

[INDICE / INDEX]

ISSN 2182-6552

MULTIMED

REVISTA DO RESEAU MEDITERRANEEN DE CENTRES D'ETUDES ET DE FORMATION

EDIÇÕES UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA

MULTIMÉDIA · Nº.02

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

FICHA TÉCNICA

TÍTULO: **Multimed: Revista do Réseau Méditerranéen de Centres d'Études et de Formation**

© 2012 – Universidade Fernando Pessoa

DIRECTORES: **Lucienne Cornu** (Université Aix-Marseille III, France); **Bruno Ravaz** (Université Sud-Toulon-Var, France)

EDITORES DESTE VOLUME: **Rui Torres** (Universidade Fernando Pessoa, Portugal); **Kenia Maria Menegotto Pozenato** (Sapiens - Centro de Educação e Cultura, Caxias do Sul, RS, Brasil)

COMISSÃO DE ESPECIALISTAS: **Kenia Maria Menegotto Pozenato** (Sapiens - Centro de Educação e Cultura, Caxias do Sul, RS, Brasil)

COMISSÃO CIENTÍFICA: **Adela Rogojinaru** (Université de Bucarest, Roménia)

Benoit Cordelier (Faculté de Montréal); **Gino Gramaccia** (Université Bordeaux 1, France); **Hulya Tanriover** (Université Galatasaray, Turquia); **Jorge Pedro Sousa** (Universidade Fernando Pessoa, Portugal); **Luis Pinuel** (Universidad de Madrid, Espanha); **Mohamed Lakhdar Maougal** (Algéria); **Mónica Rector** (University of North Carolina at Chapel Hill, United States); **Nicolas Pélessier** (Université de Nice, France); **Ricardo Pinto** (Universidade Fernando Pessoa, Portugal); **Rui Torres** (Universidade Fernando Pessoa, Portugal); **Xosé Lopez Garcia** (Universidad de Santiago de Compostela, Espanha)

EDIÇÃO: **Edições Universidade Fernando Pessoa**
Praça 9 de Abril, 349 • 4249-004 Porto - Portugal
Tel. 22 507 1300 • Fax. 22 550 8269 • edições@ufp.edu.pt

COMPOSIÇÃO: **Gabinete de Design da UFP da Universidade Fernando Pessoa**

ISSN: **2182-6552**

Reservados todos os direitos. Toda a reprodução ou transmissão, por qualquer forma, seja esta mecânica, electrónica, fotocópia, gravação ou qualquer outra, sem a prévia autorização escrita do autor e editor, é ilícita e passível de procedimento judicial contra o infractor.

BIBLIOTECA NACIONAL - CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO

ISSN 2182-6552

MULTIMED

Multimed: Revista do Réseau Méditerranéen de Centres d'Études et de Formation / Lucienne Cornu, Bruno Ravaz (dirs.). - Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2012 - 163 p.; 21 cm
ISSN 2182-6552

Estudos multimidiáticos -- [Periódicos] / Cibercultura / Comunicação digital / Estudos culturais / Estudos mediterrânicos / Globalização / Redes sociais

CDU 004.7:316.77(05)
316.77(05)

REPRESENTATIONS CONTEMPORAINES DE LA TELEVISION NUMERIQUE: UNE APPROCHE COMPARATIVE FRANCE-BRESIL

LÍVIA GUERRA MARQUES¹

"PROJET FINANCÉ PAR LA RÉGION PACA"

RESUME: La télévision a subi des mutations ces dernières années et traverse encore une période de changement. L'avènement de nouveaux formats et supports ainsi que la multiplication de l'offre de service en fait un média en constante évolution. Aujourd'hui, des réflexions sont en cours afin de comprendre la télévision «du présent et de l'avenir». Dans ce contexte, il est intéressant d'étudier comment les usagers en ressentent les changements. Parmi toutes les transformations technologiques des médias, nous allons privilégier celles qui touchent directement le téléspectateur. Notre article a comme objectif principal de découvrir ce qu'est la télévision numérique d'après la représentation que s'en fait le grand public et d'en dresser une définition populaire.

MOTS-CLES: Télévision numérique. France. Brésil. Nouvelles technologies. Téléspectateurs.

ABSTRACT: Television known changes recently and still going through a period of change. New formats and digital technologies offer more and more services make it an evolving medium. Today, are discussions to understand television of « present and future». In this context it is interesting to study how users feel the changes. In our article, we will focus on changes that affect viewers. Our contribution aims mainly to find out what is digital TV for people and establish a popular definition.

KEYWORDS: Digital television. France. Brazil. New technologies. Viewers.

¹ Doctorante, Université du Sud Toulon Var, Toulon, I3M, France. Email: livia.guerramarques@gmail.com

RESUMO: Nestes últimos anos, a televisão passou por várias transformações e, atualmente, ainda atravessa um período de mudanças. A chegada de novos formatos e suportes, associada a uma multiplicação de oferta de serviços, caracteriza uma mídia em constante evolução. Hoje, observamos uma série de reflexões que buscam compreender a televisão «do hoje e do amanhã». Neste contexto, é interessante estudar como os utilizadores observam estas transformações. Em meio a todas as mudanças tecnológicas das mídias, iremos privilegiar as que estão em contato direto com os telespectadores. Nosso artigo tem como objetivo principal descobrir o que é, de fato, a televisão digital de acordo com a representação feita pelo grande público e, assim, tentar encontrar uma definição popular.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão digital. França. Brasil. Novas tecnologias. Telespectadores.

INTRODUCTION

L'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication n'a cessé de modifier et accélérer la diffusion de l'information ces 20 dernières années. Nous nous intéresserons ici aux mutations de la télévision et à l'avènement de la diffusion des programmes en numérique.

Face aux inégalités et différences culturelles ou sociales entre l'hémisphère Nord et Sud, il est possible de se demander comment les états mettent en place ces changements et la façon dont le public les ressent. Pour cela, nous comparerons dans un premier temps les méthodes et stratégies de deux régions du monde qui mettent en place la diffusion numérique de la télévision. Grâce à une étude comparative menée en France et au Brésil, nous verrons comment le public accueille ces changements et les nouveaux modes de consommation qui les accompagnent.

1. DEFINITIONS ET QUESTIONS AUTOUR DE LA NOUVELLE TELEVISION

Définir ce qu'est la télévision numérique relève du défi si l'on considère que ce media passe par des mutations constantes. Dans ce contexte, il est intéressant d'étudier comment les usagers en ressentent les changements et nous livrent leur propre définition en France et au Brésil.

La télévision a traversé plusieurs transformations techniques et technologiques. Aussi, à l'heure du numérique, les modes de retransmission se sont diversifiés. Pour Chaniac & Jézéquel (2005) la numérisation des techniques en télévision a

commencé dès le début des années 80. Mais c'est au milieu des années 90 que les États Unis ont ouvert la voie par la par l'inauguration du bouquet *DirecTV*: la télévision numérique par satellite.

Le signal est maintenant transmis au travers d'informations binaires convertibles en images et sons au moyen de systèmes informatiques. Par conséquent, celles-ci arrivent au téléspectateur avec une qualité supérieure si le signal d'origine n'est pas altéré. Ce système permet par ailleurs de passer plus de données dans un même canal; de développer de nouveaux services interactifs comme le téléachat, la vidéo à la demande, le *pay per view*, etc. (Bonnell, 2006).

Avec l'arrivée du numérique, les organismes responsables ont mis en place la normalisation des trois systèmes numériques dans le monde. La norme DVB (*Digital Video Broadcasting*), basée sur la compression MPEG², est utilisée principalement en Europe. Le système ATSC (*Advanced Television System Committee*) est quant à lui diffusé aux États-Unis. En 1999, le Japon a proposé une troisième norme de transmission numérique terrestre: ISDB-T (*Integrated Services Digital Broadcasting for Terrestrial transmission*).

Les différentes normes de diffusion ont été définies en fonction de spécificités qui, avant d'être techniques, ont des origines politiques. Les autorités gouvernementales ont contribué à l'élaboration de ces spécificités en débloquent des fonds pour les sociétés fabricantes d'équipements et les grands groupes audiovisuels. Cruz (2008) nous aide à comprendre que cette révolution technologique incite les opérateurs à rechercher de nouveaux marchés et oblige les gouvernements à adopter une réglementation pour accueillir les techniques qui se multiplient.

C'est en fait tous les jours, et dans le monde entier, que la télévision fait sa révolution. Progressivement, la numérisation permet de véhiculer des informations numériques de natures différentes, en plus des chaînes et émissions traditionnelles.

La numérisation de la télévision a permis l'essor des réseaux câblés, capables d'absorber des exigences grandissantes en termes de bande passante et connectivité: d'un point de vue technique le passage de la diffusion *broadcast* (à un sens unique) à la diffusion *broadband*, où les échanges de données vont dans les deux sens: interactivité, ventes de services groupés. Un autre aspect est la diversité d'offre. Grâce au haut débit, les opérateurs télécoms ont pu développer de nouveaux services personnalisés (*podcast*, *vod*, *triple-play* et *quadriplay*). Ces services multimédias permettent l'accès à la demande à de nouveaux contenus audiovi-

² MPEG est un format de compression numérique: *Moving Picture Experts Groups*

suels sous différents formats. Chacun peut donc aujourd'hui faire sa propre programmation.

C'est dans ce contexte que nous vivons une transformation profonde et constante des pratiques et usages des publics dans leur consommation télévisuelle. Nous pouvons alors constater l'accélération de son développement, par exemple, en France, début «2006, les abonnés au câble numérique étaient environ 1 million, dont un tiers utilisaient Internet et le service de téléphonie» (BONNELL, 2006, p. 413).

Notre objet d'étude est la télévision numérique au sens large, et plus précisément la programmation télévisuelle sans abonnement spécifique – «télévision généraliste» à laquelle la plupart de la population a accès. Le concept de la télévision numérique est un mode de diffusion de la télévision dans lequel les signaux comportent les données des programmes numérisés, puis sont ordonnés en un flux unique (une technique de multiplexage) avant d'être diffusés au téléspectateur via les ondes électromagnétiques. Bonnell (2006) nous explique par exemple que la TNT utilise la technique de la compression des images (MPEG-2 ou MPEG-4)³ en empruntant les bandes de fréquence de la télévision analogique, mais en utilisant des canaux adjacents. La fonction de la technique de multiplexage est alors de permettre la transmission de 5 à 6 programmes TV sur une même fréquence au lieu d'un seul en analogique. En plus, il offre la possibilité d'instaurer un contrôle d'accès, des programmes locaux, des guides de programmes, les sous-titrages, etc.

La télévision numérique gratuite représente un pas important vers la démocratisation de l'accès aux nouvelles technologies au Brésil comme en France, les deux pays visés par notre étude. Mais quand nous entendons parler de la télévision numérique par ses utilisateurs, nous constatons qu'ils font souvent bien volontiers un parallèle avec la qualité de l'image et du son. Ce qui est vrai, puisque c'est un apport indéniable. Actuellement les téléviseurs numériques sont équipés d'écrans pour la réception du format 16:9. Ce format a l'avantage d'être capable d'afficher tous les autres connus actuellement, sans que l'image soit amputée. Cette nouvelle technologie nous permet de recevoir l'image avec une meilleure définition: en HDTV⁴ ou en SDTV⁵. Mais le plus important reste que la télévision numérique par satellite, TNT, câble ou ADSL, autorise le contrôle d'accès, et donc

3 Le codage MPEG appliqué à la vidéo et à l'audio permet de réduire la ressource nécessaire à la transmission d'un programme tout en préservant la qualité numérique, et de garantir une excellente qualité des images et des sons et ce de manière constante. La norme MPEG-2 a été retenue pour les chaînes gratuites et le MPEG-4 pour les chaînes payantes.

4 HDTV: Télévision Haute Définition (*High Definition Television*).

5 SDTV: Définition standard pour la télévision (*Standard Definition Television*).

le paiement à la séance. Elle permet l'embrouillage⁶ et le désembrouillage⁷ des signaux. De cette façon, la TNT peut aussi bien délivrer des programmes gratuits que payants (BENOIT, 2006).

La TV numérique offre aujourd'hui la possibilité de s'affranchir des câbles. Elle permet l'interactivité, l'accès à Internet, l'ouverture aux télévisions locales et la multiplication de chaînes. Il est donc possible de se demander si ce nouveau mode de diffusion va révolutionner ou non les usages de ce média dans les prochaines années. Si les avantages du numérique pour les réseaux de diffusion et les chaînes de services est un fait, peut-on garantir que le consommateur y verra les siens?

Le téléspectateur prend rarement en considération les aspects techniques lorsqu'il consomme un service ou regarde un programme. Mais il a encore des doutes et interrogations sur cette nouvelle technologie. Les questions les plus récurrentes parmi les téléspectateurs sont, par exemple: *Comment recevoir la télévision numérique terrestre ? , Qu'est ce que l'interactivité? Qu'est ce que la HD?* Toutes renvoient à une volonté de comprendre ce nouvel univers télévisuel. Dans ce contexte, nous observerons l'impact de ce nouveau mode de diffusion sur le paysage audiovisuel. L'ouverture que la télévision numérique offre aux nouveaux acteurs générera-t-elle une véritable innovation dans la production et les émissions ? Le téléspectateur trouvera-t-il une offre à la hauteur de ses attentes ? Le grand public s'appropriera-t-il le potentiel de cette technologie ? Bien que seul l'avenir permette de répondre définitivement à ces interrogations, nous allons tenter d'y apporter un éclairage en analysant la réalité de mise en œuvre pratique de ce nouveau média dans nos deux pays d'étude.

2. DEUX CULTURES, UNE MEME TECHNOLOGIE

Depuis mars 2005, la télévision numérique terrestre (TNT) a été lancée en France avec les chaînes distribuées également sur le câble, le satellite et les autres réseaux. Depuis septembre 2007, 18 chaînes nationales gratuites sont disponibles par la TNT partout en France, mais aussi par ADSL, câble et satellite. Le téléspectateur est passé d'un bouquet de 6 à 18 chaînes nationales avec le numérique. Ceci en plus de plusieurs programmes régionaux de France 3, France 5 (24 heures sur

6 Embrouillage: Transformation réversible d'un signal numérique, en vue d'en faciliter la transmission ou l'enregistrement, en un signal numérique de même signification et de même débit binaire.

7 Désembrouillage: Transformation du signal numérique obtenu par embrouillage, destinée à rétablir le signal initial.

24), ARTE toute la journée et des tranches en clair de Canal+. Dans cette gamme télévisuelle, selon les études développées par la Télédiffusion de France (2008), 14 TV locales sont également disponibles en TNT (via une insertion au multiplex) à un niveau local ou régional. Ainsi, 7 chaînes dont 3 associatives sont diffusées sur la région Ile-de-France depuis mars 2008. L'arrivée de la TNT en France a donc augmenté les possibilités de choix pour le téléspectateur. Ceci accessible à tous au moyen des chaînes gratuites. Les téléspectateurs peuvent accéder la TNT avec leur simple antenne râteau et un décodeur. Mais les programmes de la TNT sont également accessibles par le câble ou satellite.

L'économie numérique (audiovisuel, télécommunications, l'informatique, services en ligne, etc.) représente le secteur le plus dynamique de l'économie mondiale et est le principal facteur de gain de compétitivité des économies développées. Son taux de croissance est en moyenne le double de celui des économies, représentant désormais plus de 25% de la croissance mondiale.

C'est dans ce contexte que le gouvernement français a lancé en avril 2008 le plan «France Numérique 2012» (Plan de développement de l'économie numérique) visant à promouvoir le passage au numérique. Ce plan met en place quatre priorités:

[...] permettre à tous les Français d'accéder aux réseaux et aux services numériques; développer la production et l'offre de contenus numériques; accroître et diversifier les usages et les services numériques dans les entreprises, les administrations, et chez les particuliers; moderniser notre gouvernance de l'économie numérique. (BESSON, Internet, 2008).

Dans ce cadre, le gouvernement français a voté le passage au tout numérique audiovisuel avant le 30 novembre 2011. L'ambition du gouvernement est de donner à tous les foyers français les moyens de se convertir à la télévision numérique et d'accéder aux nouveaux réseaux de communication. Afin de réduire la «fracture numérique», la France a créé le Groupement d'Intérêt Public (GIP) France Télé Numérique. Le GIP est chargée de mettre en place une campagne d'information nationale, des actions de communication locales, et un centre d'appel. Ces mesures s'accompagneront d'une aide financière pour l'achat et l'installation d'équipements de réception pour la télévision numérique terrestre (Fonds de l'article 102 de la loi du 5 mars 2007) au profit des plus démunis. (BESSON, Internet, 2008).

Économiquement parlant, nous observons une évolution vers l'adoption de la TNT en France. Selon une étude réalisée par Médiamétrie⁸, au quatrième trimestre 2010, près de 23 millions de foyers sont équipés d'un adaptateur TNT intégré ou non à leur téléviseur (adaptateur TNT, décodeur câble, décodeur satellite, box ADSL.), soit 84,5% des foyers en France. Depuis fin 2011 tous les Français peuvent recevoir les chaînes de la TNT. Par voie de conséquences, cela devrait continuer de dynamiser le marché des matériels de réception de la télé numérique (téléviseurs, adaptateurs, enregistreurs numériques, PC). Cela est même encadré par la loi. L'article 19 de la loi du 5 mars 2007 stipule que, depuis mars 2008, tous les téléviseurs en France doivent intégrer un adaptateur permettant la réception de la TNT intégrée. Depuis la fin 2011, la TNT est le seul moyen de recevoir la télévision hertzienne. Nous constatons donc que la France a organisé cette transition de manière structurée avec un calendrier, une législation et une stratégie adaptée à son territoire.

De l'autre côté de l'Atlantique, aux l'hémisphère Sud, la télévision brésilienne a vu apparaître le numérique dans son paysage audiovisuel à la fin de l'année 2007. Soit 2 ans après son introduction en France. Le 2 décembre 2007, le Président Luís Inácio Lula da Silva a déclaré officiellement son implantation progressive sur l'ensemble du territoire. Le gouvernement brésilien vise ainsi la fin du système analogique pour 2016 (2012 pour la France).

Le Brésil a été courtisé plusieurs mois par les acteurs européens, américains et japonais qui ont présenté des offres dans l'espoir de décrocher l'accès à ce grand marché. Mais la norme du système numérique retenue est la japonaise ISDB-T. Avec l'adoption de la norme ISDB-T, les brésiliens ont intégré dans le sigle la lettre «B», ISDB-TB pour *Integrated Services Digital Broadcasting – Terrestrial Brasil*. Par ailleurs, la norme a reçu des mises à jour technologiques en vidéo, audio et interactivité. Cette norme peut supporter les besoins de la société brésilienne, en vue du profil de revenu de la population et des nouvelles possibilités ouvertes au travers de l'interactivité. Au Brésil, le téléviseur est un des objets les plus populaires du pays. D'après l'Institut Brésilien de Géographie et Statistique (IBGE, 2007), 95% des foyers brésiliens ont un appareil de TV, et selon l'ex-ministre de Communications Hélio Costa⁹, le Pays consomme environ 10 millions de téléviseurs par an. Ces statistiques sont significatives compte tenu du modèle social inégalitaire du

8 Médiamétrie est une société anonyme leader des études médias qui observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché des médias et de la communication. Site: <http://www.mediametrie.fr>

9 Revista da SET – Órgão Oficial da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão – Ano XXI – março 2010 – n3.

Brésil (écarts forts entre les classes sociales). Il a été décidé au Brésil que la transmission analogique allait continuer, simultanément au numérique pendant une période de 10 ans, soit jusqu'au 29 juillet 2016 (quatre ans après l'extinction totale en France). Plus de 87 millions de brésiliens peuvent aujourd'hui accéder à la télévision numérique, car elle couvre désormais 480 villes dans 24 états. (ANATEL, Internet, 2011).

La télévision numérique au Brésil progresse doucement. Elle atteint cependant en 5 ans une couverture de 45,99% en termes de population. Un chiffre à mettre en balance avec l'étendue d'un territoire qui représente 16 fois la France en superficie. Le gouvernement brésilien estime qu'en dix ans, la TV va générer un chiffre d'affaires de l'ordre de 40 milliards de dollars pour ses acteurs. Sans compter son aide au développement économique et culturel du pays. Cette nouvelle technologie permet de nombreuses applications et connexions avec la radio, l'internet et la téléphonie mobile, alors que le Brésil est le cinquième plus grand marché de téléphonie portable dans le monde. (UBIFRANCE, Internet, 2009).

La TV étant un support de grande ampleur économique pour le Pays, plusieurs voix critiques dénonçant la télévision numérique se sont soulevées; notamment contre le prix des décodeurs et les téléviseurs. Le salaire minimum au Brésil est de R\$ 622,00 (272,00 Euros). Selon un reportage publié dans le journal brésilien *Folha de São Paulo*, le 22 février 2008, il est estimé qu'avec le décodeur à R\$500,00 la TNT réussira difficilement sa percée. C'est pourquoi le Ministère de la Communication cherche à faciliter l'accès à ces équipements en instaurant des exemptions d'ICMS (Impôt sur Circulation de Marchandise et sur Prestation de Services) de manière à ce que le prix du produit tombe à R\$150,00. Une somme restant toutefois conséquente pour les foyers les plus modestes.

Le 29 avril 2009, l'Union Internationale de Télécommunications (UIT) a approuvé la première norme technologique du monde pour IPTV¹⁰, le middleware Ginga-NCL¹¹. L'invention brésilienne permettra l'interactivité dans le Système Brésilien de Télévision Digitale (SBTVD). Cette approbation est la reconnaissance d'un travail d'intégration et d'innovation. Conformément à l'Anatel (Agence National de Télécommunications), l'approbation de l'UTI permettra que la norme brésilienne soit adoptée par différents fabricants de convertisseurs de télévision numérique avec accès à l'internet. C'est une première étape qui permet de rêver d'interactivité. Le

10 IPTV – applications interactives.

11 Le Ginga-NCL est la première norme à être approuvée et recommandée par l'Union Internationale de Télécommunications (UIT) pour les applications interactives.

Ginga permettra par exemple de faire des transactions bancaires, des achats et interactions avec les programmes.

L'ex-président Luís Inácio Lula da Silva a affirmé dans une entrevue à la TV Globo, le février 2009: «*le jour où un brésilien pourra fixer un rendez-vous médical ou accéder à une salle de classe par le biais de la télévision est proche*». Le Brésil espère ainsi convaincre ses voisins du Mercosul (Argentine, Paraguay, Uruguay et Venezuela) et d'Amérique du Sud d'adopter le même système nippon-brésilien. Le 28 mars 2011 le Brésil a été choisi pour assumer la présidence du Forum ISDB International, ce qui laisse entrevoir une opportunité pour le Brésil de faire adopter son système. (Internet, Ministério das Comunicações, 2011).

Le paysage télévisuel brésilien est encore en pleine transformation. Tandis que l'heure du bilan approche à grand pas pour la migration opérée en France, la «démocratisation» de la TNT pour la population brésilienne est en marche. Si le numérique a déjà gagné presque 50% de la population du Brésil, nous y observerons jusqu'en août 2016 l'expansion de cette nouvelle technologie. Date à laquelle ces deux pays seront normalement à égalité et affranchis de la TV hertzienne.

3. COMPARAISON DE PERCEPTIONS DU CHANGEMENT DANS UNE DYNAMIQUE INTERCULTURELLE

3.1. HYPOTHESES ET METHODOLOGIE

Comme le cœur de notre recherche est l'étude de la télévision numérique dans deux pays: France et Brésil, nous avons considéré plus pertinente de retenir une démarche comparative. Dans cette perspective interculturelle, nous avons interrogé des téléspectateurs français et brésiliens afin de révéler d'éventuelles spécificités.

Nous avons développé trois hypothèses sur les bases de l'ouvrage de Quivy et Van Campenhoudt (2001):

- Les téléspectateurs ont une méconnaissance de la télévision numérique;
- La représentation de la télévision numérique est différente selon les générations;
- Il existe une vision différente entre le téléspectateur brésilien et le français.

Pour éclairer ces hypothèses, nous avons mis en œuvre un entretien semi-directif auprès de 20 téléspectateurs français et leurs 20 homologues brésiliens. Notre expérimentation a été précédée de la préparation d'une grille d'entretien dans une approche qualitative.

Les interviews ont été menées auprès de personnes âgées de 18 à 60 ans qui regardent la télévision numérique en France et au Brésil. Les questions posées sont les mêmes dans les deux pays, à la traduction près. Les entretiens ont été réalisés en face à face dans les deux territoires.

Nous avons déterminé l'âge des personnes interviewées de 18 à 60 ans, car nous avons supposé que ces personnes ont la conscience objective d'un changement lors du passage au numérique et sont des utilisateurs potentiels des nouveaux services.

Les résultats obtenus n'ont en rien une valeur statistique, mais nous ont permis de déceler des tendances. Qui pourraient être confirmées par une analyse quantitative.

3.2. LA NOTION DE «REPRÉSENTATION»

Les «représentations» contemporaines de la télévision numérique sont liées à une série de constructions de pensées, des impressions, visions et opinions. Pour guider notre démarche, nous nous sommes appuyés sur les explications de Mannoni (1998) qui considère que la représentation est la construction d'une réalité commune, un «savoir vulgaire» qui sert à un ensemble d'individus d'un même groupe. C'est un «stock» commun d'idées et de pensées qui circulent dans les interactions sociales. Selon Duponthieux (2001), nous retrouvons dans la notion de «représentation» une dualité entre le «représentant» (dans notre étude le public) et le «représenté» (la télévision). Il nous indique que toute représentation est une «représentation du monde». Autrement dit, les représentations montrent les visions de monde, l'interprétation d'un individu ou un groupe dans notre société.

Par ailleurs, Foucault (1966) fait une longue analyse de systèmes de «représentation» dans son ouvrage *Les Mots et les Choses*. Il y expose que nos idées font partie des mécanismes internes et externes (savoirs, images, projections, interprétation) et que nous trouvons nos représentations dans des modèles «d'identités et de différences».

Une idée peut être signe d'une autre non seulement parce qu'entre elles peut s'établir un lien de représentation, mais parce que cette représentation peut toujours se représenter à l'intérieur de l'idée qui représente (FOUCAULT, 1966, p. 79).

3.3. LES «REPRESENTATIONS» DES CONSOMMATEURS DE TV FRANÇAIS ET BRESILIENS

3.3.1. RESULTATS DES ENTRETIENS

La majorité des personnes interviewées français ont considéré la télévision comme un objet de divertissement, mais également comme un outil d'information. Elles ont défini la télévision numérique comme: «des programmes avec une meilleure image».

La quasi-totalité des interviewés observent que la qualité de l'image est meilleure. Et cette observation est le principal changement apporté du point de vue des téléspectateurs français. Parmi les services offerts par la télévision numérique, presque la moitié des interviewés utilisent la vidéo à la demande et l'enregistreur numérique. Ce dernier est un service offert parfois au travers des fournisseurs de signal (opérateurs télécom), parfois grâce à un équipement externe (combiné platine/enregistreur) qui permet au téléspectateur de différer le visionnage des émissions, documentaires ou films. C'est également un service proposé par les fournisseurs. Il est possible de noter que ces services sont utilisés par nos interviewés avec beaucoup d'enthousiasme:

[...] une évolution dans la manière de voir et revoir le contenu qu'on veut, sans la préoccupation de perdre une émission à cause du temps, et des horaires imposés par la grille de programmes. [...]. Camille, 31 ans.

La totalité des personnes interrogées en France considère que la multiplication de chaînes et la diversification des programmes représente «une avancée notable pour la démocratisation». Dans notre dernière question nous avons demandé quels sont les avantages de la télévision numérique par rapport à la télévision traditionnelle. La majorité a évoquée la qualité d'image. La qualité du son et la multiplication de chaînes et services sont perçues comme des avantages de moindre importance.

3.3.2. RESULTATS DU QUESTIONNAIRE BRESILIEN

Du côté brésilien, la majorité des personnes interviewées ont considéré la télévision comme un objet de divertissement et d'information. Elles ont défini la télévision numérique comme: une «évolution technologique», avec une «meilleure qualité d'image et d'audio», une «possibilité d'interactivité» mais également des «doutes pour l'avenir».

La moitié des interrogés observe que la qualité de l'image est meilleure. Il est intéressant d'observer la même perception que du côté Français: la qualité de l'image est considérée comme le principal changement de la télé numérique pour le téléspectateur brésilien. Parmi les services offerts par la télévision numérique, seuls deux interviewés les utilisent déjà. Considérant que le signal numérique a été lancé seulement en décembre 2007, il est fondamental de comprendre que le processus d'implantation cours jusqu'en 2016 pour les brésiliens. Seulement deux interviewés utilisent le service de vidéo à la demande contre six en France.

La totalité des interviewés ont répondu que la multiplication de chaînes et la diversification des programmes représentent «une avancée notable pour la démocratisation de l'information». Enfin, pour une question sur les avantages de la télévision numérique par rapport à la télévision «traditionnelle», la totalité a répondu essentiellement et sans surprises sur la qualité d'image.

Malgré les différences dans la mise en œuvre de la TV numérique (calendrier, normes, culture) en France et au Brésil, il nous a été donné d'observer une vision actuelle similaire. Cela peut nous laisser présager que la vision et les usages de ce nouveau média convergeront globalement dans ces deux zones. Il sera possible de tirer ce bilan à la fin de la migration opérée dans les deux pays.

3.4. RETOUR SUR LES HYPOTHESES

Hypothèse 1: Les téléspectateurs ont une méconnaissance de la télévision numérique.

Cette première hypothèse semble validée. Dans le cadre de notre travail de terrain, nous avons observé des lacunes concernant la connaissance de la TV numérique. Cela tant sur le plan technique que dans l'expression de nombreux doutes

et interrogations de la part des interviewés. Lacunes d'autant plus marquées au Brésil. Ce qui est en cohérence avec un calendrier de mise en œuvre décalé et une stratégie sensiblement différente de celle de la France, et restant à définir.

Hypothèse 2: La représentation de la télévision numérique est différente selon les générations.

Cette deuxième hypothèse n'est que partiellement validée. La représentation de la TV numérique est globalement la même entre les générations. Nous avons cependant observé un écart générationnel entre les connaissances liées à la TV numérique et les usages qui en sont fait, permettant de faire apparaître 3 profils d'usagers type:

- Jeune ayant des connaissances techniques et utilisant la TV pour ses loisirs.
- Adulte d'âge moyen ayant des connaissances techniques suffisantes lui permettant d'effectuer ses choix pour s'équiper.
- Adulte d'âge mûr disposant en majorité de connaissances techniques plus limitées, et moins enclin à utiliser les nouveaux services.

Hypothèse 3: Il existe une vision différente entre le téléspectateur brésilien et français.

Cette troisième hypothèse n'est pas validée: nous avons observé plus de similarité que différences dans les perceptions de nos interviewés français et brésiliens.

CONCLUSION ET PERSPECTIVES

L'étude des contextes de notre étude nous a permis dans une première partie de mettre en exergue leurs différences de calendrier, de cahiers des charges techniques, de législation et de rayonnement international. Mais en France comme au Brésil, le point d'orgue et de convergence représentatif de la télévision numérique semble être la qualité d'image offerte dorénavant sur nos écrans de salon.

Nous avons adopté une démarche qualitative dans une tentative de déceler les demandes et attentes du public, ceci afin d'anticiper des tendances et mutations à venir relatives aux usages et services de la télévision numérique dans les deux pays étudiés. Dans ce contexte, c'est en quelque sorte le téléspectateur qui met tout le monde d'accord. Il est alors possible de se demander si ce n'est pas finalement lui, par sa demande et les usages de la TV numérique, qui est en train de construire ce nouveau média.

Depuis la télévision, le public exige non seulement de savoir mieux, mais de savoir davantage, dans tous domaines du savoir» (MCLUHAN, 1968, p. 363).

Les nouvelles avancées technologiques permettent à chaque fois davantage de possibilités de voir, de penser et de faire la télévision autrement. Le téléviseur devient un terminal intelligent qui permettra, outre la réception de plusieurs programmes, d'ouvrir un espace à l'interactivité et à la communication à travers les réseaux où on veut, quand on veut et avec qui on veut.

Avec la télévision numérique, l'exigence du téléspectateur augmente proportionnellement, car les possibilités d'offres télévisuelles et la variété de supports domestiques ou mobiles sont croissantes.

C'est dans une perspective de l'évolution technologique et pluralité d'offres télévisuelles que les différents acteurs du marché pensent cette nouvelle télé comme des applications de plus en plus riches et interactives. Nous pouvons projeter la télévision de demain non seulement avec une image et un son presque parfaits, mais avec un vaste choix de contenus et services. Cette pluralité grandissante pose la question de la viabilité de ce média dans un contexte de plus en plus concurrentiel. De nos jours, de nombreuses chaînes se créent et disparaissent. Survivre pour les groupes de télévision implique un renouvellement constant et des investissements importants. Il est donc possible de se demander qui payera la facture. La TV numérique va-t-elle démocratiser le «tout payant»? L'autre alternative semble être une homogénéisation à la baisse des investissements faits dans les programmes. Dans un cas comme dans l'autre, il n'est pas certain que le consommateur s'y retrouve.

REFERENCES

- BALLE, F. (2004). *Les médias*, Paris: Presses Universitaires de France.
- BENOIT, H. (2006). *La télévision numérique, Satellite, Câble, TNT, ADSL*, Paris: Dunod.
- BONNELL, R. (2006). *La vingt-cinquième image, une économie de l'audiovisuel*. Paris: Éditions Gallimard.
- CHANIAC, R.; JEZEQUEL, J. (2005). *La télévision*. Paris: La Découverte.
- **CRUZ, R. (2008)**. *TV Digital no Brasil - Tecnologia Versus Política*. São Paulo: Senac Editora.
- DUPONTHIEUX, M. (2001). *La représentation*. Paris: Hachette.
- FOUCAULT, M. (1966). *Les Mots et les Choses*. Paris: Gallimard.
- HOINEFF, N. (1991). *TV em expansão: novas tecnologias, segmentação, abrangência e acesso na televisão moderna*. Rio de Janeiro: Record.
- MACLUHAN, M. (1968). *Pour comprendre les média*. collection Points, Paris: Seuil, [Montréal: éditions HMM, 1964].
- MUSSO, P. (2008) *Les télécommunications*. Paris: La Découverte.
- MANNONI, P. (1998). *Les représentations sociales*. Paris: PUF.
- RAYMOND, Q.; VAN CAMPENHOUDT; Luc. (2001). *Manuel de recherche en sciences sociales*. Paris: Dunod.

Internet:

- BESSON, E. (2008). *France Numérique 2012: Plan de développement de l'économie numérique*. [on line]. Disponible en: <<http://lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/084000664/0000.pdf>>. [Accès: 01/12/11].
- ANATEL (2011). *Cobertura da televisão digital no Brasil em números*. [on line]. Disponible en: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=266410&assuntoPublicacao=Televis%3e%20Digital%20no%20Brasil%20em%20N%FAmeros&caminhoRel=null&filtro=1&documentoPath=266410.pdf>>. [Accès: 10/12/11].
- UBIFRANCE (2009). *Focus export pays: Brésil*. [on line]. Disponible en: <http://recife.ambafrance-br.org/IMG/pdf/Focus_Export_Bresil_-_Ubifrance.pdf>. [Accès: 28/11/2011].
- MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES (2011). *Brasil assume de forma efetiva a presidência do fórum internacional de TV digital*. [on line]. Disponible en: <<http://www.mc.gov.br/noticias-do-site/23308-brasil-assume-de-forma-efetiva-a-presidencia-do-forum-internacional-de-tv-digital>>. [Accès: 05/12/11].

ISSN 2182-6552



9 772182 655002



RÉSEAU
MÉDITERRANÉEN
DE CENTRES
D'ÉTUDES ET
DE FORMATION