

**LE CINEMA,**  
**UNE MARCHANDISE PAS COMME LES AUTRES ?**

**A la demande de l'UNESCO  
Direction générale pour la Culture  
Division des arts et de l'entreprise culturelle**

**cette étude est réalisée par  
l'Organisation Catholique Internationale du Cinéma et de l'Audiovisuel (OCIC)  
pour  
le Conseil International du Cinéma, de la télévision et du multimédia (C.I.C.T)**

**Paris, juillet 2001**

**CHAPITRE IV**

**REGION D'AMERIQUE LATINE**

(Collaboration internationale au programme de l'UNESCO)

Le texte applique un thème d'intérêt universel à la réalité d'Amérique latine : **La culture est une marchandise comme les autres ?** La question dirigée spécifiquement à l'univers cinématographique contemporain, reçoit en conséquence une formule ponctuelle : **Le cinéma est-ce une marchandise comme les autres ?**

### Introduction

La question fut soumise à quelques personnalités du monde du cinéma et de l'audiovisuel en Amérique latine, spécialement au Brésil. Ci-après quelques-unes des réponses les plus significatives et leurs respectifs arguments.

Pour Guido Araújo, Directeur de la Journée Internationale de Cinéma de Bahia, dédiée aux films latino-américains et ibériques, il n'est pas possible de considérer le cinéma comme une marchandise comme les autres :

*Même si le cinéma a une dimension industrielle et commerciale, le cinéma est un art et ne peut par conséquent être une simple marchandise, un simple produit de consommation. La confusion qui s'est établie tant de fois surtout et spécialement dans le contexte patronal, a engendré de sérieuses pertes pour le cinéma dans la mesure où une de ses fonctions est d'amener l'aliment culturel pour les sociétés de chaque pays.*

Miguel Serpa Pereira, directeur du Département de Communication de l'Université Pontificale Catholique de Rio de Janeiro présente d'autres arguments pour réaffirmer la même idée :

*Le cinéma est aussi un produit industriel mais surtout une œuvre. Une œuvre dans le sens de la sensibilité et l'application de l'intelligence humaine comme moyen de narrer le monde pour les autres à partir de son approche personnelle. Dans ce sens, le cinéma est une recherche du savoir. Le film d'auteur est cette recherche, ce pont qui rapproche les communautés, les personnes. Le cinéma doit être vu comme élément de construction de la vie, comme révélation, comme lumière et jamais comme une marchandise. La technologie c'est autre chose.*

Angeluccia Bernardes Habert, professeur dans le même Département de Communication de l'Université Pontificale Catholique de Rio de Janeiro aborde un autre aspect de la question quand elle affirme que :

*... le cinéma est une marchandise différente des autres, mais n'est pas traitée comme si elle l'était. Il existe un traitement économique dans toutes les manifestations culturelles de l'humanité actuelle, dans la mesure où les théories marxistes de la superstructure des valeurs spirituelles de la société ont perdu leur force.*

Selon le professeur Habert, la qualification du cinéma comme marchandise est de plus en plus forte ces derniers temps, et ceci vaut également pour tant d'autres manifestations culturelles. Actuellement, on parle déjà de cinéma, de journaux et même de la télévision comme éléments de la (midia) conventionnelle qui passe par une phase de transformation et même de disparition. Le terme midia signifie chaque fois plus une entité abstraite qui comprend le mélange de tous les liens traditionnels, résultat de la diffusion accélérée de la technologie digitale et numérique comme c'est le cas, par exemple d'Internet. Dans ce sens, le cinéma du futur sera certainement le contenu d'autres midias. Ce ne sera plus le cinéma exclusif des grandes sales traditionnelles, obscures, dont l'écran est protégé durant les entractes par de grands rideaux de velour rouge. Les salles Multiplex proposent une session de loisir global où voir et écouter un film nord-américain est simplement un des composants du spectacle.

De telles considérations plus ou moins homogènes rencontrent un complément de théorie philosophique dans la réponse de Rolando Calle, directeur du centre de production audiovisuelle Ceafax, de Quito, Equateur :

*Si le cinéma est une marchandise comme les autres? Oui et non. Oui, parce qu'il doit utiliser les structures industrielles et commerciales qui existent. Non, parce qu'il s'agit d'un intangible qui va au-delà de lui-même.*

Calle explique mieux son idée quand il affirme que "nous sommes dans un monde où tout compte suivant sa valeur marchande : la première chose à faire serait de délimiter la qualité de culture comme marchandise". En d'autres termes, la culture compte ou ne compte pas, non pas par sa valeur marchande mais bien par sa valeur elle-même. D'autre part, les biens culturels doivent circuler dans un contexte économique et social bien déterminé : "La spécificité du cinéma c'est d'être intangible, d'aller voir au-delà du cinéma, le cinéma existe pour nous montrer ce que nous ne voyons pas". Ceci va au-delà des valeurs marchandes de la quantification y c'est pourquoi les structures primaires en marche sont nécessaires et utiles afin que ce produit arrive au monde.

Les considérations de Rudá Andrade, directeur de la Cinemateca Brasileira (São Paulo, Brésil), peuvent être interprétées dans ce même sens. Pour lui, le cinéma correspond à un acte créatif unique – chaque film est un film – et c'est là le sens de la grande différence avec la production industrielle courante. Chaque film exprime la vision du monde de son réalisateur et de son producteur, il existe toujours une différence entre les productions (évidemment pas entre les copies), même dans les séries sans grands engagements faites pour les télévisions.

Face à cette affirmation, unanime entre les déposants, il reste la question : Si le film n'est pas une marchandise comme les autres, comment le situer dans nos sociétés globalisées où le lucre est la raison d'être de la plupart des activités humaines ? Andrade préfère répondre à travers l'analyse de la confrontation des différents points de vue des américains et des français.

*Les premiers affirment que le cinéma est une marchandise comme les autres, les français disent qu'il s'agit d'une exception culturelle. Ils concluent que les gouvernements peuvent et doivent intervenir dans les marchés pour permettre l'existence des produits culturels. Dans la vision économique du libre échange des américains, le gouvernement n'intervient pas dans ses films qui sont des produits symboliques et culturels. Il va de soi que cette règle devrait s'étendre aux autres pays. Le désaccord sur la qualification de la culture comme une marchandise ou pas dérive précisément du sentiment que, face aux américains il n'existe dans les autres pays aucunes conditions homogènes et égales de querelle du marché cinématographique.*

### Le cinéma, un produit industriel

S'il faut accepter que le cinéma est aussi une marchandise, même si pas comme les autres, la question sur les caractéristiques du cinéma comme produit reste ouverte. Alcione Araújo, écrivain, scénariste et dramaturge, auteur de romans-feuilletons au Brésil, propose une optique intéressante et stimulante sur la question :

*Le concept de cinéma comme produit est élaboré par ceux qui traitent le cinéma comme une industrie. Les producteurs d'Hollywood, qui possèdent le contrôle de la production au niveau interne et le contrôle de la distribution dans grand nombre de pays, sont les maîtres d'un produit comme un autre et par conséquent, veulent que ce produit soit commercialisé dans le monde entier suivant les lois de commercialisation comme n'importe quel autre produit. Cette vision nord-américaine a de tout temps été dénoncées par les européens et les latino-américains qui considèrent le cinéma comme une œuvre d'art.*

La plainte doit être considérée comme un différentiel qui distingue l'art, la culture en général ou le cinéma en particulier des autres produits. La consommation d'un film ne peut être traitée de la même manière que celle d'un aliment ou un vêtement importé, il s'agit ici d'une consommation de l'esprit tout commercial qu'il soit. En d'autres termes, c'est un produit de type spécial, qui ne peut être comparé aux autres produits industriels. Au terme d'une projection, celui qui l'a visionné, n'emporte chez lui que les émotions, les valeurs spirituelles ressenties lors du visionnement. Il n'en ressort pas maître de quelque chose, simplement de valeurs spirituelles. Le noyau du problème réside précisément du fait de l'obligation industrielle qui distingue le cinéma d'une œuvre d'art individuelle comme une peinture, une gravure ou un texte littéraire.

A ce propos, les réflexions de Lola Millás, responsable à la Cinémathèque de la Direction Générale des Relations Culturelles et Scientifiques du Ministère des Affaires Etrangères d'Espagne, sont importantes. Dans son déploiement, elle constate que depuis sa naissance, le monde des intellectuels a considéré avec méfiance le cinéma, comme une simple invention de la technique. Les écrivains montraient une certaine résistance à laisser adapter leurs œuvres au cinéma : "mais ensuite, il y eut une forme claire de copier le langage cinématographique au point que la rupture du temps et de l'espace a enrichi les formes de narration dans la littérature même". "Ceci reste naturellement l'aspect culturel. Indubitablement, le cinéma comme tout autre art, possède une charge culturelle très forte". Néanmoins, pour Millás, oublier que le cinéma est également une industrie, relève d'une maladresse bien proche, malgré nos protestations, de la domination américaine :

*Il est clair que moi aussi je proteste. Cependant tant que nous n'aurons pas admis que le cinéma est une industrie et une industrie puissante, cela ne changera pas. Le cinéma touche une large population, il synthétise tous les arts, il a le pouvoir de la parole, de l'image, il touche tous les sens, aussi bien la musique que la peinture et de ce fait a un énorme pouvoir. Je ne comprend pas pourquoi il faudrait l'offrir et le voir comme un symbole. Les pays parient par exemple sur l'industrie de la mode et non sur celle du cinéma. Le problème résulte du fait que faire un film coûte très cher et les managers ont peur d'investir.*

Il n'est jamais superflu d'affirmer que le cinéma a un patrimoine culturel très important mais qu'il a aussi un côté industriel très puissant. Et Millás d'affirmer que tant que nous ne pouvons gérer ce filon, ce côté industriel et qu'on ne cesse de parler du cinéma comme d'une frivolité, nous n'arriverons à rien. Le cas de l'Espagne est intéressant parce que dans ce pays, beaucoup faisaient un film simplement en le dirigeant, par exemple Pedro Almodóvar. Son frère Agustin, également impresario, a compris qu'il pouvait faire ce qu'un producteur ferait et de ce fait économiser beaucoup d'argent et d'énergie. Ils se sont ensuite convertis en producteurs et aident les jeunes directeurs. Quelque chose est en train de bouger mais très lentement.

### **L'hégémonie industrielle d'Hollywood**

Pour Alcione Araújo, l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC, ex-Gatt) n'a jusqu'à présent pas réussi à faire un pacte de commercialisation internationale des produits cinématographiques certainement à cause des différents points de vue entre les nord-américains et les autres producteurs. Pour les premiers, la libre commercialisation du cinéma découlant des initiatives privées doit obéir aux règles et critères du commerce international pour les autres produits. Mais il est certain que les Etats-Unis est le seul pays qui possède une industrie cinématographique et un marché interne capable de l'assurer. En plus de cela, depuis les années 20, ils dominent tout le marché international à quelques exceptions près comme l'Inde et des pays à l'économie fermée comme l'Iran.

Quand certaines aides à la production sont octroyées par leur propre gouvernement, ces pays sont accusés par les nord-américains d'intervenir dans un processus de libre circulation de marchandises en affirmant qu'Hollywood ne reçoit aucune aide du gouvernement fédéral. Cette position rigide est la conséquence du fait que la production audiovisuelle est un des points forts des exportations de ce pays. Alcione complète sa pensée en affirmant que :

*Le fonds de l'idée qui est inacceptable pour nous est que seul le cinéma nord-américain doit subsister à l'exception près de peu d'autres cas tolérés. Il s'agit là, d'une appropriation condamnable d'un marché qui se doit d'être international et ouvert à tous. Etant une expression de l'esprit, le cinéma est en relation profonde avec la dimension générale de la culture. Les peuples doivent maintenir leur identité culturelle, la culture ne peut être internationalisée comme cela arrive avec l'échange d'autres produits.*

### **Encouragement (Aide) des états**

Bien que des informations le contredisent, il est clair que le cinéma nord-américain bénéficie d'une intervention indirecte du gouvernement, spécialement par la diffusion internationale des produits cinématographiques. La Motion Pictures correspond à un secrétariat du gouvernement au statut de Ministère, présent dans une grande partie des pays. Guido Araújo comprend bien que, face à cela, dans ces pays consommateurs de produits d'Hollywood comme par exemple l'Amérique latine, il est nécessaire l'intervention du gouvernement pour garantir un espace d'exhibition adéquat pour les productions nationales. Garantir la production ou appuyer l'exhibition du cinéma national des pays périphériques par rapport à l'industrie-mère nord-américaine ? Guido Araújo signale avec regret :

*Une tendance de la communauté cinématographique de nos pays à vouloir garantir les fonds pour subsidier ses productions en satisfaisant souvent des intérêts immédiats, privés ou de groupes. Au contraire, l'intérêt de la société est que les films arrivent à la libre appréciation du public.*

### **Aide à la production**

Nous reprenons ici la question de l'hégémonie industrielle du cinéma nord-américain. Pour commencer la réflexion, il est important de rappeler qu'en Amérique latine, le cinéma des autres pays a circulé normalement et librement entre les années 20 et 50. Dans beaucoup de pays comme l'Argentine et le Brésil, la Pelmex a joué, pendant des décennies, le rôle de distributeur de films mexicains, avec des sorties régulières et mensuelles. Le comique Cantinflas a eu une très grande popularité parmi les classes populaires au même titre qu'un héros national. Il en fut de même pour le chanteur José Mojica qui devint moine franciscain et fit encore un film à grand succès. Des films argentins étaient vus régulièrement au Brésil et au Mexique, privilégiant ainsi les échanges normaux de films entre beaucoup de pays de la région en dehors de ces trois grands producteurs. Des films européens arrivaient aussi sans aucune difficulté au point de penser que les tendances thématiques et la dimension esthétique du néoréalisme italien sont à l'origine de la rénovation de la créativité cinématographique des "cinémas nouveaux" qui surgirent surtout au Brésil, Argentine et Mexique dans les années 60. Un cas très particulier dans la ville de São Paulo en fonction de la très forte migration japonaise. Deux grandes salles se consacraient exclusivement à la projection d'œuvres orientales pour de nombreux riches et fidèles au point d'en assurer eux-même l'importation et la distribution.

D'un autre côté, il est important de signaler que la cinématographie des pays de notre continent a toujours eu des moments de production intense suivis d'accalmies préoccupantes. Dans de telles circonstances, une intégration fonctionnelle était mise au point entre les producteurs, les distributeurs et les exploitants pour pouvoir maintenir la rentabilité désirée de l'exploitant et au point de vue économique, indispensable à la continuité de la production. Des exemples significatifs se trouvent encore dans le contexte de l'Argentine, du Brésil et du Mexique où les comédies populaires reposaient sur les personnages charismatiques d'acteurs et chanteurs dont la popularité était due à leur passage sur les ondes radiophoniques. C'est le cas pour Carlos Gardel, en Argentine, qui exploita la musique et l'appréciation populaire des tangos. Le marché était spontanément ouvert à de telles productions, qui répétaient ces mêmes formules année après année. Dans les années 60 et 70, les dénommés "cinémas nouveaux" réalisés par des intellectuels d'après des propositions de rénovation ou de subversion des

structures sociales en vigueur sur lesquelles reposaient toute l'importance idéologique et esthétique ont eu l'aspect négatif de diminuer l'audience des grandes salles. Pour faire le point sur le passage d'un cinéma d'acceptation populaire vers l'épanouissement d'un cinéma intellectuel et politiquement engagé au début des années 60, prenons la situation du Brésil qui est particulièrement significative.

#### Situation du Brésil : le "Cinéma Nouveau"

Avec l'intervention militaire pendant 20 ans contre la considérable menace du communisme (1964-1984), l'autoritaire gouvernement avait inclus dans ses projets stratégiques la création d'une entreprise pour la production et la distribution des films nationaux, la Embrafilme (1969/1990). Les résultats furent en principe très positifs tant au point de vue rénovation intellectuelle et esthétique qu'à la quantité de films produits. Des taxes sur les intérêts des distributeurs de films étrangers furent instaurées et ces fonds furent utilisés pour la production souvent à fonds perdus. Nous ne pouvons nier l'importance culturelle de cette période, laquelle a engendré l'existence d'œuvres appréciées et primées par la critique internationale, quelques-unes avec un succès dû au public. Ce fut ainsi pour certains films de Glauber Rocha comme *Deus e o diabo na terra do sol* (1964). Néanmoins, il faut savoir que malgré ses nombreuses tentatives, le gouvernement militaire n'a jamais réussi à diminuer ou équilibrer la puissante présence des produits nord-américains sur le marché. Face à une quelconque restriction de la part des autorités brésiliennes, la puissante Motion Pictures menaçait, par l'entremise de son ambassadeur dans la région, d'intervenir sur le commerce entre les deux pays, d'autres produits manufacturés comme les chaussures et les jus d'oranges. De toute façon, le cinéma brésilien n'a jamais réussi à s'affirmer comme une véritable industrie reposant sur un circuit commercial auto-suffisant. Peu de producteurs réussirent à maintenir une continuité dans la réalisation et la distribution de leurs films sans compter sur une dépendance forcée et stérilisante des fonds distribués par le gouvernement. Déjà dans une situation financière et de créativité critique depuis 1987, le cinéma national a fini par mourir ou disparaître totalement en 1990 quand, pour des motifs injustifiables, entre-autres la vengeance personnelle contre les prises de position politiques des cinéastes, le gouvernement néolibéral du président Fernando Collor déclara l'extinction de la EMBRAFILME.

La renaissance du cinéma brésilien commencera lentement à partir de 1993. Chaque réalisateur cherchant par des formules de contenu et de langage à capter la bienveillance et l'appréciation du public. Même pour les quelques films qui réussirent à dépasser le million de spectateurs, il est évident que le marché interne n'est pas suffisant pour maintenir une industrie qui dépend en grande partie des technologies étrangères. C'est pourquoi une recherche de fonds financiers internes par l'adoption de formules différentes a lieu actuellement qui cependant maintient la dépendance des producteurs face à l'Etat. Il s'agit d'une renonciation fiscale sur un pourcentage de l'impôt dû au gouvernement par les entreprises et considéré comme investissement dans la production de films. De tels instruments juridiques connus au Brésil en tant que "Lei do Audiovisual" et "Ley Rouanet" eurent le mérite inéluctable de rendre possible la reprise de production en 1993 mais s'avèrent aujourd'hui insuffisants et peut-être dépassés. Un des problèmes provient des intermédiaires entre l'octroi des fonds provenant de l'abandon fiscal du gouvernement et son application effective dans la production de films. D'un autre côté, la facilité pour obtenir les fonds gouvernementaux est une porte ouverte aux entrepreneurs qui n'avaient aucune vocation pour la production de films. A ce propos, Guido Araújo veut signaler :

*Le résultat concret de la Loi de l'Audiovisuel et de la Loi Rouanet n'est pas très encourageant, pour divers motifs. En premier lieu, parce que le pays n'a pas d'habitudes dans le domaine fiscal d'investissements dans la production cinématographique surtout à coûts très élevés. D'autres secteurs culturels sont plus attrayants pour leurs résultats immédiats comme les concerts, les expositions, les pièces théâtrales et autres... De l'autre côté, les entreprises qui sont habituées à cacher les impôts dus au gouvernement ne sont pas intéressées à investir sur base de l'abandon fiscal et ouvrir ainsi leurs comptes au fisc et favoriser la création de contrôle.*

Il n'existe actuellement aucun consensus entre les autorités du Brésil au sujet de la reprise sur l'encaissement d'un pourcentage sur les bénéfices des distributeurs étrangers qui serait destinée à

financer tant la production que la recherche de studios de création de scénarios. Le lobby de l'industrie d'Hollywood reste très fort. Entre les facteurs les plus décisifs de la crise du cinéma latino-américain, il faut mentionner l'implantation et la rapide extension de groupes de salles à hautes technologies du type *Cineplex* ou *Cinemax*, destinées quasi exclusivement aux produits de l'industrie nord-américaine. Conséquence des deux points repris ci-dessus, c'est également le reflet de l'inexistence d'espaces pour une concurrence honnête dans le commerce global du secteur et effrayant surtout de constater que le film *Titanic* entra au Brésil avec au moins 200 copies et a payé moins de 100 dollars en impôts sur la distribution.

Luis Carlos Barreto, le plus grand producteur cinématographique du Brésil dénonce la crise comme un détournement : "Dans les années 70, nous détenions presque 35% du marché avec 100 films produits annuellement. Nous passons de 225 millions de spectateurs par année à 90 millions actuellement. Nous possédions 4500 salles dans les années 50 contre seulement 1600 salles actuellement. Le cinéma national ne parvient que sporadiquement à être présenté à la télévision et participe très peu aux marchés de la vidéo et du dvd". Il s'agit ici d'une situation commune aux autres pays latino-américains. Pour le Ministre de la Culture du Brésil, Francisco Welfort, une possible solution serait envisageable par une collaboration étroite avec les entreprises de la télévision : "La TV est une industrie dans nos pays. Si nous recherchons une association dans nos efforts, le cinéma peut obtenir des caractéristiques patronales. Mais ceci ne peut se faire par décret, tout dépend des intérêts du marché même. Actuellement, une intervention de l'Etat comme, avec un certain succès dans les années 60, est impossible".

## 2. Attrait de la lecture critique du cinéma pour la formation de nouveaux auditeurs

Face à ce tableau qu'on pourrait désigner de dévastateur, une tâche urgente qui s'impose aux gouvernements est la création de mécanismes destinés à favoriser une distribution effective des films nationaux dans le territoire de chaque pays producteur d'Amérique latine. C'est sur ce point qu'une politique plus sérieuse et conséquente devrait se concentrer. Il serait bon également de revoir les expériences déjà réalisées dans les décennies antérieures, avec la participation d'universités, de centres culturels et d'organisations congénères, en vue d'obtenir la participation et l'intégration effective du public, spécialement du jeune public qui commence à s'intéresser aux films commerciaux.

Lola Millás examine avec méfiance l'intervention de l'Etat français de garantir 30% des espaces de projection aux producteurs et distributeurs nationaux :

*Il y a dans les français quelque chose que j'admire beaucoup et c'est leur façon de défendre leurs biens. Il me semble que si nous étions un peu plus exigeants comme eux, nous gagnerions beaucoup plus pour nos pays, étant donné qu'ils prennent soin de leurs biens comme personne. Cependant, l'interventionnisme me fait peur. Ceci me fait toujours très peur. Une chose qui dépend pour beaucoup de l'Etat est très fragile. Les Etats sont très inconstants et je pense que l'art ne doit pas y être trop lié. S'il y a un côté artistique, il y a également un côté industriel où chercher les mêmes appuis que pour tout autre industrie, qui garantira plus tard des bénéfices. Je pense que les Etats ne voient même pas ce point. La preuve est que les Directions Générales du cinéma sont généralement encrées dans les Ministères de la Culture et non dans ceux de l'industrie. Il est donc clair que la part industrielle du cinéma est négligée. Ce sont ces Ministères de la Culture qui donnent les subventions, très petites en général, très tard et avec beaucoup de difficultés. Ensuite, ils n'arrivent pas à obtenir des subventions industrielles parce que n'est pas de leur ressort.*

L'autre thème d'intérêt abordé par Lola Millás est celui des co-productions. En Espagne, ces dernières années, il existe un mouvement clair envers les co-productions avec toute l'Amérique latine et cela fonctionne. La filmothèque du Ministère n'achète pas que des films espagnols mais bien des films en espagnol. Il y a donc une partie de films en co-production avec accord de les considérer également comme films espagnols. Pour l'Espagne et l'Amérique du Sud, il s'agit d'un marché naturel et non seulement linguistique. Le plus important c'est les racines culturelles. C'est presque toujours un problème culturel. Le premier à démarrer fut Heraldo Herrera et avec de bons résultats. Il a travaillé



avec Lombardi du Pérou et travaille maintenant avec l'Argentine. Le film **A propósito de Buñuel**, documentaire présenté lors de la Journée Internationale du Cinéma de Bahia est une co-production Espagne/Mexique.

Sans déconsidérer la valeur de toutes ces initiatives dans le sens de l'affirmation de l'identité des cinémas nationaux face au gigantisme d'Hollywood, tous les déploiements que constituent le présent texte considèrent l'éducation des sensibilités et des mentalités comme sortie plus viable à l'impasse dessinée ci-dessus.

Guido Araújo reprend quelques considérations antérieures pour réaffirmer que en Amérique latine, les gouvernements tendent à s'éloigner des affaires sociales comme l'éducation et la santé. Les investissements résultent pour la plupart d'intérêts politiques, comme manière de maintenir l'image face à l'opinion publique et non d'un vrai projet stimulant social. Cette tendance des Etats se manifeste encore plus fortement dans le secteur de la culture, comme cela fût déjà très commenté. Le secteur de la distribution reste pour la majeure partie entre les mains de petits groupes étrangers, individuels ou corporatifs. Partant de ceci, il dit :

*Une proposition qui me semble relever de l'UNESCO, serait l'aide pour la création, dans nos pays, de nombreuses salles de projection à technologie digitale. Supposé que, pour des raisons de marché, les appareils d'enregistrement du son et de l'image sont chaque jour plus à portée des personnes et des institutions. La production tend donc à augmenter, restant à résoudre le problème d'arriver jusqu'au public potentiel.*

Luis Carlos Bahia, acteur et compositeur musical, insiste également sur l'importance d'une diffusion culturelle ouverte, démocratique et diversifiée surtout pour le cinéma qui a dans la multiplication un élément essentiel de sa propre nature. Une politique culturelle qui lui paraît significative serait faire pression sur les Ministères de la Culture d'introduire dans l'examen d'accès à l'université, la connaissance des classiques du cinéma de chaque pays comme cela se fait déjà pour les classiques de la littérature. Les technologies actuelles du vidéo et du DVD permettent d'étendre la proposition à un nombre significatif d'écoles même les moins favorisées économiquement.

José Marinho de Oliveira, acteur professionnel du cinéma, de la télévision et du théâtre, directeur du Département du Cinéma et Vidéo de l'Université Fédérale Fluminense (Niterói, Brésil) fait référence aux débats durant le Troisième Congrès Brésilien du Cinéma qui a eu lieu fin juillet 2000. Une proposition approuvée par les réalisateurs, les producteurs, les critiques et les professeurs présents, fut l'introduction obligatoire dans les écoles de deuxième grade (16-18 ans) d'une discipline Histoire du Cinéma, avec emphase sur le Cinéma Brésilien. Ceci nous paraît être un facteur essentiel à la formation et la rénovation du public soumis très tôt à l'influence idéologique du cinéma d'Hollywood.

Mais même Marinho ne semble pas convaincu que de telles mesures ou propositions soient suffisantes. La notion de marchandise, de cinéma comme produit industriel, prévaut toujours même si différent des autres. Curieusement, les différences bien que irrécusables, ne semblent pas être déterminantes pour les intellectuels qui abordent le thème :

*Je ne sais pas si les lois stimulantes à la production actuellement en vigueur représentent une bonne solution. La Présidence de la République du Brésil vient de créer un groupe de travail de cinéastes, producteurs de cinéma et télévision pour rechercher d'autres issues mieux adaptées à l'instant par lequel passent les moyens de communication en général et surtout en lien avec l'économie mondiale et des pays. Sans aucune aide des gouvernements, il me paraît impossible maintenir une production cinématographique en Amérique latine. Je pense qu'il est nécessaire de souligner que la plupart des pays possèdent un certain stimulant à la production ou à la distribution comme les mesures adoptées il y a quelques années par le Ministre Jacques Lang pour protéger l'identité du cinéma français.*

Le directeur de production Chico Drumond affirme que dans les récentes productions internationales réalisées au Brésil et auxquelles il eut l'occasion de participer, un représentant des dénommées *film*

commissions était toujours présent. Dans le cas spécifique de deux projets originaux respectivement de Barcelone et de Montréal, les gouvernements prenaient en charges les frais de voyage et de séjour de tous les membres de l'équipe :

*Ceci me paraît être une formule de participation possible et indirecte des gouvernements dans les productions de nos pays. Je pense que cette sorte d'aide est plus sûre que les investissements directs dans la production. Il n'y a qu'à voir les récentes affaires des directeurs Guilherme Fontes et Norma Benguel, qui doivent d'importantes sommes au gouvernement pour non accomplissement de leurs engagements. Ce sont évidemment des cas de paternalisme qui ne correspondent pas à un projet de vrai reprise et de développement du cinéma national.*

Il est nécessaire de considérer, dans nos pays, un marché prometteur pour les longs-métrages mais également pour les courts-métrages, une catégorie encore plus discriminée des circuits commerciaux. Il s'agit de la télévision par câble, qui offre en outre des canaux réservés aux produits nationaux. Pour cela, signalons l'importance historique de celui appelé Canal Brasil du groupe Sky Net. Portant sur des émissions journalières de 24 heures de films nationaux seulement, un projet est en cours de s'ouvrir également aux films latino-américains. En plus de l'ouverture d'un nouvel espace pour la diffusion des identités culturelles de notre continent, le Canal a une fonction éducative pour créer, donner des habitudes d'appréciation aux différentes couches de spectateurs et en particulier au public de jeunes en phase de formation intellectuelle et de sensibilité.

Il est important de voir que dans le cinéma classique nord-américain, même les films à fin commerciale se transforment avec le temps en objets d'analyse et de recherche, souvent en conformité avec les paramètres académiques. Il suffit de d'évoquer *Stagecoach*, *Citizen Kane* et *Casablanca*, entre tant d'autres. Cette transformation conditionnée par le temps est une preuve réelle de plus que le cinéma n'est pas une marchandise comme les autres. Le patrimoine culturel mondial en serait appauvri si de tels films n'avaient été produits. Au regard de notre continent, le même commentaire serait d'application pour les films comme *La hora de los hornos*, *los inundados*, *Él*, *Enanorada*, *Vidas Secas*, *Deus e o diablo na terra do sol*, entre tant d'autres.

### **Le cas de Pro-Chile : Gérance des Industries Culturelles**

Il me semble pertinent de terminer les présentes réflexions en abordant même très brièvement, le projet de la Direction de la Promotion des Exportations – Pro-Chile – organisme du Ministère des Relations Extérieures de ce pays. Les informations qui suivent me furent données par Sergio Trabucco Ponce, responsable de la Gérance des Industries Culturelles de Pro-Chile et également directeur de la Fédération Internationale des Producteurs de Cinéma d'Amérique latine. La dimension théorique du projet considère très clairement les caractéristiques propres au produit culturel, le cinéma inclus, ce n'est pas une "simple marchandise" et le poids symbolique qu'il détient le différencie des autres produits :

*C'est ainsi que l'Institution estime les différentes caractéristiques du produit, dans le sens qu'il agit sur l'activité d'exportation, il génère des fonds et des emplois dans le pays mais que justement par son côté symbolique, il aide très fortement à préciser l'image du pays et de par là à promouvoir les autres produits et services qui s'exportent.*

Le premier pas significatif de cette Gérance, fut de reconnaître que ces secteurs culturels peuvent participer aux mêmes conditions que les autres industries dans les Concours des Fonds de Promotion aux Exportations. L'Institution établit ses programmes de co-financement avec les acteurs principaux (auteurs, artistes) c'est-à-dire avec les producteurs et leurs entreprises. Il s'agit du développement de l'exportation ou d'une action qui aboutira avec la présence des produits ou des œuvres culturelles sur les marchés extérieurs. C'est la façon de promouvoir l'échange, l'interaction, la coopération et l'intégration culturelle.

Sergio Trabucco explique que l'aide à l'artiste et au producteur se fait concrètement par la participation à des Foires, des Festivals, des Conférences d'affaires dans des marchés spécialisés. Il mentionne également l'intérêt que peuvent avoir pour les produits culturels (les films pour ce qui nous concerne) les plus de 60 bureaux dans le monde entier où des spécialistes et des agrées commerciaux travaillent aussi bien avec les premiers intéressés qu'avec les agrées culturels qui détectent les nécessités ou les potentiels de leurs marchés :

*La consolidation d'un marché pour les Industries Culturelles, plus et surtout le cinéma, collabore sensiblement à l'Image du Pays... Il nous paraît important de trouver une définition pour cataloguer le "produit culturel" sans perdre la condition de produit qui peut transiter mais sans pour cela tomber dans la "simple marchandise". Pour cela, tous les organismes d'Etat liés au thème se doivent d'intervenir.*

Avec Marinho qui résume le sentiment de presque tous les intervenants de ce texte, nous pouvons conclure que l'Etat doit garantir une présence constante et forte dans l'activité cinématographique des pays d'Amérique latine mais pas seulement des nécessairement en subsidiant la production de films. Il appartient à la société civile d'identifier les modalités opportunes d'intervention pour le cinéma et de les soumettre aux autorités en place pour garantir une continuité cinématographique qui est indispensable à l'identité culturelle de chaque nation.

Docteur José Tavares de Barros  
Professeur en titre du Cinéma à l'Université Fédérale de Minas Gerais  
Vice-Président de OCIC-BRESIL