, qu'en raison de sa richesse et de sa complexité. Il se distingue également par le nombre et par l'ampleur des transformations et des adaptations qu'il a subies, au cours de ces trois dernières décennies et qui en font un véritable laboratoire de l'audiovisuel européen. Les solutions qui y ont été mises en œuvre, les réussites comme les dérives auxquelles, il a donné lieu, revêtent un intérêt majeur, voire une certaine exemplarité, qu'il serait malvenue d'ignorer au moment de mettre en place la télévision de demain.

Si, comme la plupart des systèmes européens, le système espagnol repose désormais aussi sur la concurrence entre un secteur public et un secteur privé, il s'en démarque clairement par les effets produits par une telle confrontation. Alors que partout ailleurs, le secteur public tend à se réduire, en Espagne, il n'a cessé au contraire, ces dernières années, de s'étoffer, avec l'arrivée de treize télévisions régionales auxquelles pourraient très vite s'ajouter quatre autres, si la totalité des dix-sept Communautés Autonomes se dotaient de la leur (éventualité qui semblait très plausible avant la crise financière de l'automne 2008). Même en Allemagne, la régionalisation télévisuelle n'a pas atteint de telles proportions, ni a donné lieu à la divergence de modes de gestion publique que l'on trouve outre Pyrénées. Ainsi, tandis que la télévision d'Etat vient d'être affranchie de la tutelle du pouvoir exécutif, les gouvernements régionaux refusent encore, par exemple, d'abandonner leur prérogative en matière de nomination de présidents de chaîne à leur assemblée territoriale respective, rendant pratiquement impossible toute cohésion au sein de ce secteur.

Contre toute attente, le secteur privé ne semble pas pour autant faire preuve de plus de rationalité. Non seulement, il est encore plus pléthorique que le secteur public – du fait de la multiplication anarchique des télévisions locales –, mais de surcroît, il présente un niveau d'ouverture unique dans l'espace médiatique du vieux continent. En effet, sur les quatre chaînes à diffusion nationale qui le composent deux d'entre elles sont particulièrement marquées par l'influence qu'exercent sur elles les groupes

étrangers auxquels elles sont plus ou moins liées. La toute récente La Cuatro, héritière de la défunte filière espagnole de Canal +, a gardé de son ancienne maison mère, un certain esprit et surtout un intérêt pour le football qui suscite convoitises et conflits au sein du paysage audiovisuel espagnol. Mais c'est surtout Tele 5 qui présente, de ce point de vue la situation la plus insolite, dans la mesure où son capital appartient dorénavant majoritairement à la holding berlusconienne Mediaset. L'Espagne est le seul pays européen à s'être autant avancé dans l'application du Traité d'Amsterdam. Ce qui ne fait pas d'elle pour autant, la puissance la plus impliquée dans la construction d'un espace médiatique continental, ni le membre le plus respectueux des normes et des pratiques communautaires. La façon dont elle finance son système télévisuel apparaît ainsi comme particulièrement inadapté, voire totalement incompatible avec les dernières directives prises en ce sens.

En effet, l'Espagne est l'un des rares pays de l'Union Européenne où les citoyens ne payent pas de redevance ou quelque autre taxe, pour profiter de ce service. Cette absence de financement par l'impôt direct oblige l'ensemble des diffuseurs à puiser le gros de leur ressources dans le marché, soit par la vente de leurs propres productions, soit par le biais de la publicité. Même si ces dernières années, la commercialisation des programmes a connu un véritable essor, ce mode de financement demeure encore marginal. Il ne représente, par exemple, que 10 % des recettes de la plus importante des télévisions du pays, TVE¹. Ce qui rend l'ensemble des chaînes particulièrement dépendantes d'un marché publicitaire, érigé en véritable manne par un long passé de croissance exponentielle, mais qui peine dorénavant de plus en plus, à assurer leur développement. Le recours aux emprunts ou à la reconnaissance des dettes, s'est systématisé – quand il n'a pas été délibérément encouragé par les banques et par les pouvoirs publics –, au point d'apparaître aujourd'hui comme la plus importante source de financement de tout l'audiovisuel.

Cette inquiétante dérive n'a pas un tant soit peu ébranlé la foi du système en la publicité. Malgré de nombreuses mises en gardes, l'Etat espagnol a préféré, en novembre 2008, être traduit devant la Cour de Justice du Luxembourg pour infraction répétée à la réglementation limitant la durée maximum de diffusion publicitaire, avant que d'imposer à l'ensemble des chaînes une réduction de 5 minutes de leur plage

¹ Acronyme de Televisión Española, (Télévision espagnole).

publicitaire. Alors que cette mesure était également demandée par l'Association Espagnole des Annonceurs (AEA), au nom de l'efficacité commerciale de leurs prestations. Au-delà, des considérations purement budgétaires, l'entêtement des autorités espagnoles à conserver, coûte que coûte, un mode de financement aussi inadapté à la réalité médiatique du pays, révèle le poids que continue d'avoir dans ce domaine la vieille conception franquisto-libérale de la télévision.

Pour le pouvoir comme pour l'ensemble de la société, ce média reste avant tout le meilleur moyen de distraire le peuple, d'occuper le plus clair de son temps libre, à moindre coup pour la collectivité. Il est beaucoup moins perçu comme un service public que, comme un service marchand (sauf au Pays Basque), que l'on a fait passer, pendant plus d'un demi siècle, pour « gratuit » aux yeux d'un public déjà habitué à ce genre de passe-temps « non payant » par une radio nationale truffée de réclames – à qui d'ailleurs la télévision reste liée, au sein de la nouvelle Corporation de Radio et de Télévision Espagnoles (CRTVE) –. « Payer pour regarder » (« *pay per view* ») s'avère être un concept tellement contraire aux habitudes médiatiques des Espagnols que peut l'être pour les téléspectateurs français ou britanniques, le visionnage de films entrecoupés de longues plages publicitaires. La chaîne cryptée, Canal + España l'a appris à ses dépens. Elle reste pour l'heure, la seule grande télévision à avoir fait faillite, en dépit de la concurrence acharnée que se livrent entre eux l'ensemble des diffuseurs.

Si à lui seul, ce cas ne suffit pas à justifier la politique financière suicidaire suivie par tous les gouvernements, il permet de comprendre le peu d'opposition qu'elle a jusqu'à présent suscitée dans l'opinion publique. Or, si le choix de « tout publicitaire » et l'endettement faramineux qui en découle, n'émeuvent pas outre mesure les téléspectateurs-citoyens, ils risquent en revanche de rapidement porter atteinte à la pluralité de leur système télévisuel. Ce qui serait tout aussi grave à leurs yeux que de perdre la « gratuité » de leur passe-temps favori, même si la diversité des télévisions ne les préserve nullement de l'uniformisation et de la médiocrité des contenus.

Sur ce terrain, les chaînes espagnoles ne dérogent guère à la tendance générale, elles y sont même plus sensibles collectivement que dans le reste des pays environnants, dans la mesure où la pauvreté culturelle des programmes proposés touche pareillement les chaînes privées que les publiques, voire – cas particulier en Europe occidentale – plus ces dernières que leurs concurrentes directes. Il suffit de jeter un coup d'œil rapide

aux différentes grilles de programmation pour constater que la plupart des émissions racoleuses, à l'exception (momentanée ?) des reality-shows, sont diffusées par TVE et par les télévisions régionales, tout particulièrement le football. L'Espagne est d'ailleurs à ce jour le seul pays européen où les retransmissions des matchs ont été déclarées d'intérêt général par la loi. Grâce au petit écran, le ballon rond obtient ainsi un niveau de consécration que la tauromachie n'a jamais réussi à atteindre et qu'elle ne risque plus désormais d'incarner, malgré son ancrage dans l'histoire culturelle des Espagnols et de sa dimension symbolique.

Plus qu'une « dictature du présent », la télévision a imposé, en Espagne, une réelle rupture avec le passé. Même si ce pouvoir lui est aujourd'hui contesté par internet, elle en conserve l'aura et une confortable rente de situation qu'il s'agit dorénavant de préserver ou du moins de ne pas dilapider. Pour autant, cet ouvrage ne prétend pas fournir des formules ou des solutions susceptibles d'empêcher une telle éventualité de se produire, mais entend plus prosaïquement montrer à travers l'analyse de l'un des systèmes télévisuels les plus méconnus et les plus dynamiques, les dérives auxquelles peut conduire une trop forte confiance dans les capacités d'un média puissant, mais d'un autre siècle.

CHAPITRE I

HISTOIRE RÉCENTE DE L'OFFRE TÉLÉVISUELLE ESPAGNOLE

L'expansion de l'espace télévisuel en Espagne est inséparable de l'évolution de la démocratie dans ce pays. Ses contours et sa dynamique répondent à la fois à la politique constitutionnelle de décentralisation et à l'alternance gauche-droite qui s'est instaurée au sommet de l'Etat, au lendemain de la transition. La concomitance de ces phénomènes explique que l'élargissement régional du secteur public soit intervenu alors même que se mettait en place un secteur privé inexistant auparavant. Or, ces deux processus parallèles n'ont fait l'objet d'aucune coordination, ni donné lieu à la moindre gestion concertée, bien que tous deux s'influencent mutuellement et présentent de nombreux points communs, à commencer par la simultanéité de leur apparition.

La télévision basque venait à peine de débiter ses émissions qu'une première opération de lancement de chaîne privée était tentée par l'avocat d'affaires et président du parti démocrate libéral, Antonio Garrigues Walker. Conçue avant tout comme un argument et un instrument de propagande en pleine campagne électorale municipale, Antena Libertad n'avait en réalité d'autre finalité que de relancer un débat fort éloigné des préoccupations des électeurs, en cette année 1983, mais du plus vif intérêt pour certains acteurs économiques qui, comme le groupe Godó, cherchaient, dès avant la fin du franquisme, à investir un marché aussi prometteur. Leur insistance commençait même à porter ses fruits ; le Tribunal Constitutionnel, ayant reconnu en décembre 1982, le bien fondé de leur revendication. Cette sentence allait cependant à l'encontre de la politique menée jusque-là et reconduite – dans un premier temps, en tout cas – par le tout récent gouvernement socialiste. Le nouveau directeur de RTVE, José María Calviño, s'était même engagé publiquement à faire l'impossible pour éviter que « la télévision privée soit érigée sur les cendres de la télévision publique ». Ce qui ne l'empêcha pas de participer, quatre ans plus tard, aux côtés du magnat de la presse, Robert Maxwell et de l'homme d'affaires Jacques Hachuel Moreno, au projet de création de Canal 10. Entre

temps, les déclarations faites par Felipe González au parterre de professionnels qui assistait à la session inaugurale du XXVème Congrès de la Fédération de la Presse Quotidienne, constituaient un clair revirement de la position officielle, même si le Chef du Gouvernement s'était bien gardé, alors, de préciser quand interviendrait la légalisation tant attendue. Il aurait été malvenu et politiquement suicidaire d'affaiblir encore un peu plus le seul grand média susceptible d'offrir une nouvelle victoire au parti au pouvoir, quelques mois après l'apparition des télévisions des deux régions autonomes les plus centrifuges et à un an des élections législatives de 1986.

La remise en cause du monopole étatique sur la télévision avait des incidences qui dépassaient largement le cadre audiovisuel. La fin de cet état entraînait une réduction des capacités d'influence du gouvernement sur l'opinion publique qui l'incitait paradoxalement à s'impliquer de façon accrue dans le processus de libéralisation du paysage audiovisuel, afin de mieux le contrôler. Dans un tel contexte, l'impatience manifestée par les grands groupes de presse et d'autres importants établissements financiers pour disposer de leur propre chaîne s'avérait être providentielle. Le PSOE (Parti Socialiste Ouvrier Espagnol), qui pouvait déjà compter sur la proximité idéologique du groupe éditeur du journal *El País*, s'employa à cultiver aussi ses relations avec l'un des principaux concurrents de la holding de Jesús Polanco, le groupe ZETA qui s'était montré encore plus virulent dans sa quête du précieux graal télévisuel. Face à la détermination et à l'orientation politique des responsables du projet, Antena 3 TV, deux appuis valaient mieux qu'un ; surtout car en privilégiant l'un au détriment de l'autre, les socialistes auraient offert un puissant allié à un adversaire qui n'en demandait pas tant. Par ailleurs, Univisión Canal présentait également l'avantage de concurrencer également la future chaîne du groupe Godó, tout en permettant au PSOE de ne pas dépendre que d'un seul et unique soutien, dans un secteur aussi prometteur que risqué. Cette collusion d'intérêts politico-médiatiques rendait l'ouverture du marché télévisuel au capitalisme privé, d'autant plus souhaitable pour les socialistes que leur plus grand fief électoral, l'Andalousie, se trouvait, de son côté, sur le point de lancer sa propre télévision autonome, en dépit de leur désaccord.

L'adoption, en 1987, de la loi sur l'Organisation des Télécommunications constitua un premier pas vers cette extension mercantile du paysage audiovisuel espagnol. En réaffirmant la propriété de l'Etat sur les services de télécommunications et

sur les fréquences d'émissions, ce texte limitait l'étendue du domaine audiovisuel qui pouvait être livré à la concurrence, tout en préservant une certaine primauté au secteur public. Le 14 avril 1988, l'espace ainsi défini recevait enfin une existence légale avec l'approbation par le Congrès des Députés du texte législatif instaurant la télévision privée. En dépit de cette onction démocratique, conférée – qui plus est –, par une majorité d'anciens opposants au franquisme, la télévision ainsi créée naissait empreinte des mêmes maux que son aînée. Les concessions proposées correspondaient, par exemple, en nombre et en type d'exigences aux candidatures déjà pressenties par le gouvernement ou carrément façonnées par lui.

Tout semblait « ficelé et bien ficelé » sur ce plan – selon l'heureuse maxime franquiste –, jusqu'à ce que Jesús Polanco, jugeant trop contraignante la limitation à 25% du capital de chaque nouvelle télévision, la part maximale pouvant être détenue par un seul et même actionnaire, décide de retirer l'offre présentée par son groupe. Ultime bravade dans le bras de fer qui opposait, en coulisses, le patron d'*El País* aux socialistes, cet imprévu ébranlait du coup le système si patiemment élaboré par le Vice-Président, Alfonso Guerra. Pour conserver un minimum de cohérence et d'efficacité au dispositif gouvernemental, il fallait trouver, dans les plus brefs délais, un remplaçant qui fût en mesure, cette fois-ci, de tenir ses engagements. L'expérience acquise et les contacts noués par José María Calviño dans le milieu de l'audiovisuel privé, le désignaient comme le candidat idéal pour mener à bien cette mission.

Il réussit en effet, en peu de temps à décider le groupe éditorial ANAYA (principal concurrent des éditions SANTILLANA, propriétés de Jesús Polanco) de s'allier à la fidèle ONCE de Miguel Durán pour présenter un projet de rechange. Sur les conseils éclairés de Bettino Craxi, cette équipe fut financièrement renforcée avec l'apport de la Fininvest de Berlusconi (ami personnel du Secrétaire Général du PSI) qui réussit d'emblée à imposer, en échange de sa participation, le nom de Tele 5 à cette chaîne de remplacement. Entre temps et ayant su que son adversaire le plus important sur le marché éditorial s'apprêtait, grâce à sa défection, à posséder sa propre télévision, le groupe PRISA reconsidéra sa position initiale et décida de renouveler sa candidature. Pour éviter d'être cette fois-ci écarté sans autre forme de ménagement, Jesús Polanco avait pris la précaution de s'adjoindre lui aussi le partenariat d'une entreprise très proche de socialistes auxquels Felipe González ne pouvaient rien refuser : Canal + France. Après un

entretien privé entre le Chef du Gouvernement espagnol et François Mitterrand, le 20 août 1989, le projet Univisión Canal du groupe ZETA fut évincé au profit de celui présentée par le tout récent Canal + España. Cinq jours plus tard, le conseil des ministres entérinait ce changement de dernière minute, sans autre forme de procès. Or, non seulement ce revirement intempestif mettait à mal la crédibilité du gouvernement, mais il le contraignait de surcroît à avaliser un choix juridiquement contestable, dans la mesure où la télévision par abonnement, proposée par le nouvel associé de PRISA, ne figurait pas parmi les possibilités offertes par la loi de 1988. Le même mal qui avait gangrené TVE, pendant tant d'années – et continuait encore de l'handicaper –, venait d'être inoculé au secteur privé naissant.

L'éventualité du recours à l'arbitraire dans le domaine télévisuel s'était déjà manifesté, au tout début de l'ère socialiste, lorsque José María Calviño, alors directeur général de RTVE, s'était opposé à l'entrée des toutes jeunes télévisions autonomes à l'UER et leur avait même dénié la possibilité d'accéder à certaines connexions internationales. Ce qui avait déclenché un premier réflexe de solidarité entre les pionnières qui, face à l'arrivée de nouveaux concurrents, se renforçait, se pérennisait et s'étendait même, dorénavant, à toutes les nouvelles venues, au sein de la Fédération des Organisations de Radio et de Télévision des Autonomies (FORTA), également créée en 1989. Une telle possibilité étant exclue dans le secteur concurrentiel, le despotisme politique en la matière ne pouvait conduire qu'à l'affrontement.

La « guerre des télévisions » privées a bien eu lieu et provoque même encore quelques escarmouches, notamment à propos de la distribution des droits de retransmission des matchs de football, même si les socialistes tentèrent, au début, de l'éviter, conscients des effets dévastateurs qu'elle pouvait provoquer, en termes d'influence sur l'opinion publique. Ils se gardèrent bien, par exemple, de déposséder le très conservateur groupe Godó de la concession à laquelle il prétendait. Et la ministre Porte-Parole du Gouvernement reçut même la mission de tenter d'insérer le groupe ZETA dans le tour de table de Tele 5. Mais les démarches de Rosa Conde se heurtèrent, d'une part, aux prétentions de son PDG qui exigeait de détenir au moins 10 % du capital de la chaîne (au lieu des 5 % proposés) et, d'autre part, aux liens financiers étroits qu'Antonio Asensio maintenait avec Rupert Murdoch, farouche concurrent du reste des actionnaires.

Presque au même moment, le dispositif mis en place pour accompagner le développement des télévisions publiques régionales rencontrait ses premières difficultés. Mal préparée, la loi sur la troisième chaîne, censée servir de cadre légal aux nouvelles créations, s'avérait être en réalité en contradiction avec les prérogatives concédées en la matière à certaines régions. Le troisième alinéa de l'article 19 du statut d'autonomie du Pays Basque permettait ainsi à ses institutions décisionnelles de «réglementer, de créer et d'entretenir ses propres télévision, radio et presse et, d'une façon générale, l'ensemble des moyens de communication sociale, nécessaire à la concrétisation de ses objectifs ». Fort de cette compétence, le gouvernement basque lança, dès 1986, une deuxième chaîne autonome (ETB-2), sans en référer préalablement à Madrid, ni encore moins attendre le feu vert de l'exécutif central, comme le stipulait la loi de 1984, mais sans être pour autant dans l'illégalité, les statuts d'autonomie bénéficiant, par leur nature organique, d'un rang juridique supérieur à celui des simples lois. Deux ans après les Basques et, même si son statut d'autonomie ne lui octroyait pas des compétences aussi étendues dans ce domaine, la « Generalitat » de Catalogne fit valoir ce précédent pour se doter, à son tour et dans les mêmes conditions, d'une nouvelle chaîne, le Canal 33.

Dès lors, l'accession des autres régions à l'outil télévisuel autonome ne dépendait plus que de leur volonté et / ou de la viabilité de leur projet. Celles qui étaient gouvernées par les socialistes mirent plus de temps pour y parvenir. Leurs dirigeants estimaient généralement qu'ils avaient d'autres problèmes plus urgents à régler ou d'autres projets à financer en priorité. Mais une fois le Pays Basque et la Catalogne en possession de leur propre média audiovisuel, il s'avéra très vite évident que la plupart des autres Communautés Autonomes ne tarderait pas longtemps à les imiter et cela, en dépit de la politique de décentralisation entreprise par TVE qui l'amena à multiplier les centres territoriaux aux Baléares, en Cantabrie, à La Rioja, c'est-à-dire dans les régions limitrophes de la Catalogne et du Pays Basque. La détention d'une télévision n'était pas, pour une Communauté Autonome, qu'une simple façon d'affirmer sa différence et sa puissance face au pouvoir central, mais également un moyen pour l'opposition de disposer à sa guise d'un accès au plus influent des diffuseurs de masse. Raison qui ne fut certainement pas étrangère à l'empressement manifesté par la majorité conservatrice de la région de Madrid à acquérir et à développer sa propre chaîne. Une telle ardeur

laissait entrevoir l'esprit de revanche qui animerait le Parti Populaire dans ce domaine, dès qu'il serait aux affaires.

Cela ne surprit donc personne quand, à peine installé, le gouvernement de José María Aznar s'en prit au système télévisuel mis en place par ses prédécesseurs. La cible principale de ses attaques fut les groupes concessionnaires des premières chaînes privées. Ils étaient, à ses yeux, directement responsables de l'échec subi par son parti, aux élections législatives de 1992 (quatre ans auparavant). Aznar en voulait tout particulièrement à la holding dirigée par Jesús Polanco, à qui il reprochait d'être inféodée aux socialistes. Pour assouvir sa vengeance, le nouveau pouvoir comptait sur une arme redoutable : la très florissante entreprise publique, Telefónica qui, depuis quelque temps, affichait elle aussi ses ambitions dans le domaine audiovisuel. Elle s'était dotée à cet effet d'une filiale multimédia, Admira, appelée à devenir sous la direction du futur Secrétaire d'État à la Communication, Pedro Antonio Martín Marín, la cheville ouvrière de la nouvelle stratégie médiatique gouvernementale.

Une de ses premières actions consista à mettre la main sur Antena 3 TV en évinçant l'actionnaire de référence, la famille Godó qui avait eu la faiblesse de vendre la branche radiophonique de sa holding au groupe PRISA. Quelque temps auparavant, le PDG du groupe ZETA, Antonio Asensio, avait déjà été menacé de poursuites judiciaires s'il s'entêtait à poursuivre des négociations commerciales avec le patron du journal *El País*. Parallèlement à ces politiques d'intimidation et de coercition envers les partenaires possibles de Jesús Polanco, le gouvernement du Parti Populaire favorisa l'émergence de concurrents de Canal + España, quand il n'en fut pas lui-même l'instigateur. En 1997, Telefónica crée ainsi la société Distribuidora de Televisión Digital qui, sous l'appellation de Vía Digital, deviendra, quelques années plus tard, la principale alternative à la filiale espagnole d'André Rousselet sur le câble. Ce dispositif d'encercllement et de harcèlement est complété par le lancement, à l'orée du nouveau millénaire, de trois autres chaînes destinées à entraver le développement de Canal. Quiero TV mit fin à son monopole sur le marché de la télévision par abonnement, tandis que Net TV et Veo TV se positionnaient dans deux niches lorgnées par le fleuron de PRISA-Sogecable, la télévision par internet et la télévision personnalisée par câble.

Cependant, aucun de ces trois diffuseurs n'étaient en mesure d'inquiéter sérieusement Canal sur les segments incriminés. Ils disparurent bien avant que la

maison mère de la télévision espagnole d'origine française ne dût se résigner à demander au gouvernement l'autorisation d'émettre en clair sur la fréquence qui lui avait été initialement attribuée, mettant fin par ce biais à l'aventure de Canal + en Espagne. En dépit de tous les investissements concurrentiels consentis par Telefónica, ce dénouement ne fut obtenu que grâce à l'adoption, en juillet 1997, de la loi sur la retransmission des matchs de football qui fit voler en éclats le monopole que Canal exerçait sur cette activité, depuis le début des années quatre-vingt-dix, et qui lui assurait une clientèle captive à des coûts tout à fait raisonnables (2 milliards de pèsètes par match, contre 12 après l'entrée en application de la loi). La mort de la première télévision payante du pays et les bénéfices escomptés échappèrent tout de même à son « bourreau », puisque l'issue tant espérée par José María Aznar intervint finalement sous le gouvernement de son successeur, José Luis Rodríguez Zapatero qui, en accédant à la requête de Sogecable, permettait au groupe PRISA de conserver sa concession et son influence médiatique. De ce point de vue, la « guerre des télévisions » se révéla être parfaitement inutile. Ce qui ne l'empêcha pas d'avoir des effets néfastes sur l'ensemble du paysage télévisuel.

CHAPITRE II

LE SYSTÈME TÉLÉVISUEL ESPAGNOL ACTUEL

Classement des chaînes de télévisions en fonction de leur audience hebdomadaire



Source : AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación)², Madrid: AIMC 2018

Il est possible malgré tout d'opérer différents types de classements dans cet enchevêtrement de télévisions. Tous cependant n'offrent pas un même niveau de clarté ou déforment la réalité. L'ordre chronologique – privilégié pourtant par la plupart des ouvrages consacrés à la question – a, par exemple, tendance à surévaluer l'importance d'un secteur public qui ne représente plus aujourd'hui, en comptant les télévisions

² Association pour la recherche dans le domaine des médias.

publiques régionales, que 35 à 40 % de l'audience et une part encore plus réduite du marché télévisuel actuel. Plus pertinente, la distinction sectorielle rend néanmoins mal compte de l'essor du phénomène des chaînes locales qui peuvent être, selon les cas, publiques ou privées. La meilleure solution pour faire ressortir le plus fidèlement possible la charpente de tout le système semble se trouver dans l'adaptation du classement par secteurs à la spécificité du cas espagnol, c'est-à-dire, en détachant des deux principaux ensembles celui constitué par les télévisions locales.

En raison de son ancienneté et de l'importance et l'originalité des transformations qu'il a subies, le secteur public demeure le référent et l'élément moteur de cette structure. Il se confondit avec la télévision nationale, jusqu'en février 1983, date à partir de laquelle l'apparition de la première télévision autonome au Pays Basque mit fin au monopole public de TVE. Créée par le parlement régional presque un an auparavant, Euskal Telebista (ETB) fit rapidement des émules. En mai de la même année, la Catalogne se dota d'une corporation de radio et de télévision (Corporation Catalane de Radio et de Télévision, CCRT) qui commença à émettre sur les petits écrans au printemps 1984, à travers les ondes de TV3. Moins d'un an plus tard, le lancement d'une télévision galicienne (TVG) était à son tour décidé.

Entre temps, le gouvernement central pris de court par ces initiatives et craignant de perdre toute autorité en la matière, légiféra à la hâte, rappelant dès le premier article d'une nouvelle loi sur l'audiovisuel que la primauté dans l'attribution des faisceaux hertziens revenait à l'Etat qui, en l'occurrence, décidait de « mettre à la disposition des gouvernements autonomes qui en feraient la demande une troisième chaîne nationale, en régime de concession ». Ce texte définissait également les conditions d'utilisation de ce nouveau canal par les régions : il ne pouvait être en aucun cas aliéné au secteur privé, ni émettre en dehors du territoire régional, ni donner lieu à des associations régionales. Il était également interdit aux médias autonomes de se réserver l'exclusivité de quelques événements sportifs que ce fût. Si ces exigences n'affectèrent en rien la volonté du reste des communautés autonomes de se doter de leur propre télévision publique, tel ne fut pas le cas de l'attitude des majorités socialistes aux parlements régionaux. Les principales régions sous leur responsabilité, l'Andalousie, Madrid et le Pays Valencien, n'accédèrent à l'univers télévisuel qu'à l'extrême fin des années quatre-vingt, après une alternance politique ou un changement de priorités de leur gouvernement. Une

troisième et – jusqu'à présent – dernière vague de régions (comprenant à l'heure qu'il est, un total de sept communautés) vint s'ajouter à ces dernières à partir du nouveau millénaire.

Devant l'engouement suscité par cette possibilité d'accroître la visibilité régionale, les six corporations à l'avoir expérimentée en premier créèrent, en 1989, une Fédération des Organisations de Radio et de Télévision des Autonomies (FORTA) pour venir en aide et soutenir les nouvelles initiatives qui ne manqueraient pas – comme cela fut le cas – de surgir dans ce domaine. Elle accueille aujourd'hui onze des quinze télévisions autonomes publiques que compte le pays. Les plus riches d'entre elles, et les plus culturellement actives, ont même sous ses auspices et au gré du développement technique, multiplié leur offre télévisuel. La Corporation catalane de radio et de télévision et Euskal Telebista peuvent ainsi proposer respectivement à leurs téléspectateurs cinq et quatre chaînes chacune. Ce dynamisme fait actuellement de ces secteurs publics émergents de redoutables concurrents pour TVE, alors qu'ils furent au départ tellement à sa merci qu'ils ne purent, face à son refus, siéger au sein de l'Union Européenne de Radiodiffusion (UER), ni accéder librement au réseau international. Désormais, l'ensemble de ces télévisions devançant régulièrement la télévision d'Etat d'un ou deux points à l'audimat et la surclasse même sur le plan technologique. La plupart d'entre elles avait déjà basculé dans le numérique alors que la télévision nationale poursuit encore sa propre conversion dans ce domaine. Mais cette rivalité a également permis d'accélérer la modernisation de la télévision nationale et d'étoffer son offre. La désormais Corporation RTVE (depuis 2007) met à la disposition de ses usagers douze chaînes dont deux, par exemple, spécifiquement destinées à la Catalogne (TVE 1 Catalunya et TVE 2 Catalunya), ce qui représente la nouvelle stratégie de la télévision nationale pour reconquérir le marché régional, après avoir essayé sans succès de contrecarrer l'influence grandissante des nouvelles télévisions publiques en multipliant les déconnexions territoriales. Au total, le secteur public espagnol compte aujourd'hui quatorze télévisions et trente et une chaînes différentes. Après avoir pâti pendant longtemps de monopolisation, il souffre à présent de l'excès inverse. Ce fractionnement le distingue également d'un secteur privé tout aussi bouillonnant mais nettement moins pléthorique.

Actuellement, cinq entreprises se partagent ce marché, au niveau national. Trois d'entre elles, Antena 3 TV, Tele 5 et La Sexta, proposent une offre généraliste de type classique, tandis que les deux autres ont investi les niches ouvertes par l'évolution technologique et la création de nouveaux réseaux. ONO est ainsi venu concurrencer la plate-forme télévisuelle Sogecable, sur ses terres d'origine, en lançant, à son tour, un bouquet numérique câblé et payant. Cette configuration multiforme contraste avec l'uniformité structurelle du secteur public et révèle surtout la nature des forces et les tendances qui soutiennent ce secteur.

Les chaînes généralistes majoritaires dans ce système peuvent être considérées comme les héritières des trois concessions initialement prévues par la loi du 14 avril 1988, instaurant la télévision privée, même si seules deux d'entre elles figuraient dans le trio de candidatures retenu par le gouvernement. En dehors de toute autre considération, Antena 3 TV et Tele 5 avaient alors réussi à s'imposer grâce à leur appartenance à deux des plus influents conglomérats médiatiques espagnols. Le groupe de presse Godó, propriétaire du principal quotidien de Barcelone, *La Vanguardia*, du très populaire magazine *¡Hola!*, associé à une myriade de titres régionaux et à une poignée de banques étrangères – dont la banque Rothschild –, a soutenu et accompagné le développement vertical de la radio privée, Antena 3 vers l'univers audiovisuel. Bien que dépourvue d'une expérience comparable au départ, la puissante maison d'édition ANAYA (premier éditeur scolaire du monde hispanique) alliée à la riche et dynamique ONCE (Organisation Nationale des Aveugles Espagnols) et, surtout au sulfureux fond d'investissements berlusconien, Fininvest, réussit à se doter à son tour d'une chaîne généraliste Tele 5, qui ne resta cependant pas longtemps sous sa coupe. Lancée dix sept ans plus tard, La Sexta n'obéissait déjà plus au même modèle financier.

Contrairement à ses aînées, aucun groupe de presse ne figure, même aujourd'hui, parmi les principaux détenteurs de son capital, dont 51 % est entre les mains du Grupo Audiovisual de Medios de Producción (GAMP), 40 % est contrôlé par la télévision mexicaine, Televisa et le 9 % restant a été apporté par l'entreprise Gala Capital. En réalité, ce montage financier ne déroge à l'emprise des grands groupes de communication de la péninsule qu'en apparence. Si cette sixième chaîne a finalement vu le jour, c'est bien grâce ou à cause (tout dépend du point de vue) des exigences et de l'intransigeante domination médiatique du premier des groupes de presse espagnol,

PRISA-Sogetel. Mécontente des restrictions imposées à la détention du capital de chaque société concessionnaire par la loi (pas plus de 25 % par actionnaire majoritaire), la maison-mère d'*El País* finit par retirer la candidature qu'elle avait présentée pour obtenir l'une des trois concessions proposées, après avoir été officieusement retenue. Ce mouvement d'humeur réussit à ce point à bouleverser les plans du gouvernement socialiste que ce dernier accepta, après un entretien personnel entre Felipe González et François Mitterrand, d'autoriser la nouvelle association, formée par PRISA et par Canal + France, à émettre sous une forme non prévue par la loi de 1988 et qui, en outre, requérait l'éviction sans indemnité ni réparation aucunes, de l'un des deux autres candidats initialement pressentis, des engagements ayant été pris entre temps, auprès du remplaçant du projet défaillant. Si ces avatars n'empêchèrent nullement Canal + España de devenir la première chaîne payante du paysage audiovisuel ibérique, ils finirent par peser sur son avenir au point de contribuer à sa disparition.

Celle-ci prit une forme, jusque-là, inédite dans ce secteur : la reconversion d'activité. En juillet 2005, la société propriétaire de la filiale espagnole de Canal +, Sogecable, obtint du gouvernement l'autorisation d'émettre en clair sur la fréquence de l'ancienne chaîne cryptée, donnant ainsi naissance à une nouvelle télévision privée généraliste, La Cuatro, qui devint de fait le nouveau vaisseau amiral de la plate-forme télévisuelle Sogecable. Après avoir avantaagé une nouvelle fois le groupe PRISA, le gouvernement se devait d'accepter, au nom du pluralisme garanti par la toute récente loi du 14 juin 2005, la création d'une sixième chaîne par des investisseurs le plus indépendants possible du magnat Jesús Polanco. Du coup, tout en échappant au contrôle financier des grands groupes de presse espagnols, La Sexta leur devait cependant son existence. Elle a aujourd'hui fusionné avec Antena 3 pour donner naissance au groupe, rebaptisé, en 2011, Atresmedia.

On retrouve une dynamique similaire sur le marché de la télévision par câble où l'entreprise Sogecable fait, cette fois-ci et depuis sa création en 1989, office de pionnière. Elle détient notamment les chaînes Digital + et Canal + HD, vestiges de l'ex-Canal Plus Espagne. ONO est devenu son plus acerbe concurrent depuis que cette société, détenue à 75 % par des investisseurs américains, a acquis AUNA, ancienne filiale de la société publique, Retevisión. Hormis ce cas et celui de Tele 5 où le fond italien, Mediaset Investimenti, détient désormais 50,13 % du capital, le secteur de la télévision privée

reste encore largement entre les mains d'intérêts nationaux. Tendance qui s'accroît au niveau de la télévision locale.

Apparues de façon spontanée, au cours des années quatre-vingt, les télévisions locales concurrençaient avec le progrès du réseau câblé, un développement anarchique, jusqu'au milieu de la décennie suivante. Dans la plupart des cas, il s'agissait de diffuseurs privés, parfois soutenus par les communes qui, dans le cadre d'associations de commerçants, de quartiers ou sportives et culturelles, proposaient moyennant un abonnement et en toute illégalité, des films, précédés et suivis d'encarts publicitaires vantant la qualité et le service offerts par des boutiques, des restaurants ou tout autre établissement implanté dans l'aire de diffusion ou à proximité. Cette pratique dite de la « vidéo communautaire » plongeait en réalité ses racines dans les débuts de la télévision franquiste quand, faute de moyens, le raccordement de certains villages isolés au réseau hertzien national passait par le financement privé de l'installation répétitrice nécessaire contre la possibilité de glisser çà et là quelques « réclames » en faveur des entreprises bienfaitrices. Malgré la loi du 22 décembre 1995 qui limite désormais leur temps d'émission à quatre heures par jour et les oblige, sous peine de fermeture, au strict respect de la législation sur les droits d'auteurs, cet autre type de télévision payante n'a cessé de proliférer. On en compte actuellement plus d'un millier (1 175, plus exactement, en 2006). La majorité d'entre elles font partie de l'un des deux grands réseaux câblés nationaux, Cablevisión, propriété du consortium formé par le groupe PRISA et par Telefónica, et Cable Europa, récemment tombé dans l'escarcelle de ONO. Le Pays Basque et la Catalogne sont, jusqu'à présent, les seules parties du territoire national à disposer de leur propre réseau, géré par les entreprises régionales, Cable TV et Euskatel.

Ainsi, sans faire appel aux diffuseurs étrangers, les Espagnols ont déjà accès en moyenne à plus d'une douzaine de chaînes différentes. La profusion de cette offre et la complexité d'un tel système télévisuel ont été atteints en à peine un peu plus de vingt ans et à partir d'un paysage audiovisuel réduit à sa plus simple expression.

CHAPITRE III

UN PAYSAGE AUDIOVISUEL À LA DÉRIVE

Les tensions et les remises en cause qui ont présidé à la transformation du système télévisuel espagnol ont également accentué les faiblesses de sa conception et les incohérences de son développement, au point d'empêcher le secteur public d'État de profiter des déboires de son plus sérieux concurrent et d'affecter l'essor des télévisions périphériques.

Si le statut de janvier 1980 et le consensus politique dont il émanait réhabilitaient et refondaient même l'ancienne télévision publique franquiste, TVE continuait encore et malgré tout à pâtir des maux que lui avait inoculés la dictature. La multiplication de ses organes démocratiques n'y changeait rien. Désormais, elle disposait d'un Conseil d'Administration composé de douze membres élus par le Parlement, parmi les représentants des différents partis politiques, mais ses compétences se limitaient à émettre des avis sur les questions importantes, notamment sur la désignation du candidat au poste de Directeur Général. Prérogative toujours dévolue au gouvernement qui contrôlait ainsi l'ensemble de l'organigramme, étant donné le pouvoir quasi discrétionnaire – en termes de nominations, en particulier –, attaché à cette fonction dont l'exercice fut tout de même limité à quatre ans renouvelables une fois.

Le reste des organes conciliaires de la nouvelle TVE, le Groupe des Conseillers et le Conseil Territorial (présent dans chaque communauté autonome), était cantonné aux rôles strictement représentatif et consultatif. Dans les faits, ce statut garantissait aussi peu d'autonomie à la télévision publique nationale que, sur les treize directeurs généraux qui se sont succédés depuis à sa tête, un seul a obtenu l'agrément de son Conseil d'Administration. Ses collègues, de gauche comme de droite ou du centre, ont tous été imposés par l'exécutif, sans tenir compte de l'avis de cette assemblée. Dix mois à peine après son investiture, Fernando Castedo Álvarez paya d'ailleurs son indépendance

d'esprit d'un limogeage fulgurant. Son ministre de tutelle n'ayant guère apprécié « le favoritisme accordé [sous son mandat] à l'opposition » (alors socialiste) et le fait d'avoir « sciemment porté atteinte aux bonnes mœurs » (Bustamante, 2006), en autorisant la diffusion du film *Padre Padrone* des frères Taviani, en deuxième partie de soirée. Il ne fut pas le seul à subir un tel sort, les socialistes ne montrant guère plus de scrupules au moment de remercier leur collaborateur. Même si toutefois, sous leurs gouvernements, cette direction générale « usa » moins de personnalités : quatre en quatorze ans de pouvoir, contre cinq en six années, sous la droite.

Les motifs de renvoi des responsables de TVE évoluèrent aussi au cours de cette période. Bien qu'évoqués souvent et à grands renforts de déclarations médiatiques, les reproches de nature politique, les fameux « scandales » dans le jargon de l'opposition – quelle qu'elle fût –, ne constituent plus une raison suffisante de licenciement à partir de 1982. L'invitation d'un dissident socialiste sur le plateau du programme de débat en direct, *La Clave* (« La clé de l'énigme »), contre l'avis du Vice-Président du gouvernement, Alfonso Guerra, coûta son poste au directeur du programme en question, José Luis Balbín, mais pas à son chef hiérarchique (ami personnel et protégé – il est vrai – du numéro 2 de l'exécutif). Malgré les dénonciations, les plaintes en justice et les gesticulations en tous genres des communistes contre le parti pris de TVE pour le « oui » dans la campagne référendaire sur le maintien de l'Espagne dans l'OTAN, José María Calviño ne fut guère plus inquiété. D'ailleurs, il ne quitta ses fonctions qu'au terme légal de son mandat en 1986, deux ans plus tard. Avec son successeur, Pilar Miró, les récriminations de type politique cèdent le pas aux remises en cause de la gestion économique et de l'emploi des budgets. Cependant, malgré la virulence et l'acharnement des critiques, cette proche de Felipe González ne se décidera à démissionner que quelques mois à peine avant la fin de son mandat légal. Il convient néanmoins de souligner qu'elle a été, jusqu'à présent, la seule responsable de TVE à reverser aux caisses de la télévision publique les sommes indûment perçues.

Rien de tel sous la gouvernance de José María Aznar, même si ce fut alors que les malversations et la prévarication furent érigées en norme de conduite. D'ailleurs, aucun des cinq directeurs qui se succédèrent, au cours de ses mandats législatifs, ne fut relevé de ses fonctions pour de tels motifs. Certains même accédèrent à cette fonction précédés d'une réputation assez sulfureuse, à cet égard. Fernando López-Amor García arriva à la

Direction Générale de TVE, auréolé de ses déboires avec la justice, un peu plus d'un an après qu'une juge du Tribunal de Grande Instance de Madrid ait requis contre lui une peine de douze ans d'interdiction d'exercice de toute fonction publique. Le gouvernement ne prit même pas la peine de respecter, à cette occasion, la procédure en vigueur pour rendre effective sa nomination. Le Conseil d'Administration apprenait pratiquement en même temps que la presse le nom du candidat désigné, alors qu'il était censé l'avaliser.

Dans l'esprit des responsables gouvernementaux et d'Aznar en particulier, la télévision publique demeurait un simple instrument du pouvoir, destiné à servir au mieux les intérêts de l'exécutif, du parti qui le formait et des milieux qui le soutenaient. Cette conception despotique du rôle de TVE réduisait à néant la spécificité et les maigres possibilités d'autonomie que lui reconnaissait le statut de 1980. Anodin en apparence, ce retour en arrière fragilisait en réalité un média qui non seulement ne détenait plus une situation monopolistique, mais qui devait de surcroît, affronter la concurrence de groupes pourvus d'importants moyens financiers et surtout, de féroces appétits commerciaux. Le pillage des ressources du service public atteint alors de telles proportions qu'il devint le principal fournisseur de cadres et de main d'œuvre qualifiée des chaînes privées. Un grand nombre de leurs techniciens provenaient du centre de formation de TVE et avaient fait leurs premières expériences dans ses studios avant d'être débauchés ou « prêtés » et employés en sous-traitance par Antena 3 TV, Telecinco ou même Canal +. En sens inverse, TVE fut priée d'embaucher les cadres proche du PP, victimes de licenciement ou tout simplement mécontents de leur sort dans des entreprises qui les avaient souvent engagés par complaisance. Quand elle ne fut pas obligée de débaucher à prix d'or d'anciens dirigeants qui avaient pourtant quitté ses rangs, pour aller faire fortune chez la concurrence. Álvaro de la Riva réussit ainsi à faire doubler ses émoluments en faisant la navette entre les postes de direction qu'il occupa chez Vía Digital et ceux que la télévision d'État lui offrit.

Le service public devait faire face à ces nouvelles contraintes, amputé de certains de ses moyens de base transformés par le gouvernement en coûts supplémentaires d'activité, depuis qu'en 1997, Retevisión, la filiale créée en 1989 pour gérer le réseau technique de diffusion, fut vendue à l'un de ses concurrents, le groupe de téléphonie AUNA. En dépit de cette augmentation des charges d'exploitation, TVE amplifia la

politique initiée sous le socialiste Joaquín García Candau (seul Directeur Général à avoir été reconduit dans ses fonctions), de faire produire les programmes des chaînes d'Etat par des producteurs privés, y compris quand cela n'était nullement justifié et en utilisant fréquemment le matériel et les studios du commanditaire. L'affairisme dans lequel plongea alors la télévision nationale fit exploser sa dette. À l'issue du second mandat de José María Aznar, en 2004, elle atteignait presque 7 milliards d'euros, alors qu'elle dépassait à peine les 1,5 milliards, huit ans auparavant. Le désastre budgétaire était tel que beaucoup de députés socialistes et communistes étaient persuadés d'être en train d'assister à la « liquidation » pure et simple de la télévision publique d'Etat.

D'autant plus que, depuis l'arrivée sur le marché audiovisuel des télévisions privées, elle avait perdu sa principale source d'audience : les retransmissions hebdomadaires des matchs de la Ligue 1 et celles, plus sporadiques – mais, oh combien plus rémunératrices ! –, des rencontres internationales. Privée de cette manne d'auditeurs réguliers, TVE connut une véritable hémorragie de téléspectateurs que les libertés prises avec l'information, surtout au cours de la seconde législature du PP, aggravèrent. Entre 1996 et 2004, la télévision nationale abandonna à ses concurrents près de 10 points de parts de marché, mais réussit à devenir, sous la férule du Directeur de l'Information, Alfredo Urdaci : « le média le plus propagandiste d'Europe, après la télévision de Milosevic ». Triste palmarès dressé, certes, par la député socialiste, Rosa Conde, mais que le gouvernement de José María Aznar s'empessa de confirmer, en manipulant de façon éhontée les données concernant les auteurs des attentats du 11 mars 2004. Si le retour au pouvoir du PSOE qui s'en suivit permit de mettre fin à ce type de pratiques, il ne suffit pas à enrayer, à lui tout seul, le déclin de la télévision publique d'Etat. Sous la direction de Carmen Caffarel, TVE perdit encore 4,4 points d'audience.

Cette tendance affectait également le reste du secteur public. Le taux d'audience des chaînes régionales cessa de croître à partir de 1996, soit treize ans après l'apparition des premières d'entre elles, pour se stabiliser autour de 15 % du *share*³, dans le meilleur des cas. Dans d'autres, comme dans celui de TeleMadrid, elles n'atteignent pas encore ce seuil, voire n'arrivent toujours pas à « décoller » auprès de leur public « naturel ». Le Canal Extremadura en est même réduit à retransmettre les

³ Nombre de téléspectateurs qui regarde un même programme par rapport au nombre total de téléspectateurs étant devant leur récepteur au même moment, exprimé en pourcentage.

programmes les plus suivis de TVE pour grappiller quelques points d'audimat, quitte à passer auprès de ses téléspectateurs pour une simple station décentralisée.

Or, à l'exception notoire des télévisions basque et des Iles Canaries, l'ensemble de ces chaînes – prenant modèle sur TVE – a accordé une part importante de son financement aux revenus publicitaires (58 %, par exemple dans le cas de TV3). Cela les rend concurrentes les unes par rapport aux autres, dans un espace rendu déjà hautement concurrentiel par l'arrivée des chaînes privées et des chaînes locales. La quasi totalité du secteur public audiovisuel se trouve dès lors soumis au même cycle infernal qui a ébranlé la télévision d'État, depuis que celle-ci a perdu son monopole. Elle dut alors, pour rester compétitive, baisser ses tarifs publicitaires de 75 %, sans pour cela échapper – comme ses consœurs régionales – à un endettement croissant. Ce mal endémique du secteur audiovisuel public espagnol est amplement nourri par l'incapacité des autorités tutélaires – qu'elles soient centrales ou régionales – à contenir leur dépense. En 2007, la seule dette cumulée de TVE équivalait au fameux « trou » de la Sécurité Sociale française.

Le retour en grâce des télévisions publiques en Espagne passe sans aucun doute par une remise en cause complète de leurs modes de financement et/ou – selon les cas – de gestion.

La promulgation de son statut en 1980 a sorti la Télévision Espagnole de l'ombre juridique dans laquelle l'avait plongée la dictature, pour le placer au cœur de la plus importante révolution qu'ait jamais connue le monde audiovisuel en Espagne. À peine dotée d'existence identitaire, son rôle et sa place au sein du paysage télévisuel et de la société espagnole toute entière lui étaient contestés par des télévisions de même nature et pour la plupart desquelles elle restait un modèle, voire un recours. L'ouverture quasi simultanée de cet univers au secteur privé le faisait subitement basculer dans une modernité concurrentielle contre laquelle il était mal armé. En dépit de ce désavantage et contre toute logique libérale, la plupart des télévisions publiques – à l'exception notoire d'ETB –, durent et doivent encore, sur injonction du politique, participer au développement de ce marché qui dévore leur ressource autant qu'il décime leur public.

Devenues minoritaires en terme d'audience, TVE et la FORTA montrent que le renversement télévisuel vécu par l'Espagne est, à son tour, en train de toucher à sa fin. Signe indubitable de cet accomplissement révolutionnaire, une nouvelle loi sur la Radio

et la Télévision Publiques a été adoptée, en 2006, pour permettre enfin à la télévision nationale (la plus touchée par ces bouleversements), non plus d'exister, mais de subsister. L'État qui l'avait portée sur les fonds baptismaux et soumise, dès lors, à son bon vouloir, semblait, pour la première fois, assumer ses responsabilités à son égard. Le pouvoir politique s'engageait par ce texte à lui apporter un concours financier égal à celui qu'elle devait continuer à puiser de la manne publicitaire. Cette contribution était, pour la première fois, fixée à un niveau conséquent et réellement susceptible de lui permettre de quitter l'état de « banqueroute technique » dans lequel elle se trouvait. Avec 45 % de son budget assurés par son autorité tutélaire, TVE peut redevenir un acteur important sur la scène audiovisuelle ibérique.

La toute récente victoire remportée par la télévision nationale associée aux télévisions régionales et au groupe Mediapro (actionnaire de La Sexta) dans la surenchère pour acquérir les précieux droits de diffusion de la Ligue des Champions pour les saisons 2009 à 2012, ne pouvait être, en ce sens, de meilleure augure. Un nouveau paysage télévisuel commence, sans doute, à se dessiner outre Pyrénées.

CHAPITRE IV

LA TÉLÉVISION ESPAGNOLE ET L'INFORMATION

Souvent désignée comme l'« ère de l'information », notre époque a fait de la communication la mesure de toute chose. Toute activité n'a d'existence que si elle est capable de se faire connaître. Le silence qui n'était déjà « pas rentable » – selon Schmetz (Schmetz & Novak, 1986) – est en outre désormais, source d'impuissance. Cette transformation a profondément affecté le discours public et la perception de la réalité. Les « grands récits » (Lyotard, 1979) qui structuraient, il y a encore vingt ans, nos sociétés ont très vite été remplacés par des « micro-discours » (Imbert, 2003) qui répondent mieux à la fascination que le présent exerce sur nos contemporains.

Bien qu'issue de l'ancien monde, la télévision est l'une des principales responsables de ce bouleversement. En éliminant les médiations entre l'événement et l'individu, elle crée l'illusion d'un présent éternel, sans cesse renouvelé, toujours à l'écran. La réalité ainsi proposée n'est plus qu'un spectacle, qu'une marchandise, qu'il faut en permanence produire et vendre, sous quelque forme que ce soit. L'actualité a d'autant plus facilement imposé sa « dictature » en Espagne qu'elle n'a eu aucun mal, poussée par les vents de la liberté retrouvée, à s'épanouir sur les vestiges médiatiques du franquisme.

L'héritage du franquisme

Beaucoup plus facilement contrôlable et manipulable par la dictature que les autres médias de masse, la télévision en a logiquement gardé des stigmates plus profonds et plus indélébiles, en dépit du désintérêt qu'elle suscita initialement chez ses principaux responsables.

De la censure à l'autocensure

Paradoxalement, la télévision est le moyen de communication issu du franquisme qui, d'une certaine manière, a le moins souffert de la censure. En effet, du fait de son

apparition tardive, elle n'a été exposée à la tristement célèbre loi sur la presse de 1938 qu'une dizaine d'années. Le reste de son parcours dictatorial s'est fait sous le régime de la loi sur la presse et sur l'édition de 1966, qui avait mis fin à la censure préalable et à l'obligation de présenter aux autorités compétentes toute production destinée au public. C'est ainsi que, depuis 1964, TVE offrait, de façon sporadique, certes, mais de plus en plus régulière, des émissions en catalan. Le pouvoir montrait ainsi moins une volonté d'apaiser les tensions provoquées par un centralisme outrancier que le caractère complètement arbitraire et absurde du type de censure qu'il pratiquait par ailleurs, toute forme d'expression en langue régionale restant de toute façon rigoureusement proscrite. Pour éviter de trop attirer l'attention – ce qui est un comble pour une émission de télévision –, ces premiers programmes mirent un point d'honneur à se conformer à la plus stricte orthodoxie franquiste, alors qu'ils ne pouvaient pas être officiellement censurés, puisqu'il étaient d'emblée totalement illégaux.

Contre toute attente, ce genre de situation ubuesque n'a pas tout à fait disparu avec le retour à la démocratie. En dépit de l'abolition de la censure et du démantèlement de son appareil coercitif, certains sujets sont restés de véritables tabous, jusqu'à très récemment. La guerre civile n'est apparue sur les petits écrans qu'à partir des années 1980 et généralement sous forme de fiction (films, séries). La répression franquiste, l'Église ou encore les dessous de la transition, le non-choix de la monarchie comme régime politique, la face non officielle du roi ou celle des principaux dirigeants semblent toujours protégés par cette chape de plomb médiatique, coulée par la dictature, entre le peuple et le pouvoir. La multiplication des télévisions et, notamment, l'apparition de chaînes privées, n'a pas permis, malgré la volonté de rompre avec le modèle existant, de transgresser ces interdits. L'autocensure, plus ou moins consciente, des responsables de ces nouveaux médias trouve sa justification dans des arguments commerciaux toujours d'actualité – et pas uniquement en Espagne –, comme « ne pas s'aliéner une partie de téléspectateurs (réels ou potentiels) » ou « éviter tout scandale qui pourrait nuire à l'image de la chaîne ».

La dictature du marché a su à ce point s'accommoder des pratiques médiatiques du franquisme qu'il n'y a plus guère que les paparazzis pour brandir encore la liberté d'informer et s'indigner publiquement des entraves que la loi fait peser sur leur activité.

Les interférences actuelles du pouvoir

Le régime politique a eu beau changer du tout au tout depuis la transition et les relations entre le pouvoir et les médias se moderniser et même s'équilibrer, les dirigeants ne peuvent pas s'empêcher de peser, d'une façon ou d'une autre, sur les moyens de communication de masse et sur l'information que ceux-ci véhiculent. Cette véritable « culture de l'interférence » est sans aucun doute l'un des legs du franquisme le mieux partagé par la classe politique espagnole actuelle.

L'organigramme gouvernemental espagnol a conservé jusqu'en juillet 1977 un ministère de l'Information et du Tourisme qui a gardé la télévision sous son autorité directe, avant que celle-ci ne passe, avec la disparition de cette administration, sous la houlette du ministère de la Culture. Si le statut de 1980 lui a permis ensuite d'échapper quelque peu à la mainmise du pouvoir, la télévision est restée somme toute soumise au bon vouloir de l'exécutif, ne serait-ce qu'à cause de son surendettement. Les bouleversements postérieurs du paysage audiovisuel ont modifié cette relation de dépendance, sans toutefois y mettre fin.

Le développement des télévisions autonomes n'a fait en réalité que transférer à l'échelon régional une pratique jusque-là exclusivement nationale, toutes ces chaînes étant, soit directement administrées et financées par les gouvernements autonomes, soit sous contrat exclusif avec certains d'entre eux. De même, l'apparition concomitante d'un secteur privé n'a pas suffi à mettre fin à l'interventionnisme politique dans ce domaine. La plupart des télévisions relevant de ce secteur sont la propriété de groupes proches des grands partis de gouvernement : PRISA, qui détient Canal +, La Cuatro et Sogecable, est lié au PSOE ; tandis que Vocento, créé par l'entourage médiatico-affairiste du PP, est présent dans le capital de Tele 5 et possède de nombreuses chaînes locales.

Si, par ailleurs, ce partage d'influences vaut garantie démocratique, il n'exclut nullement la survivance d'agissements dignes de l'ancien régime, passés dans le nouveau au gré des relents d'autoritarisme de différents gouvernements et de quelques circonstances exceptionnelles. Le contrôle étroit de l'information télévisée parut même indispensable aux premiers exécutifs de la monarchie parlementaire qui se méfiaient autant de la population que des anciens franquistes et des militaires. À peine appelé à gouverner par le roi Juan Carlos, Adolfo Suárez (lui-même ex-directeur général de RTVE) nomma Rafael Ansón à la tête de la télévision, pour « vendre la démocratie » aux Espagnols. Contrat que celui-ci remplit si bien que la coalition de notables réunie à la

hâte par le chef du gouvernement pour concourir aux premières élections libres de l'après-franquisme, mit à profit le talent de Rafael Ansón pour se doter de l'assise populaire qui lui faisait défaut. Au contraire, l'un de ses successeurs, Fernando Castedo Álvarez, fut contraint à la démission, en octobre 1981, pour s'être montré nettement moins « accommodant » avec le parti au pouvoir. Sans doute fallait-il, quelques mois après la tentative de coup d'État du lieutenant-colonel Tejero, montrer aux secteurs les plus rétrogrades de la droite que le gouvernement était encore capable de tenir au moins « sa » télévision ?

À cet égard, l'arrivée du PSOE au pouvoir en 1982 ne constitua guère une rupture suffisante pour mettre fin à d'aussi vieilles et utiles pratiques. À peine nommé, le directeur du journal télévisé de la mi-journée, Luis Mariñas, ne tarda pas à l'apprendre à ses dépens, après avoir commis l'impair – peu subtil, au demeurant – d'autoriser la diffusion d'un match de football très attendu au moment même où Felipe González donnait une de ses premières conférences de presse. Devenu à son tour chef du gouvernement, José María Aznar systématisa ce genre d'ingérence, après avoir pris la peine d'évincer de tout poste de responsabilité et du devant de la scène, les journalistes nommés par l'ancienne direction. Pour mieux s'assurer la fidélité de la télévision d'État, Aznar plaça à sa tête des personnalités de plus en plus conservatrices et dociles, parmi lesquelles l'ultra conservateur José Antonio Sánchez, qui alla jusqu'à remercier la correspondante de TVE à Bagdad et à Jérusalem, Ángela Rodicio, quelques jours avant l'entrée en guerre de l'Espagne contre l'Irak, parce que cette spécialiste du Moyen-Orient s'était montrée, dans ses chroniques, très sceptique à l'égard de la politique poursuivie par Aznar. La manipulation de l'information n'atteignit cependant son comble qu'avec les attentats du 11 mars 2004. Le fidèle Alfredo Urdaci s'acharna alors pendant plusieurs jours, journal après journal, à défendre, contre toute évidence, la thèse gouvernementale qui imputait, sans aucune preuve valable, ce massacre à l'ETA. L'énormité de la supercherie semble avoir eu depuis un effet thérapeutique sur ce mal endémique de la télévision espagnole et a réveillé la conscience professionnelle de journalistes littéralement enjôlés, jusque-là, par l'affairisme ambiant.

La méfiance envers les journalistes

La subordination des professionnels de l'information aux pouvoirs politique et économique n'est pas propre, ni exclusive au système télévisuel espagnol, mais elle revêt dans ce pays une dimension structurelle très particulière, directement liée au passé dictatorial de l'Espagne et à l'absence de rupture de sa transition démocratique. Le dédain et la défiance avec lesquels le régime franquiste traita cette profession qu'il ne reconnut officiellement qu'en 1967, transparaissent encore assez souvent dans la façon dont certains décideurs de chaîne conçoivent et utilisent le journalisme. Le propriétaire d'une télévision locale de Getafe (banlieue sud de Madrid) proposa récemment au professeur Carlos Elías Pérez d'ouvrir son antenne aux reportages réalisés par ses étudiants de Master et de leur offrir des stages – non rémunérés, bien évidemment –, en échange de quoi l'université Carlos III devait mettre à sa disposition son matériel, ses studios et lui accorder un droit de regard complet sur le travail des élèves concernés. Ce véritable « négrier » de l'audiovisuel alla jusqu'à s'offusquer du refus de l'enseignant d'accepter de pareilles conditions, le jugeant au passage « utopiste » et « irresponsable » (Pérez, 2004).

Que ce type de situation puisse se produire aussi « naturellement » donne une idée de l'estime et de la valeur que les décideurs de la télévision accordent encore aujourd'hui aux journalistes. Le libéralisme économique qui règne désormais en maître dans l'audiovisuel espagnol semble avoir ressuscité les vieilles pratiques franquistes et pas seulement aux échelons inférieurs. Antena 3 (troisième télévision nationale en termes d'audience) n'a pas hésité à confier la conception de l'information destinée à ses auditeurs à des salles de rédaction pratiquement privées de journalistes – comme cela était habituel sous la dictature –, 215 d'entre eux ayant fait l'objet d'un plan social juste après le rachat de cette chaîne par le groupe éditorial Planeta-Agostini, en 2003. Ces manifestations de mépris envers les professionnels de l'information sont symptomatiques de la place et du rôle que la télévision espagnole réserve désormais à ce qui reste tout de même l'une de ses fonctions premières.

L'information à la télévision espagnole : mythes et réalités

L'irruption simultanée du lieutenant-colonel Tejero, à la Chambre des députés et dans tous les foyers du pays, le 23 février 1981, propulsa les Espagnols à la fois quarante-cinq ans en arrière et dans cette nouvelle ère où la maîtrise de l'information,

plus que celle de la force, est source de pouvoir. Après avoir été victime de la propagande du régime, l'information télévisuelle acquérait enfin ses lettres de noblesse et avec elles, un succès d'audience aux conséquences pernicieuses.

La colonne vertébrale de la télévision

La diffusion de l'information a constitué, dès le début, l'une des trois fonctions de base de la télévision espagnole et sans doute même la principale en termes d'influence et de développement. Le premier espace consacré à l'actualité était diffusé le 15 septembre 1957, alors que les ondes du nouveau média ne couvraient guère que l'aire métropolitaine de la capitale. Mais déjà, une rédaction indépendante était installée dans les locaux exigus du Paseo de la Habana, sous les ordres de Ángel Marrero, avec la mission de lancer les premiers journaux que l'on n'appelait pas encore « télévisés », mais « téléparlés », du fait de leur similitude avec les informations radiodiffusées. Ses contenus, comme ses premiers animateurs, provenaient directement de la radio nationale, les uns convoyés par des estafettes motorisées avant chaque passage, les autres tellement instruits sur les limites à ne pas dépasser et sur l'obéissance due à leur hiérarchie qu'ils reçurent très vite le surnom de « présentateurs-soldats ». En dépit de ces conditions strictes et précaires, Matías Prats, Pedro Macía et, dans une moindre mesure, Jesús Álvarez transformèrent ces « télé-bulletins » – selon la terminologie officielle en vigueur – en véritables « télé-journaux », moins martiaux, mais plus visuels, grâce aux images extraites du NO-DO (actualités cinématographiques) ou cédées par la CBS ou encore par l'agence United Press. C'est d'ailleurs en 1959, alors que ces émissions commençaient à acquérir une certaine notoriété, que cette dénomination plus civilisée finit par s'imposer sur la vieille expression directement issue de la guerre civile. Dès lors, la place et l'importance de l'actualité n'allaient plus cesser de croître sur les écrans espagnols.

Au fur et à mesure que s'allongeait le temps d'antenne, la fréquence de ces émissions doubla, puis tripla, dans la journée. De telle sorte que les trois rendez-vous quotidiens avec l'actualité (21 heures, 15 heures et 8 heures) devinrent très vite les points de repère à partir desquels se bâtit le reste de la grille de programme : de TVE, d'abord, puis des autres chaînes qui, soit reprirent les mêmes horaires, soit les décalèrent avec, dans les deux cas, l'intention de concurrencer sur ce créneau fondamental la télévision d'État. Cette rivalité a eu un effet paradoxal. Les journaux

télévisés de la chaîne publique, passablement dévalorisés par leur passé franquiste et l'usage partisan qu'en ont fait les gouvernements de Felipe González, puis de José María Aznar, semblent être devenus de véritables avantages comparatifs pour la télévision d'État, si l'on en croit leurs taux d'audience de ces dernières années. En 2007, par exemple, son journal de la mi-journée devançait de plus d'un point d'Audimat celui d'Antena 3 qui, jusqu'alors, faisait référence en la matière. Ceux du soir étaient pratiquement au coude-à-coude, avec des pourcentages d'audience de 20,9 %, pour celui de la chaîne privée et de 20,2 % pour celui de TVE. Grâce à la concurrence, le journal télévisé est en train de devenir également en Espagne, une source de prestige pour une chaîne.

L'information événementielle jouissait déjà de ce statut lorsqu'en décembre 1960, la retransmission du mariage royal de Baudouin I^{er} de Belgique avec Fabiola de Mora y Aragón fit exploser, pour la deuxième fois en moins d'un an, la vente de récepteurs. Le nouveau média n'avait rencontré auparavant un tel succès qu'à l'occasion de la diffusion du match de football opposant le Real Madrid au FC Barcelone, en 1959. Il devenait évident que le régime disposait là de l'instrument idéal pour détourner l'attention de l'opinion publique, le moment venu. Tout au long des années 1960, le ministre de l'Information et du Tourisme, Manuel Fraga, multiplia cet usage de l'événementiel, au point d'apporter une sérieuse confirmation à la validité de la théorie de l'École de Francfort, selon laquelle le principal objectif de l'information véhiculée par les médias est de réduire les masses au silence.

De ce point de vue, le retour à la démocratie réserva quelques surprises. Certes, la façon dont la télévision traitait l'information devint objet de débat public et souleva même, à quelques reprises, l'indignation d'une majorité de citoyens, notamment lors du référendum sur la permanence de l'Espagne à l'OTAN en 1986 ou plus récemment, à propos de son entrée en guerre contre l'Irak en 2003 ; mais c'est souvent la recherche du scandale, du spectaculaire, voire du morbide, qui prime dorénavant sur toute autre considération, y compris sur l'indispensable respect de la pluralité de l'information.

Un domaine pléthorique

Le passage de l'information télévisuelle de fonction majeure de ce média à celui de simple marchandise, n'est ni propre à la télévision espagnole, ni forcément lié au changement politique vécu au même moment par le pays. En revanche, il ne fait aucun

doute que l'ampleur prise par ce phénomène outre-Pyrénées est tout à fait extraordinaire et originale.

Les libertés retrouvées, la soif de modernité et la pleine ouverture sur le monde extérieur ont effectivement eu, dans ce cas, un effet multiplicateur qui s'est traduit, dans un premier temps, par l'extension du paysage audiovisuel – jusqu'à atteindre des dimensions rares en Europe –, puis, dans un deuxième temps, par la nécessité de remplir les milliers d'heures d'émissions ainsi dégagées, avec des programmes capables d'attirer le plus grand nombre de téléspectateurs possible. Dès lors, ces nouveaux espaces ne pouvaient pas offrir le même type d'actualité que les journaux télévisés classiques, au risque de les concurrencer et de lasser l'audience, par la même occasion. D'où le recours à des programmes d'information et de para-information, basés sur des faits divers pour construire des récits volontairement dramatisés, afin d'éveiller la curiosité, souvent morbide, du téléspectateur et de le tenir en haleine devant son écran, grâce aux techniques classiques du suspense cinématographique.

Apparu sur TVE 1, en 1993, le programme *Gente* (« Gens ») fut l'un des pionniers du genre. Il fut l'un des premiers à élargir le domaine de l'information télévisuelle, à la fois vers le fait divers et vers l'actualité du « carnet rose ». Le succès aidant, cette double structure a ouvert la voie à une spécialisation qui a abouti à l'apparition d'émissions exclusivement consacrées à l'un ou l'autre de ces aspects. Des programmes comme *Corazón, corazón* (« Journal du Cœur »), sur les écrans depuis quinze ans, ou *Sucedió en Madrid* (« C'est arrivé à Madrid »), sur les ondes de TeleMadrid depuis plus de dix ans maintenant, relèvent dorénavant plus du sensationnalisme et du voyeurisme que de l'information mondaine ou sociale.

La dramatisation de la réalité ou sa mise en scène pure et simple, dans le cadre des reality-shows ne constituent pas la seule dérive qu'ait subie le traitement de l'information sur le petit écran, ni la plus innovante, même si elle reste la plus spectaculaire. En effet, l'actualité a également donné lieu à des formes méta-narratives jusque-là inconnues à la télévision espagnole (bien que présentes dans d'autres médias, y compris sous le franquisme), au premier rang desquelles les programmes parodiques hebdomadaires, qui ont fait leur apparition avec l'arrivée des *Guignols de l'info*, sur les ondes de Canal+ España en 1995 (on les avait découverts en France sept ans auparavant). Plus traditionnel dans sa conception, *El Informal* (« l'irrespectueux ») lancé par Tele 5 en 1998, était constitué de sketches et d'imitations réalisés par une troupe de

chansonniers qui, sous la houlette de Javier Capitán, ne put guère rivaliser avec les audiences croissantes des premiers reality-shows émis par la même chaîne. Ce que réussit par contre le programme venu d'Argentine, *Caiga quién caiga* (« Les Hyènes »), dont les interviews décalées de personnalités médiatiques et les résumés loufoques de l'actualité attirent toujours autant d'amateurs.

Les formes plus traditionnelles de diffusion de l'information n'ont pas échappé à ces types d'évolution. Les flashes d'actualité et les éditions spéciales des journaux télévisés, qui se sont multipliés au gré des interventions militaires occidentales des années 1990, ont accentué la marchandisation des contenus informatifs en leur donnant des allures de spots publicitaires et de vidéo-clips commerciaux. La dramatisation ainsi obtenue contraste avec la parcimonie d'images avec laquelle furent couverts, en comparaison, les moments les plus tragiques de la transition. La guerre d'Irak donna lieu à plus de reportages, de retransmissions en direct, de documentaires, d'heures d'émissions que la tentative de coup d'État du lieutenant-colonel Tejero en 1981. Il est vrai que le paysage audiovisuel espagnol était considérablement plus riche et divers au moment de l'attaque de Bagdad par les Américains que lors de l'assaut du palais du Congrès par les gardes civils. Ce qui n'empêcha nullement les grands groupes de télévision ibériques de contribuer de façon décisive à la spécialisation de ce domaine en lançant, au gré de leur passage à la technologie numérique, leur propre chaîne d'information en continu.

Paradoxalement, au fur et à mesure que l'offre de programmes et de chaînes consacrés au présent s'accroît, la diversité de l'actualité proposée aux téléspectateurs semble se réduire dans les mêmes proportions.

L'uniformisation de l'information

Pourtant, c'est bien au nom de la pluralité de l'information que le pouvoir politique a successivement accepté de démanteler le monopole étatique de la télévision, de créer un secteur privé et d'y permettre la multiplication des chaînes. S'il serait ridicule de prétendre que cet objectif n'a pas été atteint, en revanche, il apparaît clairement que la diversité médiatique ne garantit nullement celle de l'information. Ce phénomène n'est pas nouveau et paraît même inhérent au mode de développement de ce secteur. Dès l'apparition des agences de presse, les plus importantes d'entre elles (Havas, Reuters, Wolf et Associated Press) ont constitué un « cartel » qui, entre 1870 et

1934, a contrôlé la distribution de nouvelles à travers le monde, uniformisant au passage la forme, les contenus et la vision de l'actualité ainsi diffusée.

Contre toute attente, les bouleversements qu'a connus notre planète depuis lors n'ont pas fondamentalement modifié ce schéma initial. Au contraire, la post-modernité actuelle tendrait plutôt à le consolider. Selon, certains spécialistes (Pérez, 2004), le processus de création de l'information peut être assimilé – dans le cas de la télévision – à la production de vis, car il s'agit de « fabriquer » le plus grand nombre de nouvelles, avec le moins de journalistes possible, et au moindre coût. Ce qui conduit, le plus souvent, les chaînes – notamment les moins scrupuleuses ou argentées – à reproduire telles quelles les dépêches des agences et les communiqués de presse émanant des différents cabinets ministériels ; quand elles ne se fournissent pas en reportages auprès de la bourse à images de l'Union européenne de radiodiffusion (UER). En dehors des nouvelles locales, l'actualité offerte par la plupart du millier de télévisions espagnoles ne diffère que dans la forme ou par rapport à l'heure à laquelle elle est présentée.

Les grandes chaînes nationales et régionales n'échappent qu'en partie à cette uniformisation. Certes, les journaux télévisés et les programmes d'information des télévisions autonomes donnent la priorité aux réalités des territoires qu'elles couvrent, mais perdent toute originalité dès qu'il s'agit de transmettre des faits nationaux ou internationaux. D'ailleurs, les unes comme les autres participent au phénomène de « magazination » de l'information, c'est-à-dire au développement et à la mise en avant de ses aspects les plus spectaculaires et distrayants. Il n'est pas rare de voir l'actualité du football faire la une des principaux journaux télévisés et y occuper le plus clair de leur temps d'antenne. Jusqu'à très récemment, ces rendez-vous réguliers avec l'information étaient même entrecoupés de pages de publicité, comme n'importe quelle autre émission, sur TVE 1 et sur Antena 3, par exemple. Les animateurs de ces journaux télévisés se prêtent eux-mêmes au jeu, n'hésitant pas à émoustiller le public ou à le divertir, quand l'actualité n'est pas trop sombre. Il s'agit de captiver et de fidéliser l'audience, moins par le contenu que par l'ensemble des éléments formels : du décolleté de la présentatrice-vedette aux yeux gris perçants de son collègue, en passant par leur capacité à dialoguer entre eux en faisant avancer le sommaire ou à obtenir des réponses brèves et des phrases-chocs de leurs invités. Quelle que soit la chaîne, la recette reste immuable, même si les ingrédients peuvent changer.

Cette « magazination » progressive des journaux télévisés a fini par créer une nouvelle niche : celle de l'actualité brute et en continu. Exploité d'abord par la CNN, ce marché s'est très vite étendu à l'Espagne, *via* le satellite et la chaîne CNN en espagnol. Puis, le concept a été successivement repris par le groupe TVE et par le reste des télévisions publiques. De sorte que ce qui avait été, à l'origine, une réponse à l'uniformisation du traitement classique de l'information, est devenu, à son tour, commun à toutes les grandes chaînes du pays.

Même s'ils sont de plus en plus marginaux, certains pans de l'actualité télévisée échappent encore à cette tendance. Ce n'est pas forcément pour autant un gage de qualité. En effet, ces « poches de résistance » se trouvent surtout dans les télévisions locales. L'état de délabrement de l'information y est tel que cette dernière se résume, soit à l'attaque en règle des responsables locaux dont les décisions gênent ou empêchent le bon déroulement des affaires – notamment immobilières – des propriétaires des chaînes ; soit, au contraire, à l'exaltation de décisions prises par une mairie ou une communauté de communes complaisantes. Aux Canaries, à Marbella ou aux Baléares, certains hommes politiques sont même littéralement « rackettés » par les moins scrupuleuses de ces télévisions, en échange des quelques minutes d'interview ou de reportage sans lesquelles toute victoire électorale locale est impossible.

Tout à fait à l'opposé, le journalisme d'investigation n'échappe pas non plus à la « magazination » croissante de l'actualité. Des programmes aussi prestigieux qu'*Informe Semanal* (« Rapport hebdomadaire ») sur TVE 1 ou *Espejo Público* (« Miroir public ») sur Antena 3, sont obligés de proposer à leur tour, des sujets de plus en plus racoleurs, pour rester à l'antenne.

L'étendue et la fréquence de ces dérives finissent par faire croire aux téléspectateurs espagnols qu'ils sont toujours aussi mal et partiellement informés que par le passé.

CHAPITRE V

LA CRISE DE L'INFORMATION

Pour le directeur du *Monde diplomatique*, Ignacio Ramonet, cette dévalorisation du journalisme serait également inhérente au média lui-même qui, en imposant le binôme « fait-télespectateur », rend inutile l'étape intermédiaire de l'analyse, de l'explication et de l'interprétation apportées par le journaliste.

L'infotainment

Il ne s'agit plus d'élaborer un discours public à l'intention des masses, mais de créer un divertissement susceptible d'attirer le public le plus large possible. D'où le succès de formules composées de nouvelles « hard », concernant la politique, les relations internationales et l'économie, et de nouvelles « soft » issues du « carnet rose » et/ou de la chronique criminelle, qui structurent désormais les journaux télévisés de toutes les grandes chaînes nationales et régionales. Certains d'entre eux peuvent atteindre des durées dignes de magazines (60 minutes) et même inclure de l'autopromotion.

Cette « narrativisation » de l'information est largement basée, en Espagne, sur l'actualité sportive, et notamment sur celle du football. Celle-ci peut facilement occuper 50 % du journal, voire plus. Elle outrepassé ainsi régulièrement la fonction ludique de « briseuse de la linéarité froide » de l'actualité (Imbert, 2003), pour concurrencer directement l'information dite « sérieuse » et détourner l'attention du téléspectateur de la réalité politique, économique et sociale qui détermine sa vie et son champ d'action en tant que citoyen. Or, c'était justement l'objectif visé par le concepteur et premier utilisateur du football-spectacle, le ministre franquiste de l'Information et du Tourisme, Manuel Fraga Iribarne, qui s'en servit, dès le milieu des années 1960, pour tenter d'apaiser le mal être et la colère montante des « masses laborieuses ». Peu convaincante sous la dictature, cette pratique s'avère d'une efficacité redoutable en démocratie. Sans doute parce que dans cet autre contexte, le détournement de l'opinion publique n'est

plus qu'un effet collatéral, non spécifiquement recherché par les impératifs commerciaux de chaînes financées en grande partie par la publicité.

Selon les derniers sondages effectués, l'actualité sportive et celle qui concerne les faits divers apparaissent comme beaucoup plus crédibles, aux yeux des téléspectateurs, que le reste de l'information diffusée sur le petit écran. Amers résultats pour une jeune démocratie qui a longtemps cru que le plus dur était de se faire accepter par les tenants de l'ancien régime ! Afin de reconquérir le public, la vie politique succombe de plus en plus aux impératifs du spectacle.

Or, plus l'information politique se rapproche du modèle narratif, plus elle perd en crédibilité et rentre dans un cercle vicieux qui l'éloigne du citoyen. Cette réduction de la réalité à une simple dimension ludique, propre à la télévision, est une manifestation de la crise formelle et de symboles que subissent nos sociétés et qui entretient chez les Espagnols une véritable passion pour les faits divers.

Le règne (néfaste) du fait divers

L'attirance pour l'événementiel n'est pas en soi une nouveauté dans la culture populaire espagnole (ou même européenne). Au XIX^e siècle déjà, des journaux comme *El Heraldo de Madrid* de Felipe Ducazal avaient bâti leur succès et leur fortune sur le sensationnalisme. Ce qui n'était qu'un épiphénomène, qu'une rubrique aujourd'hui pratiquement disparue des grands quotidiens, est devenu, sous les effets amplificateurs et normalisateurs de la télévision, une vraie menace pour les modes de narration et de représentation globale de la réalité.

Le déferlement du fait divers sur les écrans espagnols se produit parallèlement à l'extension et à la complexification du paysage audiovisuel, de telle sorte qu'il correspond plus à une nécessité de la télévision elle-même qu'à « une demande du public », contrairement aux affirmations des producteurs de ce type d'émissions. D'ailleurs, *Quién sabe dónde* (« Perdu de vue ») qui fut, au début des années 1990, le premier de ces programmes à rencontrer le succès, commença par être diffusé, à titre expérimental, sur la deuxième chaîne de la télévision d'État, avant de rejoindre le prime time de TVE 1 en 1992. Sa réussite dans ce créneau favorable déclencha inévitablement les phénomènes de concurrence et de surenchère. Tele 5 lui opposa dès l'année suivante *La maquina de la verdad* (« Le détecteur de mensonges ») – plusieurs fois suspendu sur décision de justice pour entrave à des enquêtes en cours – et Antena 3, *Cita con la vida*

(« Rendez-vous avec la vie »). La télévision publique reprit ensuite l'initiative avec *Corazón, corazón* (« Journal du Cœur »), en 1993, et un peu plus tard avec *Al filo de la ley* (« À la limite de la légalité ») sorti en 2005, tandis que cet engouement gagnait les télévisions régionales : *Una altra cosa* (« Autre chose »), proposée par la TV3 catalane dès 2002, ou *Sucedió en Madrid* (« C'est arrivé à Madrid ») de la chaîne TeleMadrid, devinrent même des références en la matière.

Certains numéros de ces émissions dépassèrent allègrement les 50 % de part de marché et réunirent plus de 9 millions de personnes (le *Quién sabe dónde* du 24 mars 1993 fit littéralement exploser l'Audimat, avec 54,5 % d'audience et 9,087 millions de téléspectateurs). Légitimée et encouragée par de tels scores, l'exploitation du fait divers ne connut dès lors plus aucune retenue. L'enlèvement suivi du viol et du meurtre de trois adolescentes dans le village valencien d'Alcasser, au cours de l'hiver 1992-1993, donna lieu à une véritable curée médiatique. L'attitude des équipes du programme *Quién sabe dónde* se révéla particulièrement indigne, harcelant les familles des victimes, la nuit même de la découverte des corps martyrisés. Sa journaliste-vedette, Nieves Herrero, redoubla d'efforts à cette occasion pour recueillir le moindre instant d'intimité et de douleur des proches, persuadée d'obtenir avec chaque larme un point d'Audimat supplémentaire et réussissant, au final, à répandre une véritable psychose dans tous les foyers avec enfants du pays.

La confusion ainsi créée entre la réalité objective et la réalité individuelle réduit à néant la distance entre le temps de l'énonciation et celui de la narration, provoquant « l'illusion d'[un] présent » (Imbert, 2003) devenu dans ce cas assez cauchemardesque pour réveiller à la fois les instincts morbides et les craintes les plus profondes de tout un peuple. Le traitement télévisuel du fait divers montra à toute sa puissance et le journalisme, un dangereux penchant pour l'abjection.

La crise du journalisme

Encore une fois, cette dérive ne constitue ni une trouvaille de la télévision, ni une nouvelle déviance du journalisme. Déjà au XIX^e siècle, l'intérêt du public pour l'information était régulièrement et sciemment confondu avec son intérêt pour la morbidité des faits, à tel point que cette confusion aurait joué un rôle – si l'on suit le raisonnement de l'historien de la littérature et critique littéraire britannique Raymond

Williams – dans la naissance du romantisme ; elle aurait en effet permis le succès d'une presse populaire exécrée par des poètes anglais obligés, dès lors, de se réfugier dans un univers esthétique tout à fait opposé et hermétique à l'envahissante curiosité populaire. Rien de tel aujourd'hui où la télévision ne suscite guère de réactions aussi vives et aussi profondes chez les intellectuels. Sans doute parce que l'on a constaté, depuis, qu'un sensationnalisme modéré facilitait le passage d'un journalisme d'élite à un journalisme de masse, plus démocratique. Or, c'est précisément ce dernier qui est aujourd'hui menacé.

Pour certains spécialistes espagnols, disciples de Walter Lippman, les nouvelles diffusées par la télévision ne peuvent plus être considérées comme du journalisme. Elles ne correspondent plus à une production journalistique au sens propre, c'est-à-dire à la recherche de l'information à la source ou à la vérification de celle que l'on a reçue indirectement, mais résultent, dans la plupart des cas, du simple « reconditionnement » d'informations produites par d'autres et très rarement soumises au regard critique de professionnels aguerris. Le licenciement massif de journalistes effectué en 2003 par Antena 3 rend compte de l'ampleur prise par un phénomène qui n'épargne guère plus les grands noms de la profession. Rosa María Mateo faisait partie de ce groupe de journalistes licenciés sans ménagement par la chaîne du groupe Planeta-Agostini. Les recyclages intempestifs de Mercedes Milá, de Javier Sardá ou d'Ana Rosa Quintana en producteur-animateur apparaissent, sous cet angle, moins opportunistes qu'inéluctables, quand la tendance dans les salles de rédaction est au « jeunisme » et à la précarisation.

Ainsi conçu, le renouvellement générationnel ne peut être porteur ni de dynamisme, ni d'enthousiasme. Il s'accompagne au contraire du recul notoire des formes journalistiques les plus déontologiques. Le journalisme d'investigation n'intéresse plus à présent que quelques rares programmes. L'emblématique *Informe Semanal* (« Rapport hebdomadaire ») lui-même n'est plus, aux dires de l'un de ses anciens directeurs, Pedro Erquicia, aussi « incisif que sous la dictature et sous la transition » (Díaz, 2006). La diversité des chaînes ne semble être, à cet égard, d'aucun secours. Les télévisions régionales et locales se contentent généralement de complaire au maximum et au moindre coût à leur autorité tutélaire ou leur propriétaire. Leurs salles de rédaction – quand elles en ont – sont devenues les exutoires obligés des facultés des sciences de l'information ou des écoles de journalisme privées, situées dans

leur aire géographique et au sein desquelles les trop nombreux étudiants sont prêts à toutes les concessions pour décrocher le précieux stage ou, plus rarement, le miraculeux contrat.

L'« illusion du présent » a encore de l'avenir dans la télévision espagnole.

Au moment même où le traitement de l'information connaissait l'une des heures les plus sombres de sa trajectoire télévisuelle, la série *Periodistas* (« Journalistes »), mettant en scène de jeunes reporters dynamiques, audacieux et intègres, remportait un véritable triomphe sur les petits écrans. La revanche de la fiction sur la réalité et du privé sur le public ne pouvait être plus explicite, ni plus cruelle. La télévision espagnole réussissait à créer sa propre réalité (Bourdieu, 1996) et à convertir le téléspectateur, non plus en cible, mais en véritable complice, en acteur de ce qu'il faut bien appeler une « hyper réalité ».

CHAPITRE VI

UNE TÉLÉVISION DE PLUS EN PLUS DÉCRIÉE

La télévision est au faîte de sa popularité. Depuis quelques années, les taux de consommation et la place que lui accordent les Espagnols, se maintiennent à des niveaux élevés et varient peu. Elle constitue ainsi la principale source de loisir régulier pour 91 % de nos voisins qui lui consacrent 3 heures et 42 minutes de leur temps quotidien, en moyenne. Paradoxalement, cette indéniable reconnaissance publique s'accompagne d'un profond discrédit.

À peine lancé sur les ondes et alors qu'il n'était pas encore visible par tous, le nouveau média provoquait déjà un remarquable engouement parmi les premières générations de consommateurs de masse et un mépris collectif quasi systématique. La *vox populi* commença par voir dans le petit écran, un « refuge pour rabat-joies », avant que Fernando Díaz-Plaja ne mette à la mode parmi ses contemporains et après un séjour aux Etats-Unis, l'expression « boîte idiote », pour définir, ce qui entre temps, était devenu, en Espagne, un vrai phénomène de société. Cette conception dénigrante resta en vogue dans l'imaginaire populaire jusqu'à l'apparition récente de la « télé-poubelle ». A aucun moment, des images aussi peu flatteuses et répandues n'empêchèrent la télévision de devenir le moyen de communication préféré, outre Pyrénées.

Faut-il pour autant ne voir dans l'actuelle campagne de dénigrement envers les émissions caractérisées de « télé-poubelle » qu'un avatar de plus de cette curieuse tradition ibérique ? Ou au contraire, représentent-elles véritablement une menace pour le média lui-même comme pour son public ? Le paysage audiovisuel espagnol aurait-il été réduit à l'état de « décharge » ou de « cloaque » télévisuelle, après cinquante ans d'exploitation ?

La problématique sous-jacente dans ce questionnement diffère quelque peu de celle actuellement en cours chez la plupart des spécialistes espagnols, pour qui la « télé-poubelle » reste essentiellement un phénomène d'apparition récente et sans lien avec la perception passée de la télévision, et ne semble avoir à leurs yeux que des implications éthiques. Or, l'aggravation de l'uniformisation et de la concurrence due à la multiplication des chaînes, rend cette dérive des contenus autrement plus complexe et dangereuse qu'il n'y paraît de prime abord.

Eventail des programmes et appauvrissement des goûts du public

Bien que spectaculaires, les changements intervenus dans les programmes n'ont pas été aussi enrichissants et ambitieux que ceux subis, dans le même temps, par le paysage audiovisuel. Quand ils ne vont pas carrément à l'encontre de l'expansion enregistrée dans ce domaine, qu'ils incarnent néanmoins face aux téléspectateurs.

D'après les taux d'audience enregistrés, à partir d'un panel constitué par 3 845 foyers représentatifs de la société espagnole en 2008, 33 programmes issus des diverses télévisions à diffusion nationale touchent au moins 15 % du public, seuil à partir duquel une émission est considérée comme ayant une viabilité commerciale. Ces émissions diffusées (pour la plupart d'entre elles) aux heures de plus grande audience, peuvent être classées en dix genres différents. Le tableau, ci-dessous, montre le niveau d'acceptation audio-métrique de chacun d'entre eux et par extension, le degré de popularité des chaînes qui les proposent :

Genres des programmes	Taux moyen d'audience	Télévisions qui en proposent le plus⁴
Retransmission d'événements sportifs	32,96 %	Tele 5
Reality-shows	24,4 %	Tele 5 / Antena 3
Séries de fiction étrangères	23,85 %	Tele 5
Feuilletons	23,6 %	TVE 1
Jeux-concours	20,5 %	Tele 5 / TVE 1
Programmes pour la jeunesse	20,3 %	Antena 3
Programmes d'information	20,18 %	TVE 1 / Antena 3 / Tele 5
Séries de fiction espagnoles	19,8 %	Tele 5 / Antena 3
Programmes humoristiques	17,3 %	Tele 5
Films	16,6 %	TVE 1 / Antena 3

Source : élaboration de l'auteur à partir des données fournies par TNS-España (octobre 2008)

Les retransmissions d'événements sportifs drainent désormais en moyenne deux fois plus de téléspectateurs que les films. Même si cette proportion a pu être ponctuellement amplifiée par la qualité exceptionnelle des premiers et la médiocrité ou le nombre de rediffusions des seconds, il n'en demeure pas moins que le cinéma semble être de moins en moins mobilisateur d'audience pour les chaînes généralistes. Le recours au video-clubs, l'achat de DVD, et la multiplication de chaînes thématiques spécialement consacrées au septième art, ne suffisent pas à expliquer à eux seuls l'ampleur d'un phénomène dont la vigueur repose, surtout aujourd'hui, sur le téléchargement pirate sur internet. Les grandes télévisions espagnoles se retrouvent non seulement dans la même situation que les exploitants de salles de cinéma dans les années quatre-vingt, mais risquent également, à terme, de voir leur caractère

⁴ Parmi les émissions qui ont le plus de succès.

« généraliste » se réduire et leur éventail de programmes se polariser, encore davantage, autour d'émissions de plus en plus racoleuses et du sport-spectacle.

D'ailleurs, la diffusion d'événements sportifs connaît un essor sans précédent. La retransmission du Grand Prix de Formule 1 couru en Chine a ainsi largement battu, en termes d'audience, celle du match international Espagne-Belgique, avec des *shares* respectifs de 51 % et 36,3 %. Cet écart ne signifie pas pour autant que le football ait cessé d'être adulé par les Espagnols, dans la mesure où, du fait du décalage horaire, la course automobile asiatique n'a attiré en réalité qu'un public – certes passionné –, mais très peu nombreux à ces heures matinales. Même s'il demeure encore la seule discipline sportive capable de vider les rues de tout un pays les soirs de grands matchs, il faut bien reconnaître que le ballon rond a perdu le monopole de la mobilisation des masses de téléspectateurs. Outre les sports à moteur, le cyclisme, le basketball ou le tennis prennent désormais une part grandissante au triomphe de ce genre d'émissions.

L'esprit de compétition et le « vertige de la réalité » (Baudrillard, 1970) que véhiculent ces retransmissions, se retrouvent également dans les reality-shows qui continuent, huit ans après leur introduction dans les grilles de programmes, à occuper une place de choix dans le goût du public. Le plus suivi d'entre eux, *Gran Hermano* (« Loft Story ») vient d'entamer sa dixième saison et son principal concurrent, *Esta casa era una ruina* (« Les Massons du Cœur »), sa deuxième. Cependant, l'un comme l'autre sont en net recul par rapport à leurs scores d'audience initiaux. En dépit du battage médiatique qui les entoure, ils font à peine mieux dans l'ensemble que les récentes séries de fiction étrangères (*Les Experts : Miami* et *Les Experts : Manhattan*) et que les feuilletons dont le nombre élevé restreint pourtant leur possibilité d'avoir des publics plus larges. C'est également la raison pour laquelle les programmes d'information (principalement les journaux télévisés) et les séries de fiction espagnoles présentent des taux d'audience très proches des 20 % qui traduisent l'égalité de répartition des téléspectateurs à laquelle sont arrivées, sur ces types de programmes très mobilisateurs, les grandes chaînes généralistes. Ce qui les oblige à se démarquer sur d'autres créneaux tout aussi populaires, tels que les programmes pour la jeunesse, dans le cas d'Antena 3, ou les programmes humoristiques, le sport ou les séries de fiction étrangères, dans celui de la plus ambitieuse et riche Tele 5. La structure de cette programmation à succès offre des ruptures mais également de surprenantes continuités avec celles du passé.

Recueillies à quatre moments clés de l'histoire de la télévision, les préférences programmatiques du public permettent de les repérer et de comprendre le sens de l'évolution du goût des téléspectateurs.

Genres de programmes à succès			
En 1958-1959	En 1965-1969	En 1980	En 2002
Spectacles de variétés	Spectacles de variétés	Retransmission d'événements sportifs	Retransmission d'événements sportifs
Programmes d'information	Cinéma	Spectacles de variétés	Feuilletons
Théâtre	Retransmission des matchs de football	Séries de fiction étrangères	<i>Reality-shows</i>
Séries / feuilletons (espagnols)	Séries / feuilletons (espagnols et étrangers)	Feuilletons	Séries de fiction espagnoles
Retransmission des matchs de football	Retransmissions de corridas	Programmes d'information	PROGRAMMES HUMORISTIQUES
Cinéma	Théâtre	Programmes pour la jeunesse	Séries de fiction étrangères
Jeux	Programmes d'information	Théâtre	Programmes d'information

Source : J.-S. Duran Froix

Dès le départ, le sport à travers le football et surtout grâce à lui, figure parmi les émissions préférées des Espagnols. Il est d'ailleurs le seul contenu télévisuel, avec

l'information, à bénéficier, après plus de cinquante ans de présence ininterrompue sur les ondes, des faveurs du public ibérique. Contrairement aux journaux télévisés et aux autres magazines d'actualité qui présentent une progression très irrégulière en termes d'audience, le ballon rond a très vite séduit des masses conséquentes de téléspectateurs qui le vénèrent toujours autant, quarante ans plus tard. Les contrastes relevés dans l'évolution de ces deux « piliers » de la programmation marquent les limites à l'intérieur desquelles fluctuent le comportement et le goût télévisuels des Espagnols. Plus leur passion pour le sport de masse s'exacerbe, plus les loisirs et les spectacles populaires traditionnels perdent de l'attractivité, à leurs yeux. Les retransmissions des corridas, qui intéressaient encore régulièrement 31 % de l'audience, au milieu des années 1960, disparaissent du hit-parade des émissions les plus prisées, la décennie suivante. Il ne reste plus, depuis le début du nouveau millénaire, qu'une seule émission hebdomadaire consacrée à la tauromachie sur les grandes chaînes généralistes, *Tendido cero* («Au premier rang»), diffusée sur la très discrète TVE 2. La « fête nationale » – à supposer que cette appellation ait encore un sens – n'est que l'aspect le plus emblématique de ce phénomène. Le « théâtre » à qui la télévision doit son « âge d'or » a été progressivement mais irrémédiablement banni des grilles de programmation. Plus aucune chaîne nationale ne diffuse à l'heure actuelle de vaudeville et encore moins de pièces du répertoire classique, pas même la très culturelle et confidentielle TVE 2, après le retour raté du programme *Teatro en la 2* («Théâtre sur la 2») en 2006. La désaffection du public télévisuel pour le « cinéma » répond également en partie à ce reflux du populaire dans l'opinion. Il n'est plus que le divertissement strictement « ludique », les micro-récits ou pseudo-événements et les produits issus de la « combinatoire ludique/technique » qui soient en mesure de faire recette.

Nouveau regard sur le phénomène décrié de la « télé-poubelle »

Le contexte dans lequel est apparu ce néologisme, au début des années quatre-vingt-dix, compte autant, pour connaître sa signification et sa portée, que l'analyse de l'audace métaphorique du jeu de mots qui le compose.

La « télé-poubelle » a vu le jour en pleine euphorie télévisuelle. Au moment où la seule télévision existante jusque-là, TVE, doit affronter, à la fois, la concurrence des chaînes qui ont fleuri dans la plupart des régions autonomes et celle des tout récents

diffuseurs privés. La préservation de l'audience la plus large possible fait alors office de politique dans une télévision publique nationale livrée, à cette fin, à la folle spirale d'un endettement, perçue comme une véritable aubaine par tout producteur un tant soit peu avide et soucieux de tirer le maximum de profit d'investissements réduits. Ce concours de circonstances a permis, *via* la concurrence, que des programmes à faible budget ou achetés à prix d'or à l'étranger, mais à rentabilité rapide, d'essaimer sur l'ensemble du paysage audiovisuel espagnol. Or, ces produits censés plaire au plus grand nombre sont conçus pour attiser la curiosité morbide des gens, l'exacerber jusqu'au voyeurisme, pour provoquer la crainte ou la compassion chez les téléspectateurs, en jouant sur les registres du sensationnalisme et de la mélodramatisation, ou pour éveiller l'indignation, voire la « juste colère », face à des scandales ou des situations d'une insoutenable injustice. Leur but unique se résume à atteindre la – ou les – corde(s) sensibles du public. Ce qu'avait déjà réussi – avec le succès que l'on sait – la propagande mécanisée des années 1920 (basée sur les théories industrielles et les médias de masse de l'époque), à laquelle l'actuelle « télé-poubelle » emprunte toutes ses ficelles.

D'ailleurs, cette dangereuse parenté transparaît clairement en filigrane des principaux effets pervers qu'elle induit et que dénonce vigoureusement le collectif de téléspectateurs « Plateforme pour une Télévision de Qualité » dans son « Manifeste contre la Télé-poubelle » dont l'article 3 ne saurait être plus explicite à cet égard :

La télé-poubelle contient également une série d'ingrédients de base qui la transforme en un facteur d'acculturation et de désinformation, ainsi qu'en obstacle au développement d'une opinion publique libre et réfléchie, [parmi lesquels] :

- [l]a simplification des situations les plus complexes grâce à des explications réductrices, facilement compréhensibles, mais partielles ou intéressées, dont une variante est le goût pour les théories de la conspiration, mises en œuvre par on ne sait quels pouvoirs occultes et qui servent souvent d'alibi à certains personnages et à certains groupes de pression dans leur action d'intoxication.

- La démagogie, qui a tendance à présenter toutes les opinions comme étant équivalentes, indépendamment des connaissances ou des fondements éthiques sur lesquels elles reposent. A cela participe l'organisation de pseudo-débats et de pseudo-enquêtes, qui ne sont que des simulacres et qui, au lieu de faire la lumière sur les problèmes abordés, contribuent à consolider l'idée du « tout est valable ». [...]

- Le mépris pour les droits fondamentaux tels que l'honneur, l'intimité, le respect, la véracité ou la présomption d'innocence dont la violation ne peut en aucun cas se justifier en invoquant la liberté d'expression.

La « télé-poubelle » se présente en cela comme la digne héritière d'une télévision, qui, il n'y a pas si longtemps, ne s'embarrassait pas non plus de telles subtilités et dont le principal but était également de distraire le plus grand nombre. L'un des genres qu'elle rendit populaire, à cette fin, la « telenovela », servit justement à dégrader par la suite, la qualité de la programmation offerte par le paysage audiovisuel espagnol, au fur et à mesure que ce dernier s'élargissait. Les nouvelles chaînes satisfont la demande dans ce domaine en recourant aux feuilletons latino-américains, beaucoup moins chers à l'achat que les espagnols à produire.

Or, ces récits téléfilmés se caractérisent par un : « scénario basique, voire vulgaire et grossier » (Guerrero, 2002) qui a séduit, au-delà de tout espoir, le public ibérique. Rien qu'au cours du premier semestre de l'année 2005, 23 *telenovelas* latino-américaines ont été diffusées par les chaînes espagnoles, surtout par les télévisions régionales. Et cet engouement ne s'est pas démenti avec le temps. Trois ans plus tard, le feuilleton d'origine colombienne, *Sin tetas no hay paraíso* (« Sans nichons, point de paradis ») est régulièrement plébiscité par 23,7 % des téléspectateurs. Pour de nombreux spécialistes des médias, ce succès prouve les caractères novateur et étranger de la « télé-poubelle ».

C'est oublier qu'en 1973, Manuel Vázquez Montalbán s'élevait déjà, dans les pages de son ouvrage *El libro gris de la televisión española* (« Le livre gris de la télévision espagnole »), contre la « niaiserie » et le caractère « aliénant » des émissions grand public, notamment du feuilleton, alors en vogue sur les petits écrans espagnols, *Crónicas de un pueblo* (« Chroniques villageoises »). Sorte de fade *Clochemerle* castillan, d'une telle acuité et modernité qu'il aurait pu tout aussi bien faire fureur au « Moyen-âge », selon l'auteur de ce rapport. Le simplisme des situations et des personnages ainsi dénoncé résonne comme l'écho – trop lointain pour certains – des reproches de platitude narrative adressés aux productions de Televisa (Mexique) ou de Telemundo (Etats-Unis). Dans un cas comme dans l'autre, l'irrespect pour l'intelligence du public est manifeste. Seul le but diffère : la propagande et l'endoctrinement pour le premier, la commercialisation pour le deuxième. Cette dernière a su tirer profit des excès que provoque dans une société trop longtemps corsetée le retour à la liberté.

L'apparition du « destape »⁵ dans la deuxième moitié des années soixante-dix, lui a permis, au cours de la décennie suivante, de surfer sur la vague sexuelle jusqu'à sombrer dans le mauvais goût, dans la chosification de la femme, voire dans la pornographie, surtout au niveau des télévisions locales. La libre expression publique a été exploitée sans retenue par des émissions qui se sont spécialisées dans la diffamation et le scandale. *Tómbola*, créée en 1997, par la télévision valencienne Canal 9, en est devenue à ce point l'emblème, qu'il est aujourd'hui courant de parler de « tombolización » (« tombolisation »), pour exprimer une dégradation des rapports humains, notamment en politique. Son succès a immédiatement propulsé les personnages du « carnet rose » sur le devant de la scène et donné lieu à une multiplication de programmes consacrés à traquer ces « people » dans leur moindre faits et gestes, voire à les « fabriquer » de toute pièces en cas de besoin. Les *Salsa rosa* (« Sauce cocktail »), *¿Dónde estas corazón ?* (« Où es tu, mon cœur ? »), ou *Corazón, Corazón* (« Journal du cœur ») – pour ne citer que les plus regardés – alimentent désormais un véritable réseau trans-télévisions de talk-shows, qui se concurrencent autant qu'ils se soutiennent. Ce qui ne les empêche pas de disparaître dès que leur audience fléchit – *Tómbola* en 2004, *Crónicas Marcianas* (« Chroniques Martiennes »), plus récemment –, pour réapparaître sous d'autres noms, sur d'autres chaînes et à d'autres plages horaires. *Hoy* (« Aujourd'hui ») a ainsi été remplacé sur Antena 3 par *Abierto al anochecer* (« Ouvert à la nuit tombée »), *La tarde de Alicia* (« L'après-midi avec Alice ») et a repris sur Tele 5 la place laissée vacante par les « Chroniques Martiennes », mais à des heures moins tardives, tandis que *Que te doy con el pico de la plancha* (« Veux-tu un coup de fer à repasser ! ») essaie de faire revivre l'esprit de *Tómbola* sur Telebilbao.

Ce déferlement d'« objets-gadgets » sans âme, ni charge symbolique (Baudrillard, 1970), avait déjà largement investi le secteur de l'information et soulevé l'écœurement d'une part grandissante des téléspectateurs, quand les reality-shows, les seules véritables innovations d'origine étrangère de la « telebasura » apparaissent sur les petits écrans espagnols. Leur succès est, de ce point de vue, assez paradoxal et ne semble s'expliquer que par la curiosité que suscite toute nouveauté médiatique, bien promue par une campagne publicitaire efficace. Il est d'ailleurs tout à fait stupéfiant, mais

⁵ « Mise à nu », « strip tease », mouvement culturel qui toucha surtout les arts de la scène et les arts plastiques, au lendemain de la mort de Franco. Il s'apparenta plus à une libéralisation des mœurs qu'à un véritable courant créatif. Il fit place à la « Movida » dès le début de la décennie suivante.

révélateur de la confusion régnante, que le directeur de la Commission des Moyens de Communication de la Conférence Episcopale, affirma publiquement et sans sourciller que l'« *Operación Triunfo* (« Star Academy ») était un programme de bon goût et même constructif », alors que certains candidats obtenaient leur maintien en lice grâce à des combines d'appels téléphoniques massifs et que l'ensemble des participants était soumis à une véritable exploitation commerciale, contraire au code du travail.

Ce type de réaction rend compte de la difficulté à déterminer le contenu du terme « telebasura ». Face à cette tâche, certains ont cru trouver la solution en l'élevant au rang de concept. Devant l'impossibilité de le définir réellement, le philosophe Gustavo Bueno va jusqu'à le cataloguer de « concept obscur » (Bueno, 2002), alors qu'il semble beaucoup plus clairement relever de la lignée de jugements de valeurs péjoratifs qui, depuis le « refuge pour rabats-joie » à la « boîte idiote », accompagne l'histoire de la télévision en Espagne. Cette tradition n'a jamais réussi à détourner le public du petit écran, pas plus qu'elle ne reflète entièrement la réalité de la programmation offerte, comme le prétend néanmoins le caractère totalisant et sentencieux d'expressions, bien souvent concoctées par des intellectuels ou par des professionnels du milieu lui-même. Les chaînes espagnoles ont produit et continuent de produire d'excellents programmes qui recueillent, d'ailleurs, des succès tout à fait comparables, voire plus importants que ceux remportés par la « télé-poubelle ».

Le feuilleton *Cuéntame cómo pasó* (« Raconte-moi comment c'était autrefois ») qui retrace, depuis 2001, l'histoire récente de l'Espagne à travers la vie quotidienne d'une famille typique de la classe moyenne espagnole des années soixante, a régulièrement enregistré des taux d'audience de l'ordre de 35 %. Avant lui, d'autres séries de grande qualité narrative et interprétative, comme *Fortunata y Jacinta* (« Fortunata et Jacintha »), tirée du roman éponyme de Benito Pérez Galdós et *Cañas y barro* (« Boue et roseaux »), de celui de l'écrivain valencien, Blasco Ibañez, ou encore l'adaptation de *La Regenta* (« La Régente ») de Leopoldo Alas Clarín, ont enthousiasmé le public, au moment même où la « télé-poubelle » commençait à se mettre en place. Et il n'y a pas que la fiction qui ait obtenu de tels résultats. Dans le peloton de tête des cent émissions les plus appréciées par les téléspectateurs figurent, entre autres productions de qualité, les magnifiques reportages animaliers, *El Hombre y la Tierra* (« l'Homme et la Terre »), réalisés par le docteur Félix Rodríguez de la Fuente, l'admirable série documentaire que

la journaliste Victoria Prego consacra à la transition, ou encore un certain nombre de documents d'actualité primés dans des festivals internationaux. La liste de ces programmes est même plus longue et plus diverse que celle que propose la « télé-poubelle », mais la télévision de qualité ne bénéficie ni des moyens, ni de la promotion de sa rivale. Sur ce plan, la « télé-poubelle » n'a d'autre concurrent que le football.

Le football, le roi des écrans ou despote médiatique

Le football occupe une place tout à fait à part dans le paysage audiovisuel espagnol. Sa présence s'étale non seulement sur les ondes et dans le câble, déterminant les capacités financières des chaînes et décidant du succès médiatique des diffuseurs, mais pèse également sur l'évolution technique de la télévision en Espagne. Cet ascendant n'a d'égal que celui que le premier média de masse exerce à son tour sur tout ce qui a trait, de près ou de loin, au ballon rond et qui lui permet, en l'espace d'une dizaine d'années à peine, de s'imposer comme le spectacle préféré des Espagnols, devant l'ancestrale tauromachie. La rencontre et la rapide synergie qui s'est établie entre ces deux exutoires majeurs de l'oisiveté ibérique ont donné naissance à la culture de masse dans un pays qui ne connaissait, jusqu'alors – dans ce domaine de la civilisation – que la culture populaire. Or, cette connivence et cette complémentarité se sont mises en place sous la dictature, avant de s'intensifier et de s'épanouir, au gré des bouleversements connus depuis, par le paysage audiovisuel et par la société.

Les implications et la constance de cette relation n'excluent toutefois ni l'originalité, ni l'opportunisme. Le football a ainsi été associé à la télévision avant même que celle-ci n'existât officiellement et n'eût un public réel. La diffusion du match entre le Real Madrid et le Racing de Santander, le 24 octobre 1954, compte parmi les rares essais prometteurs réalisés avant l'inauguration officielle de la télévision deux ans plus tard. Cependant, c'est moins la prouesse technique – par ailleurs, toute relative – que retint l'histoire de ce média, que le fait que cette émission expérimentale coïncida avec le Coupe du Monde de Football en Suisse où, pour la première fois, des rencontres furent retransmises (cette fois-ci en direct) au reste des pays européens. Ce sport, si enclin et si prompt à exacerber le nationalisme de la population, devenait dès lors et contre toute attente, par le biais de la télévision, un vecteur de modernisation et d'ouverture du pays. Il n'a commencé à perdre cette double qualité que très récemment.

L'acquisition des premières unités mobiles en 1957, la technique du « kinescopage » (procédé permettant de diffuser à la télévision des images filmées en pellicule 16 mm), la connexion au réseau Eurovision, n'auraient sans doute pas été si rapides sans le concours du ballon rond. Le passage à la couleur, dès 1972, et l'extension de la couverture de TVE 2 à l'ensemble du territoire dix ans plus tard, lui sont également redevables. Dans les années 1990, la puissance réformatrice du football-spectacle atteignit son apogée, en devenant l'enjeu majeur et le motif à peine voilé de la transformation et de l'élargissement du paysage audiovisuel. L'obtention des « juteux » droits de retransmission des matchs se révéla être, très vite, le principal but recherché par la plupart des entreprises de télévision nouvellement créées. Les surenchères, les tractations discrètes et autres procédés plus ou moins loyaux ou légaux, auxquels elles se livrèrent immédiatement, donnèrent lieu à une « première », puis à une « deuxième » « guerre du football » qui ne bénéficia réellement ni au sport-spectacle, ni à son média.

Parallèlement à cette puissante incitation réformatrice, le football permettait aussi d'assouvir une des plus vieilles aspirations des Espagnols de ne plus être marginalisées en Europe et de susciter la reconnaissance de leurs voisins. A cause de sa trop profonde identification culturelle avec l'Espagne du passé et de sa charge symbolique, la corrida ne pouvait absolument pas jouer un tel rôle. Après avoir fait des scores d'audience comparables à ceux du ballon rond, mais desservie par l'aspect saisonnier de sa prestation (il n'y a pas de corrida en automne et en hiver), elle déclina rapidement dans les priorités télévisuelles du public, au fur et à mesure que les matchs de championnats nationaux étaient de plus en plus régulièrement retransmis, dimanche après dimanche, et qu'entre temps, les aficionados pouvaient également suivre les évolutions de leurs équipes favorites sur les plus prestigieux stades étrangers.

Dès 1958, TVE commença à diffuser les rencontres internationales. La première, fut le France-Espagne, joué au Parc des Princes et que les Espagnols purent voir grâce, encore, à la vieille technique du « kinescopage ». Mais avec l'arrivée de la télévision à Barcelone, un an plus tard, le raccordement au réseau européen Eurovision devenait possible et les retransmissions de matchs depuis l'étranger plus faciles et surtout en temps réel. La couverture hertzienne de la capitale catalane fut d'ailleurs saluée par la première diffusion, en direct, du déjà célèbre « clásico » entre le Real Madrid et le FC Barcelone, qui fit vendre, dans les trois jours qui précédèrent l'événement, près de 6000

récepteurs. Cet engouement fut décisif pour que la connexion télévisuelle avec le reste du continent, qui faciliterait et permettrait de multiplier l'accès aux grands matchs (la Coupe d'Europe des clubs champions venait de voir le jour en 1955), devienne une priorité absolue. Quelques mois suffirent pour que les téléspectateurs pussent suivre en direct la première retransmission d'un match international. Et encore une fois, les caméras se tournèrent vers le Real Madrid qui, en mars 1960, devait affronter l'OGC Nice. Le soutien et même la priorité de traitement que la télévision d'Etat accorda à cette équipe, ne semble pas être étrangers à ses succès sportifs et à sa gloire médiatique.

Cette focalisation obéissait à la volonté délibérée du régime franquiste d'utiliser le premier club de la capitale à des fins de propagande et pour cela, il était indispensable qu'il soit le plus présent possible à l'antenne et de préférence victorieux. Le Real Madrid fit largement honneur à cette double exigence en remportant, sous la période franquiste, quatorze titres de champion de la Liga et cinq coupes successives de Champion d'Europe (1955-60), attirant par là même les caméras, la curiosité des journalistes et de la presse spécialisée, ainsi que les meilleurs joueurs du moment. De ce point de vue, il servit admirablement les intérêts d'un régime fondé sur le culte de la victoire totale et en mal de reconnaissance extérieure, à tel point que la dictature finit par s'identifier plus à ce club qu'à la propre sélection nationale, nettement moins performante sur le terrain. Loin de détourner une partie des téléspectateurs du football-spectacle, ce favoritisme contribua, s'il ne déclencha pas, la formidable explosion du nombre de rencontres télévisées, de programmes, de reportages et d'autres actualités, à laquelle le ballon rond donna lieu, dès la disparition du monopole de la télévision d'Etat.

En effet, jusque-là, les droits de retransmission des matchs, propriété de chacune des équipes inscrites au championnat national (la Liga), étaient gérés par un Comité du Football Professionnel, relevant de la Fédération royale espagnole de football, qui négociait chaque année (depuis 1980) le montant à payer par TVE pour les utiliser en exclusivité. Or, dès 1985, les deux premières télévisions régionales tentèrent de récupérer, pour leur usage exclusif, les droits à l'image des équipes installées sur leur territoire, afin d'en faire leur porte-drapeau, comme le Real Madrid le fut de celui du franquisme. Cette initiative unilatérale et conçue comme une simple tractation commerciale, s'attaquait en réalité brutalement à la principale source d'audience et de revenu de la télévision d'Etat. Au début, ETB et TV3 ne réussirent à obtenir que la

possibilité de diffuser en différé les matchs de l'Atlético de Bilbao et de la Real Sociedad, pour la première, et ceux du FC Barcelone et de l'Espagnol, pour la seconde, en plus d'un résumé hebdomadaire de 11 minutes consacré aux autres rencontres du championnat. Cette solution qui ne pouvait satisfaire ni les aspirations identitaires des deux plus forts régionalismes ibériques, ni les attentes financières escomptées, fut rapidement contournée par la télévision catalane qui proposa directement au « Barça » plus d'argent que ne lui en offrait TVE, *via* le Comité du football professionnel, pour la retransmission de certains matchs. De cette façon et en très peu de temps, la plupart des équipes de la première division cédèrent l'exclusivité de la retransmission de leurs matchs nationaux aux chaînes régionales, ouvrant ainsi une véritable boîte de Pandore.

L'élargissement du paysage audiovisuel aux télévisions privées permit aux clubs, désormais habitués à se vendre au plus offrant, d'élever les enchères et de transformer, par la même occasion, le petit écran en véritable manne financière, en attendant que le « sponsoring » et le « merchandasing » prennent le relais. Canal +, dont la seule chance de réussite dans un pays aussi culturellement focalisé sur le football, reposait sur l'obtention à tout prix de ce marché, précipita brutalement cette conversion. La filiale espagnole du groupe français réussit à surclasser les propositions de tous ces concurrents, notamment celle d'Antena 3, en soumettant à l'Assemblée de la Ligue de Football Professionnel (héritière de l'ancien Comité), une offre de 27 milliards de pèsètes (quelques 165 millions d'euros) pour la retransmission exclusive de tous les matchs de la 1^{ère} division du championnat national, jusqu'en 1996. Canal + recréait ainsi à son profit, et pour cinq ans, l'ancien monopole si longuement exercé par la télévision d'État, aux yeux de tous ceux pour qui la préservation de l'intérêt général ne représente qu'un obstacle. Désormais, les inconditionnels du match du dimanche étaient obligés de s'abonner à la chaîne cryptée pour assouvir leur passion et toutes les autres télévisions de se lancer dans une course ruineuse à l'acquisition des droits de retransmission des compétitions restantes, pour ne pas se couper, pendant cette longue période, d'un public aussi important. TVE alla jusqu'à payer 2 milliards de pèsètes (quelques 120 millions d'euros) au Club de Football Tenerife (au palmarès discret) pour retransmettre pendant quatre ans (1993 à 1997), l'ensemble de ses interventions dans les championnats internationaux ou dans les tournois d'été. C'est également au cours de cette « première guerre du football » que fleurirent dans les chaînes le plus touchées par ce conflit, les programmes de la « télé-poubelle ».

Cependant, ce type de dommage collatéral ne suscita pas la moindre émotion et encore moins une réaction de la part des institutions, alors qu'ironie du sort, l'Etat dut promulguer, en juillet 1997, la loi régulatrice des émissions et des retransmissions des compétitions et des événements sportifs, afin d'essayer d'empêcher une nouvelle monopolisation du marché des retransmissions des matchs du championnat national de football, ainsi élevées au rang de grande cause nationale et donna même lieu à la création d'un nouveau droit individuel, unique en son genre : le droit à l'information sportive, dont tout Espagnol peut désormais se revendiquer. Cette mise au point du législateur avait été anticipée par les acteurs d'un marché qui venait de rapporter à Canal + près de 36 milliards de pèsètes (environ 217 millions d'euros) de bénéfice. Un tel résultat ne pouvait qu'attiser la convoitise de ses concurrents et répandre, parmi les dirigeants des clubs de football, l'amère impression d'avoir été, sinon floués, du moins mal récompensés.

Lors de l'assemblée de la Ligue de football professionnel, du 30 juillet 1996, ces deux sentiments se combinèrent pour mettre fin au monopole de la filiale espagnole du groupe français. Antena 3, qui venait d'acquérir les droits du puissant Real Madrid, puis de huit autres équipes de première division, tenait là sa revanche et le début d'une « deuxième guerre du football » qui devait, cette fois-ci, s'avérer fatale pour Canal +, sans pour autant mettre fin au conflit. Le groupe PRISA, propriétaire de la chaîne cryptée, change alors de stratégie et porte les hostilités sur le terrain du câble et des groupes de communication, véritables gestionnaires des droits de retransmission des clubs. Ses filières, Sogecable, héritière, en quelque sorte, de Canal + dans ce domaine et Audiovisual Sport (dont TV3 détient 20 %) s'affrontent au groupe catalan Mediapro, principal actionnaire de La Sexta, vouée à devenir la nouvelle chaîne du football par son ambitieux conseil d'administration. L'enjeu n'en devient que plus exacerbé, les deux concurrents misant sur le ballon rond pour rentabiliser rapidement leur investissement et s'imposer face aux clubs comme le meilleur partenaire médiatique possible. Si Mediapro semble, sur ce point, l'emporter sur son rival grâce aux contrats passés avec la plupart des équipes de la première division – y compris avec le Real Madrid et le FC Barcelone –, Sogecable ne se retrouve pas pour autant vaincue dans la mesure où elle a obtenu les droits de diffusion de l'Eurocoupe de 2008 et ceux du Mondial d'Afrique du Sud en 2010. En dépit d'un partage qui, à défaut d'être parfaitement équitable, permet aux deux concurrents de subsister, les tensions sont loin d'être apaisées, à tel point que

la Ligue de football professionnel a décidé, à son tour, de créer sa propre chaîne de télévision sur internet, afin d'échapper à tous ces tiraillements.

Sur les écrans, les multiples revirements de ce marché se traduisent par un déferlement d'images et d'espaces consacrés au ballon rond sans précédent et sans pareil en Europe. Le téléspectateur espagnol est ainsi la cible quotidienne de sept chaînes thématiques (Gol TV, Sportmanía, Canal + fútbol, Canal Barça, Real Madrid TV, Tele Deporte et LFP TV), de rubriques sportives pouvant atteindre 15 minutes dans les journaux télévisés, et de pas moins de cinquante-huit programmes hebdomadaires en moyenne invariablement voués à ce qui prend les allures d'une véritable obsession nationale. Le matraquage semble cependant avoir atteint ses limites. Les revenus générés par la commercialisation des droits de retransmission représentent à peine la moitié de ceux obtenus en France (220 millions d'euros, contre 590) et stagnent au cinquième rang européen, alors que le football espagnol génère annuellement plus de richesse que le football français (1,1 milliards d'euros contre 0,9 milliards) et ne cesse de progresser dans ce domaine. Il reste néanmoins pour l'instant toujours aussi menaçant pour le reste de la programmation télévisuelle.

La piètre qualité réelle ou supposée des contenus offerts par les différentes chaînes espagnoles n'a été que très rarement mise en relation avec la place et le rôle détenus par le football-spectacle. Or, il apparaît clairement que les temps d'antenne, les moyens et l'énergie qui lui sont consacrés le sont au détriment du reste des émissions. Une part non négligeable du surendettement de la télévision publique lui est directement imputable. Canal Plus, qui a bâti sa réputation en France sur sa spécialisation cinématographique, n'a dû sa gloire, en Espagne, qu'à son image de « chaîne du football », avant de péricliter. Les origines et le développement de la – si décriée « télé-poubelle » –, sont sans doute moins à chercher hors des frontières de l'Espagne, que dans la course folle aux retransmissions de matchs dans laquelle s'est lancée la plupart des grandes chaînes, au détriment de la qualité du reste de leur programmation.

Les baisses des taux d'audience récemment enregistrées à l'occasion de certains matchs importants ou de programmes consacrés au ballon rond, les difficultés croissantes rencontrées par les chaînes n'offrant que ce type d'émissions à trouver de nouveaux abonnés, sont autant de signes qui traduisent une évolution des centres

d'intérêt ludico-culturels des Espagnols. Leurs nouvelles attentes en matière de loisirs et de divertissements rendent également de plus en plus caducs, les reality-shows, les émissions « peoples » et autres talk-shows sur lesquels surfe encore la « télé-poubelle ». Cependant rien n'indique encore que ces changements auront à terme des répercussions positives sur la qualité et la variété des programmes proposés. Il n'est pas non plus exclu que ce désenchantement vis-à-vis de l'actuelle télévision corresponde à l'engouement suscité par l'éventail de possibilités qu'ouvrent dans ce domaine internet, où de plus en plus sites proposent désormais de suivre tel ou tel match, ou tel ou tel feuilleton ou film, réservés en principe à la diffusion par abonnement, sans déboursier le moindre sou. Dans ce cas, la culture de masse espagnole ne serait pas en passe d'être profondément modifiée, contrairement au marché qui la dévoie à son profit.

CONCLUSION

L'arrivée des télévisions régionales, suivie de l'apparition d'un puissant secteur privé, n'a pas encore fini de bouleverser le paysage audiovisuel espagnol que déjà ses nouveaux contours commencent à être redessinés par les premiers effets de la « révolution numérique ». A l'œuvre depuis une dizaine d'années, elle n'est devenue réellement visible qu'à partir du moment où en 2005, le gouvernement entreprit une distribution de multiplex (une seule voie pour plusieurs liaisons) qui, à la différence de celle qui avait été tentée par son prédécesseur, deux ans auparavant, tenait compte de la diversité télévisuelle existante. Cette deuxième initiative souleva même l'enthousiasme de quelques communautés autonomes qui, comme la Catalogne, le Pays Valencien ou la Région de Murcie, lancèrent immédiatement leurs propres appels d'offres, afin d'être les premiers à proposer à leur public des programmes conçus avec cette nouvelle technologie.

En dépit de la médiatisation qu'elle a soulevée, cette course à l'innovation ne semble pas en mesure, à brève échéance, de transformer aussi profondément le système télévisuel espagnol que les changements structureaux qu'il a connus au cours des deux dernières décennies. Conformément au plan technique national de 1998 et aux mesures d'urgence pour hâter le passage au numérique (loi du 14 juin 2005), le paysage audiovisuel qui surgira du passage complet à la TNT (« el apagón analógico »), le lendemain de la date butoir du 3 avril 2010, sera composé de :

- deux multiplex à diffusion nationale de quatre chaînes chacun, dont un pourvu d'une capacité de déconnexion régionale pour la télévision d'Etat et l'autre destiné aux diffuseurs privés déjà présents sur la scène télévisuelle ;
- deux multiplex à couverture régionale pour chaque communauté autonome le souhaitant, dont l'un sera doté de la possibilité d'effectuer des déconnexions territoriales ou provinciales. Il est également prévu que chaque gouvernement autonome ait la possibilité de céder l'exploitation d'un certain nombre de chaînes à des entreprises privées, avec l'accord de l'Agence de radiocommunications de l'Etat.

Ce dispositif est complété par le Plan Technique National de Télévision Numérique Locale, approuvé par le Conseil des Ministres, début mars 2004, qui accorde une chaîne multiplex à chaque capitale de province et une autre à chaque commune de plus de 100 000 habitants. Chacun de ces multiplex accueillera jusqu'à quatre émissions différentes sur la même fréquence. Au total, plus d'un millier d'émetteurs locaux pourront fonctionner légalement et atteindre 87 % de la population espagnole.

Sur le plan structurel, cette « révolution » se traduit par un nouvel élargissement du paysage audiovisuel existant. Bien qu'il apparaisse plus modéré et plus contrôlé que les précédents, il ne représente pas moins une accentuation sensible de la concurrence dans un secteur déjà pléthorique et où la survie de certaines entreprises semble d'emblée compromise. Nonobstant, comme lors de sa création en 1956, le législateur a négligé le volet financier de cette nouvelle télévision, laissant une nouvelle fois au marché le soin de pourvoir à la rentabilité des anciens comme des nouveaux acteurs. Cependant, la crise semble avoir également bouleversée les projets du gouvernement dans ce domaine. La suppression totale de la publicité sur les chaînes publiques ne serait plus échelonnée sur une dizaine d'années – comme cela avait été annoncé avant l'effondrement de bourses et des banques – mais appliquée, dès septembre 2009. Ce qui devrait dégager quelques 500 millions d'euros par an, en faveur théoriquement du secteur privé. Cette mise en œuvre précipitée et à contre-cœur de la réforme sarkozienne inquiète néanmoins plus qu'elle n'en enthousiasme les principaux intéressés qui ont déjà fait savoir, par l'intermédiaire de l'UTECA, leur opposition à toute forme de financement compensatoire qui viendrait alourdir leurs charges. Or, ce dispositif existe déjà dans le projet français qui sert de modèle aux autorités espagnoles, et aurait été évalué par ces dernières, à 3% du revenu annuel des télévisions privées.

Il est encore trop tôt pour savoir quel sera l'impact de ces nouvelles mesures sur un secteur qui, jusqu'à présent et malgré la morosité ambiante, continuait d'attirer investisseurs et PME (avant la récession en cours en 2009). Ce curieux engouement relève en réalité de la volonté de certains grands groupes de communication déjà en place de s'installer ou de consolider leur position dans les « niches » restructurées par la nouvelle législation. La plupart des entreprises apparues à cette occasion sont en réalité des filiales ou des sous-traitants du réseau Localia, propriété de PRISA, et surtout de la holding Vocento qui consolide par ce biais son assise locale. L'un des rares cas à déroger à cette stratégie d'expansion horizontale est celui du principal média de l'épiscopat

catholique, la Radio Popular S. A. COPE qui, grâce à la TNT, vient d'obtenir ce que le franquisme et les différents gouvernements démocratiques lui avaient toujours refusé jusqu'alors : une chaîne de télévision. Même si elle reste pour l'instant circonscrite à l'échelon local de la capitale, elle ne représente pas moins une véritable « révolution » qui risque de gagner rapidement d'autres régions. Le Pays Basque et certaines villes d'Andalousie ont déjà manifesté leur intention d'accueillir favorablement tout projet de la COPE.

Cette évolution paradoxale du système télévisuel espagnol rend encore plus pertinente la récente question que se posait publiquement le professeur de l'université Complutense de Madrid et membre du Conseil de Vigilance de RTVE, Manuel Núñez Encabo, au sujet du bien fondé démocratique de « la retransmission de la messe dominicale et de celle des matchs de football par la télévision publique d'Etat »⁶. Pour cet expert, ce type d'émission ne devrait plus avoir sa place dans un service public de qualité et entièrement dévolu à sa mission sociale et culturelle première. Le secteur privé qui en hériterait pleinement, aurait, pour sa part, à respecter scrupuleusement les limites imposées par les lois sur l'audiovisuel et celles de l'éthique, afin de ne pas sombrer complètement dans la « télé-poubelle ». Si l'amélioration quantitative espérée d'un tel partage reste hypothétique, en revanche, il ne fait aucun doute que cette différenciation reviendrait à adopter le modèle britannique.

Reste à savoir si l'avenir de la télévision espagnole est encore affaire de changement de « modèle », au moment où le petit écran qui intéresse désormais le plus son public est celui qui le relie à internet. D'après la cinquième enquête Mediascope réalisée pour l'Association européenne de publicité interactive (EIIA), les Espagnols ne passent plus que 11,7 heures par semaine à regarder la télévision contre 12,1 heures connectés à la toile.

D'apparence anodine ou « technique », ce léger recul est tout de même le premier qu'enregistre la télévision en plus de cinquante ans d'existence. Il n'est donc pas exclu qu'il traduise un début de désaffection de la société espagnole pour le média qui l'a faite basculer dans une post-modernité qui touche peut être, elle aussi à sa fin.

⁶ Manuel Núñez Encabo, *El País*, 17/12/08.

CONSIGNES CONCERNANT L'ÉVALUATION

Ce cours sera évalué à travers un sujet, type question de cours ou type commentaire de document, tous deux pouvant être libellés en espagnol. Dans les deux cas la réponse du candidat devra être rédigée en espagnol.

Avertissement :

**Cette œuvre est protégée par le Code de la propriété intellectuelle.
Toute diffusion illégale peut donner lieu à des poursuites disciplinaires et judiciaires.**