



# Les dessins animés au Chili : syntaxe, circulation et consommation

Rafael del Villar Muñoz

► **To cite this version:**

Rafael del Villar Muñoz. Les dessins animés au Chili : syntaxe, circulation et consommation. Sciences de l'information et de la communication. Université Sorbonne Paris Cité, 2015. Français. NNT : 2015USPCA094 . tel-01487019

**HAL Id: tel-01487019**

**<https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01487019>**

Submitted on 10 Mar 2017

**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 SORBONNE NOUVELLE - PARIS 3**

ED 267 Arts & Médias

EA 1484 - Communication, Information, Médias

Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication

**Rafael DEL VILLAR**

**LES DESSINS ANIMÉS AU CHILI**  
*SYNTAXE, CIRCULATION ET CONSOMMATION*

Thèse dirigée par  
François JOST

Soutenue en octobre 2015

**Jury :**

M. François JOST, Professeur à l'Université Paris 3, directeur de recherche

M. Sébastien ROUQUETTE, Professeur à l'Université de Clermont-Ferrand, Rapporteur

M. Stéphane BENASSI, Maître de conférences à l'Université Lille 3, HDR, Rapporteur

Mme. Marie-France CHAMBAT-HOUILLON, Maître de conférences à l'Université Paris 3

## Résumé

Le but de cette recherche est la description des formes de fonctionnement diégétique-cognitive des dessins animés de la télévision hertzienne au Chili, et leurs conditions de circulation (offre) et consommation pendant l'année 2000. L'analyse du rapport entre la description de la grille de programmation, l'audience (description statistique), les mondes diégétiques et les conditions cognitives présupposées (analyse qualitatif), nous permettra de constater que les dessins animés japonais sont les plus regardés au Chili, même s'ils ne sont pas les plus programmés.

Les dessins animés japonais sont complexes : leur construction narrative ne se fait pas au sein d'une histoire linéaire, ils supposent beaucoup de savoirs pour les comprendre, ils ont des structures que les consommateurs doivent appréhender à travers plusieurs médias et supports différents. Nous pouvons donc affirmer que cette préférence est en corrélation avec l'existence de procès cognitifs complexes chez les téléspectateurs, réalité que nous avons pu découvrir grâce à une enquête appliquée à 300 cas différenciés par strate sociale, genre et âge ; ainsi que grâce à une recherche ethnographique qui nous a permis de découvrir d'autres circuits de circulation des objets culturels (grands magasins et magasins spécialisés liés à l'animation). L'étude sociologique et ethnographique de la réception nous a permis de comprendre, entre autres choses, que les jeunes téléspectateurs construisent leur identité autour des dessins animés japonais. Comme le démontre la recherche que nous avons menée, le goût pour l'anime japonais est lié à sa complexité, et en outre, l'attribution de valeur aux savoirs qui s'y rapportent est repérable chez les enfants âgés de 11 ans ou moins, ainsi que chez les adolescents ayant entre 12 et 15 ans.

La méthodologie de travail s'est construite autour de trois axes : des outils statistiques, une analyse qualitative des séries et une étude ethnographique des lieux de circulation.

***Mots clés : dessin animé, communication visuelle, sémiotique visuelle, perception-cognition***

**ANIMATED SERIES IN CHILE**  
*SYNTAX, CIRCULATION AND CONSUMPTION*

## Abstract

The aim of the research is to describe cognitive diegetic operating modes in cartoons transmitted in open access television in Chile, as well as their traffic conditions (supply) and consumption during 2000. The analysis draws correlations between the scheduler's description of the programming, the audience (statistical description), and the cognitive worlds and proposed diegetic protocols (qualitative analysis). Such description will allow us to detect that Japanese cartoons are the most popular and that this does not correspond to what most Chilean television channels program. Japanese cartoons are complex; there is no linear storytelling, and instead they require a vast amount of knowledge for comprehension, which their consumers acquire through reading in various supports and media. In this context "the most watched cartoons correspond to those where there is presence of complex cognitive processes," which was detected through a survey (300 cases, differentiated by social class, gender and age) and ethnographic research has allowed us to discover other circuits' circulation of cultural objects (department stores / specialty stores). This sociological and ethnographic study of reception allowed us to understand how some Japanese cartoons' young viewers build their identity. The consume of Japanese animation how much one knows about the series with the attribution of a value that strengthens them the construction of their identity, which is more developed to less equal age of 11 years and 12-15 years. The significance of the series in relation to the real world (diegetic world's presuppositions) is not taken into account by the channels. The taste for Japanese animation allows one to link how much one knows about the series with the attribution of a value that strengthens their identity or indeed constructs it. This is more prevalent in groups aged 11 and below and ages 12-15. The significance of the series in relation to the real world (diegetic world's presuppositions) is not taken into account by the channels. The design of statistical tools league qualitative research and analysis on the series with ethnographic studies of the circulation of such cultural objects.

**Keywords:** *animated cartoons, visual communication, semiotics, perception-cognition*

*A Erika, pour sa patience sans bornes*

## Remerciements

Je tiens à exprimer mes sincères remerciements à toutes les personnes qui m'ont aidée, de près ou de loin, participé à la réalisation de ce projet, trop nombreuses pour être citées individuellement.

Je suis très reconnaissante à l'Institut de la Communication et Image de l'Université du Chili qui a fait le soutien de cette recherche, à leur Directeur María Olivia Mönckeberg, et à mes collègues José Miguel Labrín, Ximena Póo, María Eugenia Domínguez et tous, mais surtout aux élèves qui pour leur intérêt sur cette problématique, ont permis la rétroalimentation de nos études dans un sujet n'est pas toujours visible pour la totalité sociale.

Mes sincères remerciements à l'équipe de recherche Fondecyt- Université du Chili : Evelyn Campos, Luis Perillán, Ricardo Casas, Maira Mora, Macarena Orroño, et Nicole Cardoch, entre d'autres, parce qu'ils m'ont aidée, de près ou de loin, à la réalisation de cette recherche.

Je tiens à exprimer, aussi, ma vive reconnaissance à mon Directeur de Recherche, François Jost, Directeur du CEISME, pour la confiance dont il m'a investi en acceptant de diriger ce travail, pour leur aide précieuse, leurs conseils enrichissants, leur disponibilité et leur patience tout au long des années de réalisation de cette thèse.

Mes vifs remerciements s'adressent, aussi, à tous ceux qui ont bien voulu contribuer à l'élaboration de ce travail, les enfants et jeunes qui ont bien voulu remplir les questionnaires, et m'ont accordé un entretien pour la recherche ethnographique.

Mes sentiments de profonde reconnaissance s'adressent à mes parents pour leur support infaillible, à mon épouse pour son grand dévouement et son soutien dans les moments difficiles, à tous les membres de ma famille, à tous mes amis et collègues pour leurs encouragements constants.

# Sommaire

<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>11</b>
1 Préliminaires.....	12
2 L'objet d'étude et la pertinence par rapport au savoir accumulé dans l'année 2000.....	16
3 Considérations sur la synthèse du savoir accumulé durant l'année 2000.....	24
4 L'importance de l'année 2000 comme délimitation de l'objet d'étude.....	25
5 La société en réseaux d'aujourd'hui.....	33
6 La pertinence analytique de décrire l'année 2000 comme un pôle de fonctionnement	37
<b>1. PREMIÈRE PARTIE : Formulation du problème et dispositifs théoriques méthodologiques</b>	
1. CHAPITRE 1 : Formulation du problème.....	40
1.1 La description de l'offre télévisuelle.....	40
1.2 La consommation de dessins animés de télévision hertzienne : grille de programmation, mesure d'audience, mondes diégétiques et conditions cognitives présumées.....	42
1.3 L'analyse sociologique et ethnographique de la consommation.....	44
1.4 Objectifs spécifiques.....	44
2. CHAPITRE 2 : Considérations théoriques.....	46
2.1 Les dessins animés télévisés, quelques données empiriques.....	48
2.2 Les dessins animés télévisés : production-circulation-consommation.....	51
2.3 Les dessins animés : produit et objet de signification.....	53
2.4 Télévision : Offre/Demande .....	54
2.5 L'objet culturel est dans une grille.....	55
2.6 L'objet culturel comme un objet de signification renvoie à un monde diégétique possible.....	56
2.7 Les dessins animés télévisés comme des objets culturels renvoie à un procès cognitif.....	58
2.8 Les catégorisations des types d'audience.....	63
2.9 Quelques précisions théoriques.....	66
3. CHAPITRE 3 : Méthodologie.....	67
3.1 <i>Stratégie de la recherche : première partie</i> .....	67
3.1.1 Le premier objectif spécifique de la recherche.....	67
3.1.2 Le deuxième objectif spécifique de la recherche.....	68
3.1.3 Le troisième objectif spécifique de la recherche.....	69
3.1.4 Le quatrième objectif spécifique de la recherche.....	70
3.1.5 Le cinquième objectif spécifique de la recherche.....	70
3.1.6 Le sixième objectif spécifique de la recherche.....	72
3.2 <i>Stratégie de la recherche et bases épistémologiques</i> .....	72
3.3 <i>Stratégie de la recherche : deuxième partie</i> .....	73
3.3.1 Le septième objectif spécifique de la recherche.....	73
3.3.2 Construction de l'échantillon.....	74
3.3.3 Sélection de l'échantillon à étudier.....	76
3.3.4 Taille de l'échantillon.....	76
3.4 <i>Construction d'instruments de mesure : l'enquête</i> .....	76
3.5 <i>Analyse statistique des données</i> .....	77
3.6 <i>Description de mécanismes d'appropriation des dessins animés</i> .....	77
<b>2. DEUXIÈME PARTIE : Grille de programmation, mondes diégétiques cognitives présumées</b>	
4. CHAPITRE 4 : Description de l'offre télévisuelle.....	80
4.1 <i>Description de la grille de programmation</i> .....	80
4.1.1 Chaîne Réseaux Université Catholique de Télévision.....	80
4.1.2 Chaîne Chilevisión.....	83
4.1.3 Chaîne Megavisión.....	85



4.1.4	Chaîne Télévision Nationale du Chili.....	87
4.1.5	Considérations sur la grille de programmation infantile de la télévision hertzienne.....	88
4.1.5.1	Les séries dans l'année 2000 (juin).....	88.
4.1.5.2	Quelques considérations descriptives sur la grille de programmation.....	91
4.2	<i>Mondes diégétiques présumés dans les dessins animés de la télévision hertzienne au Chili et description de leurs procès cognitifs (simplicité/complexité).....</i>	94
4.2.1	Introduction.....	94
4.2.1.1	Exemple Analytique (Simple/ Complexe) et (Monde Réel/ Fictif/Ludique) : Dragon Ball Z et Arnold .....	95
4.2.2	<i>Analyse programmation et mondes diégétiques et cognitifs présumés de la chaîne TV UC.....</i>	102
4.2.2.1	Analyse des séries programmées le samedi.....	102
4.2.2.2	Conclusions de l'analyse précédente.....	105
4.2.2.3	Analyse des séries programmées le dimanche.....	105
4.2.2.4	Conclusions de l'analyse précédente.....	108
4.2.2.5	Analyse des séries programmées le vendredi.....	109
4.2.2.6	Conclusions générales de la sous-partie.....	110
4.2.3	<i>Analyse programmation et mondes diégétiques et cognitifs présumés de la chaîne Chilevisión.....</i>	111
4.2.3.1	Introduction.....	111
4.2.3.2	Mondes diégétiques et cognitifs : séries diffusées le matin, de lundi au vendredi.....	101
4.2.3.3	Mondes diégétiques et cognitifs : séries diffusées l'après-midi, de lundi au vendredi .....	118
4.2.3.4	Conclusions de la sous-partie.....	122
4.2.3.5	Mondes diégétiques et cognitifs : séries diffusées samedi et dimanche... ..	124
4.2.3.6	Conclusions générales de la sous-partie.....	130
4.2.4	<i>Analyse programmation et mondes diégétiques et cognitifs présumés de la chaîne Megavisión.....</i>	135
4.2.4.1	Introduction.....	135
4.2.4.2	Mondes diégétiques et cognitifs : programmation du lundi au vendredi... ..	135
4.2.4.2.1	Séries diffusées.....	135
4.2.4.2.2	Mondes diégétiques et cognitifs.....	135
4.2.4.2.3	Analyse des mondes diégétiques et cognitifs.....	140
4.2.4.3	Mondes diégétiques et cognitifs : programmation du samedi.....	141
4.2.4.4	Mondes diégétiques et cognitifs : programmation du dimanche.....	141
4.2.4.4.1	Analyse programmation du dimanche.....	144
4.2.4.5	Conclusions générales de la sous-partie.....	145
4.2.5	<i>Analyse programmation et mondes diégétiques et cognitifs présumés de la chaîne Télévision Nationale du Chili (TVN).....</i>	147
4.2.5.1	Introduction.....	147
4.2.5.2	Mondes diégétiques et cognitifs : programmation du samedi.....	147
4.2.5.3	Analyse.....	152
4.2.5.4	Mondes diégétiques et cognitifs : programmation du dimanche.....	153
4.2.5.5	Analyse.....	153
4.2.5.6	Conclusions générales de la sous-partie.....	154
4.2.6	Conclusions grille de programmation : mondes diégétiques et cognitifs présumés... ..	156

### 3. TROISIÈME PARTIE : La description de l'audience

5.	CHAPITRE 5 : L'audience des dessins animés.....	159
5.1	Introduction.....	159
5.2	L'audience dans la chaîne TV UC : le plus regardé.....	161
5.3	L'audience dans la chaîne Chilevisión : le plus regardé .....	162
5.4	L'audience dans la chaîne Megavisión : le plus regardé .....	163
5.5	L'audience dans la chaîne Télévision Nationale du Chili : le plus regardé.....	163
5.6	Analyse comparative des pôles d'audience : mondes diégétiques et procès cognitifs présumés.....	164

5.6.1	Description.....	164
5.6.2	Offre, Audience et Grille de Programmation.....	167
5.6.3	Vie quotidienne.....	169

#### 4. QUATRIÈME PARTIE : Consommation des dessins animés, raisons du goût et identité

6.	CHAPITRE 6 : L'analyse sociologique et ethnographique de la consommation.....	171
6.1	Introduction.....	171
6.2	Synthèse de l'analyse de l'enquête.....	178
6.2.1	Préliminaires.....	178
6.2.2	« Quelles sont vos deux expressions culturelles préférées ? ».....	179
6.2.3	Le plus apprécié dans une œuvre audiovisuelle : le rôle du personnage, le rôle de l'image.....	182
6.2.4	Dessin animé et supports de consommation.....	185
6.2.5	Fréquence de visionnage des dessins animés.....	187
6.2.6	Quelle est l'origine des séries que vous aimez le plus ?.....	188
6.2.6.1	Par strate sociale.....	188
6.2.6.2	Par âge.....	189
6.2.6.3	Par genre.....	190
6.2.7	Le dessin animé et la consommation d'autres moyens.....	191
6.2.7.1	Le goût du jeu-vidéo.....	191
6.2.7.2	Le jeu-vidéo et les dessins animés.....	193
6.2.7.3	Le goût pour l'animation et les bandes dessinées.....	194
6.2.8	Les raisons du goût pour l'animation.....	195
6.2.8.1	L'analyse.....	195
6.2.8.1.1	Le goût pour l'animation japonaise.....	195
6.2.8.1.2	Le goût pour l'animation américaine.....	199
6.2.9	L'animation et la famille.....	202
6.2.10	Conclusions.....	203
6.3	Circuits de circulation de l'animation : grands magasins et magasins spécialisés....	206
6.3.1	Façons d'obtenir des mangas.....	206
6.3.2	Le lieu d'achat de l'animation en général.....	207
6.3.3	Les produits que les jeunes achètent.....	208
6.3.4	La recherche ethnographique.....	210
6.3.5	Magasins et offre : types de produits associé à l'animation.....	212
6.3.6	Avez-vous découvert de nouvelles séries dans vos achats dans les magasins des animés?.....	214
6.3.7	Avez-vous regardé des sites Web sur les dessins animés faits par des Chiliens ?.....	216
6.3.8	L'usage d'Internet.....	217
6.3.9	Pour quelle activité utilisez-vous l'ordinateur ?.....	218
6.3.10	Offre de produits dans les magasins et pays d'origine des séries télévisées....	221
6.3.11	Magasins et Quartier.....	224
6.3.12	Grands Magasins/ Magasins Spécialisées.....	226
6.3.13	Dans quel but les Otaku (fans) se rejoignent dans ces endroits ?.....	231
6.3.14	Ces endroits qu'ont-ils de spécial ?.....	234
6.3.15	« Avez- vous rencontré des ami (e)s grâce à l'intérêt pour l'animation japonaise ?.....	236
6.3.16	L'Anime et la connaissance de différentes personnes d'âge, genre et strate sociale.....	238
6.3.17	Magasins spécialisés et rencontre de nouveaux ami(e)s.....	240
6.3.18	Savoir de l'anime et attribution de la valeur.....	242
6.3.19	Est-il nécessaire de connaître la culture japonaise pour comprendre les séries ?.....	245
6.3.20	Y-a-t-il quelque chose de semblable entre la technologie et le monde de l'anime ?.....	246
6.3.21	Qu'est-ce qui vous attire le plus dans les dessins animés?.....	248
6.3.22	Conclusions.....	250
	<b>CONCLUSION</b> .....	255
	<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	267
	<b>ANNEXES</b>	
	<b>ANNEXE 1 Grille de Programmation</b> .....	278
	<b>ANNEXE 2 Synthèses des séries</b> .....	288

2.1	Séries chaîne TV UC .....	289
2.2	Synthèses des séries Chaîne Chilevisión.....	299
2.3	Synthèses des séries, chaîne Megavisión.. .....	327
2.4	Synthèses des séries, chaîne Televisión Nacional de Chile .....	343
<b>ANNEXE 3</b>	<b>L’Audience des dessins animés</b> .....	<b>350</b>
<b>ANNEXE 4</b>	<b>Enquête</b> .....	<b>367</b>
<b>ANNEXE 5</b>	<b>Analyses statistique de l’enquête. Archive Excel (adjoint numérique)</b>	
<b>INDEX</b> .....		<b>372</b>
<b>TABLE DES MATIERES</b> .....		<b>377</b>

# Introduction

# Introduction

L'objectif de cette recherche est la description des formes de fonctionnement diégétique- cognitive des dessins animés de la télévision hertzienne au Chili, et leurs conditions de circulation (offre), et consommation, pendant l'année 2000. Et le but de cette introduction est de faire comprendre notre objet d'étude, le sens de notre démarche analytique, mais surtout la pertinence de la recherche même.

## 1.- Préliminaires

Pourquoi l'année 2000 seulement et non pas l'an 2000 jusqu'à aujourd'hui? D'un côté, la recherche prend sa source en 2000, mais, d'un autre côté, nous avons pris conscience de qu'il s'agit d'un pôle analytique, d'une phase de transition qu'il faut isoler pour la comprendre et comprendre aussi l'avenir, qui est la vie d'aujourd'hui.

L'origine de la recherche naît en l'an 2000 d'un besoin de la société chilienne. Selon les statistiques du Conseil National de Télévision<sup>1</sup>, à l'époque, presque la moitié des enfants et des jeunes (de 7 à 13 ans) préfèrent regarder la télévision et/ou les jeux- vidéo plutôt que jouer et/ou sortir (28% contre 29%), ou même faire du sport, 6,5%, et faire les devoirs, 7,4%. Dans ce cadre, sur un échantillon de 1176 cas à qui on a demandé quel programme ils regardaient le plus à la télévision, la réponse était « les dessins animés 53,6% contre le sport 2,1%, entre autres (cf. le chapitre sur les considérations théoriques). Toutes les strates sociales fournissent les mêmes réponses. Mais dans la réalité chilienne de l'époque, nous ne savions rien sur les conditions de circulation et de consommation spécifiques des dessins animés, à part le fait que les dessins animés japonais étaient les plus regardés<sup>2</sup>. En outre, il faut connaître, comprendre le sens que la programmation télévisée propose au public. Pour répondre à la question « Quelle est la promesse en relation au monde réel qui est à la base de l'implication des consommateurs de dessins animés, un principe de fuite des problèmes de la vie quotidienne et/ou un principe d'ancrage du réel ? », il faut l'étudier.

La recherche exploratoire réalisée avant la recherche même nous a permis de détecter de nouvelles dimensions par rapport à l'objet d'étude : il y a une différence entre les dessins animés japonais, et les dessins animés américains ; bien sûr qu'il y a une différence entre les deux cultures, qu'il est possible d'observer avant même la recherche: les dessins animés

<sup>1</sup> CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN “Informe Estadístico 1999”, <http://www.cntv.cl> Santiago, 1999.

<sup>2</sup> CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN Op.cit

américains apparaissent comme des textes fermés, avec un même développement des actions qui fait la clôture du récit, c'est-à-dire qu'ils n'ont pas besoin pour leur compréhension d'autres textes, tous présentent un conflit initial, un développement et une fin. Alors que les dessins animés japonais paraissent être ouverts, on a besoin d'autres textes pour les comprendre. La notion sémiotique d'intertextualité, et en plus d'hypertextualité (voir chapitre « considérations théoriques) paraîtraient d'être à la base de la compréhension du texte. Bien sûr, il s'agit d'une hypothèse que la recherche même peut valider/ pas valider.

Il y a alors trois choses préalables à la recherche qu'il faut saisir pour la description de notre objet d'étude: il faut étudier la circulation et la consommation des dessins animés, mais il faut également étudier la signification. Si cela nous intéresse d'étudier la forte consommation de dessins animés, nous devons en étudier la signification en ce qui concerne la consommation, c'est-à-dire ce qui est à la base de cette implication avec les dessins animés. Et, enfin il faut inclure d'autres variables analytiques pour décrire les différences détectées comme hypothèse.

Nous avons nourri la recherche exploratoire avec des données ethnographiques, également exploratoires : la manière d'aménager la vie en l'an 2000 est différente de celle des générations précédentes. Auparavant, les machines étaient simples, et avec cinq ou six variables cognitives on opérait un équipement enregistreur de sons: jouer, avancer, reculer, ralentir, grâce à un interrupteur de pouvoir ; la même chose avec un téléphone, ou un enregistreur de vidéo; en définitive, tout l'équipement technologique opérait avec très peu de variables cognitives, alors que dans l'année 2000, l'équipement technologique a de nombreuses variables, et c'est aujourd'hui aussi (2000) un savoir partagé que les enfants manient mieux la technologie. Donc, il faut l'inclusion de la variable cognitive qui permettrait de lier la haute consommation de dessins animés japonais avec la complexité cognitive, comprise comme traitement cérébral de l'information.

La recherche est construite à partir de la perspective analytique « de faire parler le réel ». Nous ne partons pas d'un modèle théorique cohérent qu'il faut tester, dans ce cas la science est seulement l'application d'un modèle où les données sont seulement de remplir les catégories préalables dans le cerveau du chercheur, du modèle théorique mis en acte. Notre démarche est très proche de celle de Claude Lévi-Strauss<sup>3</sup> qui est de faire parler « la réalité ». L'étude des mythes n'est pas l'application des catégories sur l'objet réel, c'est la reconstruction de ce dont on parle à travers les mythes, même si les données du réel sont contradictoires avec la déduction théorique il faut donner la priorité à la déduction empirique.

---

<sup>3</sup> Lévi-Strauss, C. (1973). Anthropologie Structurale Deux. Paris: Ed. Plon

Dans l'anthropologie de Claude Lévi-Strauss<sup>4</sup> la déduction empirique peut remplacer la déduction transcendantale. C'est pour cela que, pour plusieurs chercheurs, comme Jean Petitot<sup>5</sup>, la méthodologie proposée par Lévi-Strauss est d'avant-garde par rapport aux modèles axiomatiques des mathématiques plus qualitatifs comme propos par René Thom<sup>6</sup>.

Dans ce contexte, en face du réel, nous sommes comme Lévi-Strauss face à la description de la pensée sauvage<sup>7</sup>; il faut observer plusieurs indices de l'objet à étudier, et au niveau sémiotique nous pouvons dire qu'il y a une galaxie de signifiants qui renvoient à quelque chose qu'il faut saisir au niveau scientifique indépendamment d'une inscription théorique qu'il est nécessaire d'appliquer. C'est pour cela que la problématique de l'étude d'une haute consommation des dessins animés par les enfants et jeunes chiliens durant l'année 2000 nous renvoie à la recherche sur la circulation et la consommation des dessins animés dans la télévision hertzienne, mais en même temps à l'étude de la signification, le sens qui est à la base de l'implication des consommateurs des dessins animés. Il s'agit d'un principe de fuite face aux contradictions de la vie sociale, ou un besoin d'ancrage dans le réel de la vie, nous ne le savons pas, car il faut la description des promesses des genres posés dans la grille de la télévision, comme un parcours analytique possible. Dans ce contexte, il y a un savoir acquis de la sémiotique télévisuelle à partir de la contribution de François Jost par rapport à l'analyse télévisuelle<sup>89 10</sup> qui nous permet d'obtenir les catégories analytiques pour les descriptions de la promesse que l'écran pose aux téléspectateurs comme possibilité d'une programmation à regarder (et en plus de saisir les principes à la base des programmeurs même au delà de leur conscience).

Mais il y a aussi d'autres indices dont il faut tenir compte. S'il existe des différences entre l'animation américaine et japonaise, ce n'est peut-être pas seulement à cause d'un type de récit. Il y a peut-être un rapport entre les procès cognitifs de la vie quotidienne et le goût pour un type de dessins animés. Si on détecte que les nouvelles générations ont la compétence de bien travailler avec la technologie de la vie quotidienne, et que leur compétence leur permet l'accès d'un lieu dans la vie sociale, peut-être le goût pour les dessins animés japonais (s'ils sont vraiment complexes, nous ne le savons pas, il faut mener cette recherche) est associé au déficit de comprendre la complexité.

<sup>4</sup> Lévi-Strauss, C. & Eribon. (1988). « *De près et de loin* ». Paris: Ed. Odile Jacob.

<sup>5</sup> Petitot-Cocorda. (1996). « Les modèles morpho dynamiques en perception visuelle », en *Revue Visio, Volume I, numéro 1*, Québec, Ed. Université Laval

<sup>6</sup> Thom, R. (1987). *Estabilidad estructural y morfogénesis*. Barcelona: Editorial Gedisa.

<sup>7</sup> Lévi-Strauss, C. (1962). *La pensée sauvage*. Paris: Ed. Plon.

<sup>8</sup> Jost, F. (1998). *Penser la Télévision*. Paris: Ed. Nathan- INA.

<sup>9</sup> Jost, F. (1999). *Introduction à l'Analyse de la Télévision*. Paris: Ed. Ellipses.

<sup>10</sup> Jost, F. (2009). *Comprendre la Télévision et ses Programmes*. Paris: Ed. Armand Colin.

Car la recherche exploratoire nous convainc du besoin d'insérer dans l'analyse des dessins animés les savoirs des sciences cognitives. En synthèse, il y a un savoir à la base dont il faut tenir compte : le cerveau n'est pas en situation de percevoir tout, seulement 20% de l'information est produit par le réel, et 80% est construit à partir des archives de la pensée même<sup>11</sup>, (les catégories cognitives dont nous avons fait l'usage dans la recherche seront expliquées dans le chapitre des considérations théoriques). Le meilleur apport des sciences cognitives est l'acquis que la perception est une activité cognitive : « l'enregistrement perceptif s'effectue sur la base d'un objet qui est décomposé, élément par élément, chaque élément correspondant à une modalité sensorielle ; *l'effet d'amorçage*, en lui-même, repose sur *la simple répétition des caractéristiques physiques des stimulus originaux, indépendamment de leur signification* » (Claudia Infurchia, 2014 : 93)<sup>12</sup>. « Le cerveau est plus qu'un simple réseau câblé dont les synapses assureraient le passage de signaux » (Gerald Edelman, 1992 : 138)<sup>13</sup>. Alors, il y a des censeurs qui sélectionnent l'information à partir des archives de la mémoire, mais le cerveau a une mémoire faible et il faut la construction d'une abstraction (visuelle, et/ou de sons, et/ou conceptuelle) à partir des liaisons avec d'autres archives dans la mémoire ; il y aura un traitement simple de l'information quand la référence est d'un seul espace cognitif, ce qui est en correspondance avec la description de Claude Bremond<sup>14</sup>, c'est-à-dire qu'il y a un seul espace perceptif comme axe central : conflit - développement - final, car nous suivons la description de Bremond des variantes de la « séquence élémentaire » : conflit - développement - final ; il y aura un traitement complexe quand dans la série seront présents au moins plusieurs espaces cognitifs (par exemple je parle avec une personne au téléphone, et en même temps j'écoute de la musique, j'écris sur l'ordinateur, et je parle avec des personnes en face à face), soit par des rapports d'intertextualité nécessaires pour la comprendre, soit parce qu'il s'agit de plusieurs noyaux thématiques, soit parce qu'il s'agit de plusieurs récits avec des rapports multiples sans un noyau narratif central. Les concepts théoriques descripteurs de la cognition (et leurs opérationnalisations) seront développés dans le chapitre des considérations théoriques.

Ainsi, les lignes précédentes sont la fondation de la phrase « si on détecte que les nouvelles générations ont la compétence de bien utiliser la technologie de la vie quotidienne, et que leurs compétences leur permet d'accéder à un lieu dans la vie sociale, peut-être le goût pour les dessins animés japonais (s'ils sont vraiment complexes, nous ne le savons pas, il faut mener cette recherche) est associé au déficit de comprendre la complexité » ou d'être capable

<sup>11</sup> Francisco Varela "Conocer", Ed. Gedisa, Barcelona, 2005: page 73

<sup>12</sup> Claudia Infurchia "La mémoire entre neurosciences et psychanalyse", Ed. Érès, Paris, 2014.

<sup>13</sup> Gerald Edelman "Biology de la conscience", Ed. Odile Jacob, Paris, (1992), 2000

<sup>14</sup> Claude Bremond: « Le message narratif » dans *Revue Communications* No 4, 1966 Page 21.



de comprendre d'autres choses que les autres ne comprennent pas, en présupposant que tout le monde peut en comprendre la simplicité.

D'autre part, une autre contribution aux sciences cognitives est que nous ne pouvons pas situer l'analyse au niveau de la représentation, les consommateurs ne regardent pas un programme par rapport à ses contenus en corrélation avec sa vision du monde, ils font une lecture fragmentée par rapport à la promesse du genre télévisuel et par rapport à la promesse cognitive déjà décrite.

La recherche dans le sens de haute consommation des dessins animés dans la réalité chilienne signifie étudier les procès de circulation et consommation (mesure de l'audience), mais aussi la promesse des genres et la promesse cognitive.

Donc, l'objectif de la recherche est de rendre compte d'une problématique réelle, mais est-ce une problématique qui s'attaque à l'accumulation du savoir de la société? Si le fait scientifique est construit, il n'est pas moins important de savoir si le problème qui nous préoccupe existe pour la société dans sa manifestation institutionnelle, c'est-à-dire, dans la pratique scientifique. En effet, la société, dans son dispositif d'accumulation de connaissances, assume-t-elle la problématique ou ne l'assume-t-elle pas?, comment l'assume-t-elle?, à partir de quels outils?, à travers quelles théories? C'est pour cette raison que la pertinence de notre recherche implique de se situer dans le savoir accumulé de l'année 2000, date de début de notre problématique. Il ne s'agit pas de ce que pense la science dans l'abstrait hors de ses conditions de production réelles, la science diffère de la philosophie qui opère avec un dispositif transcendantal, mais de comment un dispositif théorique de l'époque rend compte de cette problématique. C'est pour cela que nous avons fait une reconstruction du champ théorique de l'époque, l'année 2000.

## **2.-L'objet d'étude et la pertinence par rapport au savoir accumulé dans l'année 2000**

En suivant Gaston Bachelard<sup>15 16</sup>, nous pouvons dire que le fait scientifique est construit, qu'il n'est pas la réalité même qui nous dit je suis, le fait scientifique est scientifique parce qu'il est scientifique, la science est ce que les scientifiques font; mais ils le font à partir

---

<sup>15</sup> Bachelard, G. (1938, 7<sup>e</sup> ed. 1971) "Formation de l'esprit scientifique". Ed. J. Vrin, Paris, 1971

<sup>16</sup> Gaston Bachelard "Épistémologie". Edité par Dominique Lecourt, Ed. Presses Universitaires de France, Paris, 1974

d'un domaine problématique: "la recherche scientifique réclame, au lieu de l'ostentation du doute universel, la constitution d'une problématique" (Bachelard, 1974: 124), et cette problématique remet à une région épistémique réelle, dans des coordonnées espace-temps aussi réels. C'est-à-dire, la science fonctionne comme un dispositif avec un objet réel à décrire, ou expliquer, et avec des outils qui permettent la transformation du réel en objet scientifique, et une communauté savante qui fait la science. C'est pour cela, qu'en suivant Gaston Bachelard nous avons procédé à la description du champ théorique des sciences des communications, même des sociologies des communications, et en définitif des sciences humaines par rapport aux problèmes des jeunes et des dessins animés, même de la télévision, des jeux-vidéo et en général de tous les champs qui peuvent être impliqués. Mais, dans la conception de Bachelard les champs théoriques ne sont pas un objet transcendantal en dehors des conditions socio-historiques. Alors, dans ce cadre, nous avons pris la langue comme référence réelle du champ, parce que l'accumulation, les citations, tiendront à une référence commune. C'est pour cela que nous ferons la description du champ théorique français (c'est l'accumulation du savoir en langue française, la référence), du champ théorique anglais (la référence de l'accumulation, c'est la langue anglaise), du champ théorique hispanique (la référence de l'accumulation du savoir est la langue espagnole) et du champ théorique italien (la référence est la langue italienne), par rapport à la préoccupation dans différentes sociétés de la problématique qui est notre objet d'étude, et l'état de l'art sur notre problématique. C'est pour cela que nous ne parlons pas d'auteurs mêmes, un auteur peut être dans différents champs théoriques parce qu'il peut être traduit dans différentes langues, et tenir une présence dans plusieurs modes de production de la science, ou dans différentes diapositives d'accumulation du savoir, ce n'est pas un problème de nationalité.

Dans ce contexte, nous nous trouvons avec une présence de notre problématique dans le champ théorique français assez élargi, même par rapport à un domaine plus général et/ou peut être lié /ou ne pas être lié aux dessins animés, comme la télévision. Aux Presses de l'Université Suisse de Fribourg, Patricia M. Greenfield et Jean Retschitzki<sup>17</sup> constatent que "les estimations les plus optimistes disent que les enfants d'âge préscolaire aux USA passent deux heures et demie par jour devant la télévision allumée" (Greenfield, P; Retschitzki J, 1998: 80). La télévision et les jeux-vidéo sont les plus regardés à l'époque, peut-être à cause de l'objet en commun de l'image : "Si les dynamiques des images visuelles sont importantes pour le succès du jeu-vidéo, alors, on peut penser que les raisons pour lesquelles les enfants de la génération instruite par la télévision ont les capacités visuelles plus développées, et ont

---

<sup>17</sup> Patricia M. Greenfield et Jean Retschitzki: "L'enfant et les médias. Les effets de la télévision, des jeux vidéo et les ordinateurs. Editions Universitaires Fribourg, Fribourg 1998.

plus de compétence pour le jeu-vidéo,.....les enfants qui regardent surtout la télévision acquièrent une plus grande expérience dans la prise d'information sur les sujets de l'action, que les générations socialisées avec les moyens verbaux comme l'écriture et la radio » (Greenfield, P. ; Retscitzki, J. 1998: 81). Car il y a une préoccupation pour le sens que l'image transmet dans l'accumulation du savoir suisse à l'époque. Liliane Lurcat<sup>18</sup> durant la même décennie en France étudie le sens que les enfants de 4 à 6 ans donnent aux informations, au dessin animé et à la publicité. On utilise comme outil de base une enquête avec un échantillon de 80 cas et quelques entretiens. Elle conclut que pour les enfants de 4 à 6 ans si "les informations présentent des scènes de violence et d'événements tragiques de manière réaliste, ils s'en rendent compte. Si le film et les dessins animés les présentent de manière dramatique, ce sont des fictions. Dans un cas on veut informer, dans l'autre amuser "(Lurcat, 1994:99); c'est-à-dire, on peut dire qu'ils différencient réalité et fiction. Car il y a une préoccupation pour le sens des dessins animés en relation aux enfants, mais il manque dans leur dispositif analytique un point de vue sémiotique et cognitif par rapport au fait de saisir la problématique que l'image pose. C'est la même chose pour Baton-Hervé<sup>19</sup> (2000): elle étudie les compétences *des enfants téléspectateurs*, elle parle de la compétence des jeunes à déchiffrer l'image ; mais quel est le sens de déchiffrer ? Nous ne le savons pas. Soulé, Rufo, Golse<sup>20</sup> (1999) font la description des activités cognitives des enfants, mais ils la font sans lier les catégories cognitives descriptives avec l'image. Par exemple, Jean-Louis Paour (Programme d'Education Cognitive des Jeunes et Enfants) construit un instrument (un programme computationnel) pour l'étude des habilités cognitives. L'instrument permet de recueillir les opérations mentales impliquées: "Première fonction: la prise d'information; Seconde fonction: la représentation de l'information; Troisième fonction: le traitement de la représentation; Quatrième fonction: la décision; Cinquième fonction: le contrôle du fonctionnement cognitif; Sixième fonction: la planification; Septième fonction: la conservation de l'information; Huitième fonction: la modification de la base de connaissance "(Soulé, Rufo; Golse, Honnorat, 1999: 72 à 74), mais il s'agit des opérations de traitement de l'information, il n'y a aucun rapport avec l'image même.

Nous trouvons des absences théoriques semblables dans les apports de Joel Brée (1995)<sup>21</sup>, dans les études de Cormier- Rodier, et Fleury-Vilatte (1993)<sup>22</sup> et dans les études de

<sup>18</sup> Lurcat, L. « Le Jeune Enfant Devant les Apparences Télévisuelles ». Ed. Les Éditions ESF. Paris, 1994.

<sup>19</sup> Baton-Herve, E. (1999), Les Enfants Téléspectateurs. Paris: Ed. L. Harmattan.

<sup>20</sup> Soule, M., Rufo, M. & Golse, B. (1999). Nés Avec la Télé. Paris: Ed. ESF Éditeur.

<sup>21</sup> Brée, J. (1995). Los Niños, el Consumo y el Marketing. Barcelona: Ed. Paidós.

Françoise Dolto (1982, 1971, 1985, 1988, 1998) sur la psychanalyse des enfants. Dolto, suit une perspective proche de Lacan. Elle développe une psychanalyse relative à la description des enfants et des étapes de l'enfance d'un point de vue clinique (1998), où elle nous apporte la description des phases du développement du processus identificateur, mais il manque évidemment les variables sociologiques impliquées, et à leur tour, l'objet cognitif et la description sémiotique.

L'absence d'une sémiotique visuelle chez Françoise Dolto (psychanalyse des enfants) n'est pas la seule lacune analytique: les dispositifs symboliques d'identification sont développés de façon cohérente, mais l'identification imaginaire est faible: Question: "Vous avez parlé d'oppositions sensorielles. Le fait qu'il y ait des oppositions au niveau des phonèmes, par exemple, va donner un sens à la phrase. Le rythme a-t-il un effet significatif? Réponse F.D.: Oui, sûrement. Question: Alors, vous donnez les signifiés à tous les signifiants par rapport à la perception des rythmes? Réponse F.D.: oui, s'ils sont significatifs. Question: Donc, il y a d'autres signifiants que ceux que de façon commune nous considérons comme phonèmes, les images acoustiques. Réponse F D.: Oui, mais ce ne sont pas des images, ce sont des perceptions significatives du père, de la mère qui parlent par leurs voix "(Dolto, 1982: 146). C'est dire que l'interprétation de Dolto ne part pas du réel, ni de la transmission d'information de ce qui est significatif mais d'une partie d'une théorie qui classe ce qui est réel selon le triangle Œdipien, mais qui n'obtient pas la compréhension de la transmission d'information signifiant. Les études de la psychanalyse des dessins animés de Geneviève Djénati<sup>23</sup> suivent le même développement, elles classent les dessins animés selon les catégories de Lacan. Elle s'approche de ce qui pourrait être un pré sémiotique, concrètement les catégories de Vladimir Propp et elle cherche la cohérence de l'histoire avec les trajets du désir selon une lecture seulement de contenu : « le désir causé par le manque dans la situation initiale se trouve comblé lors de la situation finale » (Djénati, G. 2001 : 141). Elle dit « si l'enfant adhère à l'histoire présentée, c'est qu'elle symbolise son désir de grandir ; et s'il veut aller jusqu'au bout, c'est parce que s'y joue sa propre vie » (Djénati, G. 2001 : 141). Dans son analyse de Pokémon 2 elle écrit : « comme dans les séries ou les courts-métrages de Pokémon, la lisibilité du film est relative et présente une suite d'événements aux liens plaqués » (Djénati, G. 2001 : 209), c'est-à-dire que l'analysé est la mise en acte des catégorisations préalables : comme dans Pokémon il n'y a pas de cohérence de conflit initial, développement et finale simple (Wladimir Propp n'est pas là) parce qu'il s'agit, selon une

---

<sup>22</sup>Cormier-Rodier, B. & Fleury-Villate, B. (1993). Les Emissions pour Enfants. Paris: Ed.Corlet-Telerama.

<sup>23</sup> Djénati, G. Psychanalyse des dessins animés. Ed. L'Archipel, Paris, 2001

lecture sémiotique cognitive d'un espace multidimensionnel de plusieurs voies, et le texte n'est pas lisible par une logique séquentielle.

Il y a donc une préoccupation et un manque analytique. Dans ce sens, il est possible de dire que dans le champ théorique des communications françaises il y avait à l'époque des préoccupations pour les rapports entre les dessins animés et ces jeunes consommateurs, même par rapport à un sujet plus élargi comme de jeunesse et de communication télévisuelle.

La consommation des dessins animés et des jeux-vidéo préoccupe aussi le champ théorique anglo-saxon de l'époque. La recherche relative à la bibliographie existante sur le jeu-vidéo et la communication par ordinateur effectuée par Johan Cronstrom<sup>24</sup> en 1994 et jusqu'à l'an 2000 est d'une grande utilité pour rendre compte de ce domaine épistémique. S'il est vrai que ce n'est pas directement le même domaine, il est possible de penser qu'il est en relation étroite, parce qu'il s'agit du monde de la jeunesse. Nous avons étudié le contenu des titres et résumés par rapport à la saisie des problématiques plus récurrentes dans toute la bibliographie en anglais récoltée par Cronstrom. Par rapport à l'origine 86,1% sont des publications des Etats Unis, d'Angleterre, d'Australie, et du Canada ; 6,7% de l'Allemagne ; 0,5% néerlandais, 4,1% nordique, 1,0% polonais, et 1,6% japonais. On y détecte que "plus de la moitié de tous les titres ont été publiés après 1995" (Cronstrom, 2000: 5), ce qui signifie qu'il y a un problème d'actualité; c'est-à-dire, un problème dû à la conjoncture de l'année 2000. Donc, ce que nous a apporté la description d'une problématique plus vaste que celle des dessins animés télévisuels mêmes, c'est la recollection d'informations qu'ensemble avec les dessins télévisés, d'où a émergé une offre culturelle des générations de l'époque: la réalité des nouvelles technologies qui préoccupe les domaines théoriques anglo-saxons. Ce qui est le plus préoccupant pour eux sont les effets du comportement agressif avec 31,2%, a posteriori l'atmosphère cognitive du jeu-vidéo avec seulement 12%, les attitudes vers le jeu-vidéo 11,2%, la construction de typologies sur le jeu-vidéo 11,2%, l'effet sur les autres activités récréatives 8,8%, l'interactivité 5,6%, l'identification 5,6%, le genre 4%, la culture 4%, et enfin le reste 2,4%. C'est-à-dire que les problèmes les plus importants sont les effets d'une nouvelle réalité émergente par rapport à la consommation des moyens des nouvelles générations.

Dans le champ théorique français, nous nous retrouvons avec deux domaines épistémiques parallèles, qu'on pourrait penser comme théoriquement liés: une bibliographie élargie relative aux représentations des jeunes spectateurs nés avec la télévision, avec peu de référence à la technologie numérique, déjà synthétisée et où la préoccupation centrale est de

---

<sup>24</sup> Cronström, J. "Bibliography: research on video and computer games", Ed. UNESCO- Nordicom, Göteborg, 2000

comprendre le monde des enfants et de ce qui est relié à sa haute consommation de médias; préoccupation, alors semblable au domaine anglo-saxon, variant la spécificité de l'objet consommé; et semblable, aussi, en ce qui concerne l'absence plus ou moins généralisée de protocoles interprétatifs sémiotiques; et d'autre part, nous nous trouvons avec un domaine épistémique relatif proprement aux nouvelles technologies, où la présence de la sémiotique est claire. Si nous prenons deux œuvres de l'année 2000 relatives à ce dominion, Plasquier, F.<sup>25</sup>, et Nel, N.<sup>26</sup>, il est possible de détecter la forte influence de la sémiotique comme discipline. Chez Nel, nous trouvons plusieurs citations bibliographiques du domaine de la sémiotique relatif à des auteurs comme F Jost<sup>27 28</sup>, C Lévi - Strauss<sup>29 30 31</sup>, R Barthes<sup>32</sup>, G Genette<sup>33</sup>, Greimas<sup>34</sup>, Groupe U<sup>35</sup>, A. Hénault<sup>36 37 38</sup>, etc., avec l'objectif de la description sémiotique, des nouvelles formes de fonctionnement textuel posées par les nouvelles technologies numériques. Pour Plasquier la thématique est l'interactivité, et comme l'interactivité opère en rupture avec la notion traditionnelle de texte, cela implique de nouveaux processus de production comme la lecture et l'acquisition de connaissances. Les congrès qui ont eu lieu en France en 2001 en ce qui concerne les nouvelles technologies nous parlent de cette préoccupation sociale: "Hypertextes, Hypermédias: nouvelles écritures, nouveaux langages H2PTM'01 "(Balpe, Leleu-Merviel, Saleh, et Laubin, 2001) du 18 au 20 octobre 2001, à Valenciennes, France; et "Hypermédias et Apprentissages " (Rouet et de la Passardière, 1998), qui a eu lieu à Poitiers, du 15 au 17 octobre 1998, et dans "Hypermédias et Apprentissages No 5", à Grenoble du 9 au 11 avril 2001. Dans "Hypertextes, hypermédias" (2001) on prétend faire face à un aller au-delà des technologies numériques et s'insérer dans

<sup>25</sup> Plasquier F. "Le vidéo numérique", Ed. L'Harmattan, 2000

<sup>26</sup> Nel, N. "Les enjeux du virtuel", ED. L'Harmattan, 2001

<sup>27</sup> Jost, F. "La télévision du quotidien", Ed. DeBoeck Université, Paris, 2001

<sup>28</sup> Jost, F. "La televisión como vector de identidad", en en *Revista Comunicación y Medios, No 13, Año 13*, Ed. Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación, Universidad de Chile, Santiago, 2001

<sup>29</sup> Lévi-strauss, C. (1962), "La pensée sauvage", Paris, Ed. Plon.

. (1968), Trad. Cast. "Antropología Estructural", Buenos Aires, Ed. Eudeba. (1968), " Mitológicas: Lo crudo y lo cocido", México, Ed. Fondo de Cultura Económica.

<sup>30</sup> Lévi-strauss, C. (1958), "Anthropologie Structurale", Paris, Ed. Plon

<sup>31</sup> Lévi-strauss, C (1973), "Anthropologie Structurale Deux", Paris, Ed. Plon.

<sup>32</sup> Barthes, R. Œuvres complètes, tome I : 1942-1965, Éditions du Seuil, Paris, 1993; Œuvres complètes, tome II : 1966-1973, Éditions du Seuil, Paris, 1994, Œuvres complètes, tome III : 1974-1980, Éditions du Seuil, Paris, 1995, Œuvres Complètes, 5 tomes, Éditions du Seuil, Paris, 2002

<sup>33</sup> Gérard Genette: Figures, essais, Éditions du Seuil, Paris, 1966-2002 :

<sup>34</sup> Greimas, A.J., Fontanille J. (1994), "Semiótica de las pasiones", México, Ed. Siglo X

<sup>35</sup> Groupe, U. (1998). L' image réfléchie. Sémiotique et marketing. Paris: Ed. L'Harmattan.

<sup>36</sup> Anne Hénault (1992) Histoire de la Sémiotique, Ed. PUF, Paris, 1992

<sup>37</sup> Anne Hénault, Les enjeux de la sémiotique, Paris, PUF, coll. Quadrige, 2012

<sup>38</sup> Anne Hénault, Anne Beyaert-Geslin (Éditeurs) "Ateliers de sémiotique visuelle", Ed. PUF, Paris, 2004

une réflexion théorique à propos de ces technologies: "après des premiers balbutiements technologiques, après les expérimentations techniques peu soigneuses des contenus, la question du sens est posée " (Balpe, Leleu-Merviel, 2001: 11)<sup>39</sup>. Dans "Hypermédias et apprentissage" (1998)<sup>40</sup>, non seulement se trouve la relation enseignement et hypermédias dans l'objet du colloque mais on met l'accent sur les stratégies cognitives, tant de ce qui est hypermédias que des consommateurs, en plus de la relation hypermédias, signe et langage.

Interconnecté au domaine épistémique des nouvelles technologies, on construit dans le domaine épistémique français les préoccupations sociologiques liées aux nouvelles technologies, qui contrairement au domaine lié aux représentations des jeunes enfants de la télévision, établit quelques liaisons avec les savoirs sémiotiques et cognitifs, en décrivant les liaisons d'internet non seulement au niveau de l'émergence de micro-cultures, mais aussi de la politique (Wolton, 1999)<sup>41 42</sup>, par rapport à la brèche numérique (les différences d'usage et d'équipements technologiques) entre les pays développés et le Tiers Monde. Tel est, aussi, le cas de Castells (1998<sup>43</sup>, 1999a<sup>44</sup>, 1999b<sup>45</sup>, 2001<sup>46</sup>) qui, en analysant cette brèche numérique, comprend qu'il ne s'agit pas seulement d'un accès inégal, mais que cela a des rapports dans la constitution des compétences par rapport au savoir-faire et de cette façon la diminution de ses possibilités de surmonter ses faiblesses économiques: "l'éducation, l'information, la science et la technologie arrivent à être les sources cruciales de la création de valeur dans l'économie fondée sur l'internet" (Castells, 2001: 322). C'est-à-dire que Castells, qui est présent dans le champ théorique hispanique, de même que Dominique Wolton, met l'accent non seulement sur le changement de l'économie globale, mais aussi sur les bases d'opération des sociétés en réseaux; il suppose des habilités cognitives liées à l'utilisation des nouvelles technologies, où de vastes secteurs du Tiers Monde n'auraient pas accès, et ensuite dans le Tiers Monde "la grande majorité de la population ne peut pas être employée puisqu'elle n'a pas les compétences requises" (Castells, 2001: 322), en polarisant à la fois le marché du travail et la société.

Dans le champ théorique hispanique, nous nous trouvons avec 5 domaines théoriques relatifs à : a) la problématisation des nouvelles technologies comme forme de fonctionnement

---

<sup>39</sup> Balpe, J.P., Laubin, J.M., Leleu-Merviel, S. & Saleh, I. Hypertextes Hypermédias, Nouvelles Écritures, Nouveaux Langages. Ed. Hermes Science Publications, Paris, 2001.

<sup>40</sup> Rouet, J. F. Hypermédias et Apprentissages. Ed. Université de Poitiers, Poitiers, 1998

<sup>41</sup> Wolton, D. Internet ¿y después?. Ed. Gedisa, Barcelona, 1999

<sup>42</sup> Wolton, D. L'autre mondialisation. Ed. Flammarion, Paris, 2003

<sup>43</sup> Castells, M. "La société en réseaux" Ed. Fayard, Paris, 1998

<sup>44</sup> Castells, M. "Le pouvoir de l'identité", Ed. Fayard, Paris, 1999

<sup>45</sup> Castells, M. "Fin de millénaire", Ed. Fayard, Paris, 1999.

<sup>46</sup> Castells, M. "La galaxie internet", Ed. Fayard, Paris., 2001

sémiotique culturel (Bettetini - Colombo<sup>47</sup>, Calabrese<sup>48</sup>, Levi<sup>49</sup>, Piscitelli, entre autres), b) la description des caractéristiques de fonctionnement textuel des nouvelles technologies numériques (Landow<sup>50</sup>: hypertextualité; Quéau<sup>51</sup>: virtualité); c) la description des jeux-vidéo (De Pinelle, Ahumada<sup>52</sup>, Levis<sup>53</sup>); d) la description de l'érotisme multimédia (Gubern)<sup>54</sup>; e) les descriptions sociologiques des liaisons des nouvelles technologies numériques avec d'autres processus sociaux (Castells<sup>55</sup>, Wolton<sup>56</sup>: Internet).

Ce qui est significatif du champ épistémique hispanique est, alors, qu'il a conscience que les nouvelles technologies impliquent des nouveaux langages et de nouvelles manières d'écriture qui réclament la présence de la sémiotique, de même qu'elles sont liées avec les macro-processus sociaux.

Dans le champ épistémique italien le sémioticien Carlos Scolari<sup>57</sup> décrit une profonde influence de la sémiotique dans les parcours analytiques de la communication en Italie. Il s'agit de l'influence de deux centres, l'Université de Bologne (avec Umberto Eco<sup>58</sup>) et l'Université Catholique de Milan. Les sujets les plus importants sont l'émergence de nouveaux langages. À l'époque historique décrite (1994-2000) la préoccupation par l'hypertextualité, les hypermédias et en général les nouvelles technologies développées par Bettetini et Colombo<sup>59</sup> n'établissent pas des rapports avec la sociologie des communications, sauf le livre Casetti et di Chio<sup>60</sup>. Bien que la sémiotique de la publicité italienne soit un secteur fort de la sémiotique en Italie (comme les travaux d'Andrea Semprini<sup>61 62</sup> et Robert

<sup>47</sup> Bettetini, G. & Colombo, F. (1995). Las nuevas tecnologías de la comunicación, Barcelona: Ed. Paidós.

<sup>48</sup> Calabrese, O. (1994). La era neobarroca. Madrid: Ediciones Cátedra.

<sup>49</sup> Levi, P. (1993), "As Tecnologias da Inteligencia", Sao Paulo, Ed. Editora 34.

<sup>50</sup> Landow, G. Op. Cit

<sup>51</sup> Quéau, P.(1995), "Lo virtual", Barcelona, Ed. Paidós.

<sup>52</sup> De Pinelle, N. & De Ahumada, E. El videojuego: un espacio de intersemiosis, En De Oliveira, A. & Fachine, Imágenes Técnicas. Ed. Hacker, Sao Paulo, 1998.

<sup>53</sup> Levis, D. (1997), "Los video- juegos, un fenómeno de masas", Ed. Paidós, Barcelona

<sup>54</sup> Gubern, R. "El Eros Electrónico". Ed. Taurus, Madrid, 2000

<sup>55</sup> Op. Cit

<sup>56</sup> Op. Cit

<sup>57</sup> Scolari, C.; Del Villar, R. (Editores) Corpus Digital. En Revista deSignis, No 5, Ed. Gedisa, Barcelona, 2004

<sup>58</sup> Eco, Umberto "Interpretation and overinterpretation", Cambridge University Press, Cambridge, 1992. Trad. Cast. "Interpretación y sobreinterpretación", Cambridge University Press., Cambridge, 1998.

<sup>59</sup> Bettetini, G. & Colombo, F. (1995). Las nuevas tecnologías de la comunicación, Ed. Paidós, Barcelona

<sup>60</sup> Casetti et di Chio "Analisi della televisione", Ed. Bompiani, Milano, 1998

<sup>61</sup> Andrea Semprini, "Marche et mondi possibili", Ed. FrancoAngeli, Milan, 1993

<sup>62</sup> Andrea Semprini, "Lui sguardo semiotico", Ed. FrancoAngeli, Milan, 1997,



Grandi<sup>63</sup>) elle n'a pas de relation avec la sociologie, et l'éducation, comme le champ théorique français, et non plus avec la psychanalyse ni avec les sciences cognitives.

### **3.-Considérations sur la synthèse du savoir accumulé durant l'année 2000**

L'analyse précédente nous a permis de détecter les problèmes les plus pris en compte par la société à l'époque et en même temps les démarches analytiques par rapport à ce sujet. A savoir, le champ théorique qui est à la fois un indice des inquiétudes de la société, et un indice des ruptures théorique et méthodologique à l'intérieur d'une période historique.

Par rapport au premier point, on a détecté des problèmes préoccupant pour la société de l'époque. D'un côté, il y a un fait : les enfants et les jeunes préfèrent regarder la télévision et jouer aux jeux-vidéo plutôt que faire leurs devoirs et faire du sport; les recherches et les publications dans le domaine de la communication sont un reflet de ce phénomène, et en plus ce phénomène est généralisé à la France, au Chili, à la Suisse, et même aux États-Unis (à travers l'importance quantitative et les publications sur les effets des jeux-vidéo et la communication télévisée déjà synthétisée). D'un autre côté, il y a un problème émergent « *les nouvelles technologies numériques* » qui s'insèrent dans toute l'organisation de l'économie, l'organisation de la société, l'art, la politique, la communication et l'éducation. L'usage des nouvelles technologies numériques est généralisé et le fait implique que le mode de production scientifique commence à se préoccuper de sa description dans le domaine de l'art, comme en Italie, dans le domaine de l'éducation, comme en France, dans le domaine de la communication et la politique, comme en France et en Espagne, dans le domaine de l'usage, comme aux États-Unis, etc. En fait, il y a deux problèmes réels qui puisent leur source dans la société : le désintérêt des nouvelles générations pour les pratiques déjà établies d'occupation du temps libre, et l'émergence des nouveaux supports de transmission de l'information (le numérique).

En ce qui concerne le deuxième point, c'est-à-dire les démarches théoriques, la première chose qui attire l'attention est l'absence de liaison des objets d'analyse. Les différents domaines utilisent divers outils analytiques : dans le domaine des nouvelles technologies et de l'éducation, comme en communication et politique, en France et en Espagne, par exemple le phénomène présente des difficultés en faisant intervenir les sciences cognitives et la sémiotique, mais il ne se produit pas de façon égale en ce qui a trait à la communication et

---

<sup>63</sup> Robert Grandi « Sémiotique au marketing », Ed. FrancoAngeli, Milan, 1997

l'enfance, plus liés aux communications, à la sociologie ou à la psychanalyse, mais il n'y a pas d'intégration des savoirs de tous les domaines.

Le sujet de cette recherche (2000) est donc une problématique émergente dans l'année 2000 qui préoccupe à la société parce qu'elle est une transformation réelle dans sa forme de fonctionnement mais qu'elle a été abordée (2000) plus comme des problématiques partielles que par un point de vue plus intégré et transdisciplinaire. La situation d'aujourd'hui sur le sujet de notre recherche sera développée dans notre chapitre considérations théoriques. La pertinence de cette petite contribution est qu'elle comporte un principe constitutif de mélange entre plusieurs savoirs, depuis la mesure sociologique de la consommation, jusqu'à la sémiotique et aux sciences cognitives. Il est clair que le contexte social du domaine épistémologique décrit est la transformation effective de la forme de fonctionnement social dont on doit tenir compte à partir des données de la réalité.

## **4.-L'importance de l'année 2000 comme délimitation de l'objet d'étude.**

Les domaines épistémologiques décrits existant durant l'année 2000 sont un reflet non seulement d'une préoccupation et d'une manière de leur faire face mais de transformations réelles dans le domaine de la communication qui touche à toute la réalité socioculturelle : l'émergence des nouvelles technologies dans les formes de fonctionnement quotidien de l'économie, l'activité productive, l'organisation de l'état, les communications et l'éducation sont une réalité dans cette période, au Chili et dans plusieurs sociétés occidentales.

La date de l'année 2000 est la cristallisation d'une phase de développement historique, elle solidifie une nouvelle phase et inaugure peut-être des étapes postérieures. Ce développement historique a été progressif, et la date de l'année 2000 est un point d'arrivée, ainsi qu'un point de départ.

Pour comprendre le processus de l'année 2000 nous devons prendre comme référence, les descripteurs de la forme de fonctionnement des communications dans des coordonnées historiques. Comme il ne s'agit pas d'une histoire des communications mais de description des pôles de processus de fonctionnement social, nous pouvons prendre comme la référence la décennie des années 60-70. Nous trouvons une bonne synthèse chez Jean Cazeneuve<sup>64</sup>: c'est l'époque du consommateur massif, il s'agit d'un public nombreux; homogène, parce que tous sont exposés aux mêmes moyens massifs, et c'est pourquoi ils tendent à penser la même chose

---

<sup>64</sup> Jean Cazeneuve "Une société de l'ubiquité" Ed. Denoël, 1972

(il faut ajouter les différences idéologiques qui marquaient l'existence de la guerre froide qui polarisait les visions du monde dans trois capitalisme/socialisme communiste/troisième position); et dispersé, c'est-à-dire, ils n'ont pas de descripteur concret de situation dans le spectre social.

Les canaux de circulation massive sont peu nombreux, l'équipement de moyens des utilisateurs est faible; au Chili la télévision devient massive durant l'année 1970 avec la distribution en masse de téléviseurs à bas coût (époque de l'Unité Populaire qui prend fin avec la chute du Gouvernement de Salvador Allende); avant de l'Unité Populaire, les médias de masse étaient les revues, les journaux et les radios, la télévision touchant seulement les classes moyennes – haute (depuis 1956). Nous pouvons dire qu'à partir de 1970 chaque foyer possède un téléviseur, ce qui forme la réalité de trois médias de masse: télévision - radio - journaux et revues. Un cas distinct est le cinéma qui a été construit comme un média de masse en 1936 avec la création d'une industrie cinématographique nationale, mais qu'au fur et à mesure de l'émergence de la télévision, le cinéma a vu son public diminuer perdant lentement son caractère de masse (de fait les grandes salles ont été transformées en centres de cinémas : une salle est après 10 salles de cinéma).

Un autre élément dont il faut tenir compte est le haut coût de la production télévisuelle et cinématographique, ce qui impliquait un nombre réduit de canaux, et un coût important des productions nationales. Il y a ensuite un coût élevé de l'équipement et de la production.

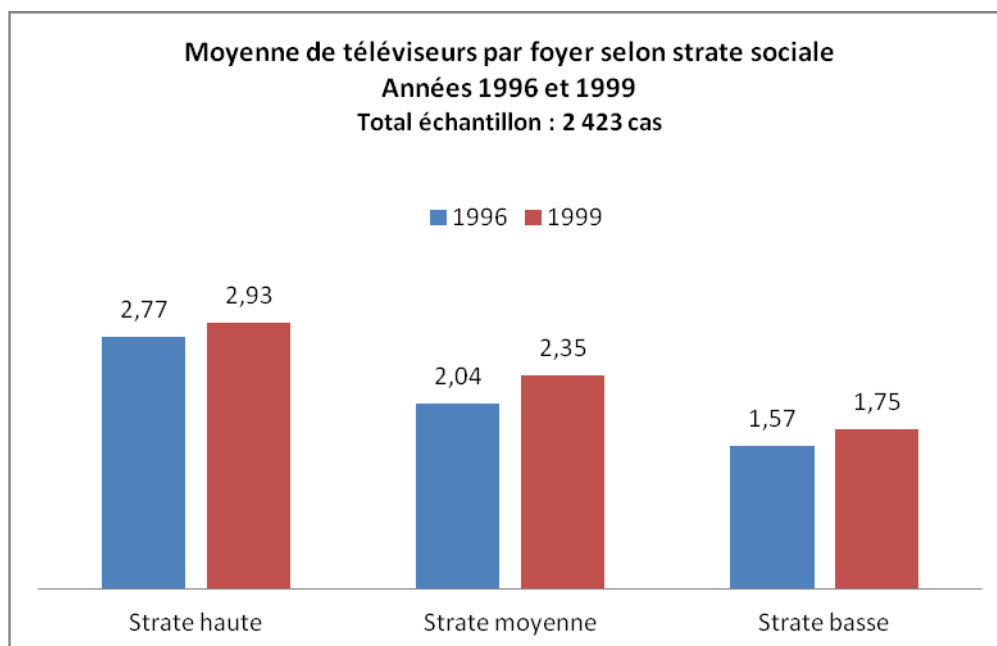
C'est la période de la télévision publique. La télévision est considérée comme un medium qui doit remplir une fonction culturelle sans but lucratif et qui est financé par l'état chilien, et les Universités, concrètement l'Université Catholique du Chili, l'Université du Chili et l'Université Catholique de Valparaiso (chaîne régionale). La préoccupation pour le public est renvoyée à son rôle culturel et on ne programme pas une chaîne en fonction d'une stratégie de marketing.

La science de l'époque cherche des régularités du comportement du consommateur dans le cadre que le public est homogène. Les savoirs de la première science de la communication (Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, Merton) sont applicables, à partir de "The people's Choice"<sup>65</sup> nous savons qu'il est seulement possible de persuader un public indécis. Dans l'économie chilienne, les marchés sont locaux, il y a une économie exportatrice de matières premières et de production industrielle interne, comme nous l'avons déjà dit c'est la période de la Guerre Froide (Bloc Capitaliste/Bloc Marxiste/Centre), donc, pour toutes ces raisons, le consommateur tend à être homogène.

---

<sup>65</sup> P. Lazarsfeld, B. Berelson & H. Gaudet, The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign, New York, Columbia University Press, 1940, 2<sup>e</sup> éd.

En l'année 2000, nous nous trouvons avec plusieurs processus consolidés, très



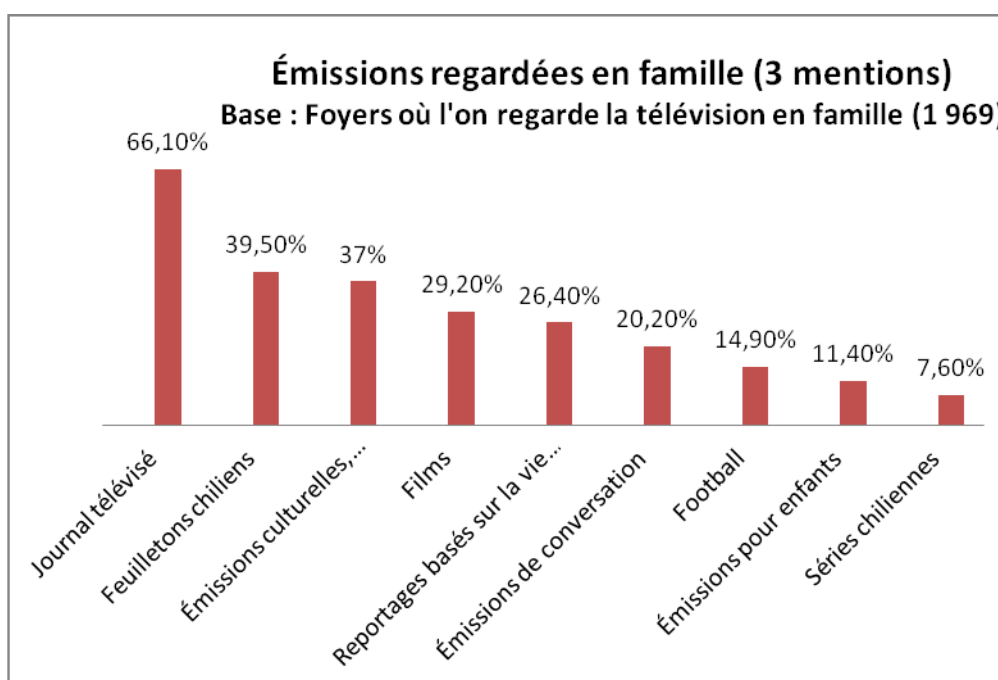
différents de l'étape précédente: le déplacement de la communication publique vers la communication dans la vie quotidienne, comme axe de référence symbolique hégémonique, a constitué une rupture de fonctionnement de tout le bâtiment socioculturel. Dans le Monde (1989) « la chute du Mur de Berlin », contribuera à la disparition des deux pôles de fonctionnement idéologiques qui ont divisé les visions du monde du XXI<sup>ème</sup> siècle, et qui ont été la référence symbolique de la totalité sociétale. Mais, jusqu'en 1992, le Chili est sous la dictature de Augusto Pinochet, alors il y aura seulement à partir de cette date un centre de dispute idéologique qui lentement commence à disparaître. Le parallélisme de ces processus avec l'émergence des nouvelles technologies de la communication, comme la télévision satellite, la TV payante, l'enregistrement de vidéo, le jeu-vidéo, la télécommande, les multimédias, internet, et la baisse des coûts de production audio-visuelle, entre autres, multiplient la production de la diversification culturelle. Loin d'homogénéiser les propositions culturelles, la globalisation a signifié une augmentation de la diversité de l'offre audio-visuelle. En 1997, les chercheurs Carlos Catalan et Alejandra Ram<sup>66</sup> décrivent déjà que dans le cas chilien la globalisation a signifié une augmentation de la production nationale: "en 1982, la programmation d'origine nationale atteignait seulement 39% de la programmation totale, alors qu'en 1996, 56% de la programmation est une programmation nationale" (Catalan, Ram, 1997: p. 98). La baisse des coûts de production audio-visuelle va avoir, aussi,

<sup>66</sup> Catalan, C.; Ram, A. "Los cambios en la televisión chilena en los 90", dans *Revista Diálogos No 48*, Ed. Felafacs, Lima, 1997.

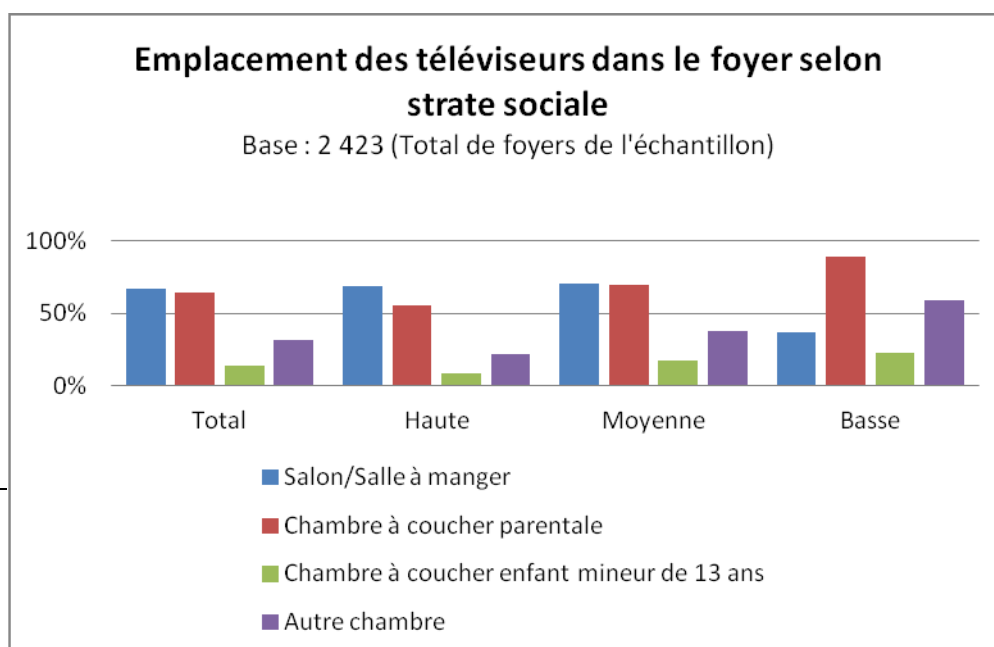
une corrélation dans la baisse du prix des équipements, ce qui impliquera une expansion de l'équipement des consommateurs.

Des statistiques du Conseil National de Télévision indiquent qu'au Chili en 1999<sup>67</sup>: dans les couches socio-économiques les plus pauvres il y a 1,75% de téléviseurs par maison; c'est-à-dire, de 3 familles, 2 familles ont 2 téléviseurs; et dans les hautes couches, il y a 3 téléviseurs par famille.

Cela veut dire qu'il n'y a pas de consommation partagée par la famille de la programmation télévisée, l'unique programme que la plupart des gens regarde ensemble est le journal télévisé, dans une proportion de 66,1%.



De plus, l'emplacement du téléviseur a changé de lieu : dans la chambre, pour 59% des cas (strate haute), pour 37,7% de la strate moyenne et 21,8% pour la strate basse; dans le salon la moyenne est de 67%.

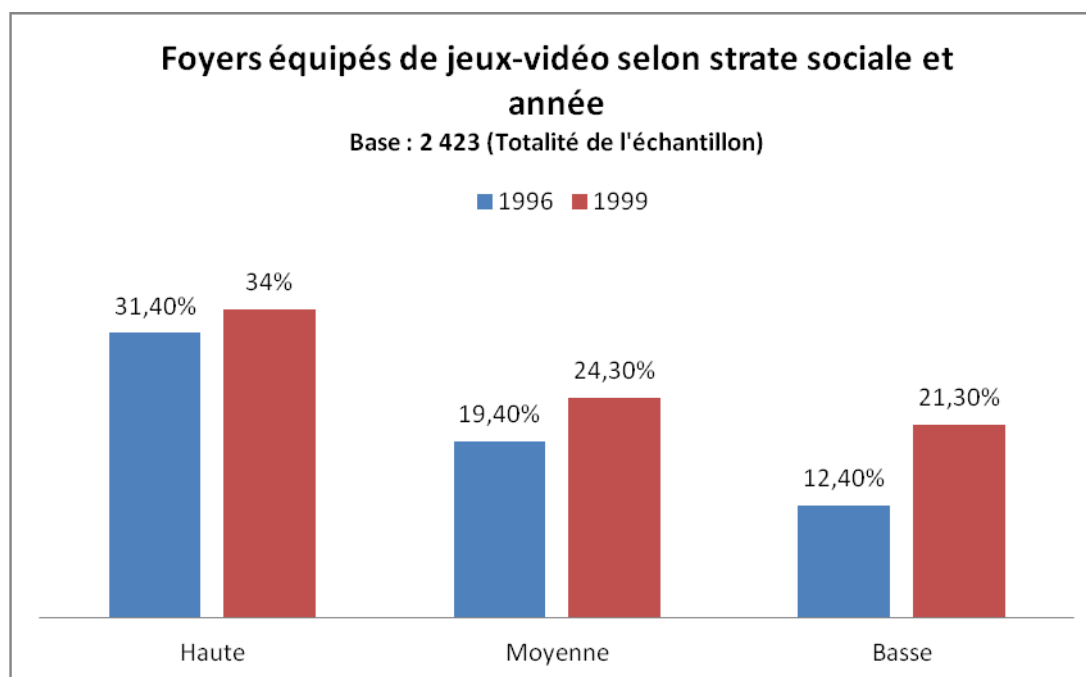


La présence d'enregistrement de vidéo dans les strates basses est de 32,1%, dans les strates moyennes de 63,5%, et dans les strates hautes de 80,0%.

Les jeux-vidéo pénètrent dans toutes les strates de façon plus ou moins semblable: 34% dans les hauts segments, 24,3% dans les moyens, et 21,3% dans la strate bas.

L'insertion de la télévision payante est de 69,9% dans les strates hautes, de 45,0% dans la strate moyenne et de 18,1% dans la strate basse.

72,4% des familles de la strate haute et moyenne haute ont un ordinateur, 50,6% de la strate moyenne aussi, et 2,0% dans les strates plus pauvres.

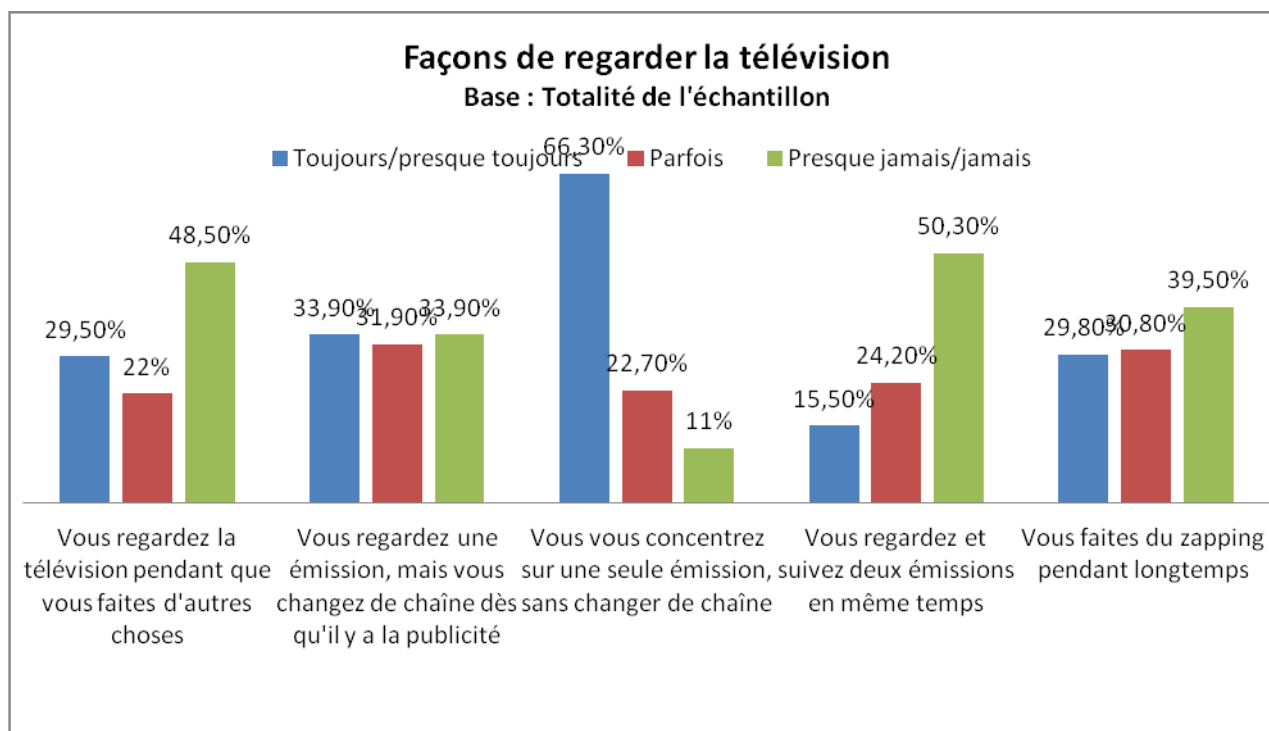


C'est-à-dire il y a un équipement par unité familiale qui permet un usage segmenté des produits culturels. Même si une famille n'a pas de télévision payante, les membres peuvent regarder d'autres programmes parce qu'il y a plusieurs téléviseurs dans une maison. Aussi, il y a l'enregistrement de vidéos et ils peuvent louer ou acheter un film ou une série pour un prix modique (piraté).

S'il est vrai qu'il n'y a pas d'ordinateurs dans tous les foyers, le Programme Enlace du Ministère de l'Éducation Nationale (1994) a néanmoins prévu un équipement informatique même dans les lieux les plus pauvres et éloignés des grands centres urbains. Ainsi, les jeunes ont accès aux nouvelles technologies, ainsi qu'aux machines pour jeux-vidéo (consoles) dont la présence est élargie.

Des statistiques plus actuelles sur l'équipement de moyens (Informe 8/13, Conseil National de Télévision)<sup>68</sup> indiquent que l'équipement de vidéo des jeux-vidéo pour toutes les maisons augmente en 2002 à 25,7% à Santiago, 17,5% à Temuco, et 35,1% à Antofagasta. Il faut tenir compte du fait que la statistique est globale et que plusieurs foyers peuvent ne pas avoir d'enfants.

Ceci signifie que l'offre et la consommation culturelle de médias ont substantiellement changé, où l'absence du consommateur massif est ce qui domine aujourd'hui.



Même, au travers de la télécommande et de la surpopulation de moyens, on produit l'institutionnalisation d'une culture du zapping, du fragment. Si nous regardons le graphique dans la marge inférieure à gauche, il faut saisir que seulement 60,3% regarde un programme à la fois, face à 39,7% qui en surveille plusieurs de manière simultanée. La consommation fragmentée, et l'interprétation de deux sous-ensembles de façon parallèle est un nouveau regard kaléidoscopique en face des moyens. C'est pour cela que regarder une chaîne de télévision en même temps qu'on fait autre chose est commun à 51,5% des consommateurs. Ce qui signifie que les notions de texte (comme elles sont définies par la linguistique du discours ou la sémiotique traditionnelle), n'ont aucun sens face à cette nouvelle réalité de la consommation culturelle, au moins le texte fermé n'est pas universelle.

<sup>68</sup>

Consejo Nacional de Televisión, Informe 8/13, Santiago, 2003.

Nous avons dit précédemment que le point de départ de cette recherche était le connaître de la forte consommation de dessins animés télévisuels fait pour les nouvelles générations (et en même temps une grande préférence pour le dessin animé japonais), et que comprendre ceci était une préoccupation dans le domaine scientifique de l'époque. Les données de l'équipement technologique de la société chilienne de l'année 2000 nous permettent de mieux comprendre la matérialité du fonctionnement qui permet cette consommation : le nombre de téléviseurs par foyer, la présence de vidéos enregistreurs (VHS-DVD) et consoles de jeux-vidéo, l'utilisation généralisée de l'ordinateur à l'école; même, en l'absence de cet équipement à la maison, le jeune public se rabat sur le cybercafé. C'est dire que les enfants et les jeunes ne dépendent pas des parents pour leur consommation. Ils conforment un public propre, avec ses goûts et intérêts.

Nous avons mené, par ailleurs, une recherche ethnographique exploratoire préalable à la recherche. Nous avons soutenu l'hypothèse que le dessin animé japonais avait la tendance à être complexe (hypothèse à vérifier par notre recherche), c'est-à-dire, qu'il nécessite des intertextes pour le comprendre (lire des revues, consulter des sites web, regarder d'autres séries et/ou des films, connaître les jeux-vidéo), ce qui l'amène à se manifester sur plusieurs supports (un film est une série télévisuelle et en même temps un jeu-vidéo, etc.). Mais en même temps, les données ethnographiques exploratoires préalables à la recherche même nous permettent de comprendre qu'il y a des lieux concrets dans la ville où il existe plusieurs magasins qui sont un centre d'achat de produits liés aux dessins animés et jeux-vidéo et où non seulement il y a achat et vente mais où les nouvelles générations se réunissent et établissent des relations sociales entre eux autour des dessins animés.

Ces données ethnographiques préalables (recherche exploratoire) nous renvoient au besoin d'insérer l'étude et la recherche ethnographique des procès concrets d'appropriation des dessins animés et le sens que les sujets donnent à leur consommation. Mais, en plus, nous renvoient au besoin d'insérer un autre descripteur théorique qui nous permet de comprendre le phénomène : la contribution de Marc Augé<sup>69</sup> (lire le chapitre considérations théoriques) par rapport à la différence entre les lieux et les non-lieux. « Le lieu, le lieu « anthropologique », est un espace intensément symbolisé, habité par des individus qui y trouvent des repères spatiaux et temporels, individuels et collectifs. Pour l'anthropologue, du même coup, il s'agit d'un espace sur lequel il peut lire, décrypter les relations sociales et les formes d'appartenance commune » (Augé, M. 2011 : 239). En opposition « le terme « non-lieu », par contraste, s'appliquait tout naturellement aux espaces dans lesquels cette lecture immédiate du social

---

<sup>69</sup> Marc Augé "La vie en doublé". Ed. Payot, Paris, 2011



n'était plus possible » (Augé, M. 2011 : 240). C'est-à-dire, les espaces concrets dans la ville, des petits magasins spécialisés d'achat et vente des dessins animés et des produits qui leur sont liés sont un lieu social d'échange, mais, sont également le lieu d'établissement d'un réseau des rapports sociaux. En fait, il s'agit d'un lieu empirique, dans lequel, peut se construire le procès d'identification. Mais la référence de ce lieu est un autre lieu qui n'existe pas : c'est le lieu des dessins animés télévisés. On parle des dessins animés, de leurs contenus, de leurs histoires, un espace qui ne renvoient à aucun espace social, il s'agit d'un non-lieu, « l'extension des non-lieux empiriques correspond pour les individus comme pour les groupes à un changement d'échelle qui modifie la définition du contexte, lequel est toujours, en définitive, planétaire » (Augé, M. 2011 : 240) ; c'est-à-dire, la description d'une période historique de l'année 2000 est une période nouvelle, dans laquelle émerge peut-être la complexité cognitive et en même temps coexiste peut-être l'identification à des rapports sociaux concrets avec procès d'identification imaginaire, qui existent dans l'espace de fiction des dessins animés.

D'autre part, la société chilienne de l'année 2000 a organisé toute sa vie productive, tant économique qu'organisationnelle à travers les réseaux d'Internet. Ce n'est pas accidentel, alors que le Gouvernement chilien de 1992 a produit le Projet ENLACE consistant à former les professeurs aux nouvelles technologies et à leur tour à doter d'équipements informatiques toutes les écoles du pays, projet complètement abouti en l'an 2000 avec l'insertion de toutes les écoles rurales du Chili au programme.

Nous nous trouvons donc durant l'année 2000 face à une réalité de consolidation des nouvelles technologies au niveau global, mais avec une étape de transit: il n'existe pas de société de réseaux qui fonctionne comme source d'identification parce que certains foyers ne possèdent pas d'ordinateur et, il n'existe pas non plus de réseaux Facebook et Twitter. Mais il y a un équipement qui permet aux nouvelles générations de ne pas s'insérer dans le domaine de la télévision c'est-à-dire dans le cadre de référence des processus de la société globale et de générer, peut-être, leurs propres espaces d'identification qui seraient un mélange entre les lieux et les non-lieux décrits par Marc Augé.

C'est-à-dire que la société des réseaux n'existe pas au niveau des communications quotidiennes de la société civile, que la société des réseaux comme participation politique de la société civile signifie changer le lieu depuis lequel on parle, mais, durant l'année 2000 cela n'existe pas, cependant ce sont peut-être les protocoles perceptifs qui en permettront demain la possibilité.

L'importance de cette recherche située courant 2000 nous permet de décrire une période historique qui fait partie du patrimoine culturel, qu'en définitive il s'agit de décrire

cette étape de transit, dont le processus a abouti dans la société des réseaux où les citoyens participent au niveau politique indépendamment des moyens de communication de masse. Cela signifie le mouvement des pays arabes pour les libertés, le mouvement des indignés dans les pays occidentaux et dans le cas chilien le mouvement des étudiants en 2011.

## **5.-La Société en réseaux d'aujourd'hui**

La société chilienne de l'année 2015 est qualitativement différente.

Aujourd'hui les citoyens communiquent à travers des réseaux sociaux et des mouvements sociaux. Déjà, en 2006 de nouvelles formes de participation des citoyens prennent source: le mouvement des étudiants chiliens a cristallisé de nouvelles formes de fonctionnement du point de vue politique. Grâce aux réseaux sociaux, les mouvements ont été organisés par l'intermédiaire de Facebook, Twitter, Chat et même du cellulaire, en produisant une forme d'organisation holistique au-delà de la direction verticale du partisan classique (avec un système d'autorité hiérarchisée) ce qui lui a donné une efficacité opérationnelle, en obtenant à son tour, un spectre plus élargi de soutien. En 2011, le mouvement écologiste chilien a obtenu grâce aux réseaux sociaux qu'on ne construise pas le barrage hydraulique de Hidroaysen, parce que l'organisation des citoyens a produit une pression qui a été ensuite considérée par les médias de masses puis par le gouvernement qui a fait marche arrière (le projet de construction existe seulement comme un projet virtuel). En 2011, de nouveau, le mouvement des étudiants chiliens a continué le même principe d'organisation organique de l'année 2006, qui propose aux citoyens une révision des politiques publiques par rapport à l'éducation, et qui constitue une vaste mobilisation qui permet que la société chilienne révise sa politique d'éducation: il a mené l'éducation dans le débat public, chose que la société civile n'avait pas fait.

La société en réseaux existe en 2000 au niveau de la production, alors que la nouveauté en 2011 est la participation des citoyens dans les réseaux, une rupture avec la communication traditionnelle qui était unidirectionnelle, avec un émetteur unique qui émet son message à de nombreux récepteurs. Mais, aujourd'hui « on a vu l'émergence d'une nouvelle forme de communication interactive » (Castells, M., 2013 : 92) avec Internet. Castells<sup>70</sup> fait l'élaboration d'une dénomination pour cette réalité émergente : « auto-communication de masse ». « Cette forme de communication a pour caractéristique de permettre à nombreux émetteurs d'envoyer des messages à un grand nombre de récepteurs,

---

<sup>70</sup> Manuel Castells "Communication et pouvoir", Ed. Maison des sciences de l'homme, Paris, 2013.

que ce soit en temps réel ou en temps choisi, ou que ce soit au moyen d'une communication point à point ou d'une diffusion personnalisée ou de masse, suivant l'objectif et les caractéristiques de la pratique communicative visée » (Castells, M. 2013 : 92). Dans ce cadre, Facebook et Twitter sont très importants comme moyen de manifestation. Stiegler B.<sup>71</sup> décrit Facebook comme un langage qui repose sur deux fonctions : 1.-« la fonction qui permet l'établissement d'un profil, et qui est caractérisée par le fait de se décrire en quelque sorte à travers ses relations ; 2) la fonction de dialogue, par laquelle se produit le processus de la socialisation en tant qu'individuation collective » (Stiegler, B. 2012 : 22). Mais il ne s'agit pas seulement des rapports interpersonnels, il s'agit de l'émergence des nouvelles formes de manifestation des citoyens, qui passe par l'individu comme un point de départ. Alors, il s'agit d'auto-communication parce « que la production du message est auto-générée, parce que la définition du ou des récepteurs(s) potentiel(s) est auto-décidée, et parce que la recherche de messages spécifiques ou de contenus issus du Web et des moyens de communications électroniques est auto-choisie » (Castells, M. 2013 : 92). Et ces nouvelles formes de manifestations impliquent un traitement parallèle de l'information cognitivement quand il s'agit d'un mouvement politique spontané. C'est-à-dire, la forme de fonctionnement des mouvements des citoyens en société de réseaux n'impliquent pas l'insertion dans une structure scalaire d'autorité, comme Le Parti, mais une liaison de plusieurs sous-ensembles (par exemple un collectif d'un lycée, avec les étudiants du quartier, avec plusieurs partis, avec les habitants du quartier, avec des collectifs plus vastes, etc.), il s'agit, en définitive d'un traitement de l'information hypertextuelle.

Car aujourd'hui il y a des processus qui sont insérés dans un autre espace distinctif du passé, concrètement très différents par rapport à la période 2000. En 2011 et même déjà en 2006, l'identification opère dans un non-lieu, c'est très semblable au concept élaboré par Marc Augé<sup>72</sup>, où il s'agit de l'auto-communication dans le sens de Manuel Castells, la référence n'est pas le parti politique, la référence est une demande qu'il n'y a pas un lieu concret dans les relations sociales. C'est le principe constitutif des mouvements des indignés décrit par Castells<sup>73</sup>, il s'agit des mouvements qui menacent la structure de fonctionnement de l'ordre social établi, et qui sont constitués à travers Internet, comme la révolution égyptienne, mais où l'état ne peut pas abolir l'internet, pour longtemps parce que la société a besoin d'internet pour sa reproduction économique. Toutes les relations commerciales des entreprises étant établies par internet, l'état ne pouvait pas empêcher l'utilisation d'internet parce que cela signifiait la

---

<sup>71</sup> Bernard Stiegler "Réseaux sociaux", Ed. FYP, Paris, 2012.

<sup>72</sup> Op. Cit.

<sup>73</sup> Manuel Castells, "Redes de indignación y esperanza", Ed. Alianza, Madrid, 2012.

faillite économique du pays. Dans tous les processus décrits par Castells, il s'agit de la société civile, sans cadre de référence symbolique clair, mise et levée contre le pouvoir établi, c'est-à-dire que la logique de fonctionnement n'est pas un centre de référence symbolique claire. Le centre de référence est le malaise de la société civile.

Il y a une différence avec l'époque de l'année 2000. En 2000, il s'agit d'un non-lieu d'identification: l'espace de l'anime et/ou vidéo animation<sup>74</sup> est un espace qui n'existe pas, il s'agit de l'imaginaire, de la fiction, mais dans le cas de l'année 2000, il s'agit d'un lieu aussi, parce que toutes les relations sociales sont concrètes, réelles dans l'espace des petits magasins de vente/achat des produits de l'animé il y a des relations sociales réelles.

La question est quels processus dans la réalité chilienne se déroulent qui permettent ce déplacement de la forme de fonctionnement social? Tout se déroule en l'espace de six ou dix ans. Il est clair qu'il y a eu un développement technologique et social qui a donné accès à un plus grand nombre de la population à Internet, et qu'il y a un nombre plus élevé d'ordinateurs dans la maison aujourd'hui qu'avant. Il est clair aussi, que durant l'année 2000, Facebook et Twitter n'existaient pas, mais qu'il s'agit aussi des mêmes sujets, des mêmes acteurs, donc, s'il est vrai que les enfants consomment des dessins animés complexes (nous ne pouvons pas l'affirmer cela dépend des acquis de cette recherche, ce que nous savons c'est qu'ils consomment plus les dessins animés japonais), alors, la description de l'année 2000 en ce qui concerne la consommation des dessins animés nous permet de contribuer à la compréhension d'une réalité historique, l'émergence de la pensée intertextuel, le protocoles perceptifs et cognitifs qui permettent aux nouvelles génération le processus de la réalité émergent, alors, la recherche est une recherche qui fait partie du patrimoine culturel

D'autre part, pour comprendre ce qui précède, il faut tenir compte des variations d'équipements de la réalité chilienne par rapport à la technologie postérieure à 2000.

La cinquième Enquête Nationale de Télévision 2005<sup>75</sup> avec un échantillon intentionnel de 2770 cas, avec une erreur de +/- 1,86% pour le total de la population, vérifie que la totalité des maisons avec ordinateur est de 43,1% face à 24% en 1999; ces pourcentages sont distribués avec 88,9% dans l'ABC1; 70% dans le C2; 45,7% dans le C3; 22,8% dans le D; et 5,3% dans la E.

Les consoles de jeux-vidéo, reliées à un téléviseur font augmenter la consommation des nouvelles technologies dans la strate plus pauvre à 24%, fait qui lie les plus jeunes aux

<sup>74</sup> Il faut tenir en compte les définitions d'anime, de vidéo animation, d'animation, de comic, de manga, dans le chapitre "Considérations Théoriques".

<sup>75</sup> Consejo Nacional de Televisión / Encuesta Nacional de Televisión, Ed. CNTV, Santiago, 2005.

nouvelles technologies; ce qui n'est pas tellement éloigné des 36,9% d'équipement de consoles dans la strate haute (ABC1); et de 29,7% de la strate moyenne (C2C3).

Cette enquête, comprendre aussi que l'accès à Internet varie selon les strates sociales et les âges: 73,6% à l'âge de 16-25 années; 40,3% à l'âge 25-45; 25,5% à celle de 46-65, et 10% sur 66 ans, en même temps que seulement 10,2% est placé dans la strate la plus basse (E); 24,2% dans le D; 45,3% dans le C3; 64,3% dans le C2; 77,5% dans l'ABC1.

Les lieux où l'on accède à Internet, ceux sur lesquels on navigue sont le lieu d'étude et/ou du travail pour 56,6%; à la maison pour 49%; dans les cybercafés pour 39%; dans la famille ou dans des lieux amicaux pour 25,1%; dans d'autres lieux, pour 7%.

Selon la même enquête (CNTV, 2005:40)<sup>76</sup> la navigation sur internet toute la journée a lieu dans 36,9%. Par rapport à l'utilisation d'Internet, ceux qui naviguent le font par information dans 74,4%; pour communiquer par l'intermédiaire du courrier électronique 57,5%; pour le chat 23,6%; par divertissement 22,6%; par des informations 15,9%; et pour des achats 0,9%.

Les statistiques de consommation chiliennes sont semblables, en ce qui concerne la variable de l'âge de pays développés comme la France: "le taux de pénétration entre les jeunes dans le web est de 87% chez les 12-17 ans" (B Maresca, 2005:232)<sup>77</sup>, et 73.6% au Chili.

La même chose se produit en ce qui concerne l'achat de produits sur Internet, le taux du commerce électronique est faible, tant en France, qu'au Chili, et aux Etats-Unis, où "la portion de ventes en ligne dans le commerce de détail aux Etats-Unis est de 1,8% durant l'année 2004" (A Rallet, 2005: 213)<sup>78</sup>.

La différenciation est dans l'équipement en ce qui concerne la strate sociale : "la distribution inégale du salaire détermine que "le panier complet" d'accès aux NTIC (téléphonie fixe et mobile, TV câble et Internet avec bande élargie) les prix et les recettes actuelles sont seulement acquis par ce qui est quintile de plus grandes" (PNUD, 2006: 37)<sup>79</sup>.

Toutefois 37% des personnes déclarent utiliser l'ordinateur, et 29%, Internet (Enquête Développement Humain, PNUD 2005). Ce qui attire spécialement l'attention est la pénétration des plus jeunes. 62% des enfants de 5 à 9 ans et 80% des enfants de 10 à 13 ans utilisent habituellement l'ordinateur. 25% des enfants de 5 à 9 ans et 55% des enfants de 10 à

<sup>76</sup> Consejo Nacional de Televisión 2005 Op. Cit.

<sup>77</sup> Maresca, B. (2005) "*Les NTIC au service de la consommation culturelle*" en Nouvelles technologies et Modes de Vie, Paris: Ed. De L'Aube.

<sup>78</sup> Rallet, A. (2005) "*La mobilité Urbain comme facteur structurant du commerce électronique*" en Nouvelles Technologies et Modes de Vie, Paris: Ed. De L'Aube.

<sup>79</sup> PNUD, "Desarrollo Humano en Chile. Las nuevas tecnologías: ¿un salto al futuro?", Santiago, 2006 en <http://www.pnud.cl/publicaciones/IDH-2006.pdf>

13 ans utilisent l'Internet "(PNUD, 2006:36)<sup>80</sup>, d'où, si nous considérons les statistiques d'équipement de la société chilienne on déduit l'importance pour la strate basse d'accéder à Internet à l'école.

La pénétration d'Internet concerne à toute la société chilienne, c'est qu'il est décrit pour le pourcentage de personnes qui ont utilisé Internet pour déclarer leurs impôts: "durant l'année 2005, 96% des déclarations ont été effectuées par Internet. Mais ce n'est pas là la seule démarche qui a une forte demande; il y a, en outre, l'obtention de l'autorisation de circulation, la livraison des données d'inscription électorale et le registre dans la bourse nationale d'emploi "(PNUD, 2006:36). L'utilisation d'Internet est alors généralisée, mais les variables d'âges de vie avec la strate sociale touchent plus profondément la différenciation, strate qui a une plus petite importance dans les générations plus jeunes.

## **6.-La pertinence analytique de décrire l'année 2000 comme un pôle de fonctionnement.**

Ce qui a été dit jusqu'ici est que l'année 2000 est qualitativement différente de l'actualité au moins par rapport à l'équipement technologique et à l'émergence de nouvelles technologies. Il y a aussi des différences polaires en ce qui concerne l'usage et les mouvements sociaux. Des phénomènes comme l'auto-communication de masses n'existaient pas en 2000 alors qu'ils existent aujourd'hui. Toutefois, les sujets des mouvements sociaux des étudiants au Chili en 2006 et 2011, étaient les mêmes sujets de l'année 2000: les jeunes de 12 ans lors du mouvement de 2006 avaient 6 ans en 2000, ceux de 16 et 17 ans (ses dirigeants) avaient 10 et 11 ans; c'est-à-dire, ils sont une génération qui est née dans un mode de vie construit en 2000. Il est clair qu'il est possible de chercher ce qui est commun entre l'aujourd'hui et le hier et de découvrir des catégories répétitives. Nous croyons que c'est une voie trop générale qui arrive seulement à établir des paramètres abstraits, en définitive éloignés de la réalité. La voie analytique mise en œuvre est inversée, il s'agit de polariser l'analyse. C'est à Ferdinand Tönnies<sup>81</sup> que nous devons la construction d'un outil heuristique pour polariser les données globales d'un fonctionnement social, et ainsi construire l'interprétation adéquate d'un phénomène social; la génération de typologies ou de types

---

<sup>80</sup> PNUD 2006 Op. Cit.

<sup>81</sup> Ferdinand Tönnies "Gemeinschaft und Gesellschaft. Grundbegriffe" (1912) Ed. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt 2005.

idéaux a eu une importance énorme dans la description des phénomènes sociaux. L'influence de Tönnies transparait chez Simmel et Weber : sa description des pôles de fonctionnement social "Communauté en opposition à la Société" nous a permis de bien comprendre la différenciation entre ce que signifiait la société industrielle et ses différences avec les sociétés agricoles, et à partir de cela se produit un développement de la pensée sociologique qui requiert des parcours analytiques plus complexes. Cette importance de construire des pôles analytiques est aussi vue par la sémiotique au niveau de la compréhension de sous-ensembles de ce qui est réel. Il s'agit du concept, que l'on retrouve chez Saussure<sup>82</sup> dont on peut appréhender le sens seulement par ses différences. Les oppositions binaires ont été fructueuses pour appréhender ce qui est réel, comme le développement postérieur de la sémiotique l'a démontré.

---

82 Ferdinand de Saussure: "Cours de linguistique générale", Ed. Payot, Paris, 1995 (1<sup>re</sup> éd. 1916),

# **PARTIE 1**

## **FORMULATION DU PROBLEME ET DISPOSITIFS THEORIQUES METHODOLOGIQUES**

**Chapitre 1 :**

**Formulation du problème**

**Chapitre 2 :**

**Considérations théoriques**

**Chapitre 3 :**

**Méthodologie**



# Chapitre 1 : Formulation du problème

**Nous avons dit que l'objectif général de la recherche** est la description des formes de fonctionnement diégétique et cognitive des dessins animés de la télévision hertzienne au Chili, et leurs conditions concrètes de circulation (offre), et consommation, pendant le mois de juin de l'année 2000. **Les fondements théoriques seront donnés dans le chapitre 2, et la procédure, c'est-à-dire les outils pour la production des connaissances seront donnés dans le chapitre 3, méthodologie.**

## 1.1.- La description de l'offre télévisuelle

Le point de départ est la description de la grille de programmation de l'offre des dessins animés à la télévision hertzienne chilienne. Théoriquement, la description de chaque programme en soi n'est pas possible, les dessins animés forment un espace dans un réseau du sens, et ce lieu est la grille de programmation, « le succès ou l'échec d'un programme dépend très largement du créneau horaire dans lequel il est diffusé...Dès lors, l'une des fonctions stratégiques de la chaîne est d'établir une grille de programme, qui tienne compte à la fois des genres les plus appropriés au public visé à une heure donnée et de l'offre des autres canaux » (Jost, F. 2002 :52). Alors, la grille de programmation est un choix stratégique.

Il y aura trois niveaux d'analyse pour la description de la grille : d'une part, la description de la grille, et d'autre part, la description sémiotique des programmes par rapport aux mondes diégétiques présumés ; cela implique de saisir l'image que la chaîne propose et présume par rapport à son public et, d'autre part, le procès cognitif présumé dans les programmes, dans les séries mêmes. C'est-à-dire que la grille n'est pas seulement une grille qui propose des possibilités de choix aux consommateurs ; la proposition d'une grille, indépendamment de la conscience des programmeurs et producteurs de télévision, établit dans un créneau horaire un rapport avec le réel (un monde possible authentifiant/fiction/ludique) et un rapport à la cognition (impliquant des procès cognitifs simples/complexes). Le fondement théorique sera donné dans le chapitre deux, « Considération théoriques ».

Par rapport **aux mondes diégétiques présumés**, il s'agira de saisir les modes d'énonciation que les chaînes posent inconsciemment dans la programmation, les raisons qu'elles adressent à leur public dans l'objet programmé. La recherche, théoriquement, s'éloigne des propositions de F. Casetti (1988), et de Charaudeau (1991), entre autres, parce

qu'elle ne présuppose pas un contrat de communication entre des émetteurs et des récepteurs, dans lequel le texte même peut donner les clés pour saisir les valeurs partagées par les deux. La recherche s'insère dans la conceptualisation de F. Jost (1999, 2001) : la liaison entre des émetteurs et des récepteurs ne se base pas dans la présupposition transcendantale des valeurs partagées, «elle repose sur la promesse d'une relation à un monde dont le mode ou le degré d'existence conditionne l'adhésion ou la participation du récepteur » (Jost, 2001 : 17). « En d'autres termes, un document, au sens large, qu'il soit écrit ou audiovisuel, est produit en fonction d'un type de croyance visé par le destinataire et, en retour, il ne peut être interprété par celui qui le reçoit sans une idée préalable du type de lien qui l'unit à la réalité » (Jost, 2001 : 17). Dans le cadre de la recherche proposée, il s'agira de saisir les principes structurants dans la programmation de la grille. En relation avec la description des mondes présupposés, nous ferons l'usage des catégories proposées par F. Jost. Il conceptualise trois mondes : « le mode authentifiant regroupe des émissions qui prétendent nous informer sur notre monde,... ; le mode fictif vise à construire un monde, quoi qu'il en soit des ressemblances avec le nôtre, comme une construction autonome... En sorte que la vérité d'une action ou d'une séquence ne se juge plus par simple comparaison avec notre monde, mais en fonction de la cohérence de l'univers créé avec les postulats et les propriétés qui le fondent » (Jost, 1999 : 29) ; Et le mode ludique : « un niveau intermédiaire où les émissions parlent à la fois du monde (comme le mode authentifiant), tout en se conformant à des règles propres, dont le respect est primordial (comme la fiction) » (Jost, 1999 : 30). Les définitions et l'outil analytique sera donné dans les chapitres « considérations théoriques » et « considérations méthodologiques ».

**Par rapport au procès cognitif présupposé** dans les programmes, la description s'insère dans les catégories des sciences cognitives du connexionnisme de Francisco Varela et Jean Petitot : le processus du traitement de l'information n'opère pas comme un opérateur logique des symboles et règles, il opère par des connexions multiples. La stratégie connexionniste qui “consiste à faire la construction d'un système cognitif non pas à partir des symboles et règles, mais en partant des composants simples qui se connectent entre eux de manière dense” (F. Varela, 1996: 61). Dans ce cadre, nous pouvons détecter un procès simple de traitement cognitif pour poser dans un texte un seul espace cognitif qui est en correspondance avec la description de Claude Bremond (1968) sur l'encadrement par continuité et/ou deux ou trois rapports d'enclave, et/ou deux parallélismes du récit ; et un procès complexe de traitement parallèle de l'information : « les différents aspects de l'information sont traités en même temps par des unités semblables aux neurones, appelés

parfois neurones formels » (Dortier, J. F. 2003 :46), il s'agit de plusieurs espaces construits dans le programme parallèlement, et ils impliquent pour le saisir de faire des rapports divers à l'intérieur de totalités même de divers supports. S'il y a deux pôles : simplicité cognitive (traitement séquentiel d'un espace ou encadrement narratif, même avec deux ou trois enclaves) / complexité cognitive (le besoin d'une compétence hypertextuelle pour comprendre la série) six espaces différents qui s'articulent simultanément, avec des rapports multiples), et entre les deux pôles se construira la complexité moyenne. Les définitions et l'outil analytique sera donné dans les chapitres « considérations théoriques » et « considérations méthodologiques »

Car l'offre télévisuelle est définie non pas comme une simple grille mais, en suivant François Jost, comme la promesse d'une relation à un monde (les mondes diégétiques présumés), mais en même temps, en produisant une extrapolation théorique du concept de F. Jost, comme une promesse cognitive.

## **1.2.- La consommation des dessins animés de télévision hertzienne : grille de programmation, mesure d'audience, mondes diégétiques et conditions cognitives présumés.**

La description des mondes diégétiques présumés et les structurations cognitives que la grille pose aux consommateurs nous donnent une description de l'offre réelle, les identités plus inconscientes des identités distinctives des chaînes chiliennes de télévision hertzienne.

Si ce premier niveau de la recherche, l'analyse de l'offre, nous permet de décrire la forme de fonctionnement sémiotique des dessins animés télévisés que la grille de programmation pose au public (mondes possibles diégétiques, structurations cognitives), à mesure que nous avons situé théoriquement la description de la grille non pas au niveau des contenus de chaque programme sinon de ce qu'il est à la base de ça, c'est-à-dire les mondes possibles diégétiques et les structurations cognitives, alors nous pouvons dire qu'il s'agit de structures plus profondes constitutives de la génération inconsciente de la grille, d'où le titre de la thèse « le dessin animé au Chili : syntaxe, circulation et consommation », on définit la syntaxe comme l'organisation diégétique-cognitive à la base de toute manifestation.

L'insertion de l'analyse de la situation de mesure de l'audience (deuxième niveau de la recherche), nous a permis de connaître le public concret de la grille donnée, et même, de déduire quelles sont les catégories les plus importantes pour le public des jeunes.

Concernant la mesure de l'audience chilienne, elle a été faite à travers des outils très semblables à l'ancien Audimat français. « L'Audimat était un système d'audimétrie passive mesurant de manière très précise le fonctionnement du téléviseur (marché/arrêt, chaîne regardée), ces informations étant mémorisées et transmises par modem à un centre de traitement la nuit. Cet Audimat première version constituait un net progrès par rapport aux techniques précédentes, cependant ce système ne mesurait pas le comportement des individus au sein du foyer » (Fonnet, L., 2003 : 212). Alors, la mesure de l'audience ne permet pas de saisir le choix d'un programme versus l'autre possibilité audiovisuelle (vidéo-enregistreur, jeux-vidéo, ordinateurs), et même nous ne savons pas si la télévision est regardée ou non, ou seulement allumée.

Les données de l'audience que nous pouvons collecter au Chili sont des constructions statistiques abstraites, même quand les systèmes de mesure chiliens nous permettent de saisir *l'audience moyenne*, terme générique d'indicateur d'audience de la télévision. Pour un moment déterminé (spot publicitaire, émission, etc.), c'est la moyenne arithmétique de l'audience des différents instants mesurés (selon une unité de temps : minute, seconde, quart d'heure, etc.) ; et *la part d'audience*, rapport entre le nombre de téléspectateurs d'une émission ou d'une chaîne et le nombre de téléspectateurs de l'ensemble des émissions ou chaînes (Totalité de Télévision hertzienne). Les catégories de stratification de l'échantillon de l'audience sont : tranches d'âge, stratification sociale (strate haute ABC1, strate moyenne C2, strate moyenne bas C3, strate basse D), et genre (Homme / Femme).

La description des pourcentages d'audience dans leur corrélation aux catégories de séries plus regardées / non regardées nous permettra d'en savoir plus sur le sens plus profond de la circulation des objets culturels. L'étude de la circulation n'est pas seulement une mesure du pourcentage d'audience, il signifie se situer dans le carrefour entre la programmation-production concrète d'un objet, dans ce cas une série de dessins animés télévisés et la consommation même. La description des séries les plus regardées, selon un point de vue diégétique et cognitif nous permettra de saisir les catégories à la base du point de carrefour entre l'offre et la demande.

Mais il s'agit de détecter un indice d'une réalité, et nous ne connaissons pas leur sens : nous avons fait la description des structurations cognitives et les mondes possibles diégétiques inconsciemment posés par la programmation des chaînes, et nous avons détecté les catégories

impliquées dans la consommation, mais il faut l'insertion d'un troisième axe : le sens que les consommateurs mêmes donnent à leur consommation.

## **1.3.-L'analyse sociologique et ethnographique de la consommation**

D'on l'inclusion d'un autre objet d'analyse : **l'étude sociologique et ethnographique de la consommation**, par rapport au sens que les consommateurs infantiles donnent à cette consommation, parce que la description précédente nous a permis de décrire les principes structurants posés dans la programmation des chaînes, nous connaissons la consommation concrète de cette programmation, mais nous ne savons rien sur le sens que les nouvelles générations donnent à cette consommation.

C'est pour cela que nous avons fait la recherche de la **description des mécanismes d'appropriation des dessins animés** (variables associées au goût, à l'évaluation et l'identification, et le merchandising associé aux dessins animés), **à travers une enquête auprès de 300 élèves de certaines villes, répartis par strate sociale, âge et genre ; et une recherche ethnographique** : collecte de toute l'information d'achat/vente des produits associés aux dessins animés (figures, vidéo, jeux-vidéo, horloges, crayons, etc.), dans le cas de Santiago (capitale du pays, ville industrielle et de services), Antofagasta (ville minière, désert au nord du pays), et Temuco (ville agricole, au sud du pays). Car il s'agit d'étudier les Grands Magasins, dans lesquels il y a des objets associés aux dessins animés, et les Petits Magasins Spécialisés qui font la vente seulement d'objets associés aux dessins animés, et dans lesquels on construit tout un réseau de rapports sociaux ; il s'agit alors de la constitution d'espaces écologiques des rapports sociaux en relation aux dessins animés. Dans le cadre de l'étude exploratoire déjà faite, nous ferons la description de tous les petits, magasins et par rapport aux grands magasins nous ferons la collecte d'informations seulement d'un grand magasin par strate sociale.

Avec ces niveaux d'analyses et les structurations globales qui rendent compte de cette réalité émergente, nous avons l'intention d'apporter une contribution à la description des cultures visuelles de la génération de l'année 2000, préalable 'à l'usage généralisé des sociétés en réseaux'.

## **1.4. Objectifs spécifiques**

Les objectifs spécifiques sont les suivants :

- a) description de la grille de programmation des dessins animés de télévision hertzienne

- b) description des mondes diégétiques présumés (Réel/Fiction/Ludique) dans chaque programme comme dans les rapports de la grille même.
- c) description des procès cognitifs présumés (Simple/Complexe) dans chaque programme.
- d) à partir des objectifs précédents (a, b et c) nous construirons une description de l'offre réel des dessins animés selon un point de vue des mondes diégétiques et cognitifs.
- e) description de la consommation des dessins animés de la télévision hertzienne : la mesure de l'audience.
- f) description de la grille de programmation, de l'audience, et des mondes diégétiques et conditions cognitives présumés : carrefour analytique des liaisons entre la production-circulation et la consommation.
- g) description des mécanismes d'appropriation des dessins animés (variables associées au goût, à l'évaluation et l'identification, et au merchandising associé aux dessins animés), à travers une enquête auprès de 300 élèves des villes Santiago, Antofagasta et Temuco, répartis par strate sociale, âge et genre ; et une recherche ethnographique.

## Chapitre 2 : Considérations Théoriques

Nous avons dit que l'objectif général de la recherche est la description des formes de fonctionnement sémiotique cognitif des dessins animés de la télévision hertzienne au Chili, et leurs conditions concrètes de circulation (offre), et de consommation, pendant le mois de juin de l'année 2000. Nous avons dit aussi que la recherche sur les dessins animés télévisés comble un besoin de la société parce qu'ils sont un objet de haute consommation parmi les nouvelles générations de l'année 2000 au Chili (espace-temps de cette recherche). Quel est le sens de cette consommation? S'agit-il d'un univers élargi de spectateurs impliqués dans les dessins animés? Quel est le sens plus profond à la base de la programmation des chaînes? En définitif nous sommes en train d'étudier un objet culturel, un produit qui compte des consommateurs, qui est généré et qui circule dans le support technologique que représente la télévision.

En effet, les dessins animés télévisés sont un objet culturel qui circule par systèmes de distribution que sont, dans ce cas, les chaînes de télévision. Alors, nous pouvons étudier l'objet en suivant plusieurs démarches. Nous pouvons focaliser notre attention sur la production même comme un objet d'analyse, c'est-à-dire les processus économiques à la base, le mode de production de la télévision, la génération de plus-value des dessins animés télévisés. Dans ce cadre, nous devons saisir le système de génération de plus-value, le mode de production à la base, mais nous ne saurons rien de ce qui est à la base de l'objet consommé : le sens. D'autre part, nous pourrions focaliser, comme un objet d'analyse, le contenu même de cet objet de haute consommation, sa vision du monde, son idéologie ; c'est dire que la recherche sera la reconstruction des principes idéologiques que les chaînes transmettent, mais nous ne saurons rien des consommateurs, même s'ils partagent l'idéologie transmise. Il est possible de focaliser sur ce que les consommateurs mêmes font et leur demander pourquoi ils le font, quelles choses ils regardent dans l'offre et ce qu'ils souhaitent demander au niveau réel. Dans ce cas nous ne savons pas ce qui est derrière leur choix, parce que nous ne savons rien du sens du choix, parce que nous ne savons rien de l'offre : le choix a été fait à partir des possibilités que la grille donne aux spectateurs. De là, nous avons une démarche stratégique différente, notre objet réel étant les dessins animés télévisuels et cet objet réel existe dans une grille qui est proposée aux téléspectateurs. Saisir la grille n'est pas seulement une grille qui pose des possibilités de choix aux consommateurs, la proposition d'une grille, indépendamment de la conscience des programmeurs et producteurs de télévision pose dans un créneau horaire un rapport avec le réel (un monde possible authentifiant/ fiction/ ludique, il faut attendre les définitions dans quelque pages plus) et un

rapport à la cognition (implique des procès cognitifs simples/complexes, (il est nécessaire aussi d'attendre les définitions dans des pages plus.)). En même temps, cet objet culturel est consommé. Alors, la description des taux d'audience dans leur corrélation aux catégories de séries plus regardés/non pas regardés nous permettra de connaître le sens plus profond de la circulation des objets culturels. L'étude de la circulation n'est pas seulement une mesure du taux d'audience, elle signifie se situer au carrefour entre la programmation-production d'un objet, dans ce cas une série de dessins animés télévisés et la consommation même, entre l'offre et la demande.

Ce choix de délimitation de l'objet réel à décrire est alors stratégique. Il est stratégique parce qu'il est au carrefour de la programmation-production et la consommation. A partir de cela nous pouvons mieux comprendre, contribuer à d'autres recherches à venir sur le mode de production, sur le mode de circulation et sur la consommation même.

D'autre part, théoriquement l'objet réel délimité n'est pas isolé, pour le comprendre il faut le conceptualiser à l'intérieur du procès qui est l'origine de toute la société; les dessins animés télévisés s'insèrent dans un processus de Production, Circulation, et Consommation, ils sont partie d'un mode de production. S'il est vrai que la description du mode de production n'est pas notre point de départ, notre choix stratégique de partir de la grille, la description de leur forme de fonctionnement, nous permet de comprendre le processus qui s'explique par l'appartenance à un mode de production globale, et dans ce cadre il est possible de mieux comprendre les processus de circulation de l'objet d'étude.

C'est pour cela que ce chapitre, focalisé sur les concepts théoriques à la base de la recherche, doit partir de la conceptualisation des procès de production-distribution et consommation, dans laquelle s'insère tout objet culturel. Ce sera le deuxième point, après avoir synthétisé l'importance de notre objet réel dans la société chilienne.

Mais si notre objet d'analyse, les dessins animés, sont un produit qui fait partie de l'échange des marchandises, il n'est pas égal à d'autres produits de consommation. Le produit qui circule n'est pas un bien concret comme un jus ou une auto, mais un objet de signification. C'est pour cela que le troisième point de notre chapitre théorique portera sur la description de l'opposition entre les objets d'usage et les objets d'échange.

Il est clair que notre objet réel est un produit qui s'insère dans des rapports d'échange, dans un mode de production, c'est pour cela que le quatrième point sera la description du savoir accumulé sur les transformations de la télévision comme une unité productive qui vend des programmes, c'est-à-dire une description de l'opposition entre Télévision de l'offre et Télévision de la demande, (Offre/ Demande).



Par ailleurs, il y a un savoir accumulé par rapport à la description de notre objet réel : un dessin animé télévisé n'est pas possible d'être décrit sans établir le lieu dans lequel il s'insère dans la grille. Ce sera notre cinquième point.

Quelle est notre objet réel? Le contenu? Les objets qui s'insèrent dans la grille sont des idéologies qui nous impliquent par la vision du monde partagée. C'est notre sixième point qui sera conceptualisé dans notre chapitre sur les considérations théoriques. Nous dirons qu'il s'agit d'une promesse en relation avec le monde, en suivant les contributions théoriques du champ de la communication. C'est-à-dire que la grille n'est pas seulement une grille qui pose des possibilités de choix aux consommateurs, la proposition d'une grille, indépendamment de la conscience des programmeurs et producteurs de télévision pose dans un créneau horaire un rapport avec le réel (un monde possible authentifiant/ fiction/ ludique), les mondes possibles diégétiques.

Si la proposition de la grille de programmation au public n'est pas une vision du monde, mais un rapport avec le réel, en même temps, en produisant une extrapolation théorique du concept de F. Jost sur les mondes diégétiques, la grille proposée au public est une promesse cognitive des processus impliqués dans l'interprétation perceptive et cognitive de ce que je regarde. C'est pour cela qu'il y a un septième point dans ce chapitre théorique focalisé sur la description des catégories descriptives cognitives de cette recherche.

Nous avons dit, dans la formulation du problème qu'il faut lier la description de la grille dans les catégories diégétiques et cognitives posées dans les dessins animés avec les mesures de l'audience. L'importance théorique de l'insertion de l'audience est donnée dans les conceptualisations théoriques développées par rapport aux processus de production-circulation et consommation, la catégorisation valeur d'usage/valeur d'échange, la catégorisation de l'opposition télévision de l'offre/télévision de la demande (marketing) ; c'est-à-dire la télévision de la demande n'est pas possible sans la mesure de l'audience. C'est pour cela que le concept d'audience est clair, mais il faut définir les variables qui feront la catégorisation de l'audience. Ce n'est pas seulement méthodologique, c'est aussi un problème théorique de connaître les catégories qui feront la description des publics, en notre cas, la strate sociale, le genre et les âges de vie. Car le huitième point de notre chapitre théorique sera la catégorisation de l'audience.

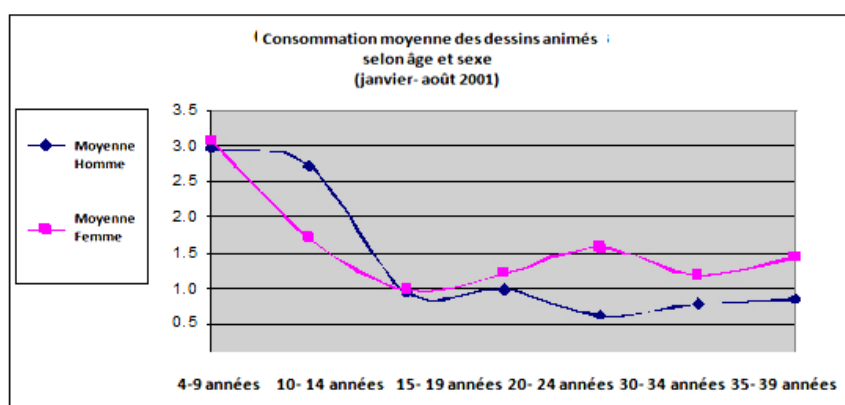
## **2.1.- Les dessins animés télévisés, quelques données empiriques.**

Nous prendrons comme référence analytique les données existant au Chili avant de la période d'étude, c'est-à-dire l'année 2000.

A travers un échantillon stratifié de 1176 enfants entre 7 et 13 ans, dans la ville de Santiago, le Conseil National de Télévision (CNTV, 1999) détecte, par rapport à la consommation de média, que les activités préférées les jours de semaine sont : pour 28% regarder la télévision et/ou des jeux vidéo, contre 29% pour jouer-sortir. Les autres priorités sont « faire les devoirs », 7,4% ; et « faire du sport » 6,5%, indépendamment du fait que l'on ait la télévision payante, de la strate socioéconomique, et du genre. Quand les enquêteurs du Conseil National de Télévision demandent ce qui se regarde le plus à la télévision, ces enfants répondent : « des dessins animés » pour 53,6%, « des séries télé » pour 14,1%, 6,7% des films, 5,0% « des programmes culturels, 4,9%, « des clips vidéo », 3,9%, « des programmes pour enfants », 2,9% « des programmes de sport » et « des séries » pour 2,1%. Ceci signifie qu'il y a une préférence hégémonique d'enfants et de jeunes pour voir la télévision et/ou des jeux vidéo, sur d'autres activités culturelles, en incluant le sport.

Il y a donc au Chili un usage segmenté des objets culturels, et à l'intérieur de celui-ci, une préférence majoritaire des consommateurs infantiles et des jeunes pour la télévision et/ou les jeux vidéo, le format culturel des dessins animés occupant le centre hégémonique du goût.

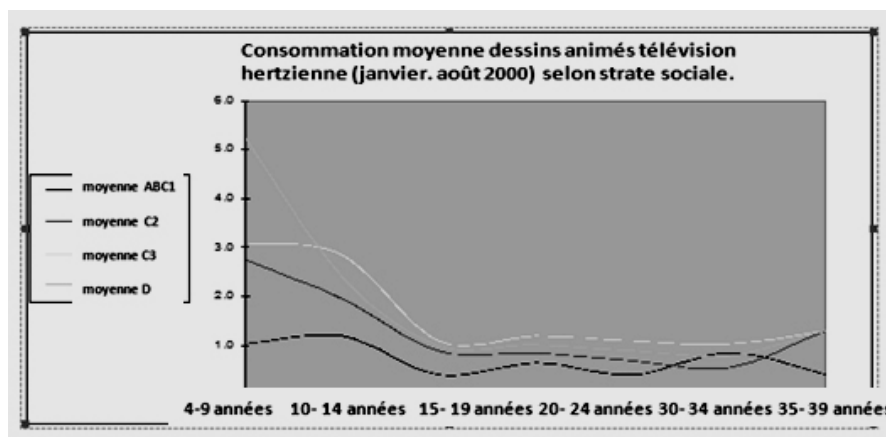
S'il est vrai que les dessins animés télévisés impliquent un support signifiant spécifique, la télévision, leur forme de fonctionnement se manifestent en plusieurs systèmes signifiants: des revues (Comics/Manga), des films, des séries télévisées, des jeux vidéo (consoles de jeu ou ordinateur), internet (sites web), CD Rom interactifs, etc. qui présupposent à leur tour un consommateur multimédia qui peut seulement interpréter le texte



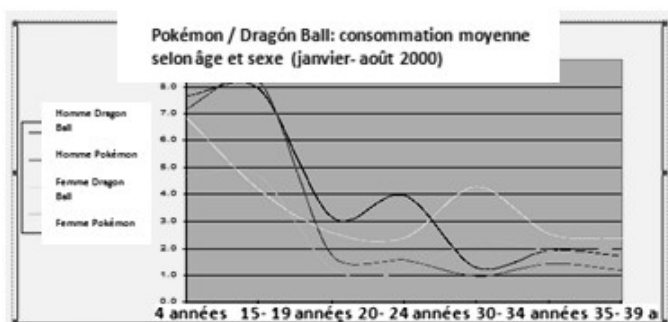
sur la base d'un savoir parmi d'autres, qui sont, presque par règle, des supports signifiants différents. Concernant le sexe des audiences télévisées, les données des études réalisées par le Conseil National de Télévision pour l'année 2000, nous donnent le graphique de la page précédent.

Ainsi, à 4-9 ans les deux sexes participent à égalité à la consommation de dessins animés. A 10-12 ans, les garçons en consomment plus que les filles. Entre 15 et 24 ans, leur consommation est assez similaire, jusqu'à ce qu'à partir de 25-29 ans, les femmes consomment plus que les hommes.

Par rapport à la strate économique, la même étude livre les données suivantes :



Comme nous pouvons l'observer sur le graphique ci-dessus, dans la tranche des 4-9 ans, la strate basse correspond à celle qui consomme moyennement, situation qui se modifie à partir des 10-14 ans, où la strate moyenne-basse C3 en vient à être celle de plus grande consommation moyenne. Pareillement, le décalage entre le niveau haut ABC1 et bas D mis en évidence, spécialement dans la tranche des 4-9 ans. Les séries qui apparaissent comme les



plus pertinentes dans la consommation de vidéo-animation : Pokémon et Dragon Ball.

Dans ce graphique nous pouvons voir qu'effectivement les garçons font une plus grande consommation que les filles dans les tranches de plus grande pertinence pour la télévision (4-9 ans et 10-14 ans) mais dans les deux séries se produit un changement d'étalon pour les 25-29 ans, où les femmes dépassent la consommation masculine.

Nous devons tenir compte, pour interpréter ces chiffres, ce que nous avons dit dans l'Introduction dans la quelle nous synthétisé l'équipement de la réalité chilienne. Dans le

2000 nous avons un équipement audiovisuel qui permet l'usage segmenté des offres culturelles, la télévision perdant son caractère de centre de référence symbolique familial.

Les dessins animés télévisés sont un objet culturel de haute consommation parmi les jeunes chiliens pendant la période historique de cette recherche.

## **2.2.- Les dessins animés télévisés : Production- Circulation- Consommation.**

Les données de la consommation nous disent que les dessins animés télévisés font l'objet d'une forte consommation; ils ne sont donc pas un objet culturel quelconque, et il y a un problème de public massif. Il faut ajouter que les enfants sont un public important de la télévision chilienne. Et le public, l'audience est un problème fondamental dans un système de télévision où le budget dépend de la publicité.

Dans la télévision hertzienne du Chili il y a cinq chaînes : Chilevisión et Megavisión sont privées, leur budget est la rentabilité du capital parce qu'elles doivent générer des ressources économiques. Télévision Nationale du Chili est une chaîne de l'état, mais à la différence des autres chaînes de télévision étatique dans le monde (NHK, Japon ; RAI, Italie ; France Télévision, France ; BBC de Angleterre ; TVE de l'Espagne ; ZDF et ARD de l'Allemagne, entre d'autres) elle ne reçoit aucun budget de l'état chilien, et doit s'autofinancer selon la Loi 19 132 de l'année 1992. La chaîne de Télévision Université Catholique du Chili est sous le patronage de l'Université Catholique, mais elle doit s'autofinancer. Le cas de la Chaîne de l'Université Catholique de Valparaíso est similaire, avec moins de ressources parce qu'elle est une chaîne régionale. Il y a des problèmes techniques à cause d'un manque de capital, ce qui fait que le signal n'arrive pas à totalité des téléspectateurs, et parfois même n'arrive pas jusqu'à sa propre région.

Il faut partir de la description de notre objet à l'intérieur d'un concept totalisateur de la réalité de fonctionnement sociale. Le problème de budget d'une chaîne n'est pas un problème d'offre-demande, un problème de stimuli-réponse, c'est le problème d'un système productif. Ce n'est pas possible de décrire un objet, dans notre cas les dessins animés télévisés, en-dehors de sa production matérielle et d'une conjoncture spécifique. Le point de départ analytique a été donné par Karl Marx en 1857 dans l'« Introduction générale à la critique de l'économie politique »<sup>83</sup>. Nous devons toujours partir de la production de l'objet matériel

---

<sup>83</sup> Karl Marx (1857) «Introduction générale à la critique de l'économie politique » dans Œuvres de Karl Marx. Economie I. Ed. Bibliothèque de la Pléiade, ED. Gallimard, Paris, 1963. Traduction par M. Rubel et L'Evrard.

(Marx, K., 1987 : 235), « quand donc nous parlons de production, il s'agit toujours de la production à un stade déterminé de l'évolution sociale » (Marx, K., 1857 :237). Alors, ce n'est pas possible de décrire un objet isolé de son conditionnement sociohistorique. L'importance théorique de partir de l'« Introduction générale à la critique de l'économie politique » est que ce texte est la base épistémique et théorique de son œuvre scientifique « Le Capital ». Le Capital n'est pas une œuvre d'économie, il s'agit de la description de la société globale dans sa structure de fonctionnement. Production-Circulation et Consommation ne sont pas des concepts économiques. Production est la production de la société globale, consommation est l'usage social, et la forme de liaison entre production et consommation est la distribution et circulation. C'est le principe à la base de l'économie politique, la forme de liaison entre les deux pôles génère une forme de fonctionnement concrète de la coordination entre production et consommation (par exemple l'origine de la plus-value). « Dans la production, les membres de la société adaptent (produisent, forment) les produits de la nature en fonction des besoins humains » (Marx, K., 1857 : 241). Il y a alors un « rapport général de la production à la distribution, à l'échange et à la consommation » (Marx, K., 1857 : 241). Les objets culturels sont produits, ils sont un objet de consommation, « dans la consommation, enfin, les produits deviennent objets de jouissance, d'appropriation individuelle » (Marx, K., 1857 : 241). Car la production est le point de départ, dans notre cas, la programmation-production et la consommation, le pourcentage d'audience, le final. « Ainsi la production apparaît comme le point de départ, la consommation comme le terme, la distribution et l'échange comme le moyen terme » (Marx, K., 1857 : 241- 242). Il est donc impossible de penser les deux termes de manière séparée. Nous ne pouvons étudier l'objet isolé en faisant abstraction de ses conditions de production et isolé de la consommation. Dans notre cas, de programmation-production et consommation des dessins animés. « Par conséquent, production est directement consommation, consommation est directement production. Chacune est immédiatement son contraire, mais en même temps s'opère un mouvement médiateur entre les deux » (Marx, K., 1857 : 244). La consommation n'est pas isolée, « la consommation donne l'impulsion à la production et elle crée également l'objet qui est la finalité de la production » (Marx, K., 1857 : 244).

L'objet des dessins animés télévisés est un produit et en même temps un objet de circulation et nous ne pouvons pas l'étudier en dehors du circuit programmation-production – circulation-consommation. C'est pour cela que dans notre recherche il ne suffit pas de rester dans le seul domaine de la mesure de l'audience, et non plus dans le seul domaine de décrire la circulation, la programmation de la grille ; il faut saisir le processus de consommation, la

jouissance de l'objet, ce que nous avons dénommé l'étude de l'appropriation des consommateurs de l'objet dessins animés.

Ainsi justifie-t-on les concepts théoriques à la base de la recherche : programmation-production et consommation. Et c'est pour cela que nous avons catégorisé les dessins animés selon le pays d'origine de la série, parce qu'il ne s'agit pas de décrire représentations isolées de leurs contraintes de production, il s'agit d'une industrie, et il n'est pas un problème mineur la description du système de circulation des marchandises culturelles. La production-Circulation et Consommation sont un problème total, une société globale.

## **2.3.- Les dessins animés comme un produit et en même temps un objet de signification**

Les dessins animés sont un produit, un objet dans lequel se génère une plus-value parce que l'audience ajoute une valeur commerciale par la publicité à la chaîne? C'est-à-dire, si l'objet est consommé (plus d'audience) il y aura une vente de l'espace plus chère et il y aura plus de profit économique pour la chaîne. L'objet réel « dessins animés » est une marchandise. « La marchandise est d'abord un objet extérieur, une chose qui par ses propriétés satisfait des besoins humains de n'importe quelle espèce. Que ces besoins aient pour origine l'estomac ou la fantaisie, leur nature ne change rien à l'affaire » (Marx, K. (1867) 1985 : 57)<sup>84</sup>.

Dans notre cas, il s'agit des dessins animés, c'est un produit qui renvoie à un mode de production, cela veut dire un procès de production, circulation et consommation. Il ne s'agit pas d'un produit utile, mais « l'utilité d'une chose fait de cette chose une valeur d'usage » (Marx, K. (1867)- 1985 : 58). C'est-à-dire « les valeurs d'usage ne se réalisent que dans l'usage ou la consommation » (Marx, K. (1867)- 1985 : 58). Il faut focaliser comme objet réel d'analyse la grille de programmation parce qu'elle est la description de l'objet de consommation ; et il est aussi important d'étudier les conditions d'appropriation des dessins animés, parce qu'il s'agit de saisir les valeurs d'usage.

Mais les valeurs d'usage ne sont pas dans l'apparence, « le caractère mystique de la marchandise ne provient donc pas de sa valeur d'usage. Il ne provient pas davantage des caractères qui déterminent la valeur » (Marx, K. (1867)- 1985 : 99). Il y a une différence entre une marchandise, un produit concret, (comme un bien économique, une auto, une maison), et un produit immatériel.

---

<sup>84</sup> Karl Marx (1987)- 1985 “Le Capital. Livre I”. Ed. Flammarion, Paris.

Dans le contexte de la télévision, les programmes mêmes de la télévision sont les objets d'échange, objets de la mesure des pourcentages d'audience, et sont immatériels, la génération des plus-values est différente des objets concrets. En ce qui concerne les objets concrets, il y a un problème de transformation de la matière première à travers des outils de production dans la construction d'un objet concret. Le décalage entre le temps de travail et la valeur de la main d'œuvre génère la plus-value, mais dans le cas des objets culturels, la plus-value est générée par la rêverie liée au produit, il s'agit en définitive de la corrélation entre la rêverie posée dans l'objet et la rêverie des consommateurs.

La situation de consommation et la situation des consommateurs a changé, nous ne sommes pas en 1867. Marc Augé (2000)<sup>85</sup> fait voir que dans l'échange économique aujourd'hui la valeur d'usage est la rêverie. Les consommateurs n'achètent pas un objet, les consommateurs achètent un imaginaire. Auparavant, le design était un travail sur l'objet d'usage, pour ajouter une valeur esthétique, maintenant il n'y a pas d'objet à produire, mais un imaginaire à produire. .

C'est très proche de notre objet d'étude, les dessins animés télévisés sont des objets qui portent des caractéristiques non matérielles, diégétiques-cognitives.

Car les objets dessins animés télévisés sont des objets de signification, et ce qu'il faut étudier est le parcours diégétique et cognitif posé dans la grille.

## **2.4.-Télévision Offre/Télévision Demande (marketing)**

Nous avons dit que l'objet dessins animés ne se produit pas seul, qu'il implique un mode de production et des outils de production, une matière première transformée en produit qu'il faut rendre intelligible en tant que procès de production-circulation et consommation.

Les descriptions de l'opposition entre la Télévision de l'offre et la Télévision de la demande construites dans le champ théorique des communications sont un point de départ solide pour saisir le mode de production dans lequel s'insère notre recherche.

Le mode de production de la télévision a changé : de la télévision de l'offre à la télévision de la demande. A l'époque de la TV de l'Offre "les Programmeurs disposaient d'un stock de programmes et sa fonction consistait à choisir le meilleur horaire pour mettre en

---

<sup>85</sup> Marc Augé (2000), "Fictions de fin de siècle", Ed. Fayard, Paris.

relation un programme avec son public potentiel » (Fonnet, L. 2003 : 17)<sup>86</sup>. Le Directeur de TV choisit une émission sur les critères artistiques, politiques et économiques en fonction d'Informer - d'Instruire - d'Entretenir.

La télévision de la demande est un changement du mode de production. La télévision doit s'autofinancer. Dans le cas chilien il faut que la totalité du budget se génère par la vente de publicité, même s'il s'agit d'une chaîne de l'état. Dans d'autres pays, comme la France, une part du budget doit se générer par la publicité. Dans ce cadre, la mesure de l'audience est très importante dans la production audiovisuelle. Les Programmeurs doivent produire une grille en fonction des publics, de leurs modes de vie et de leurs intérêts, dans chaque créneau horaire et en fonction d'une analyse de la concurrence. « La relation Producteur - Diffuseur est investie: c'est le Diffuseur qui émet ses désirs aux Producteurs » (Fonnet, L. 2003 :19)<sup>87</sup>.

François Jost (2005), en France, rappelle « qu'à partir de 1975, le budget des sociétés de télévision sera réparti en fonction des critères de l'audience et de qualité » (Jost, F. 2005 : 25)<sup>88</sup>. La télévision s'insère dans un procès séquentiel des transformations : « il n'est que de confronter les programmes de 1968- 1969 pour faire apparaître les changements qu'apporte l'année 70 » (Jost, F. 2005 : 16)<sup>89</sup>, « à la fin des années 60, les deux chaînes peuvent être décrites de la façon suivante : la première est un canal généraliste et culturel » (Jost, F. 2005 : 16)<sup>90</sup>, la deuxième chaîne accorde plus d'importance « à la fiction... 1976- 1979 : le triomphe du divertissement » (Jost, F. 2005: 19)<sup>91</sup>.

## 2.5.- L'objet culturel est dans une grille.

D'un autre côté, il y a un savoir accumulé par rapport à la description de notre objet réel : il n'est pas possible de décrire un dessin animé télévisé sans établir le lieu dans lequel il s'insère dans la grille.

Nous avons dit, dans l'introduction que la recherche s'éloigne théoriquement des propositions de F. Casetti (1988), et de Charaudeau (1991), entre d'autres, parce qu'elle ne présuppose pas un contrat de communication entre des émetteurs et des récepteurs, dans lequel le texte même peut donner les clés pour saisir les valeurs partagées par les deux. Nous

<sup>86</sup> Laurent Fonnet: "La programmation d'une chaîne de Télévision", Ed. Dixit, Paris, 2003.

<sup>87</sup> Laurent Fonnet, op. Cit.

<sup>88</sup> François Jost "Années 70: la télévision en jeu". Ed. CNRS, Paris, 2005.

<sup>89</sup> François Jost (2005), op. Cit.

<sup>90</sup> François Jost (2005), op. Cit.

<sup>91</sup> François Jost (2005), op. Cit.



avons dit aussi que la recherche s'insère dans la conceptualisation de F. Jost (1999, 2001)<sup>92</sup> : la liaison entre des émetteurs et des récepteurs ne se base pas sur la présupposition transcendante des valeurs partagées, «elle repose sur la promesse d'une relation à un monde dont le mode ou le degré d'existence conditionne l'adhésion ou la participation du récepteur » (Jost, 2001 : 17)<sup>93</sup>. « En d'autres termes, un document, au sens large, qu'il soit écrit ou audiovisuel, est produit en fonction d'un type de croyance visé par le destinataire et, en retour, il ne peut être interprété par celui qui le reçoit sans une idée préalable du type de lien qui l'unit à la réalité » (Jost, 2001 : 17)<sup>94</sup>. Par rapport à un programme « pour bien comprendre la fonction de celle a ... dans la grille, une analyse de l'emplacement des cases horaires s'impose » (Jost F. 2005 : 17)<sup>95</sup>.

Le public n'est pas un choix pour un programme concret, il regarde quelque chose en fonction de son temps libre et des possibilités de l'offre, par rapport à la relation qu'il veut d'établir avec le réel.

## **2.6.- L'objet culturel comme un objet de signification renvoie à un monde possible diégétique.**

**Notre objet d'étude, les dessins animés télévisés, comme le cinéma n'est pas un objet de représentation** (Jost, F. 2014 :8)<sup>96</sup>, qu'il soit possible d'analyser en soi même, il se pose dans un carrefour des mondes, il y a une promesse par rapport le monde réel.

Bien sûr que les dessins animés s'insèrent dans le pôle fiction, mais à l'intérieur de la fiction, ils peuvent être Réel/ Fictif/ Ludique (Jost, F. 2012 :88) : « les fictions « naturalisantes », c'est à dire celles qui tentent de réduire l'écart en mimant le plus possible des situations du monde réel et son apparence physique,... les fictions « ouvertement fictives », comme celles qui se déroulent dans un monde merveilleux, où tous les animaux cohabitent, où tous sont à la même échelle, quelle que soit leur espèce... , où ils parlent la même langue ; et les fictions « ludiques », qui ne sont que des prétextes à jouer avec les conventions du dessin animé (Tex Avery) ou à mettre en scène des « attractions », comme

<sup>92</sup>François Jost (1999), "Introduction à l'Analyse de la Télévision", Paris: Ed. Ellipses.

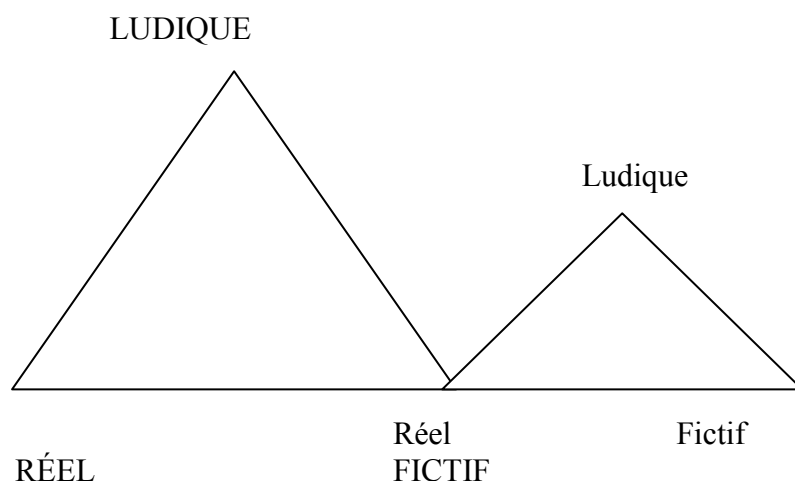
<sup>93</sup>François Jost (2001), "La télévision du quotidien", Ed. De Boeck Université, Paris.

<sup>94</sup>François Jost (2001), op. Cit.

<sup>95</sup>François Jost (2005) "Années 70: la télévision en jeu". Ed. CNRS, Paris.

<sup>96</sup> François Jost (2014), "Sous le cinéma, la communication". Ed. Vrin, Paris

Pokémon, dont l'intérêt vient des scènes purement « énergétiques » d'affrontement » (Jost, F. 2012 : 87- 88). C'est-à-dire, les dessins animés par définition n'sont pas la télé journal, ils ne sont pas un événement, ils sont des fictions. Cela veut dire que la chaîne, quand fait la programmation des dessins animés, propose au lecteur un espace non réel comme un document de la vie sociale, mais un monde fictif. Il faut regarder le graphique décrit par François Jost par rapport les Mondes Diégétiques (Jost, F. 2001)<sup>97</sup> et comme ils sont possible de se construire un sur des autres (Jost, F. ; Chambat- Huillon, M. 2005 :3)<sup>98</sup>.



Le lecteur à son tour ne prétend pas trouver là un document historique mais s'insérer dans un espace différent. Toutefois, cet espace, par définition une fiction, peut prendre comment référence ce qui est réel et être transformé l'expression d'un cadre de vie, François Jost l'appelle Mode Réel ou susceptible de être compris comme réel. D'une part, il peut s'agir d'un monde absolument éloigné de ce qui nous pensons qu'il est le réel, avec des personnages et/ou des actions qui ne sont pas en équivalence avec notre culturelle, et qui comment tel, a ses règles propres, et dans celui-là cas nous parlons d'un Monde de Fiction. Dans cette polarité, il existe les constructions de mondes qu'ils interconnectent tous les deux, François Jost fait la dénomination des Mondes Ludiques par le mélange entre fiction et réalité.

C'est-à-dire qu'il y a une promesse de rapport avec le monde que la chaîne propose à leur spectateurs. Par exemple, François Jost et Marie France Chambat-Houillon détectent dans la programmation des dessins animés de TF1, entre 6 et 9 heures un parcours qui part du

<sup>97</sup> François Jost (2001), "La télévision du quotidienne. Entre Réalité et Fiction", Ed. De Boeck- Ina, Paris

<sup>98</sup> François Jost, Marie France Chambat Houillon (2005), "Padres e hijos: miradas cruzadas sobre los dibujos animados", en *Revista Comunicación y Medios No 16, 2005*, Ed. ICEI, Universidad de Chile. <http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/rt/captureCite/11549/11906/ApaCitationPlugin>

monde fictif (*Dinos Junior, Bambou et Cie*) au monde ludique (*Franklin*), à l'approximation au monde réel (*Les Petites Crapules* : « la programmation de TF1 construit donc un parcours qui tire les enfants du monde du sommeil et du rêve pour les amener doucement à leur situation d'écolier dominée par l'apprentissage et les leçons de vie » (Jost, F. 2012 : 89)<sup>99</sup>, alors, il y a un parcours inconscient que la chaîne TF1 pose par rapport à l'identité de la chaîne responsable de la programmation infantile. Dans le cas de notre recherche, il s'agit de saisir les identités possibles des chaînes de télévision hertzienne chiliennes par rapport à la programmation infantile.

## **2.7- Les dessins animés télévisés comme des objets culturels renvoient à un Procès Cognitif.**

Nous avons dit dans l'Introduction que l'offre télévisuelle est définie non pas simplement comme une grille mais en suivant François Jost comme une promesse d'une relation à un monde (les mondes diégétiques présupposés), et en même temps, en produisant une extrapolation théorique du concept de F. Jost, comme une promesse cognitive.

Nous avons dit à l'Introduction qu'à la base des savoirs contemporains concernant la cognition ou si l'on veut plus spécifiquement par rapport aux procès intelligibles et perceptifs, se trouve le savoir des neurosciences cognitives. Ce que les sciences cognitives découvrent, c'est que le sujet ne capte pas l'objet réel comme relation incitation-réponse; ni comme un système de représentation opérant comme un ensemble de règles logiques similaires à celles d'un ordinateur. C'est l'apport du courant connexionniste de la neuroscience et de la perspective de F. Varela qui a été pris dans cette recherche. F. Varela "revisite les sciences cognitives pour défaire cette discipline de l'aspect computationnel qui la caractérise" (Infurchia, C. 2014 : 45)<sup>100</sup>.

Il est clair que la perception est construite, tout comme l'intellection; de fait, les sciences cognitives y compris la neuroscience nous disent que " 80% de ce que voit n'importe quelle cellule du NGL (noyau géniculé latéral) ne provient pas de la rétine, mais de la dense interconnectivité d'autres régions du cerveau" (F. Varela, 1996: 73); et qu'un système cognitif fonctionne quand nous voyons que les propriétés émergentes communiquent avec une

<sup>99</sup> Jost, F. (2012). *50 fiches pour comprendre les médias*. Paris: Ed. Bréal.

<sup>100</sup> Infurchia, Claudia: "*La mémoire entre neurosciences et psychanalyse*", 2014, Ed. Érès, Paris:

aptitude cognitive spécifique, où “les symboles, dans le sens conventionnel ne jouent aucun rôle” (F. Varela, 1996: 77)<sup>101</sup>.

On doit tenir compte du fait que les sciences cognitives sont un champ théorique, et comme tel, elles ont plusieurs développements temporels, et en même temps plusieurs ruptures épistémiques: “l’assimilation des sciences cognitives au cognitivisme serait, alors, une erreur logique” (D. Andler, 1992: 12) ; le cognitivisme est un des courants dudit champ théorique, qui a eu sa pertinence au siècle passé, en accord avec les problématiques de la conjoncture théorique de cette époque. “Le cognitivisme affirmait que le seul moyen de rendre compte de l’intelligence et de l’intentionnalité consistait à formuler l’hypothèse que la cognition consiste à agir sur la base de représentations qui acquièrent une réalité physique sous la forme d’un code symbolique dans le cerveau ou dans une machine” (F. Varela, 1996 : 39)<sup>102</sup>. Claudia Infurchia (2014)<sup>103</sup> fait remarquer que “F. Varela signifie son désaccord avec un point de vue du cognitivisme selon lequel “le critère d’évaluation de la cognition est toujours la représentation adéquate d’un monde extérieur prédéterminé” (Varela F. 1988 : 90-91)<sup>104</sup>” (Infurchia, C. 2014: p.50). F. Varela situe seulement dans les années 1970 le déplacement du champ théorique des sciences cognitives, établissant une rupture théorique, dans le sens de Bachelard (1972- 1974), car on découvre que l’hypothèse cognitiviste n’a pas de viabilité analytique: “dans les cerveaux réels il n’y a pas de règles, ni un opérateur central logique, et l’information n’est pas emmagasinée dans des lieux précis. En revanche, il était évident que le cerveau opérait à partir d’interconnexions massives également réparties, de sorte que les connexions entre les ensembles de neurones changent comme résultat de l’expérience. En résumé, ces ensembles présentent une capacité d’auto-organisation qui n’est pas propre à la logique” (F. Varela, 1996: 53).

Ensuite, pour parler du savoir de la neuroscience, il est nécessaire de situer les références historique et théorique par rapport à celles dont on se réfère. La première science cognitive pensera que la perception et l’intellection opèrent comme un opérateur logique. Dans le domaine de la sémiotique et de la linguistique, les théorisations de Chomsky et Nicolas Ruwet par rapport à la grammaire générative étaient construites sur cette perspective. L’apport de la première science cognitive, des années 50-60, fut en définitive de faire voir que la perception est construite par le cerveau, que ce n’est pas la réalité qui parle. Son erreur fut de penser qu’il s’agissait d’un schéma logique représentationnel. L’apport du courant connexionniste dans les années 70 fut de détecter qu’un système logique n’opérait pas, mais

<sup>101</sup> Varela, Francisco “Conocer”, 1996, Ed. Gedisa, Barcelona

<sup>102</sup> Op. Ci

<sup>103</sup> Op. Ci

<sup>104</sup> Varela, Francisco Invitation aux sciences cognitives”, Paris, Ed. Le Seuil, 1988

des connexions cérébrales sans aucun schéma organisateur séquentiel. “Les théories d’A. Damasio, G. Edelman et celles de F. Varela comportent toutes la notion de “sélection”. Ces neuroscientifiques mettent tous en avant l’idée que l’activité cérébrale est l’œuvre de processus complexes au sein desquels se produit une sélection” (Infurchia, C. 2014: p.52)<sup>105</sup>. Il y a des différences entre F. Varela y G. Edelman. Edelman (1992- 2000)<sup>106</sup> lie les connexions cérébrales aux processus d’adaptation. Selon lui le cerveau est un système de reconnaissance: il sélectionne les éléments qui vont contribuer à la cohérence de son fonctionnement. En revanche, F. Varela lie les dites connexions à l’histoire du sujet ce qui, dans le cas des espèces vivantes, a démontré s’être vérifié; c’est à dire à l’histoire socioculturelle, d’où le concept d’énaction élaboré par les sciences cognitives les plus actuelles.

Le plus significatif du point de vue communicationnel, est l’existence d’un espace vide des premiers courants cognitivistes qui croyaient que le traitement de l’information se basait sur des règles séquentielles appliquées une à une, et donc qui étaient incapables de comprendre le traitement parallèle de l’information: « la recherche continue d’algorithmes de traitement parallèle a eu peu de succès parce que toute l’orthodoxie informatique semble aller précisément contre ce courant » (F. Varela, 1996:55).

Autre déficience analytique de la démarche cognitiviste était de conceptualiser le traitement symbolique comme localisé ; cependant, ce que découvre le connexionnisme dans sa rupture épistémique avec l’hypothèse cognitiviste, c’est que dans l’intellection et la perception, opèrent des formes distribuées; ainsi *“l’intelligence la plus profonde et fondamentale est celle du bébé qui peut acquérir le langage à partir de manifestations journalières et éparses, et qui peut distinguer des objets significatifs à partir de ce qui semble être une mer de lumières”*(F. Varela, 1996: 56).

Précisément, la plus grande capacité de la cognition vivante consiste dans une grande mesure à poser les questions pertinentes qui surgissent à chaque moment de notre vie, et qui ne sont pas prédéfinies mais énoncées: on les fait émerger depuis un arrière-plan, et l’important est ce que notre sens commun juge comme tel, toujours dans un contexte” (F. Varela, 1996: 88-89). La connaissance est, alors, historique, ce n’est pas un ensemble de règles ni de supposés logiques. Ainsi, dans le domaine de la couleur, ni les oiseaux ni nous ne sommes plus précis pour appréhender un monde réel objectif indépendant de nous-mêmes. La couleur n’est pas une représentation d’une longueur d’onde, sinon le produit de propriétés réflexives d’une superficie: “il y a un processus complexe (que nous comprenons seulement

---

<sup>105</sup> Op Ci

<sup>106</sup> Edelman, G. Biologie de la conscience”, Paris, Ed. Odile Jacob, 1992-2000

partiellement) de comparaison coopérative entre de multiples ensembles neuronaux du cerveau, lequel détermine la couleur d'un objet selon l'état cérébral global qui correspond autant à une image de la rétine qu'à une certaine expectative de ce que devrait être cet objet" (F.Varela, 1996: 105), c'est à dire l'antithèse, la Gestalt. Selon la Gestalt (Kanizsa, 1986), la perception était une perception de figures, de contours visibles, qui se construisent soit par proximité, soit par ressemblance. La ressemblance établit une relation entre le perçu et le monde réel, et la proximité se conceptualise comme un regroupement d'objets en fonction des figures du réel accumulées dans le cerveau. A cela il ajoute, comme constitution des objets perceptives, des lois comme la continuité de direction, la prégnance, les articulations du visible sans rien laisser en dehors, et la cohérence globale. Les dits procès sont toujours de constitution de figures, en définitive par approximation avec la réalité. Nous savons aujourd'hui que cela est absolument éloigné des savoirs par rapport au perceptif développé actuellement par les sciences cognitives.

En suivant Jean Petitot-Cocorda (2000)<sup>107</sup>, d'un point de vue cognitif et sémiotique, nous pouvons situer, au niveau descriptif, deux instances ou niveaux de construction perceptive:

-la notion de figure comme contours visibles, ce qui correspondrait à la notion de figure de la Gestalt, et que J. Petitot-Cocorda définit comme: "parties séparables, dans le sens de morceaux" (J. Petitot-Cocorda, 2000: 75)<sup>108</sup>, morceaux que nous pourrions traduire par fragments;

-et la notion de "parties non séparables -ou moments- comme contours, couleurs, entre autres, qui étant des composants nécessaires des objets impliquent avec leur extension une relation de dépendance" (J. Petitot-Cocorda, 2000: 75); c'est à dire que ce sont des fragments associatifs qui se séparent de l'objet représentant autre chose, par relation associative dans un autre espace ou échelle perceptive.

C'est-à-dire que la perception peut entrer en correspondance avec des structurations simples du visible, ou complexes; et qu'il est nécessaire de distinguer deux types de segmentation du figural ou expérience sensible: les segments avec contours et figures claires, c'est-à-dire, ce que nous dénommerions le "réel ingénu", ce qui correspondrait, par exemple, à identifier un emblème d'un parti politique, l'image d'un candidat; et la figuration connective d'espaces perceptifs détectés au-delà des formes visibles (ce que Petitot-Cocorda illustre comme perception de couleurs avec des couleurs, de lignes avec des lignes, etc., au-delà de

<sup>107</sup> Jean Petitot-Cocorda Physique du Sens, 2000, Paris: Ed. CNRS

<sup>108</sup> Jean Petitot-Cocorda Physique du Sens, 2000, Paris: Ed. CNRS

son format spécifique), ce qui renvoie à un collage et/ou un bricolage de catégories associées à un candidat et/ou un parti, exprimé en de multiples supports.

Ensuite, nous savons aujourd'hui comment opère la perception et que *la perception n'est pas distincte de la cognition, sinon qu'elle est une manifestation du système cognitif, ce qui implique les procès de a) focalisation de l'espace perceptif, ce que d'autres auteurs nomment Indexation, qui peut être de paroles<sup>109</sup> et/ou d'images<sup>110</sup>, b) les procès de lien entre les bas-ensembles segmentés, ou focalisés ou indexés, ce qui peut s'exécuter à partir de concepts ou par association d'images de contiguïté spatiale<sup>111</sup>, ou par un dispositif d'implication corporelle avec la machine.*

Cependant, l'objet de cette recherche n'est pas de rendre compte de la façon dont opère l'intellection et/ou la perception des consommateurs de dessins animés télévisés. Les procès impliqués en elle ont été l'objet d'autres recherches. Ici, il s'agit de décrire le type de traitement cognitif impliqué dans les dessins animés télévisés, leur simplicité ou leur complexité cognitive. C'est-à-dire, les procès de liaison des sous-ensembles focalisés, peuvent être simples ou complexes. Complexe, au sens où les sous-ensembles focalisés peuvent en même temps générer plusieurs voies –ou plus- d'interprétation en même temps, car il a une présence en plusieurs d'archives du monde (mémoire cérébrale, produit de l'histoire socioculturelle); c'est pourquoi on construit un traitement parallèle<sup>112</sup> de l'information ; où la description du traitement parallèle n'est pas le nombre d'espaces détectés, ni le nombre d'espaces en soi détectés par seconde (le nombre d'espaces détectés par seconde est un indicateur de la capacité de segmenter les sous-ensembles de la réalité), mais la complexité est définie par les multiples liaisons que le sujet fait des espaces focalisés. On produit des argumentations multiples impliquant l'établissement de connexions du segmenté de la réalité. Car ce qui se focalise (ou indexe) apparaît en diverses archives de la mémoire visuelle, on établit des relations de connexion et de dépendance, articulant tout ce qui est focalisé en de nombreuses structurations cohérentes. À partir de cela on fait une articulation globale totalisatrice.

<sup>109</sup> Vignaux, Walter, Silverstein « Du Corpus à l'Hypertexte ». En « *Hypertextes hypermédias* », Balpe, Lelu-Mervial, Saleh, Laubin; Ed. Hermes, Paris, 2001, page 284

<sup>110</sup> Foucault, Beatrice y Coulet, Jean-Claude « Étude Expérimentale de l'Évolution des stratégies de Navigation et de l'Apprentissage dans un cours en ligne ». En *Hypermédias et Apprentissages N° 5*. De Vries, Pernin, Peyrin; Grenoble, 2001, Pag. 65-66

<sup>111</sup> Dînet, Jérôme, « Les Nouveaux Outils de Recherche Documentaire sont-ils compatibles avec les stratégies cognitives des élèves? ». En *Hypermédias et Apprentissages N° 4*, Rouet, De la Passardièrre ; Potiers, 1998, Pag. 152

<sup>112</sup> Il y a trois axes constitutifs de la pensée: " Traitement parallèle" (les différents aspects de l'information sont traités en même temps par des unités semblables aux neurones appelées parfois neurones "formels"); " Réseaux répartis": les unités de traitement sont toutes connectées entre elles, formant ainsi un vaste réseau dans tout le cerveau; et "Niveau sub-symbolique".

Certains textes ont besoin d'être mis en lien avec d'autres textes pour se faire comprendre, la notion sémiotique d'intertextualité puis d'hypertextualité sont en définitive une mise en marche d'une complexité cognitive.

Le concept d'intertextualité a tenu différentes définitions dans la théorie sémiotique. Julia Kristeva<sup>113</sup> dans 1970 fait la définition des sous ensembles du texte qu'ils renvoient à d'autres textes, tout texte renvoi à un dehors du texte, pour le saisir. Il s'agit de la même définition de George Landow<sup>114</sup> mais comme un descripteur de les nouvelles technologies qui à travers de links permet le passage à d'autres espaces, d'autres textes. La définition de Landow est plus référée à les conceptions anciennes des sciences cognitives (dans las quelles on pense un parcours linéaire, séquentiel du récit, et de toute cognition). C'est pour cela, en concordance avec le développement actuel des sciences cognitives, nous l'avons définie comme la présence d'argumentation parallèle<sup>115</sup>.

La simplicité cognitive serait l'inverse de cela, impliquant un développement séquentiel d'un seul espace perceptif ou archive mentale.

Dans le chapitre méthodologie nous expliquerons l'outil analytique de simplicité/complexité.

Le développement de descripteurs qui permettent de catégoriser la proposition de l'offre télévisée à ses consommateurs fait l'objet de cette recherche, sachant que ce que l'on propose à un consommateur n'est pas une représentation, mais ce qu'il peut regarder durant son temps libre en fonction des autres offres télévisées ou non, mais a) une relation à la vie du point de vue diégétique, que ce soit un monde réel (comme regarder un journal télévisé, un documentaire, etc.), ou un monde entièrement imaginaire, éloigné du réel (presque comme s'immerger dans un espace diamétralement différent de ce qu'est la vie) ou encore un monde qui est un mélange de fiction et de réalité; et b) une proposition cognitive, c'est à dire, que les conditions proposées par les dessins animés télévisés ont des protocoles de liaisons entre des fragments focalisés simples, c'est-à-dire, avec un seul développement séquentiel où il s'agit des propositions complexes de différents niveaux et de dimensions qui s'interconnectent entre elles.

---

<sup>113</sup> Julia Kristeva: "Le Texte du roman. Approche sémiologique d'une structure discursive transformationnelle" Ed. Mouton, La Haye, 1970.

<sup>114</sup> George Landow : "Teoría del Hipertexto", Ed. Paidós, Barcelona, 1997.

<sup>115</sup> Rafael del Villar: "Publicidad Política y Posicionamiento Plural: el trabajo sobre la ambigüedad del texto", en *Revista Comunicación y Medios, Año 14, No 15*, Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile, 2004.



Dans ce contexte, sont données les bases théoriques pour catégoriser les dessins animés télévisés, non seulement d'un point de vue diégétique, mais aussi cognitif.

## **2.8.-Les catégorisations des types d'audience.**

Nous avons dit que l'importance théorique de l'insertion de l'audience est donné dans les conceptualisations théoriques développées par rapport aux processus de production-circulation et consommation, la catégorisation valeur d'usage/valeur d'échange, la catégorisation de l'opposition télévision de l'offre/télévision de la demande (marketing) ; c'est-à-dire la télévision de la demande n'est pas possible sans mesure de l'audience parce qu'il s'agit de produire- programmer selon la consommation, et la consommation n'est pas le volume d'achat d'un produit, c'est la tasse d'audience, le numéro de spectateurs qu'ils regardent.

Mais il faut définir les variables qui feront la catégorisation de l'audience. Ce n'est pas seulement méthodologique, mais aussi un problème théorique qui est de connaître les catégories qui feront la description des publics, dans notre cas, la strate sociale, le genre et les âges de vie.

La strate sociale a un lieu connu dans le champ théorique des communications. La strate sociale est une possibilité d'homogénéité des publics. C'est pour cela qu'elle est une variable incluse dans toutes les études du marché : A B C1 / C2 / C3/ D sont des catégorisations des consommateurs.

Dans la construction théorique des strates sociales on laisse voir la contribution de Max Weber<sup>116</sup>, avec l'insertion du prestige social, du pouvoir et de l'économie dans la construction de l'indicateur; c'est la base de la théorie de la stratification sociale de Bernard Barber<sup>117</sup>. Car un individu ne se définit pas comme appartenant seulement à un niveau de salaire, mais plutôt par sa place dans une hiérarchie de prestige : le statut. Le statut selon Weber caractérise l'individu d'après le choix d'un mode de vie, d'une manière de consommer, de se loger, de se vêtir, de se marier, de penser, d'éduquer ses enfants. La personne est identifiée avec un niveau de salaire mais avec une hiérarchie de prestige social (le quartier

---

<sup>116</sup> Max Weber *Économie et Société* (posthume 1921), traduction du tome 1 par Julien Freund, Plon, 1971 ; édition de poche, Pocket, 1995 et 2003

<sup>117</sup> Bernard Barber "*Social Stratification. A comparative analysis of structure and process*", Ed. Harcourt Brace, New York, 1957

dans lequel elle habite, une manière de s'habiller, de vivre les loisirs, d'instruire ses fils, entre autres) et à un niveau par rapport au pouvoir social (parti, type de profession, etc..).

Le genre est une autre variable qui a un lieu dans le champ théorique des sciences humaines. Les savoirs acquis de l'anthropologie<sup>118</sup> et de la psychanalyse<sup>119, 120</sup> permettront d'insérer le genre comme une variable analytique. Au Chili, les recherches empiriques sur les différences de genre par rapport aux cultures visuelles permettent comprendre deux choses par rapport à la variable du genre : a) différences dans la consommation des dessins animés, de 10 à 12 ans les garçons consomment plus que les filles, et de 25- 29 ans les femmes consomment plus que les hommes<sup>121</sup>, b) il n'y a pas de différences perceptives et cognitives par rapport à la navigation par Internet entre hommes et femmes dans les âges de vie 11-12 ; 16-18 et 20-24 ans<sup>122</sup> ; et c) il y a des différences de genre dans la navigation par Internet aux âges de 40-45 et 50-55 ans, par rapport aux contenus préférés et par rapport à la consommations des objets culturels<sup>123</sup>. Car le genre est une probabilité de différencier les publics.

Mais il faut insérer une troisième variable, les âges de vie. L'âge de vie est a) biologique : enfance, puberté, adulte, troisième âge, b) une phase du procès productif de la société : le jardin d'enfants, l'éducation primaire, l'éducation secondaire, le travail productif ou l'éducation supérieure, le travail productif et la retraite, et c) l'âge technologique : les phases d'équipement technologique de la société concrète, objet d'étude.

Ce qui signifie qu'au moins en ce qui concerne l'âge il y a une "double dimension, naturelle et culturelle: d'une part, l'âge selon la nature, c'est-à-dire la trajectoire psychobiologique marquée par des étapes objectives – la marche, le langage, la dentition, la puberté, la ménopause ou andropause, la perte de l'audition... - jusqu'au décès; d'autre part, l'âge selon la culture, c'est-à-dire l'élaboration symbolique de ces phases vitales "(Deschavanne Éric y Tavoillot Pierre-Henri, 2007 : 25)<sup>124</sup>, Car le parcours de l'âge n'est pas un procès seulement physique.

---

<sup>118</sup> Margared Mead. Male and Female: The Classic Study of the Sexes, Ed. Harper Collins, Quill, (1949) 1998

<sup>119</sup> Juliet Mitchel "Psychanalyse et féminisme", Ed. Des Femmes, Paris, 1974,

<sup>120</sup> Julia Kristeva "Mélanie Klein: le génie féminin", Ed. Fayard, Paris, 1999

<sup>121</sup> Lire chapitre 2.1 pages précédents : Conseil National de Télévision, 1999 échantillon 1176 enfants 7- 13 ans

<sup>122</sup> Rafael del Villar Muñoz: Projet de Recherche Fondecyt No **1061166**, Santiago du Chili, 2008

<sup>123</sup> Rafael del Villar Muñoz: Projet de Recherche Fondecyt No **1011200**, Santiago du Chili, 2012- 2015

<sup>124</sup> Deschavanne Éric y Tavoillot Pierre-Henri, 2007. Philosophie des Âges de la vie. Paris. Ed. Bernard Grasset

C'est le savoir déjà acquis qui nous a permis générer l'outil analytique pour la variable âge dans la construction de l'échantillon. « L'engagement progressif dans les activités hétérosexuelles constitue un autre fait marquant de l'adolescence et le groupe des amis occupe une place tout à fait centrale à cet égard, puisque c'est au sein de ce groupe qu'auront lieu les premières rencontres avec l'autre sexe » (Claes, Michel (2003 : 95)<sup>125</sup>. Nous avons catégorisé de la façon suivante:

-7 à 11 ans: cette étape est préalable à l'adolescence, et à la préoccupation pour la séduction amoureuse. Les relations se focalisent sur la famille et sur le groupe d'amis<sup>126</sup>,

-12 à 15 ans: les savoirs précédents nous font présupposer que ce segment est dans une époque de changement de focalisation de la vie, ce pourquoi nous pouvons présupposer que ce qui est commun est la vie amoureuse et les relations entre pairs<sup>127</sup>

-16 à 19 ans: on se focalise sur l'espace externe comme principe constitutif. Dans cette tranche d'âge de vie précède la vie productive et/ou professionnelle. Les jeunes au Chili intègrent l'éducation supérieure à la 17ième année.

## 2.9.- Quelques précisions théoriques.

Il y a plusieurs signifiants par rapport la nomination de notre objet d'étude, et, en plus plusieurs signifiants renvoient à différent signifiés.

Il faut dire que l'animation et la vidéo-animation sont des signifiants référés à tout les produits liée aux dessins animées, mais, ils font l'inclusion aussi des jeux- vidéo, et des bandes dessinés nommées Manga ou Comic, Cartes, etc. etc. C'est la même dénomination en indépendance du pays d'origine.

Les COMIC sont les bandes dessinées américaines.

Les MANGA sont les bandes de dessinés japonaises.

On parle d'anime pour les produits de l'animation japonaise, c'est le même signifié de animation, ou de vidéo animation, mais avec la spécificité qu'il est référé a leur origine, la culture japonaise.

<sup>125</sup> -Claes, Michel (2003), « L'univers social des adolescents », Editions Presses de l'Université de Montréal : Québec.

<sup>126</sup> -Furman, W., & Wehner, E.A. (1997). Adolescent romantic relationships: A developmental perspective. In S. Shulman & W.A. Collins (Eds.), *New directions for child development* (No. 78).

<sup>127</sup> - Dunphy, Dexter C. 1963. The Social Structure of Urban Adolescent Peer Groups. *Sociometry* 26: 230–246

## **Chapitre 3: Méthodologie**

La recherche fait un mélange entre le qualitatif et le quantitatif. Il s'agit d'un modèle de recherche complexe qui traite de lier formellement les deux espaces de la recherche scientifique.

### **3.1. Stratégie de la recherche première partie**

Nous avons dit que le but de la recherche est la description des formes de fonctionnement sémiotique cognitive des dessins animés de la télévision hertzienne au Chili, et leurs conditions de circulation (offre), et consommation, pendant le mois de juin de l'année 2000. Dans le contexte théorique développé, la description semiocognitive des dessins animés télévisés doit partir de la description de la grille de programmation proposée au public.

#### **3.1.1 Le premier objectif spécifique de la recherche**

Le premier objectif de la recherche est :

a) la description de la grille de programmation des dessins animés de télévision hertzienne. Il s'agit de décrire toutes les séries télévisuelles de dessins animés de la télévision hertzienne collectée pendant le mois de juin de l'année 2000, à Santiago du Chili. Au Chili, il y a cinq chaînes de télévision hertzienne : Télévision Nationale du Chili (chaîne de l'État), Télévision Université Catholique (chaîne de l'Université Catholique Pontificale qui appartient à l'Église Catholique au moment de la recherche, aujourd'hui elle a été vendue à une entreprise privée), Chaîne Megavisión et Chaîne Chilevisión de propriétaires privés, et finalement Chaîne UCV Télévision (qui appartient à l'Université Catholique de Valparaiso) ; mais cette chaîne a très peu d'affluence et elle n'est pas regardée dans tout le pays, elle n'est même pas regardée dans sa propre région à cause de problèmes technologiques, sauf à l'intérieur des chaînes payantes ; c'est pour cela qu'elle ne fait pas l'objet de la présente recherche.

### **3.1.2. Le deuxième objectif spécifique de la recherche**

Le deuxième objectif spécifique de la recherche concerne à :

b) la description des mondes diégétiques présumés (Réel/Fiction/Ludique) dans chaque programme comme dans les rapports de la grille même. Il s'agit d'une analyse qualitative.

Nous avons défini théoriquement le monde diégétique réel comme un vraisemblable avec le réel, comme une simulation. Nous avons construit l'outil analytique de le décrire comme un vraisemblable au niveau des rapports sociaux établis dans la totalité du chapitre étudié, c'est-à-dire les actions établies par les personnages (s'ils simulent le comportement de la vie quotidienne) et au niveau des caractéristiques même du personnage, soit par rapport à la construction visuelle, soit par rapport aux caractéristiques possibles de se donner à la vie réelle. La présence des deux niveaux nous permet la catégorisation comme un monde diégétique authentifiant ou réel.

Nous avons défini théoriquement le monde diégétique fiction comme la substitution du vraisemblable au réel, alors l'outil analytique a été décrire actions et des caractéristiques des personnages éloignée du vraisemblable des règles de ce qui pourrait être le réel, soit par rapport aux contenus, soit par rapport au visuel.

Nous avons défini théoriquement le monde diégétique ludique comme un mélange entre fiction et réel. Car nous avons fait la construction d'un outil analytique pour le décrire comme une mise en scène où les actions établies par les personnages sont possibles de se réaliser dans les règles du réel (vraisemblable), mais les personnages mêmes n'ont pas la caractéristique d'être vraisemblables avec les règles du réel, ou bien les personnages ont les caractéristiques du vraisemblable du réel, mais les actions développées ne sont pas possibles de ce comprendre dans les règles du vraisemblable par rapport la réalité.

Ainsi, le point de départ sera l'analyse qualitative d'un chapitre et l'élaboration d'un modèle interprétatif qui sera validé par une saturation du modèle (selon la contribution de la sémiotique) c'est-à-dire analyser les séries laissées sans analyser et tester si la même interprétation est applicable.

Une fois réalisée la construction du modèle interprétatif de chaque série nous ferons l'analyse des rapports entre chaque série et les autres qui suivent dans le parcours de la grille de chaque chaîne pour savoir si à travers la réitération, il est possible de déduire les principes constitutifs de l'offre télévisuelle des dessins animés.

### 3.1.3 Le troisième objectif spécifique

Le troisième objectif spécifique de la recherche est :

**c) la description des procès cognitifs présupposés (Simple/ Complexe) dans chaque programme, il s'agit d'une analyse qualitative.**

Nous avons défini théoriquement les descripteurs du procès cognitif posé dans les dessins animés télévisés : simplicité/complexité. **Nous avons construit l'outil analytique de constater la présence de simplicité cognitive quand il y a un seul espace perceptif comme un axe central : conflit - développement- final.** Nous suivons la description de Bremond, c'est-à-dire une « séquence élémentaire, qui reproduit ce processus, s'articulera typiquement en trois moments principaux, chacun donnant lieu à une alternative :

- une situation qui « ouvre » la possibilité d'un comportement ou d'un événement (sous réserve que cette virtualité s'actualise) ;
- le passage à l'acte de cette virtualité (par exemple, le comportement qui répond à l'incitation contenue dans la situation « ouvrante ») ;
- l'aboutissement de cette action, qui « clôt » le processus par un succès ou un échec » (Bremond, C. 1966 : 21)<sup>128</sup>.

Dans ce processus Bremond détecte trois types de rapports entre les séquences : linéal (« bout à bout »), d'enclave (une petite histoire a un effet dans un noyau central) et de parallélisme défini comme programme narratif/ anti programme).

Nous avons fait la construction d'un outil analytique pour saisir la complexité cognitive comme la présence de plusieurs espaces à la fois, soit a) parce que la série n'est pas un seul noyau thématique (non plus un seul récit), par exemple une série de dessins animés télévisés peut être une histoire d'amour, à la fois le développement de la contradiction entre le monde des humains versus le monde des animaux, à la fois une histoire de pouvoir ; etc. ; soit b) parce que la série pour la comprendre a besoin d'autres textes ; c'est-à-dire, leur forme de fonctionnement textuel est l'intertextualité. Dans ce cadre, la présence d'au moins quatre espaces cognitifs sera conceptualisée comme complexe, soit par des rapports d'intertextualité nécessaires pour la comprendre, soit parce que il s'agit de plusieurs noyaux thématique, soit parce qu'il s'agit de plusieurs récit avec des rapports multiples sans un noyau narrative centrale.

---

<sup>128</sup> Bremond, Claude : « Le message narratif » dans Revue Communications No 4, 1966

### 3.1.4. Le quatrième objectif spécifique de la recherche

Concernant le quatrième objectif spécifique, nous avons construit à partir des objectifs précédents une description de l'offre réelle des dessins animés selon un point de vue des mondes diégétiques et cognitifs. Il s'agit d'une analyse qualitative, une déduction formelle sur les catégories détectées.

### 3.1.5. Le cinquième objectif spécifique de la recherche

En ce qui concerne le cinquième objectif spécifique, nous avons fait une étude quantitative. Il s'agit d'une analyse des données secondaires qui ont été construites par le Conseil National de Télévision (organisme du gouvernement chilien qui fait des études sur la télévision en même temps qu'il a un rôle de vigilance culturelle) et le Secrétariat Général du Gouvernement (entité qui s'occupe des communications du gouvernement) en relation à la mesure de l'audience durant le 3 juin et jusqu'au 30 juin 2000.

S'il est vrai que la mesure de l'audience des dessins animés doit faire l'inclusion de :

- statistiques de l'audience de tout l'univers de l'offre culturelle aux enfants et aux jeunes, et
- bien sûr de tous les types de télévision payante et non-payante (hertzienne). Dans le cas chilien les statistiques de la télévision payante et non-payante (point b) n'existent pas parce que la mesure de l'audience de télévision non-payante est un phénomène nouveau au Chili, qui n'existait pas en 2000. Au Chili, la mesure de l'audience est faite à travers le people meter, un dispositif similaire à l'ancienne audimat française.

Les consommateurs sont classifiés dans les catégories :

Heure	Durée	Âge	Homme	Homme	Homme	Homme	Femme	Femme	Femme	Femme	total%
			ABC1	C2	C3	D	ABC1	C2	C3		
											rat%
INFANTILE – Exemple Chaîne											
13:42:16	0:28:03	4 à 9	0.5	2.2	3.7	7.5	1.4	3.1	4.2	5.3	3.5
13:42:16	0:28:03	10 à 14	1.1	2.7	4.2	4.2	1.1	1.4	3.2	3.2	2.6
13:42:16	0:28:03	15 à 19	0.3	1.1	0.9	1.9	0.4	0.6	1.8	1.9	1.1
13:42:16	0:28:03	20 à 24	0.8	1.0	0.7	2.1	0.6	0.9	1.8	3.0	1.4
13:42:16	0:28:03	25 à 29	0.5	0.5	0.8	0.9	0.4	1.0	1.7	5.2	1.4
13:42:16	0:28:03	30 à 34	0.3	0.3	0.9	1.9	1.2	0.8	1.8	1.1	1.0
13:42:16	0:28:03	35 à 39	0.2	0.7	1.2	1.0	0.4	1.2	1.8	2.5	1.1
totales%			0.5	1.2	1.8	2.8	0.8	1.3	2.3	3.2	1.7

Les catégories de stratification de l'échantillon sont : tranches d'âge, stratification sociale (strate haute ABC1, strate moyenne C2, strate moyenne basse C3, strate basse D), et genre (Homme / Femme).

Nous avons dit dans l'Introduction que la mesure de l'audience chilienne s'effectue à l'aide d'outils très similaires à l'Audimat français. Il faut se rappeler que « L'Audimat était un système d'audimétrie passive mesurant de manière très précise le fonctionnement du téléviseur (marché/arrêt, chaîne regardée), ces informations étant mémorisées et transmises par modem à un centre de traitement dans la nuit. Cet Audimat première version constituait un net progrès par rapport aux techniques précédentes, cependant ce système ne mesurait pas le comportement des individus au sein du foyer » (Fonnet, L., 2003 : 212). La mesure de l'audience ne permet pas de saisir le choix d'un programme versus l'autre possibilité audiovisuelle (vidéo-enregistreur, jeux-vidéo, ordinateurs), et nous ne savons même pas si l'appareil de télévision est regardé ou non, ou seulement allumé, c'est pour cela qu'il avait à la France un changement d'outil de mesure de l'audience, mais au Chili, l'outil est l'ancienne Audimat.

Les données de l'audience que nous pouvons collecter au Chili sont des constructions statistiques, les systèmes de mesures chiliens nous permettent de saisir *l'audience moyenne*, terme générique d'indicateur d'audience de la télévision. Pour un moment déterminé (spot publicitaire, émission, etc.), c'est la moyenne arithmétique de l'audience des différents instants mesurés (selon une unité de temps : minute, seconde, quart d'heure, etc.) ; et *la part d'audience*, rapport entre le nombre de téléspectateurs d'une émission ou d'une chaîne et le nombre de téléspectateurs de l'ensemble des émissions ou chaînes (Totalité de Télévision hertzienne).

Il faut tenir en compte la différence avec la France. En France, le panel de mesure Audi Câble, à partir de 1998, prend en compte l'audience du satellite en plus de celle du câble. En 2000 le panel MédiaCabSat, outil de mesure d'audience audiométrique des chaînes du câble et du satellite, est annoncé. « En 2001, les 350 foyers recrutés pour le panel MédiaCabSat (disposant d'une réception numérique en plus de la réception analogique) sont intégrés dans le panel Médiamat qui passa ainsi de 2800 à 3150 foyers » (Fonnet, L., 2003 : 213). Le système Médiamat, dans lequel s'insère MédiaCabSat, est « exploité depuis le 27 février 1989. Médiamétrie a mis en place dans 2300 foyers représentatifs des foyers français (soit 5630 individus de 6 ans et plus) des audimètres, véritable boîte noire du comportement des téléspectateurs. Ceux-ci signalent leur présence devant le téléviseur, chaque membre du foyer ayant un bouton-poussoir propre » (Fonnet, L., 2003 : 212). La mesure de l'audience française est très proche des consommateurs multimédias des dessins animés de notre



recherche. Plus proche parce que Médiamétrie a mis en place des audimètres, ceux-ci signalent leur présence devant le téléviseur, chaque membre du foyer ayant un bouton-poussoir propre, il ne s'agit pas de savoir si l'appareil de télévision est allumé ou s'il s'est arrêté sur quelque chaîne concrète, comme c'est le cas de la mesure chilienne.

La part d'audience nous pouvons la comprendre, non pas comme un indicateur réel d'audience (parce que nous n'avons pas la connaissance des données de toutes les chaînes de télévision payantes et non-payantes, et nous ne connaissons pas non plus le comportement du consommateur par rapport à tout le support signifiant des dessins animés), mais comme un indice de tel ou tel programme qui est plus souhaité que d'autres, dans un échantillon construit. Il s'agit d'un petit morceau du réel.

### **3.1.6 Le sixième objectif spécifique de la recherche**

**Quant au sixième objectif**, il s'agit de la description de la grille de programmation, de l'audience, des mondes diégétiques et conditions cognitives présumés : carrefour analytique des liaisons entre la production-circulation et consommation. La démarche est déductive, nous avons fait la liaison au niveau du contenu des pôles détectés dans les phases précédentes. Il y a la liaison des données empiriques qui infère statistiquement (l'audience) avec les caractéristiques des mondes diégétiques et mondes cognitifs présumés que nous avons apercevons qualitativement, dans le contexte qui est l'inférence statistique (l'audience) qui donne un rôle analytique fondamental à la construction descriptive.

## **3.2. Stratégie de la recherche et bases épistémologiques**

La stratégie de la recherche fait un mélange entre le qualitatif et le quantitatif. Il s'agit d'un modèle de recherche complexe qui traite de la façon de lier formellement les deux espaces de la recherche scientifique : l'inférence d'un côté, l'analyse qualitative de l'autre.

En plus, nous l'avons déjà dit dans le chapitre théorique, les dessins animés n'impliquent pas un support signifiant spécifique, mais font l'usage de plusieurs : bande dessinée (Comics/ Mangas), films, séries télévisuelles, jeux-vidéo (ou dans des consoles de jeu-vidéo ou dans l'ordinateur), Internet (sites web), CD Rome Interactifs ; etc... C'est-à-dire que nous sommes en face d'un consommateur multimédia qui peut interpréter le texte sur la

base d'un savoir présent dans d'autres textes, qui presque par règle sont des supports signifiants différents. Alors, les mesures d'audience sont complexes dans l'année 2000.

Il est clair qu'auparavant les mesures de l'audience étaient simples : il s'agissait de faire la mesure de tous les consommateurs dans le même temps pour savoir quel pourcentage de l'audience regardait un programme de télévision ou un autre, le people meter était un exemple de cet outil valable durant cette période historique. Mais, en 2000, le problème est plus complexe : d'un côté, il y a l'expansion des fréquences de télévision payantes et non payantes ou hertziennes (par exemple au Chili, il y a une totalité, au moins, de 58 chaînes de télévision basique payantes et non-payantes, et selon le contrat il peut y en avoir 69 ou plus de cent). D'un autre côté, le consommateur peut regarder une vidéo VHS, peut jouer aux jeux-vidéo, peut regarder l'ordinateur, peut jouer aux jeux-vidéo sur l'ordinateur, etc.

Alors, pour acquérir le savoir descriptif sur les audiences, il faut faire une rupture méthodologique, et faire le mélange entre le quantitatif et le qualitatif. Cela veut dire, qu'il faut partir d'autres bases épistémiques. Les données statistiques, dans le cas chilien sont une construction abstraite du comportement du consommateur. Le pourcentage d'audience nous pouvons la comprendre, non pas comme un indicateur réel d'audience (parce que nous n'avons pas la connaissance des données de toutes les chaînes de télévision payantes et non-payantes, et nous n'avons pas non plus les connaissances du comportement du consommateur par rapport à tous les supports signifiants des dessins animés), mais comme un indice de tel ou tel programme qui est plus souhaité que d'autres, dans un échantillon construit. Il s'agit d'un petit morceau du réel. *Car il s'agit de décrire des Pôles de Consommateurs.*

### **3.3. Stratégie de la recherche deuxième partie**

#### **3.3.1 Le septième objectif spécifique de la recherche**

Par rapport au septième objectif (a), **il s'agit de la description des mécanismes d'appropriation des dessins animés (variables associées au goût, à l'évaluation et l'identification, et au merchandising associé aux dessins animés), à travers une enquête auprès de 300 étudiants** distribués par strate sociale, âge et genre dans les villes de Santiago

(capitale du pays, ville industrielle et de services), Antofagasta (ville minière, désert, au Nord du pays), et Temuco (ville agricole, au sud du pays).

Nous avons dit que l'enquête a pour but l'acquisition de données réelles de variables associées à la consommation de la « videoanimación ».

### 3.3.2 Construction de l'échantillon

**Pour la construction de l'échantillon**, nous avons choisi les villes de Santiago, d'Antofagasta et de Temuco. Pour la sélection des villes, nous avons retenu les trois critères suivants:

- présence des mêmes systèmes de circulation de télévision hertzienne et payante.
- réalité socio-économique: Santiago est la Capitale du Chili, et correspond à la Zone Centrale, c'est le noyau de l'activité financière, des services et de l'industrie. Temuco et Antofagasta sont des Provinces. Antofagasta correspond à une ville minière dans le désert, dans la zone nord du Chili, où les activités productives sont essentiellement minières et de services associés à elle. Temuco correspond à une ville du sud du pays, à l'intérieur des lacs, volcans, rivières, forêts, et qui est consacrée principalement à l'agriculture et de génération et exploitation des bois. Il s'agit de trois espaces visuels qualitativement différents, en même temps que trois types de réalité productive différents.

**Un échantillon intentionnel** : il ne s'agit pas d'un échantillon d'inférence représentatif de toute la réalité, parce que les données de l'inférence statistique nous ont donné l'inférence nécessaire de la consommation concrète, alors, il s'agit d'approfondir, de saisir la question: Quelles sont les variables associées à la consommation des dessins animés télévisés ? L'échantillon est alors intentionnel, il est différencié par la strate sociale, le genre, et les âges de vie, parce qu'il s'agit de décrire des données polaires de différentes formes de fonctionnement de consommation des dessins animés.

**Il est clair qu'un premier critère retenu est la strate socioéconomique.** Il est évident que les consommateurs ont un accès différent aux divers produits liés aux dessins animés télévisés. Dans cette perspective nous avons choisi la Haute Strate, la Strate Basse, et la Strate Moyenne, comme fil conducteur. Mais, comme il s'agissait d'une étude dont le dernier but est qualitatif, il n'était pas possible d'avoir un critère homogène de strate moyenne à Santiago. Antofagasta et Temuco sont des villes minière et agricole respectivement, et son tertiaire (le secteur services) est moins développé qu'à Santiago. Santiago est une ville fondamentalement industrielle et de services, et donc le tertiaire est très développé. De là, et

pour maintenir la profondeur analytique de la description des pôles distinctifs, on a choisi de prendre comme critère de construction de l'échantillon

- Santiago: Strate Moyenne Haute, strate Moyenne Basse, strate Haute, et strate Basse,
- Temuco et Antofagasta: Strate Haute, Strate Moyenne et Strate Basse.

**Un autre critère de construction de l'échantillon intentionnel est l'âge de vie.**

Nous avons défini dans le chapitre théorique l'importance de l'inclusion des âges de vie comme critère analytique. C'est le savoir déjà acquis qui nous permet la construction d'un outil analytique pour faire l'inclusion de la variable dans la construction de l'échantillon. « L'engagement progressif dans les activités hétérosexuelles constitue un autre fait marquant de l'adolescence et le groupe d'amis occupe une place tout à fait centrale à cet égard, puisque c'est au sein de ce groupe qu'auront lieu les premières rencontres avec l'autre sexe » (Claes, Michel (2003 : 95)<sup>129</sup>. Nous avons catégorisé :

-7 à 11 ans: nous avons déjà dit dans le chapitre « considérations théoriques »: avant de l'adolescence, et de la préoccupation pour la séduction amoureuse, rapports sociaux focalisé dans la famille et dans le groupe d'amis<sup>130</sup>,

-12 à 15 ans: nous avons synthétisé dans le chapitre « considérations théoriques » que les savoirs sur les âges de vie nous font présupposer que ce segment est dans la puberté, alors, il y a un changement de focalisation de la vie, le plus importants est la vie amoureuse et les relations entre pairs<sup>131</sup>

-16 à 19 ans: nous avons déjà dit que cette étape considère l'espace externe comme principe constitutif, un préalable à la vie productive et/ou professionnelle. Les jeunes chiliens intègrent l'éducation supérieure à 17 ans.

**Le troisième critère de construction de l'échantillon est le genre.** Les savoirs des sciences cognitives, de la sémiotique et de la psychanalyse (plus les études de genre, sans doute) nous permettent de présupposer un comportement homogène plus large de notre objet d'étude, si nous le différencions par genre masculin/féminin.

---

<sup>129</sup> Claes, Michel « *L'univers social des adolescents* », Editions Presses de l'Université de Montréal : Québec, 2003.

<sup>130</sup> -Furman, W., & Wehner, E.A. (1997). "Adolescent romantic relationships: A developmental perspective". En S. Shulman & W.A. Collins (Eds.), *New directions for child development* (No. 78). Romantic relationships in adolescence: Developmental perspectives (pp. 21-36). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

<sup>131</sup> -Dunphy, Dexter C. 1963. The Social Structure of Urban Adolescent Peer Groups. *Sociometry* 26: 230-246

### 3.3.3 La sélection de l'échantillon à étudier.

Les critères de sélection des collèges sont les suivants : économique (coût de l'éducation), prestige social et territorialité, et, finalement, le rendement scolaire dans l'évaluation statistique du Ministère Nationale de l'Éducation. Il s'est agi de se polariser sur les collèges choisis qui étaient des pôles qualitativement différents par rapport à la strate sociale.

### 3.3.4. Taille de l'échantillon

L'échantillon utilisé est un échantillon intentionnel, parce qu'il n'a pas été construit avec une représentativité statistique aléatoire d'une population, mais on a voulu polariser les données, de façon telle à obtenir des types polaires de fonctionnement culturel associé aux dessins animés télévisés.

C'est pour cette raison que nous avons seulement considéré la représentativité minimale statistique de trente cas globaux pour chacune des strates socioéconomiques dans chacune des villes, et nous avons choisi l'échantillon en incluant comme critère l'âge de vie et le genre, de 30 cas au moins. **La totalité des enquêtes représente 300 cas.**

## 3.4. Construction d'Instruments de Mesure : enquête.

Nous avons construit un questionnaire de 77 questions et avons effectué un pré-test pour valider leur compréhension dans la tranche 7 - 11 années. C'est très important de garder le même instrument pour l'analyse des données.

L'analyse du pré-test nous a permis de détecter la possibilité de passer la même enquête a tous les groupes d'âge de vie, parce que bien que le questionnaire ait 18 pages et 77 questions, les plus jeunes s'amuse en y répondant, sauf à la question No 22: les cartes magiques ont-elles une valeur artistique? Les plus jeunes n'ont pas compris la question.

Concrètement il y a eu des changements par rapport au premier questionnaire construit:

- dans la question 17, il a été nécessaire d'inclure une autre question;
- dans la question 13, il a été nécessaire d'inclure une autre question;
- les questions 53, 54, 55, 56, 57, et 58 ont été éliminées (6 questions).

L'enquête définitive menée dans les collèges a été effectuée sur la base d'une totalité réelle de 73 questions.

Nous avons décidé de passer la même enquête auprès de tous les segments à partir de la validation déjà faite.

Les sujets de l'enquête sont :

- Préférences culturelles
- Autres Supports consommés: Comics, Manga, Jeux-Vidéo, Ordinateur /Internet, Trading Card, Films
- Dessins Animés et Merchandising
- Dessins Animés télévisés Spatialité
- Dessins Animés télévisés et Amicaux
- Dessins Animés télévisés et Famille
- Dessins Animés télévisés Monde Intérieur
- Dessins Animés télévisés et Apprentissage - Créativité

### 3.5. **Analyse statistique des données**

Analyse statistique des données : les réponses à l'enquête sont traitées statistiquement, en croisant les données par strate, âge de vie et genre.

## 3.6 **Description de mécanismes d'appropriation des dessins animés**

Toujours concernant le septième objectif (b), **il s'agit de la description des mécanismes d'appropriation des dessins animés** (variables associées au goût, l'évaluation et l'identification, et le merchandising associé aux dessins animés), **à travers de la recherche ethnographique.**

Nous avons dit que **l'étude sociologique et ethnographique de la consommation permet de** saisir le sens que les consommateurs infantiles donnent à cette consommation parce que la description précédente nous a permis de décrire les principes inconscients posés dans la programmation des chaînes. Nous connaissons la consommation de cette programmation, et les caractéristiques des mondes diégétiques et les procès cognitifs posés dans les dessins animés télévisés; mais nous ne savons rien sur le sens que les nouvelles générations donnent à cette consommation. Dans ce contexte, l'enquête sociologique nous apporte un premier compte rendu du sens que les consommateurs donnent à leur consommation des dessins animés télévisés. Mais une enquête est toujours une description des grands paramètres de la population, et non pas une étude approfondie.

C'est pour cela que nous avons effectué une recherche ethnographique des villes de Santiago, Antofagasta et Temuco, pour décrire les espaces de circulation de tous les objets liés aux dessins animés. Nous avons procédé, comme dans toute étude de champ, à une interview de membres de la Communauté, jusqu'à saisir toute une liste de directions, d'espaces d'échange des objets liés aux dessins animés (DVD, Jeux-Vidéo, Revue, Marchandising, etc.).

- Nous avons récolté à nouveau une information ethnographique, à travers l'observation participante, des lieux (espaces réels) d'interaction des sujets sociaux liés à la videoanimation.

- Nous avons détecté l'Offre et la Consommation Télévisuelle de « Videoanimation », et les magasins existants à Santiago, Temuco et Antofagasta qui vendent des produits liés à la « videoanimation », nous avons étudié à nouveau la totalité des magasins spécialisés dans les trois villes; et à leur tour les grands magasins qui vendent aussi des produits liés à la « videoanimation ».

**PARTIE 2**

**GRILLE DE PROGRAMMATION,**

**MONDES DIEGETIQUES COGNITIVES**

**PRESUPPOSEES**

**Chapitre 4 :**

**Description de l'offre télévisuelle**



# Chapitre 4 : Description de l'offre télévisuelle

## 4.1. Description de la Grille de Programmation

Comme nous l'avons dit précédemment ce n'est pas possible de faire une étude sémiotique des dessins animés télévisé en soi, isolée du lieu qu'ils occupent dans la grille de programmation. À partir de cela, on développe la description sémiotique des mondes diégétiques présumés et leur structuration cognitive. Par ailleurs, il faut le lire en fonction des chapitres à venir : le chapitre cinq qui se réfère à la consommation, aux audiences, et le chapitre six qui traite de l'analyse sociologique et ethnographique de la consommation.

Ainsi, la grille de programmation de la télévision hertzienne au Chili, est le point de départ.

### 4.1.1 Chaîne Televisión Pontificia Universidad Católica de Chile: Juin (6)<sup>132</sup> 2000

Remarquons que les dates du lundi 19 juin 2000 et du lundi 26 juin 2000 sont des jours fériés, et c'est pour cela qu'il y a des programmations de dessins animés, cependant la règle est la présence de dessins animés seulement le samedi et dimanche.

Car, il faut l'analyse de la programmation du samedi et le dimanche : quelle est la règle structurante derrière la programmation ?

En effet, l'insertion d'une unité productive dans un modèle de production-circulation et consommation comporte des règles, et dans le cas de l'autofinancement de la production-programmation pour le marché cela signifie qu'il doit y avoir une audience, une cible, un public objectif. Pour avoir un public, il doit y avoir une programmation régulière, tous les jours à la même heure. La programmation est définie par deux axes : vertical et horizontal ; c'est-à-dire les séquences verticales sont définies par le temps, au matin n'est pas le même horaire que la nuit, ou une heure prime (20 heures, parce qu'il y a plus publique, après du

---

<sup>132</sup> Le chiffre entre parenthèse signifie le mois de recollection de l'information; c'est à dire le mois de juin. Alors, dans le parcours descriptif nous avons nommé, par exemple (4/6), (9/6), cela veut dire que la série s'a donné par télévision les jours 4 y 9 de juin.

Journal Télévisée). Les séquences horizontales sont définies par l'axe des jours, ce n'est pas égal un jour férié (un samedi ou dimanche) avec un jour du travail (de lundi à vendredi). À niveau graphique, et à niveau de la production télévisée (par l'usage des programmes numériques comme Excel), on parle de programmation verticale pour les parcours des jours à la semaine, de lundi à dimanche, chaque jour est une colonne, et nous parlons de programmation horizontale pour le développement du temps, chaque heure est une ligne du temps, de 7 à 24 heures, par exemple). C'est la dénomination que nous ferons l'usage.

Il est clair, que la programmation se construit sur l'interrelation des deux axes : les parcours des jours et les parcours de l'heure. Il est clair, aussi par la physique, pour définir un phénomène il faut le décrire en l'interrelation de deux axes : l'espace et le temps. Dans notre cas, l'espace sont les jours, une réalité différente parce qu'il s'agit des relations productives de la société, et le temps est les parcours horaires autour de la production de la société.

Dans ce cadre, la programmation d'une chaîne 'a l'intérieur d'un mode de production de la demande du marché doit tenir une continuité, une programmation régulière définie sur les deux axes, parce qu'il y a un consommateur qu'il est un cible que la chaîne souhaiterait impliquer comme un public.

D'autre côté, décrire la grille est le point de départ pour la description de la production des objets culturels, parce qu'elles s'insèrent en processus de circulation constitutives d'un mode de production de la demande, c'est pour cela que la description de la grille fait l'inclusion de la catégorie pays d'origine, non pas par un problème seulement culturel, mais pour pouvoir saisir les procès de circulation qu'ils sont insérés dans la production.

Les séries des dessins animés diffusées le samedi et le dimanche par la Chaîne de Télévision Pontificia Universidad Católica de Chile sont :

<p>AVENTURAS DE SUPER MARIO (USA) 12:37:03 à 12:50:59 : (4/6) ; (18/6) ; (25/6); <i>il y a de la programmation verticale- horizontale, parce qu'il y a une continuité de programmation.</i>  GARFIELD ; (USA) 14:23:33 à 14:42:42 : (3/6) ; (10/6) ; (17/6) ; (24/6); <i>il y a de la programmation verticale - horizontale, parce qu'il y a une continuité de programmation.</i>  GARDIANS DE L'HISTOIRE ; (USA) 09:36:22 à 09:50:51 : (4/6) ; (18/6) ; (25/6) ; <i>la série est très proche de la programmation verticale - horizontale.</i>  LE MASCARA (USA) 13:03:51 à 13:17:41 : (4/6) ; (18/6) ; (25/6) ; <i>mais dans la semaine du dimanche 11 juin, l'heure est : 15:40:00 à 15:50:41 ; il y a une programmation verticale de la série par semaine (le dimanche), mais pas de continuité horaire.</i>  LAS AVENTURAS DE TIMON Y PUMBA; (USA) 11:00:07 à 11:12:06 (26/6) ; <i>la série n'a pas de continuité, pas de programmation verticale - horizontale</i>  LES AVENTURES DES OURS GUMM (USA) 11:29:09 à 11:42:00 (4/6) ; (25/6) ; <i>la série n'a pas de continuité, elle ne s'insère pas dans la programmation verticale - horizontale</i></p>	<p>-LOS CUENTOS DE SHELLY *(USA) 11:42:30 à 11:58:26 (4/6); (18/6); (25/6); <i>il ne s'agit pas d'un dessin animé.</i>  LOS CAMPEONES (USA) 12:11:19 à 12:22:38 : (4/6) ; (18/6) ; (25/6) ; <i>la série est très proche de la programmation verticale - horizontale</i>  LOS SIMPSONS, (USA) 00:14:58 à 00:32:14 (2/6) ; (9/6) ; (16/6) ; (23/6) ; <i>la série présente une continuité ou programmation verticale – horizontale.</i>  TOM Y JERRY KIDS, (USA) 10:08:50 à 11:41:25 à 11:51:25 (le samedi 10/6) ; 16:28:45 à 16:38:00 (le dimanche 4/6 et le dimanche 17/6) ; <i>il n'y a pas de programmation verticale – horizontale.</i>  TOM Y JERRY (USA) 12:26:47 à 12:36 (le dimanche 11/6) ; 16:33:01 à 16:43:01 (le samedi 24/6); 16:02:15 à 16:12 (le dimanche 25/6) ; <i>il n'y a pas de programmation vertical - horizontale.</i>  SNOOPER AND BLABBER (USA), 11:20:50 à 11:32:54 (3/6) ; <i>la série n'a pas de programmation verticale- horizontale</i></p>
---	---

Seulement les « Gardiens de l'histoire », « Las aventuras de Super Mario », « Garfield », « La máscara », « Los campeones », et « Los Simpsons, c'est à dire, 6 séries sont placées selon les principes d'une programmation verticale à l'intérieur d'une totalité de 11 programmes. Nous n'avons pas considéré Les contes de Shelly parce qu'il ne s'agit pas d'un dessin animé. Quel est le signifié de la régularité de la programmation ? Nous pouvons faire la déduction à partir du sens inverse de la régularité : s'il y a répétition du non régularité de la programmation infantile nous pouvons déduire que la chaîne ne considère pas la régularité comme un principe constitutif de sa programmation infantile. Mais pourquoi la chaîne fait la programmation régulière dans le monde adulte ? La déduction est simple, les enfants ne sont pas un cible dans le sens du marketing, les programmeurs les considèrent comme n'ayant pas un goût spécifique car ils peuvent regarder un programme quelconque de dessins animés.

Alors, seulement le 54,5% de la programmation s'insère dans le principe de faire la présupposition d'un consommateur objectif qui souhaite regarder un type de programme et ne pas présupposer que le public des enfants peut regarder un programme quelconque dans la catégorie de genre dessins animés. Mais il faut tenir compte du fait que la programmation de « Les Simpsons » n'est pas dans un créneau horaire des enfants, la série est donnée à minuit, alors, dans notre déduction il ne s'agit donc pas d'un 54,5 % de programmation régulière des dessins animés pour les enfants, il s'agit de 5 séries de 10 ; c'est-à-dire un 50% de programmation régulier verticale- horizontale.

**Par rapport la description de la programmation du lundi jour férié selon l'axe de programmation verticale- horizontale (continuité)/ non-continuité), on regarde qu'il n'y a pas de continuité:**

Il n'y a pas de programmation verticale- horizontale pour tous les jours fériés : le lundi 19/6/2000 n'est pas égal au lundi 26/6/2000, et même il n'est pas égal dans le même créneau horaire. Le lundi 19/6/2000 dans le créneau horaire de 10h à 10h30 il y a seulement Tom & Jerry kids (USA) ; le lundi 26/6/2000 dans le créneau horaire de 11h à 11h30, il y a Las Aventuras de Timón y Pumba (USA) (11h à 11h12) et Flash Gordon (USA) de 11:22:56 à 11:32:01.

**D'autre part la caractéristiques de la programmation de dessins animés de la Chaîne Pontificia Universidad Católica de Televisión selon l'origine des séries est:**

- la totalité des séries (13) est de provenance américaine (100%).

Le principe dominant de la chaîne de télévision Pontificia Universidad Católica de Televisión est la programmation irrégulière à différents créneaux horaires. Pour la Chaîne, les

enfants ne sont pas une cible. C'est-à-dire si la logique du mode de production est la production de plus-value, parce que, pour la règle économique, même sanctionnée légalement par la Loi 19132 de l'année 1992, le principe, au niveau réel, à la base est de ne pas penser les téléspectateurs infantiles comme marchandise, ils ne sont pas un objet de marché.

Il est possible de lier la description précédente à un autre problème : Pourquoi la Chaîne donne seulement des productions américaines ? La chaîne connaît l'audience totale du Chili et Pourquoi ne fait-elle pas l'usage d'un savoir de marketing pour le programme ?

#### 4.1.2 Chaîne de Télévision : Chilevisión (Canal 11 télévision hertzienne) Juin (6) 2000:

Bien que les lundis 19 juin et 26 juin soient des jours fériés, la programmation reste régulière dans les différents créneaux horaires.

Les séries des dessins animés diffusées par la Chaîne de Télévision Chilevisión sont :

Abbott y Costello (USA)	Looney Tunes (USA)
Alvin y las Ardillas (USA)	Los Justicieros (Asie)
Dragón Quest (Asie)	Melotoons (USA)
El Detective Conan (Asie)	Merrie Melodies (USA)
El Show de Underdog (USA)	Pokémon (Asie)
Gasparin (USA)	Sailor Moon (Asie)
Kitaro (Asie)	Samurai X (Asie)
La Pequeña Lulú (USA)	Sky Dancers (USA)
La Princesa Sally (Asie)	Slam Dunk (Asie)
Las Aventuras de Gulliver (USA)	Superman (USA)
Las Tres Mellizas (Europe)	Tres pequeñas fantasmas (USA)

La règle est la programmation verticale- horizontale régulière du lundi au vendredi: la plupart des séries (81,8%) paraissent à heure fixe au moins une fois par semaine (cela signifie la présupposition d'un public spécifique), sauf le 18,2% : «Merrie Melodies» (USA ; *une fois, le mercredi 2 juin*), «Superman» USA ; *une fois, le lundi 5 juin*), «Looney Tunes» (USA) (*une fois le jeudi 1 juin*), et «Melotoons» (USA ; *une fois le dimanche 11 juin*).

L'exception s'applique aussi pour les séances spéciales du samedi après-midi.

Les séries avec continuité de programmation **le matin, jour de semaine**, sont :

Abbott y Costello (USA) : lundi à vendredi (matin) ; pendant la moitié du mois, il s'agit d'un remplacement de « Tres pequeños fantasmas ».	Las Tres Mellizas (Europe) : lundi à vendredi (matin) ; et samedi et dimanche (matin)
El Show de Underdog (USA) : lundi à vendredi (matin)	Pokémon (Asie) : lundi à vendredi (à partir de la dernière semaine du mois)
Gasparin (USA) : lundi à vendredi (matin)	Tres pequeñas fantasmas (USA) : lundi à vendredi (matin) ; pendant la moitié du mois, après elle est remplacée par « Abbott y Costello ».
La Princesa Sally (Asie) : lundi à vendredi (matin)	
Las Aventuras de Gulliver (USA) : lundi à vendredi (matin)	

Il y a 7 séries dans une programmation régulière, parce que Abbott y Costelo (USA) est un remplacement de « Tres Pequeños Fantasmas » (Trois petites fantômes), USA.

Cela signifie : 5 séries américaines = 71,4%  
 1 série européenne = 8,3%  
 2 séries asiatiques = 28,6%

Les séries avec continuité de programmation **l'après-midi jour de semaine** sont :

Dragón Quest (Asie) : lundi à vendredi (l'après- midi) El Detective Conan (Asie) : lundi à vendredi (l'après- midi) Kitaro (Asie) : lundi à vendredi (l'après-midi)	Pokémon (Asie) : lundi à vendredi (l'après-midi) Slam Dunk (Asie) : lundi à vendredi (l'après-midi)
---	--

Il y a cinq (5) séries en continuité de programmation.

Cela signifie : 5 séries asiatiques = 100%.

Les séries avec continuité de programmation **le matin le samedi et dimanche** sont :

Alvin y las Ardillas (USA) : samedi (matin) La Pequeña Lulú (USA) : samedi et dimanche (matin) Las Tres Mellizas (Europe) : samedi et dimanche (matin)	Sailor Moon (Asie) : samedi et dimanche (matin) Sky Dancers (USA) : samedi (matin) Slam Dunk (Asie) : samedi et dimanche (matin)
--	--

Il y a 6 séries en continuité de programmation.

Cela signifie : 2 séries asiatiques = 33,33%  
 3 séries américaines 50%  
 1 série européenne = 16,66%

*Le principe dominant de la chaîne de télévision Chilevisión est la programmation régulière dans tous les créneaux horaires, parce que la programmation dans différents créneaux horaires existe seulement pour 5 séries.*

*Précisons que le samedi après-midi dans le créneau horaire de 15h30 à 16h30 il ne s'agit pas de séries mais de cinéma d'animation.*

La séance spéciale (le samedi après-midi) est :

Samurai X (Asie) : trois semaines (le samedi de 15 : 34 :19 heures, jusqu'à 16 :37 :44)

Los Justicieros (Asie) : une semaine (le samedi 24 juin de 15 :37 :53 heures, jusqu'à 16 :46 :01)

Pokémon (Asie) : quatre semaines (le samedi de 16h50 heures jusqu'à 17h53)

Il y a trois (3) séries de séance spéciale

Cela signifie : 3 séances asiatiques = 100%

### **Caractéristiques de la programmation de dessins animés de la Chaîne Chilevisión selon l'origine des séries:**

Par rapport à l'origine de la production, la règle est l'hégémonie de la production américaine le matin (71,4% jour de semaine et 50% les samedi-dimanche) ; et l'hégémonie de la production asiatique (Japon) l'après-midi jour de semaine (100%) et samedi-dimanche (100%).

Dans la programmation de Chilevisión le principe de base est que les enfants sont une cible, c'est la logique de la marchandise, c'est la demande, l'audience. Cela veut dire que la programmation s'insère dans le mode de production dominante : le réglage de la production par l'audience, s'il n'y a pas de plus-value, il n'y a pas de chaîne, c'est une chaîne privée. Il faut insérer les données de l'audience concrète pour tester si la programmation (dans ce cas régulier) est une fonction de la concurrence ou il est comme il est par hasard.

### **4.1.3. Chaîne de Télévision : Megavisión (Canal 9 télévision hertzienne)**

Même si les lundis 19 juin et 26 juin sont fériés la programmation est régulière dans les différents créneaux horaires.

Notons une exception pour un programme spécial journalistique (le mercredi 14 juin 2000) en raison d'une tempête de pluie à Santiago qui a causé des inondations dans toute la ville.

Notons également une autre exception pour un programme sportif (football) le jeudi 29 juin 2000. Le dessin animé Arnold n'est pas diffusé et la série Dragon Ball Z n'est pas diffusée dans le créneau horaire 18h30 à 19h00, mais dans le créneau 17h15 à 17h50.

Les séries des dessins animés diffusées par la Chaîne de Télévision Megavisión sont :

Arnold (USA)	Los Pequeños Picapiedras (USA)
Cat Dog (USA)	Los Picapiedras (USA)
Delfy (USA)	Max Steel (USA)
Dr. Slum (Asie)	Tick La Garrapata (USA)
Dragón Ball (Asie)	Tarzán (USA)
Dragón Ball Z (Asie)	Séance spéciale : Cinéma Dragón Ball (Asie)
Los Cazafantasmas (USA)	

La règle est une programmation régulière : toutes les séries sont diffusées à l'heure fixée au moins une fois par semaine (cela signifie la présupposition d'un public spécifique) avec les exceptions déjà prévues.

Les séries avec programmation régulière verticale- horizontale le matin (jour de semaine) sont :

Dr. Slum (Asie) Dragón Ball (Asie)	Los Cazafantasmas (USA) Los Picapiedras (USA)
---------------------------------------	--

Il y a 4 séries en programmation régulière le matin jour de semaine

Cela signifie : 2 séries américaines = 50%

2 séries asiatiques (Japon) = 50%

Les séries avec programmation régulière verticale- horizontale l'après-midi sont :

Dragón Ball Z (Asie)	Arnold (USA)
----------------------	--------------

Il y a 2 séries en programmation régulier :

Cela signifie : 50% séries asiatiques (Japon), et 50% séries américaines.

La séance spéciale (le vendredi horaire en prime time) est : Dragón Ball (Asie)

Cela signifie : 1 film = 100% Japon

Les séances du samedi et du dimanche avec programmation régulière verticale- horizontale sont :

- le matin (samedi et dimanche) :

-Delfi (USA) -Los Pequeños Picapiedras (USA) -Tick La Garrapata (USA) -Los Picapiedras (USA) -Cat Dog (USA)	-Dragón Ball (Asie) -Tarzán(USA) -Max Steel (USA) -Dr. Slamp (Asie)
---	--

Il y a 9 séries avec programmation régulière le matin :

Cela signifie : 7 séries américaines = 77,8%

2 séries japonaises = 28,6%

- l'après-midi (dimanche) : Tarzan (USA)= 100%

### **Caractéristiques de la programmation de dessins animés de la Chaîne Megavisión selon l'origine des séries:**

Par rapport à l'origine de la production, la règle est une hégémonie partagée de la production américaine et japonaise, le matin et l'après-midi, du lundi au vendredi; il y a également une hégémonie de la production américaine les samedis et dimanche.

En outre, il faut ajouter la séance spéciale dans le créneau horaire de grande audience le vendredi, 100% japonaise.

Le principe dans la programmation de Megavisión à la base est que les enfants sont une cible, c'est la logique de l'audience. Cela veut dire que la programmation s'insère dans le

mode de production dominante : le réglage de la production par l'audience, s'il n'y a pas de plus-value, il n'y a pas de chaîne, c'est une chaîne privée. Il faut insérer les données de l'audience concrète pour valider en plus que cette description n'est pas un problème de hasard.

#### **4.1.4. Chaîne de Télévision : Télévision Nationale du Chile (Canal 7 télévision hertzienne)**

Les 8 séries des dessins animés diffusés par Chaîne de Télévision «Televisión Nacional de Chile » sont :

BATMAN (USA)	MERRIE MELODIES (USA)
EL MUNDO FANTASTICO DE RICHARD (USA)	SPEEDY GONZALEZ (USA)
FESTIVAL DE PORKY (USA)	SUPERMAN (USA)
LAS AVEN.DE SILVESTRE Y PIOLIN (USA)	TINY TOON (USA)

Rappelons de nouveau, que les dates des lundis 19 juin 2000 et 26 juin 2000, sont des jours fériés, c'est la raison pour laquelle il y a une programmation des dessins animés, mais la règle reste la diffusion de dessins animés seulement le samedi et le dimanche.

Il faut donc faire l'analyse de la programmation du samedi et du dimanche.

L'analyse de la programmation dans chaque créneau horaire nous permet de saisir que l'unique série avec un comportement de programmation régulière est Batman, le dimanche de 11h09 à 11h26 ((4/6), (11/6), (18/6), (25/6)). En outre, « El mundo fantástico de Richards » est très proche de la programmation verticale par créneau horaire (4/6), (11/6), et (25/6). Le principe constitutif de la programmation est non régulier dans la plupart des créneaux horaires, et d'autre part, la même série peut se trouver dans différents créneaux horaires différents jours.

Il n'y a pas le principe de faire la présupposition d'un consommateur qui souhaite regarder un type de programme à une heure concrète, les enfants ne sont pas une cible. C'est une chaîne étatique, qui n'a pas pour objectif la génération de plus-value, mais elle doit quand même s'autofinancer, et le système est que si le programme n'a pas d'audience, à court terme, il fermera, alors il y a un mode de production mis en acte malgré les intérêts des personnes qui font la télévision. Il faut dire scientifiquement qu'au moins par rapport aux enfants, ils ne sont pas considérés comme une cible.

**Caractéristiques de la programmation des dessins animés de la Chaîne Télévision Nationale du Chili selon l'origine des séries :**



La totalité des séries (8) sont d'origine américaine (100%), ce qui implique une position spécifique qu'il faut comprendre de façon approfondie.

## 4.1.5. Considérations sur la Grille de Programmation Infantile de la Télévision hertzienne durant l'année 2000.

### 4.1.5.1 Les séries dans l'année 2000 (juin)

Toutes les séries de dessins animés diffusées par les Chaînes de Télévision chiliennes le matin, jusqu'à 13h30, sont :

<p>Abbott y Costello (USA) : lundi à vendredi (matin) ; pendant la moitié du mois, il s'agit d'un remplacement de « Tres pequeños fantasmas » (Chilevisión).</p> <p>Alvin y las Ardillas (USA) : samedi (matin) (Chilevisión).</p> <p>Arnold (USA) (Megavisión)</p> <p>Aventuras de Super Mario (USA) (TVUC)</p> <p>BATMAN (USA) (TVN)</p> <p>Cat Dog (USA) (Megavisión)</p> <p>Cuentos de Shelly (USA) (TVUC)</p> <p>Delfy (USA) (Megavisión)</p> <p>Dr. Slum (Asie) (Megavisión)</p> <p>Dragón Ball (Asie) (Megavisión)</p> <p>EL MUNDO FANTASTICO DE RICHARD (USA) (TVN)</p> <p>El Show de Underdog (USA) : lundi à vendredi (matin) (Chilevisión).</p> <p>FESTIVAL DE PORKY (USA) (TVN)</p> <p>FLASH GORDON (USA) (TV UC)</p> <p>Gasparin (USA) : lundi à vendredi (matin) (Chilevisión).</p> <p>Gardians de l'histoire (USA) (TVUC)</p> <p>La Máscara (USA) (TVUC)</p> <p>La Pequeña Lulú (USA) : samedi et dimanche (matin) (Chilevisión).</p> <p>La Princesa Sally (Asie) : lundi à vendredi (matin) (Chilevisión).</p> <p>LAS AVEN.DE SILVESTRE Y PIOLIN (USA) (TVN)</p> <p>Las Aventuras de Gulliver (USA) : lundi à vendredi (matin) (Chilevisión).</p> <p>Les aventures des ours Gumm (USA) (TVUC)</p>	<p>Las Aventuras de Timon y Pumba (USA) (TVUC)</p> <p>Las Tres Mellizas (Europe) : lundi à vendredi (matin) ; et samedi et dimanche (matin) (Chilevisión).</p> <p>Las Tres Mellizas (Europe) : samedi et dimanche (matin) (Chilevisión).</p> <p>Los Campeones (USA) (TVUC)</p> <p>Los Cazafantasmas (USA) (Megavisión)</p> <p>Los Pequeños Picapiedras (USA) (Megavisión)</p> <p>Los Picapiedras (USA) (Megavisión)</p> <p>MERRIE MELODIES (USA) (TVN)</p> <p>Pokémon (Asie) : lundi à vendredi (à partir de la dernière semaine du mois) (Chilevisión).</p> <p>Sailor Moon (Asie) : samedi et dimanche (matin) (Chilevisión).</p> <p>Sky Dancers (USA) : samedi (matin) (Chilevisión).</p> <p>Slam Dunk (Asie) : samedi et dimanche (matin) (Chilevisión).</p> <p>Snooper and Blabber (USA) (TVUC)</p> <p>SPEEDY GONZALEZ (USA) (TVN)</p> <p>SUPERMAN (USA) (TVN)</p> <p>SUPERMAN (USA) (Chilevisión)</p> <p>Tick La Garrapata (USA) (Megavisión)</p> <p>TINY TOON (USA) (TVN)</p> <p>Tom and Jerry (USA) (TVUC)</p> <p>Tom y Jerry Kids (USA) (TVUC)</p> <p>Tres pequeñas fantasmas (USA) : lundi à vendredi (matin) ; pendant la moitié du mois, après il y aura un remplacement par « Abbott y Costello » (Chilevisión).</p>
---	--

Toutes les séries de dessins animés des Chaînes de Télévision Chiliennes l'après-midi à partir de 14 heures sont :

<p>Garfield (USA) (TVUC)</p> <p>La Máscara (USA) (TVUC)</p> <p>Tom and Jerry (USA) (TVUC)</p> <p>Tom and Jerry Kid (USA) (TVUC)</p> <p>Los Simpsons (USA) (TVUC)</p>	<p>Slam Dunk (Asie) : lundi à vendredi (l'après-midi) (Chilevisión)</p> <p>Samurai X (Asie) : trois semaines (Chilevisión)</p> <p>Los Justicieros (Asie) : une semaine (Chilevisión)</p> <p>Pokémon (Asie) : quatre semaines (Chilevisión)</p>
--	--

Dragón Quest (Asie) : lundi à vendredi (l'après-midi) (Chilevisión) El Detective Conan (Asie) : lundi à vendredi (l'après-midi) (Chilevisión) Kitaro (Asie) : lundi à vendredi (l'après-midi) (Chilevisión) Pokémon (Asie) : lundi á vendredi (l'après-midi) (Chilevisión)	Tarzán (USA) (Megavisión) Max Steel (USA) (Megavisión) Dragón Ball (Asie) (Megavisión) Arnold (USA) (Megavisión) Dragón Ball Z (Asie) (Megavisión)
---	--

Toutes les séries de dessins animés des Chaîne de Télévision Chiliennes par ordre alphabétique sont :

ABBOTT Y COSTELO (USA) (Chilevisión) ALVIN Y LAS ARDILLAS (USA) (Chilevisión) ARNOLD (USA) (Megavisión) AVENTURAS DE SUPER MARIO (USA) (TV UC). BATMAN (USA) (TVN) CAT DOG (USA) (Megavisión) DELFY (USA) (Megavisión) DR. SLUM (Asie) (Megavisión) DRAGÓN BALL (Asie) (Megavisión) DRAGÓN BALL Z (Asie) (Megavisión) DRAGÓN QUEST (Asie) (Chilevisión) EL DETECTIVE CONAN (Asie) (Chilevisión) EL MUNDO FANTASTICO DE RICHARD (USA) (TVN) El Show de Underdog (USA) (Chilevisión) FESTIVAL DE PORKY (USA) (TVN) FLASH GORDON (USA) (TV UC) GARFIELD ; (USA) (TV UC) Gasparin (USA) (Chilevisión) GARDIANS DE L'HISTOIRE ; (USA) (TV UC) KITARO (Asie) (Chilevisión) LA PEQUEÑA LULÚ (USA) (Chilevisión) LA PRINCESA SALLY (Asie) (Chilevisión) LAS AVEN.DE SILVESTRE Y PIOLIN (USA) (TVN) LAS AVENTURAS DE GULLIVER (USA) (Chilevisión) LES AVENTURES DES OURS GUMM (USA) (TV UC). LAS AVENTURAS DE TIMÓN Y PUMBA(USA) (TV UC)	LAS TRES MELLIZAS (Europe) (Chilevisión) LE MASCARA (USA) (TV UC) LOONEY TUNES (USA) (Chilevisión) LOS CAMPEONES (USA) (TV UC) LOS CAZAFANTASMAS (USA) (Megavisión) LOS JUSTICIEROS (Asie) (Chilevisión) LOS PEQUEÑOS PICAPIEDRAS (USA) (Megavisión) LOS PICAPIEDRAS (USA) (Megavisión) LOS SIMPSONS, (USA) (TV UC) MAX STEEL (USA) (Megavisión) MELOTOONS (USA) (Chilevisión) MERRIE MELODIES (USA) (TVN) MERRIE MELODIES (USA) (Chilevisión) POKÉMON (Asie) (Chilevisión) SAILOR MOON (Asie) (Chilevisión) SAMURAI X (Asie) (Chilevisión) SKY DANCERS (USA) (Chilevisión) SLAM DUNK (Asie) (Chilevisión) SNOOPER AND BLABBER (USA) (TV UC) SPEEDY GONZALEZ (USA) (TVN) SUPERMAN (USA) (TVN) SUPERMAN (USA) (Chilevisión) TARZÁN (USA) (Megavisión) TICK LA GARRAPATA (USA) (Megavisión) TINY TOON (USA) (TVN) TOM Y JERRY (USA) (TV UC) TOM y JERRY KIDS (USA) (TV UC) TOM Y JERRY KIDS, (USA) (TV UC) TRES PEQUEÑAS FANTASMAS (USA) (Chilevisión)
--	--

Donc, de l'offre télévisuelle de dessins animés, il est possible de déduire au niveau global, en tenant compte du nombre d'heures consacrées à la programmation infantile et de la nationalité d'origine des productions émises, le graphique suivant :

**Offre selon les chaînes et origine (heures)**

	Heures	Heures	Heures	
	Japon	U.S.A.	Europe	
Chilevisión	70.53	41.15	13.89	125.57
Megavisión	32.57	36.26	1.65	70.48
UCV	21.29	9.76		31.05
Canal 4 <sup>133</sup>		40.06	14.41	54.47

<sup>133</sup> Chaîne 4 est la Chaîne de Télévision hertzienne de l'Université Catholique de Valparaíso, qui au niveau réel le public dépend de la télévision payante, mais à cause des problèmes technologiques, il n'est pas possible de consommer même dans la région de Valparaíso.

TVN		15.27	3.88	19.15
Canal 13 <sup>134</sup>		13.78		13.78
	124.39	156.28	33.83	

### Offre selon pays d'origine

	heures	%
Japon	124.39	39.6
U.S.A.	156.28	49.7
Europe	33.83	10.8
	314.5	100

### Offre selon les chaînes

	%	heures
Chilevisión	39.9	125.57
Megavisión	22.4	70.48
Canal 4 <sup>135</sup>	17.3	54.47
UCV	9.9	31.05
TVN	6.1	19.15
Canal 13	4.4	13.78
		314.5

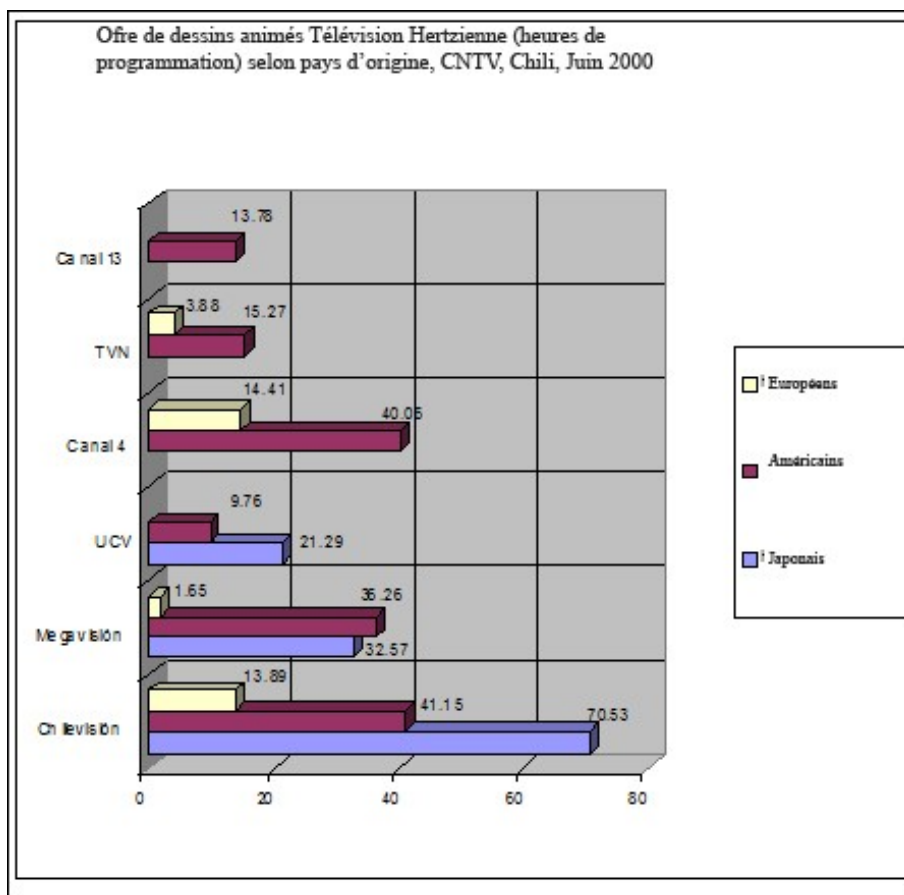
### Offre selon chaînes et pays d'origine (Pourcentage)

	Japon	U.S.A	Europe
Canal 4 <sup>136</sup>		7.5	26.5
UCV	68.6	31.4	
TVN		79.7	20.3
Megavisión	46.2	51.4	2.3
Chilevisión	56.2	32.8	11.1
Canal 13		100.0	

<sup>134</sup> Canal 13: chaîne Université Catholique de Télévision.

<sup>135</sup> Chaîne 4, op. Ci.

<sup>136</sup> Op. Ci.



## 4.2.2 Quelques considérations descriptives sur la grille de programmation

Il faut relire le chapitre théorique où nous avons dit qu'au Chili en 2000, les dessins animés télévisés étaient un objet de haute consommation chez les enfants. 56,3% des enfants ont du plaisir à regarder des dessins animés, alors, il est clair que cette réalité a été saisie par les chaînes Chilevisión avec 39,9 % des heures de programmation et par Megavisión avec 22,4 % de leur programmation à la différence de Canal 13 (Télévision Université Catholique) avec 4,4 % et de TVN avec 6,1%.

De l'analyse de la programmation de télévision hertzienne des dessins animés il faut établir que la Chaîne de l'état « Télévision National de Chile (TVN) » et la Chaîne « Télévision Pontificia Universidad Católica (TV UC) » placent les mêmes principes de programmation : a) *une programmation irrégulière dans différents créneaux horaires*, b) *séries de dessins animés d'origine américaine*.

En même temps il est possible de saisir le comportement similaire des Chaînes de Télévision Megavisión et Chilevisión par rapport à la programmation : a) *le principe dominant des chaînes de télévision Chilevisión et Megavisión est la programmation régulière*

*dans tous les créneaux horaires, et b) l'origine partagée des séries américaines et japonaises. Ajoutons qu'il y a des différences : pour « Chilevisión » la règle est l'hégémonie de la production américaine le matin (71,4% jour de semaine et 50% samedi-dimanche) ; et l'hégémonie de la production de asiatique (Japon) l'après-midi jour de semaine (100%) et samedi-dimanche (100%); pour « Megavisión » la règle est une hégémonie partagée de la production américaine et japonaise, le matin et l'après-midi, du lundi au vendredi; et une hégémonie de la production américaine les samedi et dimanche.*

Nous avons dit également qu'il y a une différence profonde. Les chaînes qui ont une programmation régulière sont privées (Chilevisión et Megavisión) et sont construites sur le modèle du mode de production hégémonique dans le sens qu'elles doivent tenir un profit économique, alors elles font leur programmation selon un public objectif, et elles programment pour les enfants, parce que selon les statistiques auxquelles les mêmes chaînes ont accès, ils sont des consommateurs objectifs, une cible. Mais les chaînes sans programmation régulière ont une catégorie abstraite de public dans le créneau horaire à programmer : c'est pour les enfants, c'est tout. Elles ne regardent pas un consommateur objectif, une cible, selon leur propre goût. Et elles ne se préoccupent pas de la mesure d'audience. Elles participent à la logique du mode de production qui implique une programmation selon les consommateurs dans toute la grille de programmation de la totalité de leurs programmes (parce qu'elles doivent s'autofinancer) mais pas par rapport aux enfants. La Télévision Nationale du Chili est la chaîne la plus regardée, pendant l'année 2000, sa tasse d'audience est de 11,3 et elle gagne 3130 milliards de pesos (Peso chilienne). La Chaîne de Télévision Université Catholique est similaire, c'est la deuxième chaîne la plus regardée, et elle doit s'autofinancer mais les enfants ne sont pas une cible du marché.

Il y a alors un modèle de télévision de l'offre à un niveau réel, que sont les données apportées par la description de la grille de la programmation infantile. Le modèle de la télévision de l'offre que nous avons décrit dans le chapitre théorique est le modèle qui est inséré dans la grille.

D'autre part, il faut regarder les données de la programmation. Dans la construction de la grille de la Télévision Université Catholique et de la Télévision Nationale du Chili il n'y a pas de programmation de dessins animés japonaise. Pour quelle raison? Nous pouvons penser qu'il s'agit d'une présupposition, la présupposition de penser que les dessins animés japonais sont violents. Dans ce contexte nous pourrions penser que les deux canaux de télévision ont une préoccupation pour l'éducation des nouvelles générations car ils se préoccupent des contenus à programmer, comme ce qui est détecté par F. Jost et Marie France Chambat-

Huillon à TF1<sup>137</sup> où la programmation part de la fiction pour terminer avec une histoire proche de la réalité préalable au départ de l'enfant à l'école, en le préparant ainsi à son insertion dans la réalité éducative. Nous pourrions penser aussi que les canaux de télévision à faible audience sont plus éloignés du concept d'Éducation Publique, c'est-à-dire un modèle relatif en dernier au taux d'audition. Dans les deux cas, les données de la pure grille de programmation sont insuffisantes et il est nécessaire d'insérer les descriptions des mondes diégétiques et les descriptions des mesures d'audience pour pouvoir développer une description plus profonde.

---

<sup>137</sup>Jost, F. (2012). 50 fiches pour comprendre les médias. Paris: Ed. Bréal.

## **4.2.-Mondes Diégétiques présupposés dans les dessins animés de la Télévision Hertzienne au Chili et la description de leurs procès cognitifs (simplicité/complexité).**

### **4.2.1 Introduction**

Notre démarche consiste à décrire chaque série. La synthèse de la thématique générale que nous appellerons *contenu manifeste* constitue la première étape de cette description, on ajoute la plupart du temps une synthèse d'un épisode suit un même processus qui consiste à saisir le sens, le contenu de la série. A fin de synthétiser l'écriture/ lecture, le lecteur trouvera le contenu manifeste seulement dans l'annexe. Après, il s'agit d'une manifestation des contenus, un niveau purement descriptif derrière lequel il y existe un rapport avec le monde, avec un vraisemblable, en définitif un monde diégétique que nous avons dénommé *contenu latent*. Dans le contenu latent nous donnons les raisons de la catégorisation de la série par rapport aux catégories mises en acte dans les chapitres théorique et méthodologique. On prend comme base la description des contenus manifestes, dans l'annexe que nous devons lire par rapport aux catégories des mondes possibles diégétiques. La description des procès cognitifs que la série présuppose, et que nous dénommons *structuration cognitive*, va dans le même sens: il s'agit de lier les contenus latents et la synthèse avec les descriptions des espaces focalisés et la façon de lier les espaces.

Une fois décrite chacune des séries présentées pendant une journée, nous procéderons au développement descriptif du parcours diégétique que la chaîne propose dans sa programmation, en cherchant ce qu'il est derrière la programmation, et les indices proposés aux consommateurs par rapport de qu'il s'agit le série, même à niveau cognitif.

On cherche en définitif la réitération d'un rapport au mode réel, à partir de la description de la nature de tripartition des rapports avec le monde réel des dessins animés décrite par François Jost, et la réitération des catégories cognitives, expliqué, tous les deux, dans les chapitres considérations théoriques et considérations méthodologiques. On cherche ce qu'il est commun, la répétition, et au même temps, la différence.

Il s'agit en définitive d'établir s'il y a une logique proposée dans la grille de programmation en ce qui concerne les mondes diégétiques Monde Fiction/Monde Réel ou Authentifiant /Monde Ludique, et quels sont les processus cognitifs impliqués dans la proposition: Simple/Complexe. Ce que trouvera le lecteur dans ces pages est la synthétisation des parcours diégétiques existante dans la programmation de chaque chaîne et la synthétisation des processus cognitifs impliqués. La réitération permettra de construire un modèle descriptif de la forme de fonctionnement étudiée.

Ce chemin analytique arrivera à détecter (conclusion) qu'il n'existe pas un surveiller sur le sens, sur la proposition de relation avec le monde, dans la programmation de la télévision hertzienne chilienne et les mondes diégétiques effectivement mis en œuvre sont construits à l'hasard. En plus les chaînes de télévision qui développent une programmation irrégulière soient ceux même qui réitèrent l'absence du monde réel ou authentifiante dans leur programmation.

Le même chemin nous permettra de découvrir dans les grilles de programmation étudiées, qu'on donne l'existence d'une opposition entre les dessins animés américains qui tendent à être simples et les dessins animés Japonais qui tendent à être complexes.

Donc, le lecteur trouvera dans ces pages une route analytique qui arrive à appréhender quelque chose d'important en ce qui concerne notre objet d'étude.

Toutefois, ne cesse pas d'être clair que cette route analytique est un peu abstraite. C'est pour cela que nous essayerons d'exemplifier avec deux séries étudiées, la forme de fonctionnement de la simplicité et la complexité cognitive et en même temps le sens analytique d'un monde diégétique réel et d'un monde fiction, c'est-à-dire les quatre pôles de la construction analytique. Les exemples descriptifs seront Arnold (Monde Diégétique Réel + Procès Cognitif Simple) et Dragon Ball Z (Monde Diégétique Fiction+ Complexité Cognitive).

#### **4.2.1.1 Exemple Analytique : Dragon Ball Z /Arnold, deux Pôles de structuration cognitive et mondes diégétiques**

<p><b>4.2.1.1.1 Dragon Ball Z (Japon)</b>  <b>Chaîne Megavisión (Juin 2000)</b>  <b>Créée par Akira Toriyama en 1984</b> comme bande dessinée Editions Shōnen Jump, Japon (Dragon Ball), puis comme série en 1989 sur la Chaîne Fuji Télévision, Japon. Il y a trois générations de la série (Dragon Ball, Dragon</p>	<p><b>4.2.1.1.2 Arnold (USA)</b>  <b>Chaîne Megavisión (Juin 2000)</b>  <b>Créée par Craig Bartlett en 1990.</b> Elle existe comme série dans Nickelodeon à partir de 1996.</p>
---	---



Ball Z et Dragon Ball GT).

### **Synthèse d'un chapitre**

Alors que Goku meurt pour une seconde fois, la Terre se trouve en situation de danger parce qu'elle dépend du pouvoir de Cell. Le fils de Vegeta est tué par un rayon. Vegeta est en fureur et bien que sachant qu'il n'a aucune possibilité de vaincre Cell, il se lance très en colère vers l'assassin de son fils, en faisant apparaître des milliers de rayons et en le frappant une infinité de fois, sans arriver à lui faire aucun dommage. En voyant sa réaction, Cell le pousse loin de lui avec un coup, lançant ensuite un rayon, en produisant une explosion énorme. En voyant ceci, Gohan s'interpose pour éviter le décès de Vegeta, acte héroïque qui lui coûtera très cher, en laissant son bras complètement handicapé. Les guerriers Z se trouvent énormément affaiblis. De son côté, Gohan est responsable de la situation, parce qu'étant donné sa persistance à faire que le décès de Cell soit le plus pénible possible, il a généré une situation grave donnant l'occasion d'activer son dispositif d'autodestruction. Goku, en voyant la destruction de la Terre comme quelque chose d'imminent, décide de se sacrifier en transportant Cell avec lui sur la planète Kaio, où tous les deux meurent. Gohan (le fils de Goku) est le seul capable de vaincre Cell et, étant gravement blessé, ils voient tous leurs espoirs de survivre réduits à néant. Cell se vante de ses nouveaux pouvoirs et il rit de la situation. Gohan regrette de ne pas pouvoir vaincre l'assassin de son père et tous ses espoirs paraissent s'évanouir.

### **Structuration Cognitive : Complexe**

Comment donner sens au chapitre ? Nous

### **Synthèse d'un chapitre**

Il y a une alarme d'incendie dans l'école où Arnold étudie, et tous les enfants se mettent à crier, ce qui motive la sortie du directeur qui leur dit qu'il s'agit d'une fausse alarme. Le Directeur se dirige vers l'alarme pour découvrir le coupable et avertit que celle-ci est tachée. Caché dans l'armoire du concierge, endroit où sont rangés les produits de nettoyage, le directeur tombe sur Jugin Horovitz, qui surgit comme le principal suspect. Selon le règlement interne de l'établissement scolaire le responsable ne pourra être expulsé qu'après avoir été déclaré coupable par un jury sélectionné parmi des élèves. Jugin Horovitz est soumis au jury. Helga, présidente du Jury considère que Jugin est coupable. Après plusieurs disputes, pour en finir rapidement avec cette situation le jury décide de le déclarer coupable, à l'exception d'Arnold dont le vote s'oppose à la décision. En effet, il croit dans l'innocence de l'enfant et dit à ses camarades qu'ils doivent voter en toute responsabilité. Le jury dit : nous concluons que Jugin n'a pas une mentalité de criminel, mais comme il a été surpris en train de s'enfuir il est déclaré coupable. Arnold insiste sur l'innocence de l'enfant, et argumente qu'il est déjà arrivé qu'il soit découvert dans l'armoire et qu'il n'y a pas de preuves suffisantes pour l'accuser. Dès qu'il entend la défense de l'accusé, un autre membre du jury, Carly, confesse sa culpabilité. Elle avait tout planifié pour sa vengeance, car après lui avoir prêté son stylo préféré – celui qui avait été acheté à Wankilands – il lui avait rendu complètement mordu et réduit jusqu'à la partie en métal. Grâce à la gestion d'Arnold, Jugin est acquitté par le tribunal d'élèves, tandis que le vrai coupable reçoit la punition appropriée.

### **Structuration Cognitive : Simple**

Le chapitre nous propose **une focalisation**

pouvons penser que le lecteur lui donnera de la cohérence.

Alors, on pose la question suivante: comment structurer les actions visionnées et établir des attributs stables des personnages? Nous pouvons mettre en rapport Goku avec Gohan, parce que Goku est le père de Gohan et de cette façon nous pouvons détecter que tous les deux ont les mêmes attributs et objectifs. Mais Goku est mort, et maintenant il s'agit d'une deuxième vie. Donc, nous comprenons que les personnages peuvent mourir et ressusciter. Comment? Ce n'est pas clair, nous devons le découvrir.

Mais il est clair que Goku et Gohan sont des ennemis de Cell.

On pourrait penser que l'objectif est de détruire Cell. Pourquoi? Il y a alors un deuxième problème à prendre en compte dans l'interprétation, **la nécessité de détecter l'objectif.**

Pourquoi est-il nécessaire de détruire Cell? Gohan pendant la lutte a été blessé au bras pour sauver Vegeta. mais est-ce cela l'objectif de Gohan?

Gohan combat-il pour sauver tout le monde? Pour un consommateur de Dragon Ball, Vegeta était l'ennemi de Goku et de Gohan. comment cela est-il expliqué?

Il est clair que Gohan n'est pas en situation de vaincre Cell. Goku en voyant le danger de la destruction de la terre décide d'être transporté avec Cell, sur une autre planète (Kaio) où les deux meurent. Toutefois, Cell renaît et se transforme en menace.

D'autre part, Cell a assassiné Goku, le père de Gohan, c'est pourquoi Gohan dit qu'il veut venger le meurtre de son père.

Mais sur l'écran on voit que Goku vient de tuer Cell et lui-même. Mais Cell est vivant. Alors, il y a une contradiction entre ce que Gohan dit et ce qu'on vient de voir.

**La question c'est comment nous pouvons donner une cohérence à ce que nous avons visionné?**

**éminemment narrative.**

L'image décrit l'école et les faubourgs de Hillwood Ville, de l'État de Washington, où se développe l'action. Nous pouvons penser qu'Arnold est près de la puberté (il a 9 ans). Toute partie d'un **conflit initial**: il y a eu une fausse alarme dans le Collège, et on veut sanctionner le coupable:

**L'objet de désir** que structure l'histoire donne naissance à deux programmes narratifs: un produit par Helga (camarade d'Arnold), comme sujet, dont l'objet de désir est de sanctionner le coupable, ce qui signifie dire Jugin, et un Anti Programme dont le Sujet est Arnold qui, en croyant dans l'innocence de Jugin, a comme objet de désir de sauver Jugin d'une accusation injuste.

**Tout le chapitre est joué dans ce déséquilibre initial et il s'agit d'obtenir une solution au conflit, qui apparaît à la fin.**

La focalisation perceptive est dans le récit, et

Nous pouvons faire une interprétation simple : Il y a un objectif de sauver la terre, alors il faut tuer Cell qui veut détruire la terre. Il s'agit d'une lutte entre différents personnages. Mais il n'est pas possible d'avoir des données cohérentes, parce qu'il y a des contradictions, par exemple par rapport à Goku. Goku s'est donné la mort, je viens de le voir. Gohan vient de sauver Vegeta, mais, dans d'autres chapitres Vegeta est son ennemi et celui de son père. D'autre part, la lecture ou l'interprétation d'un texte s'effectue à partir des archives dans le cerveau, car si le lecteur a vu d'autres séries, le problème est aussi plus complexe.

**La délimitation des objectifs n'est pas claire**, parce que si l'objectif est de sauver la terre, il n'y a pas de sens à sauver Vegeta, son ennemi et celui de son père. En plus, dans d'autres chapitres de Dragon Ball le but est l'ordre cosmique, et pour le maintien de l'ordre cosmique il est nécessaire d'acquérir les sphères du Dragon. Maintenant le but est de sauver la terre.

Si l'on veut une cohérence avec un but, ou un objet de désir pour articuler des programmes narratifs de sauver la terre/ détruire la terre, les choses ne sont pas simples, parce que les buts sont susceptibles d'échange, **et les personnages n'ont pas une attribution de valeur stable**, Vegeta est un ennemi, et maintenant il apparaît comme un ami. Mêmes, les anciens ennemis peuvent se fusionner pour un nouveau but. Et même les personnages peuvent corporellement se fusionner pour l'acquisition de plus de pouvoir.

Car les conditions pour une interprétation dans le chemin d'établir des séquences d'action, qu'il est possible d'articuler dans les Programmes narratifs, ne sont pas envisageables: il n'y a pas d'attribution de valeur stable des produits des actions des personnages et il n'y a pas d'objectif stable.

les fragments sont linéairement joués entre le programme d'Helga et l'anti-programme d'Arnold.

Il s'agit de focaliser les personnages et les actions en fonction des connexions entre les deux programmes qui sont développés: le **programme d'Helga et l'anti-programme d'Arnold**, le nœud de l'implication est clairement délimité.

**Les personnages ont des attributs stables:** Arnold croit dans ce qu'il croit, il sait qu'il n'y a pas de données suffisantes pour culpabiliser Jugi; et Helga sait que Jugin est coupable.

Les objectifs, les raisons pour lesquels ils combattent aussi clairs. Il y a peu de variables cognitives impliquées et ce qui compte est comment on développe les actions pour arriver à une solution du conflit initial.

L'analyse de toutes les séries rend compte de l'impossibilité<sup>138</sup> de cette situation. Plus profondément à la base, il s'agit de la notion de sujet occidental qui n'est pas viable analytiquement<sup>139</sup>.

**Les procès cognitifs impliqués ne sont pas linéaires.**

Le temps est cyclique, c'est pour cela que les personnages vivent, meurent, vivent de nouveau, ce qui est en rapport avec le concept du temps de la culture bouddhiste<sup>140</sup>.

Mais, il n'y a pas de linéarité dans la construction même au niveau de la composition de l'image. Il ne s'agit pas seulement de Dragon Ball Z, c'est la même situation dans Kenshin, Sailor Moon, etc. le temps du présent-passé est donné au même temps de la séquentialité de l'image. C'est le même cas dans la Bande Dessinée Japonaise : « le temps est ainsi évacué au profit -une fois encore- du ressenti : des fragments d'une scène en cours, différents regard, une atmosphère qui s'en dégage.. » (Bouissou, J.M., 2014 :190)<sup>141</sup>.

**C'est-à-dire, le temps est cyclique, et il ne se focalise pas dans les actions des personnages.**

**Les intertextualités nécessaires pour comprendre la série:**

Alors, il est impossible d'interpréter Dragon

**Un récit linéaire**

Il faut seulement lier les actions pour prévoir les événements, selon les séquences des actions établies.

Donc, nous nous trouvons avec **une séquence linéaire** qu'on développe tant au niveau de l'histoire que de la composition de l'image, parce que l'image en séquence suit un déplacement diégétique selon le temps de l'histoire, très similaire à la Bande Dessinée Européenne et Américaine: « dans notre BD ou dans le comics américains, la continuité narrative est assurée par le fait que deux casses qui suivent correspondent à deux moments successifs d'une action, et quand l'on change de scène, un encart ou un signe immanquable l'indique » (Bouissou, J.M., 2014 :189)<sup>144</sup>.

**C'est-à-dire le temps a un avant et un après, et il se focalise sur les actions des personnages.**

**Les intertextualités non nécessaires pour comprendre la série:**

Dans le cas d'Arnold on ne requiert pas

<sup>138</sup> -Rafael del Villar "Análisis semiótico comparativo video-animación americana/ japonesa", en *Revista Comunicación y Medios*, Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile, Año: 2003.

<sup>139</sup> Rafael del Villar "Consommation de la vidéo-animation japonaise: redéfinition de la notion sémiotique et psychanalyse du sujet", en *Revue Visio, Vol. 8; No 2-3*; Ed. Université de Laval, Association Internationale de Sémiotique Visuelle, Québec.

<sup>140</sup> Rafael del Villar "Análisis semiótico comparativo video-animación americana/ japonesa", en *Revista Comunicación y Medios*, Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile, Año: 2003.

<sup>141</sup> Jean-Marie Bouissou, « Manga. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise ». Éditions Philippe Picquier. Arles, 2014.

<sup>144</sup> Jean-Marie Bouissou, « *Manga. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise* ». Éditions Philippe Picquier. Arles, 2014.

Ball Z si ce n'est comme une lecture simple qui devra substituer plusieurs données de la série, même surmonter ce qui est contradictoire.

Mais, pour les lecteurs qui regardent la série, la lecture d'un chapitre ne permet pas de le comprendre. Il faut savoir que les buts sont objet d'échange selon les situations objectives, c'est-à-dire l'analyse de la réalité de la situation et des conflits des personnages. C'est-à-dire qu'on a besoin d'une compétence d'intelligence, il faut avoir accès à Internet, aux mangas, aux autres séries pour comprendre, que les anciens antagonistes, pour la situation objective du champ des forces peuvent se fusionner, alors, ce qu'il faut regarder, c'est l'analyse du tout.

#### **Plusieurs variables à focaliser et connecter**

Comme il n'y a pas de focalisation des programmes narratifs, il faut utiliser plusieurs hypertextes pour comprendre le tout. Même ce qui est visuel. Il n'y a pas de rapport figure/fond, l'écran est plein et au service de plusieurs perspectives : un encadrement subjectif pour se mettre dans la peau du personnage, un déplacement pour visionner la situation depuis l'extérieur. Situation similaire à la Bande Dessinée Japonaise (Manga) : « Dans le manga, au contraire, le fond n'est pas le plus important, c'est bien l'objet en mouvement qui est principalement mis en valeur » (Canivet- Fovez, Ch. 2014 : 74)<sup>142</sup> Alors, il y a plusieurs perspectives insérées pour comprendre le réel, très similaire aussi au Théâtre No : « Imamura note que dans chaque coup de prise on donne naissance à plusieurs perspectives...chaque spectateur doit déplacer le regard parce qu'il y a de multiples perspectives pour chaque chose sur l'écran, diverses voies conceptuelles de

d'avoir accès à un dossier préalable pour comprendre ce qui se passe sur l'écran.

Je peux n'avoir jamais regardé la série, mais, je comprends parfaitement de quoi il s'agit: d'une lutte pour établir la culpabilité de Jugin et en plus, savoir sur la personne qui a actionné l'alarme.

Je n'ai pas besoin d'en savoir plus.

Mais, si je suis un consommateur d'Arnold, je saurai qu'Helga est amoureuse d'Arnold et qu'elle le poursuit, mais je puis parfaitement oublier ces données et comprendre pareillement ce qu'il se passe et le contexte de l'histoire, c'est-à-dire, la vie dans l'École où Arnold étudie.

#### **Très peu de variables à focaliser et connecter**

Comme il faut se focaliser sur les programmes et anti-programmes narratifs, il est seulement nécessaire de visionner les personnages et l'action noyau du récit, il n'y a pas un dehors du texte, alors, il s'agit de peu de variables à percevoir. Il y a des rapports figure/ fond, parce qu'il s'agit d'une représentation du réel, alors il y a une hégémonie des personnages en plus de la situation, et l'encadrement ne se fait pas plus que pour regarder la situation narrative. Le point de vue ne s'insère pas dans la subjectivité du personnage. Ainsi, similaire à la Bande Dessinée Occidentale « les lignes de vitesse partent de l'objet en mouvement et indiquent sa position précédente, le décor reste fixe et l'objet devient flou », (Canivet-Fovez, CH. 2014 : 75)<sup>145</sup>

<sup>142</sup>

Chrysoline Canivet- Fovez « Le Manga. Une synthèse de référence qui éclaire en image. L'Origine, L'Histoire et L'Influence de la bande dessinée japonais ». Éditions Eyrolles. Paris 2014

visualisations sont actives » (Tze- Yue G. Hu, 2010 :29) <sup>143</sup> .	
<b>Monde Diégétique Fiction (Dragon Ball Z)</b>	<b>Monde Diégétique Réel (Arnold)</b>
<p>Il s'agit d'une fiction. Goku ne peut pas mourir et exister de nouveau, du moins par rapport à l'épistémologie occidentale qui croit que la vie est croissance : chez les humains, de la naissance on passe à la vie adulte puis l'on meurt.</p> <p>Nous sommes ici devant un monde cyclique, c'est pourquoi nous nous éloignons de ce que présuppose la vie occidentale.</p> <p>Toutefois, cette caractéristique des actions n'est pas réelle, ni le fait que les personnages se fusionnent, ont des pouvoirs, sont transportés d'un espace à un autre, peuvent lancer des rayons. Tout est peu probable avec ce qui est réel.</p> <p>Ce n'est pas le monde productif, les sujets sont seulement préoccupés de combattre pour sauver la terre.</p> <p>C'est pour cela que la série est catégorisée comme fiction.</p>	<p>Il s'agit de la vie scolaire au primaire (quatrième degré) dans une école des faubourgs de Hillwood Ville, de l'État de Washington.</p> <p>Là on développe le conflit initial relatif à l'activation de l'alarme de l'école, à partir de là, il y aura un jugement public du coupable à la demande du directeur de l'école. Jugement où il y aura un jury d'élèves, selon la législation existante dans le lieu.</p> <p>Donc, tout est développé dans un tableau de vie très proche de la réalité.</p> <p>Il est possible que la construction du conflit se produise ainsi que le jugement qui est établi. S'origine un programme narratif qui accuse l'étudiant Jungi, dirigé par Helga présidente du Jury et de l'Anti-programme produit par Arnold celui qui considère qu'il n'y a pas de preuves suffisante pour transformer Jungi en coupable.</p> <p>Les actions qu'effectuent les personnages peuvent se développer en se reproduisant ainsi l'accès au monde réel, dans ce cas de l'école et des relations sociales propres aux jeunes d'environ 9 ans, très proches de la puberté, période postérieure mais qui est préfigurée, parce qu'Helga est amoureuse d'Arnold, et elle le poursuit, mais ce n'est pas le sujet de ce chapitre concret.</p> <p>Toutefois, les actions, les attributions de valeur que les personnages acquièrent par leurs actions peuvent être probables dans le monde réel.</p>

145

<sup>143</sup> Tze- Yue G. Hu : « *Frames of anime. Culture and Image- Building* », Ed. Hong Kong University Press, Hong Kong, Chine, 2010.

## 4.2.2. Analyse du Monde Diégétique Cognitif présupposé de la Chaîne TV UC

### 4.2.2.1 Analyse des Séries programmées le samedi chaîne TV UC

Nous ferons l'analyse de la programmation normale selon un point de vue diégétique et cognitif dans la Grille de Programmation de la Chaîne TV UC : **le samedi**, juin (6) 2000 :

SNOOPER AND BLABBER (USA), 11:20:50 à 11:32:54 (3/6)	TOM Y JERRY KIDS, (USA) 11:41:25 à 11:51:25 (le samedi 10/6)
LES AVENTURES DE TIMON ET PUMBA (USA) 11:00:07 à 11:12:06 (26/6)	GARFIELD ; (USA) 14:23:33 à 14:42:42 : (3/6) ; (10/6) ; (17/6) ; (24/6)
	TOM Y JERRY (USA) 16:33:01 à 16:43:01 (le samedi 24/6)

**Analyse de chaque série programmées le samedi selon un point de vue diégétique et cognitif :**

#### **Snooper & Blabber (USA): Monde diégétique ludique**

*Contenu latent:*

Les personnages principaux de cette histoire sont les policiers Snooper (chat) et Blabber (souris) ont une partie de fiction, parce que dans le monde réel il n'existe pas de chats et de souris qui parlent et marchent sur deux jambes, dressés comme un être humain et les actions qu'ils effectuent font partie du monde réel, chercher à un sauvage, par exemple. L'histoire est toujours linéaire, elle raconte une histoire possible dans un monde possible, par exemple capturer au sauvage, le civilisé et le transformé en humain avec une famille, mais les personnages sont fictifs, même si les actions peuvent être réelles, c'est pour cela que nous pourrions la classer comme ludique, du point de vue des aspects de fiction et des aspects de réalité. La fiction est dans l'humanisation des animaux, et le réel dans les actions de détectives et le but d'humaniser un sauvage.

*Structuration cognitive:*

La série implique les utilisations de processus cognitifs simples. L'histoire forme séquentiellement un tout dans chaque chapitre. Les chapitres sont différents les uns des autres et sont indépendants. Il s'agit d'un texte fermé qui présente un principe, un développement et une fin de l'histoire. Tout le développement est séquentiel, par conséquent le lecteur n'a pas besoin de manier plusieurs espaces perceptifs et implications logiques.

## **Las aventuras de Timón et Pumba (USA): Monde diégétique ludique**

### *Contenu latent:*

*La série présente un monde diégétique présupposé ludique. Les personnages sont des animaux, mais ne se comportent pas comme des animaux, leur comportement est celui d'un humain au niveau des actions : parler, penser, marcher sur deux pieds, chanter, etc. ; et au niveau des sentiments : l'amitié, l'amour, etc. Nous pouvons dire que les animaux se trouvent anthropomorphisés, qu'ils maintiennent les caractéristiques physiques propres de leur espèce, transférées au format humain. La forme visuelle des animaux et de la forêt appartiennent au vraisemblable que le spectateur a du réel physique. Mais ils ont des sentiments, et en plus on décrit une situation réelle des marginaux sociaux qui forment une micro culture et qui vivent hors du système, contre leur volonté, situation à laquelle ils doivent s'adapter de différentes manières. Malgré ce qui a été déjà dit, le noyau du récit est toujours un personnage et/ ou une action qui fait émerger le conflit n'est pas réelle, par exemple un serpent ne peut enlever une princesse. Dans ce cadre, s'il est vrai qu'il y a des rapports avec la réalité dans le sens que les personnages parlent comme des humains et ont des sentiments, le noyau est en même temps fictif. C'est pour cela, s'il est nécessaire de lier le texte à un pôle de fonctionnement, nous pouvons dire que le récit peut d'être constitutive de l'humanité, mais le support matériel n'est pas humaine, de là, il s'agit d'un monde ludique.*

### *Structurations cognitives*

Selon le point de vue de la structure cognitive il s'agit d'une logique linéaire: conflit, développement et finale. Bien que dans le chapitre que nous avons pris comme exemple (qu'il est possible le lire dans l'annexe), on observe des déplacements temporaires vers un passé proche, ceux-ci apparaissent au service du fil argumentaire. Il s'agit des enclaves: des actions du passé qui ont un effet pour mieux comprendre les événements. La notion d'enclave proposée par Claude Bremond, d'un récit qu'il a un effet sur le noyau central, se donne à l'intérieur d'une linéarité du récit, ce que nous avons expliqué dans les chapitres considérations théoriques et considérations méthodologiques. En ce sens, nous signalons qu'il s'agit d'une histoire de traitement simple, avec très peu de variables, avec pas plus de deux espaces simultanés et dont la colonne vertébrale est située dans la narrativité. La progression de la trame est donnée sur la base de relations cause-effet (par exemple, dans l'annexe, le perroquet demande à Raffigi de lui raconter et celui-ci lui répond et ainsi successivement), liées à un noyau central, et sans présence d'enclaves qui modifient leur cours. Chaque série représente une histoire en soi, sans avoir aucune relation avec d'autre texte pour la comprendre. Il convient de souligner que les personnages qui inspirent la série dérivent d'un support textuel cinématographique, et de réviser ce matériel permet de mieux comprendre le



sens des actions des personnages et les relations qu'ils ont entre eux (hypertextualité), ce qui ne signifie pas que cette série ne peut pas être comprise sans une connaissance préalable du film qui l'ont inspirée, parce que le récit est simple: nous avons dit déjà, il n'y a pas besoin d'un autre texte pour le comprendre. L'accès d'un savoir hypertextuel n'est pas nécessaire.

### **Tom y Jerry Kids (USA): Monde diégétique fiction**

#### *Contenu latent:*

Cette histoire met en scène Tom et Jerry, quand ils étaient petits, un chat et une souris, avec Tom à la poursuite de Jerry et Jerry sauvé du harcèlement de Tom. Les personnages ne représentent pas des situations réelles dans un monde réel: la lutte existante entre des chats et des souris dans le monde est réel. Mais, il s'agit d'un conflit schématisé de la vie réelle, la vie des souris et des chats n'est pas seulement le conflit virtuel entre les deux. Or, dans le dessin animé tout se passe comme si la vie quotidienne des souris était de se battre avec l'autre. Alors, à partir d'une donnée réelle, le conflit, on construit une fiction. Car le contenu présumé est la fiction.

#### *Structuration cognitive:*

Cette série implique l'utilisation de structures cognitives simples, elle n'inclut pas de narrations parallèles avec plusieurs liaisons sans un noyau central, tout est toujours développé dans le même espace des rapports sociaux. Ce sont des histoires qui impliquent un seul espace cognitif: Tom est le harceleur, et Jerry est tracassé ou victime des manipulations de Tom. Il n'y a pas besoin d'une compétence hypertextuelle pour comprendre.

### **Garfield (USA): Monde diégétique ludique**

#### *Contenu latent:*

Dans cette série les personnages sont un chien, Odie; un chat, Garfield et Jon, un humain. Tout est développé dans des espaces réels. Par exemple John visite à leur parents pour Noe, Garfield établit un bon rapport avec la grand mère de John, elle a le sentiment d'être seule. Toujours les événements sont réels, au moins un cadre de vie possible. Ce qui n'est pas réel c'est qu'un Chat comme Garfield indique et émette des jugements et qu'il fait de l'interaction avec le chien Odie. Ceci n'est pas réel, parce que les chats ne sont pas des êtres humains; par conséquent il y a deux plans, un réel et un irréel, et nous pouvons alors dire que le monde réel on mélange avec la fiction, c'est pour cela que cette série est classée comme ludique.

#### *Structuration cognitive:*

Cette série implique l'utilisation de processus cognitifs simples. L'histoire est comprise dans sa structure séquentielle, est linéaire, c'est un texte fermé qui ne présente pas plusieurs

espaces à la fois. L'histoire se déroule dans un seul lieu physique. Il n'y a pas de besoin d'hypertextualité pour le comprendre.

### **Tom y Jerry (USA): Monde diégétique fiction**

*Contenu latent:*

Dans cette série les personnages sont un chat (Tom) et une souris (Jerry). Tout se passe dans un cadre de situations de la vie quotidienne des hommes, ce qui implique un déplacement diégétique, parce qu'un chat n'est pas une personne, et la souris se comporte comme un enfant mauvais, étant souris, et en vivant dans une trou de souris. Donc, la manifestation du monde diégétique est fiction, parce que si les espaces sont des espaces de la vie réelle, et les situations de la vie, les personnages possèdent des caractéristiques propres aux êtres humains, comme être debout sur deux jambes ou avoir des attitudes des êtres humains comme la vie que mène le chat Tom dans cette maison, et en même temps, la vie décrit n'a pas rapport avec la réalité, parce que à la vie réel tout la vie quotidienne ne peut pas d'être seulement se battre avec un d'autre : les deux personnages vivent comme des enfants, il n'y a pas de travail, il n'y a pas de monde productif. Ici le monde diégétique est fiction.

*Structuration cognitive:*

Cette série implique l'utilisation de processus cognitifs simples. L'histoire présente le début d'une situation et le développement de cette dernière pour terminer abruptement avec une résolution du conflit initial. C'est un texte fermé, il n'y a pas besoin d'un autre texte pour le comprendre. Le développement est séquentiel.

### **4.2.2.2 Conclusions Analyse des Séries programmées le samedi chaîne TV UC**

Le samedi le monde diégétique présumé suit le parcours suivant dans la **Chaîne TV UC** :

**Ludique → Ludique → Fiction → Ludique → Fiction**

### **4.2.2.3 Analyse des Séries programmées le dimanche chaîne TV UC**

**La Programmation Dimanche:**

GARDIENS DE L'HISTOIRE; (USA) 09:36:22 à 09: 50: 51: (4/6) ; (18/6) ; (25/6). LES AVENTURES DES OURS GUMM (USA) 11:29:09 à 11:42:00 (4/6) ; (25/6). LES CONTES DE SHELLY * (USA) 11:42:30 à 11:58:26 (4/6); (18/6); (25/6); Il ne s'agit pas de dessins animés.	AVENTURES DE SUPER MARIO (USA) 12:37:03 à 12: 50:59 : (4/6) ; (18/6) ; (25/6); LE MASQUE (USA) 13:03:51 à 13:17:41 : (4/6) ; (18/6) ; (25/6) ; mais dans la semaine du dimanche 11 juin, l'heure est : 15:40:00 à 15:50:41 TOM et JERRY (USA) 16:02:15 à 16:12 (le
---	--

<p><i>LES CHAMPIONS (USA) 12:11:19 à 12: 22: 38: (4/6) ; (18/6) ; (25/6). TOM et JERRY (USA) 12:26:47 à 12:36 (le dimanche 11/6) 16:02:15 à 16:12 (le dimanche 25/6).</i></p>	<p><i>dimanche 25/6) ; TOM et JERRY KIDS, (USA); 16:28:45 à 16:38:00 (le dimanche 4/6 et le dimanche 17/6)</i></p>
---	--

### **Analyse de la Programmation du Dimanche et Monde Diégétique Cognitif.**

#### **Guardianes de la Historia (Gardiens de l'Histoire), USA : Monde Diégétique Ludique**

##### *Contenu latent:*

Il s'agit d'un contenu biblique qui renvoie à un texte qui est une vision du monde, et fournit en même temps certains renseignements historiques, une description d'un cadre de vie de l'époque. Mais, en même temps il y a un espace de fiction, car il n'est pas possible de faire un double de la clé d'une prison, et ensuite aller et sortir. Il n'est pas vraisemblable qu'un malabar puisse dominer un géant, etc. C'est à dire toujours il y un mélange entre le récit biblique et d'autre espace non vraisemblable comme un monde réel humaine. C'est pour cela qu'il s'agit d'une fiction et aussi d'une description historique, car c'est un monde diégétique ludique.

##### *Structuration cognitive:*

Il s'agit d'un traitement cognitif simple, avec un espace cognitif, le récit même comme conflit initial, développement et final qui permet de comprendre le tout, c'est-à-dire un texte fermé ; mais, dans d'autres contextes, il est possible d'interpréter le texte comme deux espaces : l'histoire et la référence biblique. Mais, pour le comprendre, ca suffit avec regarder l'écran. À l'intérieur d'une vision du monde biblique on construit une histoire, un récit, qu'il sera le sujet de l'épisode.

#### **Las Aventuras de los Osos Gomi (Les aventures des ours Gomi), USA : Monde Diégétique Fiction**

##### *Contenu latent:*

Le monde diégétique est une fiction: le récit n'est pas réel, les objets de pouvoir, auxiliaires magiques de l'histoire, non plus. Ogres, Roi, rapports entre les Ours et les Humains, entre la Monarchie et la Nature existent seulement dans l'espace de la fiction.

##### *Structuration cognitive:*

La série implique l'utilisation de processus cognitifs simples. L'histoire est linéaire et fermée. Il est simple de comprendre l'histoire centrale, mais dans la même histoire apparaît

une autre histoire qui est dans un rapport d'enclave sur l'histoire principale. Mais, il n'a pas besoin d'une compétence hypertextuelle pour le comprendre.

### **Les contes de Shelly (USA): Monde Diégétique Fiction**

*Contenu latent :*

Le monde diégétique est fiction, par trois niveaux des raisons : a) qu'il n'y a pas de récit vraisemblable avec la description de la vie sociale, b) les rôles des personnages et les attributions de valeurs ne correspondent pas au vraisemblable avec le réel, il s'agit des contes de fées, où il y a des objets de pouvoir magique, qu'ils posent des actions qu'ils ne sont pas possible de déduire sauf dans l'univers de fiction.

*Structuration cognitive:*

Tout le récit a une structuration cognitive simple, d'un ou deux espaces perceptifs. Chaque épisode n'a pas besoin d'une compétence hypertextuelle.

### **Les Champions (USA) : Monde Diégétique Fiction**

*Contenu latent*

La manifestation de la série pose un programme d'actions de la part du héros, le Canard, qui n'est pas simplement de jouer au hockey, mais de lutter pour sauver le monde, en opposition au programme d'actions qui est de détruire le monde. La forme visuelle comme les contenus sont générés dans un espace qui n'est pas réel : la construction des personnages anthropomorphes d'origine extraterrestre, les possibilités des actions des personnages, le déplacement des deux mondes, le jeu hockey, et la base secrète donne à la représentation mise en acte un caractère irréel, et c'est pour cela qu'elle se pose dans le domaine de la fiction.

*Structuration cognitive:*

Tout le récit a une structuration cognitive simple, d'un ou deux espaces perceptifs. Ce n'est pas nécessaire de consulter d'autres médias pour le comprendre.

### **Les Aventures des Super Frères Mario (USA): Monde Diégétique Fiction**

*Contenu latent:*

L'histoire nous présente un monde fictif où les personnages qui existent dans la fiction ne sont pas réels. Ces histoires des Aventures du Mario Superbe sont construites comme le jeu pour PC. Les personnages qui apparaissent sont: les Dinosaures, les tortues préhistoriques qui parlent et interagissent comme des hommes, mais qui existent seulement dans ce monde fictif, car l'histoire, le monde diégétique, en plus des personnages et des événements, impliquent tous la classification d'un monde fictif : les personnages, les actions et leurs attributions des pouvoirs sont éloignées du réel, ils sont fictifs.

*Structuration cognitive:*

La série implique l'utilisation de processus cognitifs simples: c'est une histoire linéaire dans laquelle se présentent un conflit, son développement et le final. Le développement est séquentiel, le lecteur n'a pas besoin de manier plusieurs espaces perceptifs et implications logiques. Il n'y pas d'hypertextualité.

### **La máscara (Le Masque), USA: Monde Diégétique Fiction**

#### *Contenu latent:*

Ici c'est un mélange d'un monde de fiction avec un monde réel. Mais on privilégie la fiction. Si nous analysons le personnage de Stanley sous les effets du masque, il souffre une transformation où apparaît un autre être totalement opposé au Stanley de la vie quotidienne. Dans cette histoire, les seuls sujets qui sont des êtres humains réels sont: Stanley, sauf quand il porte le masque qui le transforme totalement, et Peggy, son amie. Dans cette histoire, les seuls sujets qui sont des êtres humains réels sont: Stanley, sauf quand il porte le masque qui le transforme totalement, et Peggy, son amie. In objet quelconque se manifeste toujours le même, les personnages ont toujours les mêmes attributs. Il y a deux lectures possibles: l'une qui est seulement centrée sur les événements narratifs et l'autre qui est l'espace de la critique sociale, en établissant une relation entre un texte et autre. Dans cette voie c'est une critique faite aux couches moyennes par rapport au travail fait avec le paraître de la vie, les symboles de statut social; c'est une critique de la culture patriarcale. Nous pouvons catégoriser cette série comme celle d'un monde diégétique réel, parce que les personnages sont réels ainsi que les situations dans lesquelles ils sont impliqués.

#### *Structuration cognitive:*

La série implique l'utilisation de processus cognitifs simples où l'histoire est comprise comme une histoire séquentielle où se présentent un principe, une problématique ou un conflit et un développement et une fin. À partir de cela, il y a une finale qui clôt l'histoire de ce chapitre. Apparaît toujours une force adverse aux personnages de la série. C'est un texte fermé. Le développement est séquentiel parce que le lecteur n'a pas besoin de manier plusieurs espaces perceptifs et implications logiques.

### **Tom y Jerry (USA) : Monde Diégétique Fiction**

Note : Déjà analysé (voir pages précédentes)

### **Tom y Jerry Kids (USA) : Monde Diégétique Fiction**

Note : Déjà analysé (voir pages précédentes)

## **4.2.2.4 Considérations Analyse des Séries programmée le dimanche chaîne TV UC**

Le parcours Diégétique de la programmation du dimanche est :

**Ludique→Fiction→Fiction→Fiction→Fiction→Fiction→Fiction→Fiction**

#### **4.2.2.5 Analyse de Séries programmées le vendredi chaîne TV UC**

La programmation régulière du vendredi (horaire de large audience: 22 à 23,30 heures) « Los Simpson », est une programmation pour les consommateurs adultes et pour les jeunes, et leur monde diégétique présumé est le réel.

##### **Les Simpson: Monde Diégétique Réel**

*Contenu latent:*

Dans cette histoire les personnages sont réels. Il s'agit d'actants qui ont pour objet le désir d'un objet quelconque se manifeste toujours le même, les personnages ont toujours les mêmes attributs. Il y a deux lectures possibles: l'une qui est seulement centrée sur les événements narratifs et l'autre qui est l'espace de la critique sociale, en établissant une relation entre un texte et autre. Dans cette voie c'est une critique faite aux couches moyennes par rapport au travail fait avec le paraître de la vie, les symboles de statut social; c'est une critique de la culture patriarcale. Nous pouvons catégoriser cette série comme celle d'un monde diégétique réel, parce que les personnages sont réels ainsi que les situations dans lesquelles ils sont impliqués.

*Structuration cognitive:*

L'interprétation simple de cette série est en relation directe avec les actions des personnages, par conséquent les actions s'insèrent dans ce qui est actants dans l'histoire, les structures cognitives ne sont pas complexes. Il s'agit de textes fermés, en regarder un permet la compréhension de tous. Mais si nous faisons l'ancrage dans l'espace de la critique sociale, il ne s'agit pas de l'utilisation de processus cognitifs simples, il y a des indices d'autres textes : le comportement d'Homer est un cas extrême des rôles de la culture patriarcal, les préoccupations par l'image des personnages dans l'autres en Marge, Homer sont indices d'une critique aux cultures des strates moyennes, le rôle des moyens de communication massive (télévision) a la même fonction. Dans ce cadre, il s'agit des intertextualités, d'autres textes posé dans le même texte, mais, en même temps, si nous focalisons l'histoire, le développement des actions, nous pouvons dire qu'il est une histoire simple, c'est pour cela que nous pouvons dire, qu'il s'agit d'un texte de complexité moyenne.

#### **4.2.2.6 Conclusions de l'analyse des Séries programmées par la chaîne TV UC**

**Il est possible de déduire de la programmation des samedi et dimanche de la Chaîne Télévision Université Catholique (TV UC) qu'il n'y a pas un principe diégétique** qui donne une structure à la programmation télévisuelle, au moins par rapport aux relais monde et réalité. En outre, il y a des créneaux horaires vides entre une série et une autre, par exemple entre Garfield (Ludique) et Tom et Jerry (Fiction), le samedi, la séquence n'est pas claire non plus le dimanche.

Le dimanche, la programmation commence avec une série ludique de contenu religieux, Les Gardiens de l'Histoire, programme qui est très important pour la chaîne catholique, et pour sa programmation un dimanche : nous pouvons penser que cette série est la mission d'ancrage pour les consommateurs dans le domaine de la religion, et il est alors possible de déduire qu'un programmeur fera, à partir de cela, la programmation des mondes diégétique ludiques et après, réels par rapport à lier le contenu religieux avec la vie réelle, mais il s'agit d'un non vu pour la chaîne, parce que la programmation est ensuite seulement de la fiction. Alors, l'axe de la religion se pose mélangé avec la fiction.

**Il est possible de déduire de la programmation des samedis et dimanche de la Chaîne Télévision Université Catholique (TV UC) qu'il y a un processus cognitive simple** dans toute la programmation des dessins animés. C'est-à-dire, l'offre de TV UC est simple de comprendre, tous les chapitres des séries sont textes fermé, il n'y a pas besoin de faire une liaison avec des autres textes pour pouvoir le saisir. Sauf, l'exception de Les Simpson, qu'il est possible de lire comme un texte simple, mais, il est possible de lire comme un texte de complexité moyenne.

## 4.2.3 Analyse des séries Chaîne de Télévision : Chilevisión (Canal 11 télévision hertzienne) :

### 4.2.3.1.- Introduction

On procède avec le même dispositif analytique précédent.

Les lundis 19 juin et 26 juin sont fériés, mais la programmation est régulière dans les différents créneaux horaires.

**Les séries des dessins animés diffusés par la Chaîne Chilevisión le matin du lundi au vendredi sont :**

SUPERMAN (USA) TRES PEQUEÑAS FANTASMAS (USA) <sup>146</sup> ABBOTT Y COSTELO (USA) LOONEY TUNES (USA) MERRY MELODIES (USA)	LAS AVENTURAS DE GULLIVER (USA) EL SHOW DE UNDERDOG (USA) GASPARIN (USA) LAS TRES MELLIZAS (EUROPE) LA PRINCESA SALLY (ASIE) POKEMON (JAPON)
--	---

**Les séries des dessins animés diffusés par la Chaîne Chilevisión l'après-midi sont :**

KITARO (JAPÓN) EL DETECTIVE CONÁN (JAPON) DRAGON QUEST (JAPON)	SLAM DUNK (JAPON) POKEMON (JAPON)
--	--------------------------------------

**Séries du lundi au vendredi Chilevisión et Monde Diégétique :**

### 4.2.3.2 .- Mondes diégétiques et cognitifs Chaîne Chilevisión le matin du lundi à vendredi :

**Superman (USA) : Monde diégétique ludique**

*Contenu latent :*

Dans la vie quotidienne, ce personnage s'appelle Clark Kent, et il travaille dans un journal : El Planeta (Le Daily Planet), en compagnie de la journaliste Luisa Laine. Lorsque se produit un événement comme un vol, il se transforme en Superman, l'homme d'acier, grâce aux pouvoirs qu'il a pour d'être d'autre planète. Ce serait donc un élément de fiction, un personnage fictif, car il n'existe pas d'homme aux super pouvoirs. Même nous ne savons pas

<sup>146</sup> La série de dessins animés "Tres pequeñas fantasmas" (Trois petites fantômes), origine USA il n'est pas possible de récolter. Dans le Chili, il n'y a pas une institution que archive tout l'audiovisuel des chaînes télévisées (comme l'Inatèque en France). Il existe "Le trois petit fantôme", mais il s'agit des hommes et il est une série japonaise, mais, dans la série cherchée il s'agit des femmes et il est d'origine USA.



s'il y a des humaines dans d'autres planètes. Par conséquent, quand un personnage de fiction interagit avec le monde réel, nous pouvons catégoriser cette série de ludique, aux raisons plus approfondies que la fiction s'insère dans des parcours possibles de la vie réelle.

*Structure cognitive :*

Cette série implique l'usage de structures cognitives simples. L'histoire se comprend facilement, car elle est structurée séquentiellement dans un récit linéaire, dans lequel se présente toujours un conflit qui se développe tout au long de la série, et la façon dont Superman comme personnage principal interagit avec d'autres personnages, comme les méchants qui seront toujours les adversaires de Superman, qui luttera contre eux pour rétablir l'ordre social.

### **Looney Tunes (USA) : Monde Diégétique Fiction**

*Contenu latent :*

Dans cette histoire, les personnages représentent des situations de la vie quotidienne propres aux êtres humains, mais, en même temps très éloignée de la vie réel, la vie réel est un schéma, tout se passa au niveau des sentiments. Les personnages sont des animaux et de ce point de vue le monde narré est aussi irréel, car les lapins, les cochons et les chats ne peuvent marcher debout comme des êtres humains, et en même temps nous ne savons pas pourquoi ils ne sont pas tout lapins, ou tout chats, etc. Ces personnages sont nés dans d'autres séries, dans lesquelles il y a un monde, un rapport de vie établi, et dans le nouveau contexte les parcours ne font pas que faire une rétroalimentation du caractère de fiction de leur construction. De ce point de vue, cette histoire se situe dans le monde de la **fiction**, car elle est inconcevable dans un monde réel.

*Structures cognitives :*

La série implique l'usage de procès cognitifs simples. L'histoire possède une séquentialité linéaire qui dépend totalement des actions des personnages. Les actants se présentent avec leur objet de désir. Apparaît l'actant qui représente l'adversaire qui va à l'encontre des désirs du Sujet, mais tout se termine bien finalement. Il y a une seule histoire à l'intérieur de la diégèse, il n'y a pas de séquences parallèles. Bien sûr qu'il opère une relation d'hypertextualité à niveau de la reconnaissance qu'il s'agit des personnages d'autres séries, mais cette reconnaissance n'est pas nécessaire pour comprendre l'histoire.

### **Merry Melodies (USA) : Monde diégétique Réel, Fiction, Ludique**

*Contenu latent*

Merry Melodies ne constitue pas une série dans sa structure globale, mais un support à travers lequel il est possible de voir différents types d'histoires, depuis les plus réelles jusqu'aux plus fictives. Par exemple, les trois récits que présente le chapitre décrit dans

l'annexe, sont un exemple de cela. La première histoire, éminemment réelle, montre la caricature d'une dispute domestique, inspirée de la réalité des couples états-uniens des années 50, en même temps que des fragments documentaires de la contemporanéité de la vie urbaine. Son caractère authentifiant se donne non seulement au niveau du scénario et des personnages, mais aussi en termes chromatiques et spatiaux, où les proportions sont seulement modifiées au service de la caricature sociale que l'on prétend obtenir. Totalement opposée à la première, la seconde histoire narre les aventures de deux vautours bavards qui tentent désespérément de s'alimenter, ourdissant les plus incroyables stratagèmes, arrivant même jusqu'à tenter de se manger entre eux. Nous observons ici des caractéristiques éminemment fictionnelles non seulement du point de vue du scénario, mais surtout par rapport aux personnages. Ces rapaces, bien qu'ils conservent certains traits physiques propres à leur espèce (couleur, forme, taille, etc.) ne sont pas ceux typiques que l'on peut rencontrer dans un zoo. Il s'agit d'animaux caricaturés et dotés de qualités propres aux êtres humains. Non seulement ils parlent, mais ils pensent, lisent, cuisinent, marchent debout, possèdent des mains à l'extrémité de leurs ailes ; en plus de jouir d'autres caractéristiques totalement fictives, comme la capacité de « se remonter les plumes ». Déterminée par tous ces éléments, l'action aussi se teint d'irréalité. La troisième histoire est ludique, bien que sa diégèse et son contenu correspondent au monde fictionnel. Dans ce cas, la trame démarre depuis la fiction, lorsque nous voyons comment un lapin, Bugs Bunny, lit le journal et se présente à un emploi à la télévision. Seulement avec ces faits, qui appartiennent au point de départ de l'histoire, il est possible de voir qu'il s'agit d'un personnage de fiction : un animal avec des aptitudes et des caractéristiques humaines, qui agit comme une quelconque personne. Bugs marche debout comme quiconque se promène dans la rue, et il saute rarement. Cela, ajouté au fait qu'il raisonne, pense, parle, lit, travaille, discute etc. pareil à un être humain. Par rapport à son anatomie, nous pouvons signaler qu'il s'agit presque d'un lapin en peluche, qui conserve peu des qualités taxinomiques et comportementales – celles que nous avons déjà donné en exemple- propres à son espèce. Par exemple il possède de grands yeux ronds, non pas rouges comme ceux des lapins traditionnels, encore qu'il a de grandes oreilles. Le point de connexion avec la réalité est donné tant par le milieu que par le reste des personnages, à commencer par le chasseur, un adversaire assez vraisemblable. Mais là où la fiction est plus présente, c'est dans la relation qui se joue entre Bugs et Elmer. Les deux personnages discutent d'égal à égal au point que l'animal s'avère plus intelligent et habile que l'humain même, ce qui se voit confirmé dans le fait que c'est toujours Bugs qui se moque d'Elmer.

*Structurations cognitives*

Cependant Merry Melodies constitue une plateforme et non une série comme telle, il est important de dire que les différentes histoires qui se donnent rendez-vous ici, ne possèdent aucun type de relation entre elles. En ce sens, chaque chapitre, tant de Merry Melodies que des histoires qui la composent, peut être étudié et vu de manière indépendante, car il constitue des unités autonomes et fermées par rapport aux autres. Dans la majorité des cas, chaque histoire commence et se termine dans le même chapitre, sans parvenir à constituer une série animée. Cela dit, les récits imprégnés dans ce support répondent généralement à la structure linéaire classique de début, développement et final, phases qui se voient unies entre elles grâce à des enchaînements basés sur des relations de type cause/effet. L'argument des histoires présentées ici implique un maniement de peu de variables, ce qui fait de ces récits des structures simples et de compréhension facile, qui ne requièrent pas d'être associées à d'autres séries, en plus de noter une claire prédominance du narratif au détriment d'une interaction visuelle complexe.

### **Abbott et Costello (USA) : Monde Diégétique Ludique<sup>147</sup>**

#### *Contenu latent :*

Dans le cas cité, il est clair qu'on a recourt aux espaces de fiction du cinéma de l'époque, et la présence de Dracula renvoie à celui-ci. Il s'agit de satiriser ces espaces de fiction, depuis la perspective d'une comédie réaliste qui joue entre le rêve, la vie quotidienne réelle et le fait de satiriser des espaces qui sont un point de référence du public de l'époque ; c'est pourquoi nous la catégorisons sur le plan diégétique comme un monde réel et en même temps fiction.

#### *Structure cognitive :*

La série est simple et ne requiert pas de liens intertextuels pour la comprendre, mais plutôt pour appréhender sa satire plus profonde.

### **Los Viajes de Gulliver (Les voyages de Gulliver), USA : Monde diégétique Ludique**

#### *Contenu latent*

L'argument qui sous-tend la série se base sur un pilier fictionnel, caractérisé par la découverte de mondes différents par Gulliver, où les problèmes centraux et les vécus des personnages (tout comme leurs actions) sont les mêmes qui ont lieu dans une société du monde réel, bien que présentées sur un support fictionnel, ce qui conduit de nombreuses fois à tomber dans l'absurde. Dans notre cas, nous remarquons qu'il se présente un réel problème politique,- y compris culturel- où un État prétend imposer, nous pourrions même dire

---

<sup>147</sup> Note: nous n'avons pas trouvé d'archive visuelle d'un chapitre de la série télévisée de dessins animés, mais des informations sur internet.

« globaliser », certaines habitudes à d'autres peuples qui possèdent des traditions différentes. Nous observons également l'usage de la politique et la conduite du pouvoir de la part des conseillers des gouvernants, situations qu'il est possible de rencontrer tous les jours dans n'importe quelle société du monde réel. Les personnages présentés dans cette histoire constituent aussi des archétypes sociaux. Ainsi nous pouvons trouver le gouvernant, l'aventurier, le manipulateur politique, etc. Ceux-ci constituant aussi un rapprochement avec le monde réel. La relation avec le monde fictionnel est donnée plutôt par une disproportion ou une exagération de la réalité. D'où le fait que nous rencontrons des géants ou des nains dans des mondes où tout est adapté à eux. Nous pouvons conclure qu'il existe une conjonction d'éléments, tant fictionnels qu'authentiques, dotant cette série d'un caractère ludique.

#### *Structures cognitives*

Au niveau de la structure, cette série rend compte de l'étalon classique linéaire de début, développement et dénouement, dont le lien est donné sur la base de relations causales, modèle qui se répète dans chacun des chapitres qui constituent des unités fermées. On remarque une structure simple dans le discours, ce qui implique un type de traitement cognitif où l'on met très peu de variables ou dimensions, centrées sur le code narratif. A l'intérieur de l'histoire se manifestent des enclaves, comme la relation amoureuse entre les enfants des rois rivaux, ou le naufrage de Gulliver, mais toutes ont un effet sur le tronc central.

#### **El Show de Underdog (USA): Monde Diégétique Fiction**

##### *Contenu latent :*

Dans cette histoire, les personnages sont irréels. Ils représentent une série de situations qui se situent dans un monde irréel. Underdog est un Super-Chien, ce qui est impossible dans le monde réel. Les Sorciers Volants apparaissent comme des sortes de machines qui parlent ; leur forme ressemble à une soucoupe volante, et ils volent librement dans une planète dont on ne sait rien. Par conséquent tout ceci correspond à un monde fictionnel. La magie apparaît comme un élément à partir du moment où Underdog prend sa pilule de vitamines et récupère immédiatement ses forces perdues. Pour tout ce qui a été signalé antérieurement, cette série se classerait dans le monde de la fiction.

##### *Structuration cognitive :*

La série implique l'usage de procès cognitifs simples. L'histoire se comprend clairement dans sa structure diégétique ; nous nous trouvons avec des personnages qui ont toujours les mêmes attributs et qui ont un rôle déterminé. Il réunit les conditions d'un texte fermé, il a une fin claire et spécifique après un développement linéaire de tout le conflit. Il n'est fait appel ni à divers espaces perceptifs, ni à des implications logiques.

#### **Gasparín (USA) : Monde Diégétique Fiction**

*Contenu latent :*

Le monde décrit dans cette histoire est réel quant à l'espace. Les personnages sont réels, excepté les deux fantômes qui cohabitent dans ce monde réel, réalisant des actions propres aux êtres irréels : voler dans les airs, traverser des murailles, etc. Les événements sont des situations quotidiennes qui peuvent arriver à n'importe qui, l'ambiance irréelle est donnée par les fantômes, et par les actions qu'ils peuvent réaliser, par conséquent cette histoire s'inscrirait dans le genre fiction, car il est impossible qu'existent des protagonistes comme dans le récit et il est impossible de faire les actions qu'ils réalisent.

*Structuration cognitive :*

La série implique l'usage de procès cognitifs simples. Pour comprendre l'histoire il n'est besoin de la voir qu'en une seule série (texte fermé). Le développement est séquentiel car le lecteur n'a pas besoin de gérer de nombreux espaces perceptifs et d'implications logiques.

**Las tres Mellizas (España) : Monde diégétique ludique***Contenu latent :*

Dans cette histoire les personnages sont réels car ils représentent des fonctions, des actions réelles. La sorcière est accompagnée d'un hibou qui parle, ce qui correspondrait au monde de la fiction, étant donné qu'on attribue au hibou une caractéristique propre aux êtres humains. Par ailleurs, la magie se présente comme un élément irréel, puisque la Sorcière fait disparaître les jumelles d'un lieu pour les faire apparaître dans un autre. Cette situation est irréelle. Les lieux sont des lieux physiques avec des caractéristiques réelles. Par conséquent l'élément magique constitué par le déplacement d'un lieu à un autre, et le hibou qui est un personnage qui se situe dans l'irréel par le fait de parler comme un être humain, mais les situations sont vraisemblables : il y a un dictateur, les adjutants du dictateur, les programmes d'action pour l'accomplissement de la tâche, l'anti-programme des trois jumelles, etc. Tout *permet* de catégoriser comme ludique, mélange entre réalité et fiction.

*Structure cognitive :*

La série implique l'usage de procès cognitifs de complexité moyenne ; d'une part, il est facile de la comprendre, car tout se déroule dans un seul chapitre de la série ; d'autre part, sont utilisées des structurations non pas séquentielles, mais enclavées et parallèles. L'action se déroule en divers espaces qui ont un effet dans un autre espace.

**La Princesa Sally (Sally, la petite sorcière), Japon : Monde Diégétique Ludique***Contenu latent :*

Dans le monde construit, il y a des règles qu'il émerge de la fiction : les pouvoirs magiques qui sont associés au monde des sorcières, la rêverie d'enfants qui est d'accéder à des

pouvoirs pour surmonter les situations de leur vie quotidienne ; mais, d'un autre côté, il y a des choses réelles : la vie de Sally est celle d'un humain, elle est préoccupée par les autres, et le plus important pour elle sont les rapports sociaux avec les autres jeunes, alors il y a une corrélation des contenus avec la phase de puberté des consommateurs mêmes. C'est pour cela que nous avons catégorisé la série comme monde diégétique ludique.

*Structure cognitive :*

La série n'est pas un parcours linéaire, s'il est vrai que nous pouvons comprendre quelques chapitres, nous ne connaissons pas réellement toutes les dimensions du récit, parce qu'elles ne sont pas expliquées par des séquences linéaires d'action. Ainsi, nous ne connaissons pas le signifié social du rôle de la grand-mère de Sally, par exemple. Alors, il faut de la compétence hypertextuel pour comprendre la série, parce que les chapitres ne sont pas fermés, il n'y a pas une clôture du récit. Ensuite, il y aura un film qui donnera une structure globale, dix années après dans les séries des Studios Mahō Shōjos : le concept d'une princesse magique qui est transférée dans le monde humain (Mahō Tsukai Chappy, 1972, et Majokko Megu-chan, 1974). Elle doit jouer entre l'être et le paraître, entre les humains et sa réalité de sorcière, et en plus des rapports sociaux complexes de la vie à l'école. C'est pour cela que nous l'avons catégorisée comme de complexité moyenne.

### **Pokémon (Japon): Monde Diégétique Ludique**

*Le contenu latent*

Le contenu de la série mêle le fantastique avec le réel. En constituant une histoire complexe il implique les consommateurs dans le fait d'acquérir le savoir sur les qualités des personnages de fiction, savoir qui permet de se situer au-dessous des autres et de gagner une reconnaissance. Le protagoniste humain établit une liaison avec Pokémon et ils commencent à chercher Pokémon, pour l'entraîner. Les Pokémon sont des créatures qui vivent dans les herbes, les bois, les cavernes et les lacs. Ils existent dans tout le monde. Il y en a plus de 300, certains sont très rares, d'autres difficiles à attraper. Ils sont uniques avec des caractéristiques particulières. Si on les attrape, ils permettent de se battre avec les autres entraîneurs, et ils aideront à attraper les Pokémon sauvages. Quand ils ont été capturés, les usagers doivent les entraîner, pour arriver à être le meilleur entraîneur de Pokémon du monde. Cette structuration lie les sujets consommateurs à une rêverie qui leur permet de s'identifier avec le monde des grands, puisqu'ils peuvent acquérir le savoir, et avec cela sauver le monde, ce qui leur apporte les caresses positives des autres, chaque Pokémon a des caractéristiques par rapport qu'ils peuvent remplir différents rôles, avec la réussite on peut tenir la valorisation positive des autres, en plus des parents. Ainsi, le récit, dans son monde diégétique est ludique. À la base est le caractère fictif des Pokémon et leurs qualités spécifiques, et à la base du réel est la tâche

analytique de penser les rapports entre le but et les qualités de chaque Pokémon, c'est-à-dire la démarche analytique de évaluer les possibilités d'actions à partir des attributs. C'est pour cela que nous l'avons caractérisé comme monde ludique.

#### *Structurations cognitives*

La série est complexe et il est impossible de l'appréhender sans avoir un rapport préalable à plusieurs savoirs, qu'ils sont développés dans des intertextes comme des sites Web, des films, d'autres chapitres de la série, des revues, etc. Ce que nous avons fait dans l'exposition des contenus manifeste dans l'annexe est construire un texte qu'il peut synthétiser des contenus qu'ils son exposée fractalement. Le domaine des variables est élevé, pour savoir agir avec les jeux-vidéo et pour interpréter correctement les séries : le garçon doit reconnaître 251 Pokémon distincts, leurs attributs spécifiques, et prévoir le comportement de chacun par rapport aux tâches menées; la capacité perceptive des consommateurs implique non seulement la reconnaissance mais aussi l'établissement des stratégies analytiques sur la pertinence de choisir tel Pokémon par rapport à un autre, au fait de faire face à une tâche spécifique.

### **4.2.3.3 .- Mondes diégétiques et cognitives Chaîne Chilevisión à l'après midi du lundi à vendredi :**

#### **Kitaro (Japon) : Monde Diégétique Fiction**

##### *Contenu latent :*

Dans cette histoire les personnages évoluent dans un monde irréel. L'homme rat est irréel car ces êtres n'existent pas dans le monde réel. L'enfant Kitaro est réel, mais il n'est pas réaliste qu'il ait un père qui soit un œil et que cet œil ait des bras et des jambes, qu'il parle et qu'il vive en permanence dans la chevelure de Kitaro. Le démon naïf est un être gigantesque qui est resté très longtemps enterré, et lorsqu'il ressort on craint sa force. C'est un être fictif car il ne peut en exister de pareil avec ces caractéristiques. Les espaces sont divers : les villes, les bois, la grotte, mais les noms de lieux ne sont pas clairement spécifiés. L'histoire nous présente deux mondes en parallèle, le réel et l'irréel, mais elle s'insère plus dans le genre irréel par les caractéristiques et le récit ainsi que les actants qui sont mêlés au récit, tout cela fait que le monde diégétique est fiction.

##### *Structure cognitive :*

La structure implique l'usage de procès cognitifs complexes, car on n'explique pas pourquoi Kitaro a un œil comme père, pourquoi il est avec lui, ni où il vit. A mesure que l'histoire se déroule, nous sommes dans l'hypertextualité, c'est-à-dire qu'il y a un autre

discours qui s'installe parallèlement. Les attributs des personnages ne sont plus les mêmes, par exemple la fille du milliardaire est gâtée et capricieuse, mais après elle change radicalement en prenant sa décision de ne plus retourner chez elle et en continuant d'être semblable à elle-même. *Chaque segment du récit est important*, on doit toujours être attentif face à la diégèse proposée.

### **Le Détective Conan (Japon): Monde Diégétique Ludique**

*Contenu latent :*

Bien que l'argument initial de la série dérive d'un fait fictif (le fait que Shinichi soit devenu un enfant de six ans à cause d'un poison), le reste de l'histoire et des éléments constituants (les couleurs, les personnages, l'ambiance) sont éminemment réels. Même les inventions que le professeur Agasa crée pour Conan ont le soutien suffisant dans la réalité, puisqu'il est possible de les faire construire par un scientifique. Dans la résolution des cas – qui représentent la grande masse discursive de l'histoire on n'observe pas non plus d'éléments réels. Par contre, l'élément utilisé par Conan pour résoudre ses cas est essentiellement le raisonnement, la déduction, sur la base de l'association des pistes qu'ils découvrent peu à peu. Dans ce sens, la construction du discours apparaît sur la base d'un monde ludique qui permet l'association d'éléments réels et de fiction, dont son expression structurelle est un squelette où chaque chapitre est un jeu réciproque avec le spectateur qui essaie comme Conan, de découvrir le coupable du crime.

Le concept du bien et du mal apparaît relativisé dans cette série, un fait qu'appelle aussi une authentification de celle-ci. Par exemple, les responsables des crimes ont souvent une raison pour leurs conduites négatives, généralement déterminée par les circonstances, ce que remarque une détermination de leurs actes de la part de l'entourage. D'après cela nous pouvons déduire une influence de la culture orientale, ce qui est exprimé dans la haute importance de la réalité comme un tout intégré, dérivé d'une série de relations complexes, pas seulement entre les personnages, mais aussi entre eux et leur entourage. Il se manifeste dans le mode de construction des cadrages et du montage, en plus des implicites dans le discours même. Un exemple, c'est quand les coupables racontent leur version des faits, en même temps que – grâce à un flash-back – nous observons son action décrite depuis leurs points de vue particuliers, au moment de la confession (cela est rendu possible grâce aux témoignages qui ont un soutien dans les images qui sont montrées dans le récit raconté).

*Structuration cognitive :*

La structure de la série s'effectue sur la base d'épisodes auto-conclusifs, caractérisés par l'apparition d'un criminel différent dans chacun d'eux. Leur structure interne est basée sur le modèle linéaire classique de début, développement et conclusion : la présentation des



cas, le développement de la recherche, la résolution du crime et l'arrêt des coupables. Le type d'histoire proposée par la série oblige à la poursuite multiple des variables, exprimées par l'établissement des relations de connexion et dépendance, et la relation de tous les éléments en constituant une cohérence globale, que Conan (ainsi que le spectateur) doit faire au moment de découvrir les criminels, au service de ce qui est souvent utilisé dans l'idée du montage parallèle, par exemple, quand le petit détective imagine une scène possible du crime. Tout est implicite au niveau du discours, étant donné que pendant que Conan poursuit la recherche, l'assassin essaie de l'éviter, de manière que la recherche est plus visible en lien avec le caractère de détective de la série. Il est important de remarquer que cette série, afin d'être comprise dans sa totalité, a besoin d'être liée aux autres supports textuels (le manga, les magazines, l'Internet). Un exemple, c'est le fait que quand quelqu'un voit pour une première fois un chapitre (sauf le premier) il n'arrive pas à comprendre la véritable origine de cet enfant détective, qui, comme nous le savons, n'est pas un enfant mais un personnage adulte. Car, nous pouvons dire que la structuration cognitive est complexe.

### **Dragon Quest (Les Aventures de Fly), Japon, Monde Diégétique Fiction**

#### *Contenu latent:*

La série se passe dans le monde de la fiction, non seulement par la présence de l'opposition entre le « Roi du Mal » et le "Ce qui est Bon", mais aussi parce que la série développe un conflit initial qui se structure sous la présence de pouvoirs surnaturels, d'êtres non-humains, et de régions structurantes du Mal et du Bien dans la constitution des êtres eux-mêmes: le grand-père est un non-homme, par exemple, mais il inclut dans son être des régions de maux virtuels qui sont seulement activés par la présence du mal, ce à quoi le bon espace oppose une bulle de protection. La combinaison de guerriers-sorcellerie, de régions latentes dans les êtres occupent un espace qui place tout dans la fiction, l'éloigne de ce qui est réel, et on s'installe dans ce qui est onirique, dans les rêveries, tant en ce qui concerne le pouvoir que la protection. Dans cet espace de fiction, on construit un enfant qui a du pouvoir sur les autres, ceux qui sont grands (tant les hommes que les non-hommes), et qui, à partir de là peut combattre pour maintenir "un ordre". Le pouvoir de Fly est construit dans le savoir-faire (la sorcellerie) comme dans le faire-faire (le combat).

#### *Structurations cognitives:*

La série est complexe. Depuis le premier chapitre la description des événements n'est pas développée linéairement, mais par intertextualité. Nous savons qui est le grand-père, et quelles sont les circonstances dans lesquelles l'histoire se déroule; c'est-à-dire qu'il n'y a pas de conflit au développement et au dénouement qui commencent et se terminent dans un seul chapitre, mais pour les comprendre nous avons dû suivre avec attention tout ce qui se passe en

plus de nourrir le savoir grâce à internet, et aux revues de mangas. Les personnages n'ont pas de stabilité, leurs attributs changent par rapport aux conditions mêmes. La construction perceptive et l'intellect ne sont pas simples, ils supposent d'être attentif à tout et de ne pas l'appréhender seulement dans une perspective de la narration linéaire, mais former une perception dans une perspective associative au-delà de la séquentialité.

### **Slam Dunk (Japon) : Monde Diégétique Réel**

#### *Contenu latent*

Le caractère authentifiant de la série est signalé dans pratiquement tous les aspects: depuis la narration, en passant par les actions et les personnages jusqu'à l'atmosphère ou à la scène où on développe l'histoire. Bien qu'il s'agisse d'une série sportive, celle-ci ne tombe pas dans l'exagération de survaloriser le sport comme l'élément plus important et fil conducteur univoque de l'histoire, mais établit un équilibre entre la dimension qui comprend les relations entre les personnages et les réalisations sportives. Les personnages n'assignent pas au basket un niveau d'importance plus grand que d'autres dimensions de leur vie. Le sport est représenté de manière réelle. Peut-être l'aspect le plus authentique de la série est-il la construction de ses personnages, non seulement dans des termes d'anatomie, mais aussi dans sa perspective psychologique. Sakuragi est le personnage principal, et la série n'idéalise pas le personnage mais le montre dans toutes ses dimensions, négatives et positives, la série représente un homme réel et vraisemblable.

#### *Structuration cognitive*

Du point de vue de la construction de l'histoire, il est possible de détecter une structure classique avec un début, un développement et un dénouement. La série fait des jeux de basket le nœud principal, en agissant comme un agent qui fait la liaison entre les vies des garçons, ceux qui constituent le véritable noyau de la série. Malgré la simplicité de l'histoire, il est possible d'apprécier des relations de connexion et de dépendance cognitive entre les différentes histoires qui la constituent. S'il est vrai que la dimension narrative est très importante, il y a d'autres dimensions visuelles, de transcendance par exemple. Bien que le code narratif soit celui qui déplace les autres significatifs, ceux-ci ne sont pas plongés dans celui-là, en apportant différentes dimensions de l'histoire qui souvent ne sont pas comprises dans toutes ses dimensions par les spectateurs, qui sont généralement plus intéressés par le discours lui-même. Par la simplicité de l'argumentation, les chapitres tendent à être fermés, clos. Il s'agit d'une construction simple, mais, pour comprendre tous les aspects de l'histoire, il faut se mettre en face d'autres textes (autres séries, comics, etc.), c'est à dire, des hypertextes. En définitive c'est une série qui implique le critère dominant d'une simplicité cognitive.

### **Pokémon (Japon) : Monde Diégétique Ludique**

Note: déjà analysé dans les pages précédentes.

#### **4.2.3.4 .- Conclusions Lundi à Vendredi : « mondes diégétiques et cognitives, Chaîne Chilevisión ».**

Le parcours diégétique au matin est toujours le même, sauf pour les deux premiers créneaux horaires où il s'agit d'un point d'arrivée Ludique ou Fiction ou Réel pour finir dans l'espace ludique de Las Tres Mellizas, et finalement du Pokémon.

**Il n'y a pas bien sûr de principe de cohérence dans les parcours que la chaîne Chilevisión fait, comme nous l'avons synthétisé** dans les lignes précédentes : par exemple du lundi au vendredi le point de départ n'est pas clair, il est parfois ludique, parfois réel, parfois fiction. Après ludique avec « Abbot et Costello ». On pourrait penser que le point de départ est « Las aventuras de Gulliver », de 9h à 9h30 (et quelquefois de 8h27 à 8h41). Il s'agit d'un espace ludique de liaison entre le monde de la fiction et du réel, le réel renvoyant à l'histoire, c'est à dire au monde productif de l'enfant (l'école) et en même temps il s'agit de la rêverie; après la fiction de « El show de Underdog », il s'agit d'un chien avec des objets de pouvoir et le pouvoir de se transformer, après la fiction de « Gasparín », pour arriver au monde Ludique de « Las tres Mellizas » et de « Pokémon ».

Mais pour saisir le sens des parcours diégétiques présumés il faut faire quelques considérations ethnographiques : au Chili, durant l'année de l'objet d'étude (2000) il y a deux régimes scolaires : la journée seulement le matin, étant donné que l'heure d'entrée au collège se situe à 8:30 heures jusqu'à 13:40 heures, les enfants et les jeunes doivent quitter la maison à 8:00 heures, et y retourner à 14:10 heures ; et le régime seulement l'après-midi, où les classes commencent à 14 heures (ils doivent quitter la maison à 13:30 heures) et se terminent à 17 heures, donc, en retournant chez eux à plus ou moins 17:30 h.

On pourrait imaginer le mode de vie théorique des enfants et établir les rapports possibles avec le monde présumé dans les dessins animés selon deux parcours : a) journée scolaire l'après-midi : le matin (8 :30) la télévision propose aux enfants de la réalité-fiction (ludique) pour arriver au monde ludique jusqu'au moment où ils doivent rejoindre l'école, et b) journée scolaire le matin : ils ne regardent pas la télévision.

Le matin la télévision ne propose pas une voie pour s'intégrer aux tâches scolaires, mais propose l'évasion. Le point de départ touche les tâches scolaires pour les oublier ensuite

dans le jeu ludique, et il faut tenir compte que Pokémon renvoie à l'interaction avec les autres enfants par rapport à la connaissance du sujet de la série et des jeux-vidéo.

C'est à dire que la chaîne propose le chemin inverse au chemin diégétique décrit par François Jost et Marie-France Chambat dans le cas étudié par la partie française d'ECOS C00H01, dans laquelle TF1 fait une préparation diégétique pour que les enfants puissent se mettre en face de la réalité scolaire.

Il ne s'agit pas bien sûr d'un objectif de la chaîne Chilevisión, où tout se passe au-delà de la conscience du programmeur.

### **L'après-midi:**

**Fiction** (Kitaro) → **Ludique** (El detective Conan) → **Fiction** (Dragón Quest) → **Réel** (Slum Dunk) → **Ludique** (Pokémon)

Ici, le point de départ est la fiction pure avec Kitaro, dans laquelle il y a une réaffirmation de l'importance de la rêverie sur le réel (par exemple, dans le chapitre analysé, la fille du millionnaire souhaite habiter avec le groupe de Kitaro plutôt qu'avec son père). Avec "El detective Conan", c'est le ludique, mais un ludique très proche du réel; la fiction chez Conan c'est qu'il paraît enfant alors qu'il est adulte, et donc du presque réel on passe à la fiction pure de l'enfant qui veut être guerrier (Dragón Fly), pour arriver au sportif réel (Slam Dunk), et après Pokémon (ludique), très lié aux relations sociales et à la récolte d'objet de savoir.

La programmation à partir de 15h30 (l'après-midi) est adressée aux enfants et aux jeunes qui vont à l'école le matin, qui arrivent à la maison vers 14h10, et qui restent à la maison. A ce public, il faut ajouter les enfants qui arrivent vers 17h39, heure à laquelle la chaîne Chilevisión donne Slam Dunk, alors c'est une possibilité pour les enfants de sortir du monde scolaire, qui reste seulement dans le domaine de ce qui est de la récréation (sport). Slam Dunk est un type spécial de mode diégétique réel, il s'agit d'un ensemble récréatif de la réalité. Pokémon insère le déplacement du réel vers la fiction (dans le domaine ludique), c'est-à-dire qu'il n'y a pas d'implication à accomplir des tâches scolaires.

Bien sûr, il ne s'agit pas d'un but de la chaîne Chilevisión, tout se passe au-delà de la conscience de la programmation.

### **4.2.3.5 .-Samedi et dimanche : séries et mondes diégétique et cognitif**

### **Looney Tunes (USA) : Monde Diégétique Fiction**

Note : déjà analysé dans la programmation du lundi au vendredi.

### **Sky Dancers (Danseuses d'étoiles) USA- France : Monde Diégétique Fiction**

*Contenu latent :*

Les personnages principaux sont des humains qui ont un pouvoir magique. Il y a aussi d'autres personnages purement fictifs, et les scènes, la construction des images où se déroule l'action n'est pas réelle. Quelques fragments sont réels, comme l'Académie de Danse où paraît un studio de télévision, mais ils sont mis en communication avec des nuages, des forêts, des images extraterrestres, etc... Il y a bien sûr quelques vraisemblances avec le monde de la danse des jeunes, mais en définitive, il s'agit d'une fiction au niveau de la construction de l'image, des caractéristiques des personnages comme des actions. C'est pourquoi nous l'avons catégorisé comme un monde diégétique de fiction.

*Structure cognitive :*

Il s'agit d'une construction cognitive qui implique plusieurs fragments du réel : indices des programmes de télévision et des films de danse, indices des fictions extraterrestres, indices des personnages du manga, indices des contes de fées, tous en relation avec des connexions multiples, mais il manque une mégastructure qui donne de la cohérence à la totalité. Le processus du traitement parallèle de l'information ne s'effectue pas parce qu'il manque une structure globale. Il est vrai qu'il y a aussi plusieurs personnages et différents objets au pouvoir magique, et différents indices de plusieurs sous-ensemble des cultures visuelles décrites; la série ne s'insère pas dans l'espace d'une complexité cognitive, mais d'autre part elle n'est pas simple, c'est pour cela que nous l'avons décrite comme complexité cognitive moyenne.

### **El show de Underdog : Monde Diégétique Fiction**

Note : déjà analysé dans la programmation du lundi au vendredi.

### **Alvin y las ardillas (Alvin et les écureuils), USA : Monde Diégétique Ludique**

*Contenu latent :*

Dans cette histoire, il y a des personnages irréels comme les écureuils, ceux du genre masculin qui s'appellent Chipmunks et ceux du genre féminin, les Chipettes. Ces écureuils parlent, portent des vêtements et ont une nounou. David est une personne caractérisée comme un être humain ordinaire ainsi que la demoiselle Muller et les malins Claudia et Klaus. Ces personnages interagissent avec les écureuils comme s'ils étaient des êtres humains, et en fait pour David, Alvin est son fils et il considère les autres écureuils comme des enfants. De ce point de vue, cette histoire fait partie d'un monde de fiction. Mais l'histoire qui émerge peut

être crédible, les actions développées où il y a des enfants qui mettent en place une stratégie pour voyager, l'arnaque des malins, etc., tout ça est susceptible d'exister dans la réalité, et c'est pour ça que nous le considérons comme un monde diégétique ludique.

*Structuration cognitive :*

La série implique l'utilisation de processus cognitifs de complexité moyenne ; d'un côté elle est simple à comprendre, puisque tout est développé dans un récit linéaire mais apparaissent des histoires parallèles et l'action se développe dans divers espaces qui ont un effet les uns sur les autres. Il s'agit cependant d'un texte fermé, où ne s'établissent pas des relations hors du texte ou des savoirs d'autres séries pour le comprendre. Les relations cognitives sont séquentielles, avec quelques enclaves et parallélismes, mais toujours séquentielles pourtant nous considérons que dans la série ne domine pas la complexité cognitive, et nous la catégorisons comme de complexité moyenne.

### **La pequeña Lulú (Petite Lulu), Canada : Monde Diégétique Réel**

*Contenu latent :*

Le monde décrit dans cette histoire est réel, les personnages sont réels, ils interagissent dans la vie quotidienne avec des actions journalières. Lulu fait partie d'une famille typique de la classe moyenne. Par conséquent nous pouvons classer cette histoire, c'est à dire la diégésis et les personnages, comme réelle. Il n'y a pas d'éléments qui peuvent entrer dans le monde de la fiction, car ce sont des situations réelles qui affectent Lulu et qui ont leur conséquence, et l'unique chose qui s'obtient à la fin est un enseignement à partir de cette erreur.

*Structuration cognitive :*

Cette série implique l'usage de procès cognitifs simples. C'est une histoire linéaire, fermée, car elle présente une problématique et son développement à travers l'histoire. Le récit est simple, linéaire. Tout se déroule toujours dans la même ville, dans des situations particulières des personnages. Il n'y a pas besoin d'une compétence hypertextuelle.

### **Las tres Mellizas (Espagne) : Monde Diégétique Ludique**

Note: déjà analysé dans la programmation du lundi au vendredi.

### **Sailor Moon (Japon) : Monde Diégétique Fiction**

*Contenu latent*

Les personnages des Sailors Moon sont humains, mais ils n'habitent pas tous dans une dimension humaine. Les Sailors Moon défendent le monde réel contre des tentatives du monde parallèle (le mal) de vol de l'énergie des êtres humains. Sa tâche est donc cosmique, et le déséquilibre immanent de la matière et les personnages peuvent être des forces inanimées, ce qui implique une insertion claire dans le monde cosmologique bouddhiste. La menace qui

apparaît dans la synthèse précédente est une plante; en fait, il est implicitement posé qu'il y a un ordre cosmique qui, non seulement inclut un sujet humain figural (c'est-à-dire, avec figure humaine) mais aussi des êtres comme les plantes, qui sont également vivantes, et qui peuvent altérer un ordre cosmique. Ceci implique que le lecteur soit toujours perceptif à tout, parce que le danger vient non seulement des personnages mais encore de tout être vivant, comme les végétaux, ou l'énergie elle-même. Il y a alors des rapports complexes, au niveau des personnages, et au niveau des séquences d'action. Les personnages n'ont pas d'attribution de valeurs, ils passent de bonnes personnes à de mauvaises, et vice versa. Les personnages, ont de la volonté sans maturité, désagréables, où l'inverse. L'unique point en commun est de sauver l'ordre cosmique et le monde. La fiction, les pouvoirs magiques font le nourrisson du récit. C'est pour cela que nous dirons qu'il s'agit d'un monde diégétique de fiction.

### *Structuration cognitive*

La série est cognitivement complexe. Pour la saisir il faut connaître les chapitres précédents. Nous ne savons pas que Serena est Sailor Moon réincarnée, que Reeni est la fille de Sailor, etc. Nous ne savons pas que les plantes sont un conflit virtuel, qu'il y a plusieurs dimensions du réel, et des mondes parallèles. La complexité thématique, la construction des personnages humaines/ non humaines, les actions construites dans les axes des espaces différents et dans les axes de la temporalité, tous en parallèle, nous permettent de dire que la complexité cognitive est à l'origine de la construction.

### **Slum Dunk (Japon) : Monde Diegétique Réel**

Note: déjà analysé dans la programmation du lundi au vendredi.

### **Le samedi matin nous avons les parcours suivants:**

**Fiction** (Looney Tunes) → **Fiction** (Sky Dancers) → **Fiction** (El show de Underdog) → **Ludique** (Alvin y las ardillas) → **Réel** (La pequeña Lulú) → **Ludique** (Las tres Mellizas) → **Fiction** (Sailor Moon) → **Réel** (Slam Dunk)

Il s'agit d'un espace éloigné du réel, sauf dans le cas de La pequeña Lulu, et de Slam Dunk. Par ailleurs, il y a une logique insérée dans le parcours par rapport au point d'arrivée : ce qui est récréatif, la fiction de Sailor Moon, et la rêverie réelle du sport. C'est à dire : de la fiction pure de Looney Tunes, Sky Dancers et d'El Show de Underdog (des animaux humanisés) on passe au monde diégétique ludique (Alvin y las ardillas), et après à la vie des relations sociales des jeunes (La pequeña Lulú); c'est un voyage réel qui s'insère dans la rêverie de Las Tres Mellizas (c'est ludique, mais il s'agit aussi de petits jeunes qui vivent des aventures où interagissent des sorcières) et en chemin à la fiction pure des Sailors Moon, dans

laquelle les héros ont des pouvoirs magiques qui permettent de sortir du réel et de se mettre face à la vie réelle selon une perspective supérieure qui dans le domaine de l'imaginaire permet d'accroître l'identité, pour arriver aussi à un autre imaginaire au-delà du réel dans le réel même, le sport.

Il y a dans la logique du samedi matin une cohérence Diégétique qui est en rapport avec un jour férié, dans laquelle l'enfant habite ce qui est récréatif.

### **Samedi après-midi : séries et mondes diégétique-cognitif :**

#### **Samuray X (Kenshin), Japon : Monde Diégétique Ludique**

##### *Contenu latent:*

La série est construite dans le contexte d'une époque historique. Selon ce point de vue, elle apparaît comme un cadre de vie, à une époque où la figure du samouraï insérée dans les transformations sociopolitiques dans lesquelles les guerriers prennent part, garde un vraisemblable avec ce qui est réel. Mais, en même temps les images ne sont pas vraisemblables, elles n'ont pas de corrélation avec ce qui est réel, parce qu'apparaissent des premiers plans, close up, plans de détails qui dans une rapidité extrême impliquent plus qu'un témoignage d'époque, une insertion dans des espaces fictifs. De là, la mise en image de Kenshin est selon un point de vue audiovisuel ludique: mélange entre fiction et réel. La dimension du passé dans le présent fait une proposition des mondes parallèles où le passé est dans le présent, alors les événements, les actions sont construits à la façon des insertions des indices du passé dans l'avenir, alors la séquentialité linéaire est faible : on regarde l'avenir de l'action, mais en même temps on regarde le passé historique.

##### *Structuration cognitive:*

Les séries présupposent des opérations cognitives complexes, parce que pour comprendre chaque série il est nécessaire de détenir un savoir qui n'est pas dans la série elle-même, mais dans l'interrelation d'insertions (et phrases et/ou dialogues) qui sont dans toute la mise en images. L'histoire unitaire vue dans l'annexe (contenu manifeste) a été précédemment construite non pas à partir d'une série mais d'une navigation entre des textes de multiples supports, qui va depuis d'autres séries, à Internet, aux Revues (Mangas), au Vidéo, CD Rome, et au film. C'est pourquoi le lecteur doit s'informer sur d'autres émissions pour appréhender ce que la série propose. Les protocoles interprétatifs que la série suppose ne suivent pas alors une dé-linéarité temporaire, avant et après, mais un regard associatif qui est construit peu à peu, parce que les histoires renvoient à d'autres histoires comme dans un



miroir kaléidoscopique, que le lecteur peut approfondir à mesure qu'il prend connaissance de nouveaux chapitres.

### **Los Justicieros/ Slayers (Japon) : Monde Diégétique Fiction**

#### *Contenu latent*

L'argument qui donne lieu à l'histoire nous transporte dans un monde fictif habité par des êtres mythologiques, où la magie est l'ingrédient principal. Il s'ensuit que le protagoniste manie les arts de la sorcellerie, caractéristique qu'il partage avec la grande majorité des personnages, qui ont l'habitude de baser leur pouvoir sur l'utilisation de sorts chaque fois plus puissants. Les aventures que les trois sagas de la série nous proposent assignent à cet univers fantastique une qualité qui n'est pas limitée à la construction des personnages, mais qui est aussi exprimée au niveau des actions. Il y a une relativisation du moral : les personnages ont des attributions de valeur contradictoires, ils modifient leurs conduites selon les conditions réelles de la vie devant lesquelles ils font face. Car il y a un passage entre le bien et le mal des personnages. Cela implique qu'ils sont plus humains, il n'y a pas de héros ou d'anti-héros. La même héroïne qui bien qu'elle lutte pour les bonnes causes, et qu'elle ait de nobles intentions, a en même temps des intérêts créés dans chaque cas où elle collabore; elle a l'habitude de percevoir, chaque fois qu'elle utilise sa magie contre autrui, de l'argent ou un objet de désir, elle est ambitieuse, et de mauvais caractère, etc... . Les êtres intrinsèquement mauvais sont liés dans la série à des êtres mythiques de nature fictive, généralement démons ou dragonnes, qui, ainsi que la morale absolument polarisée qui les soutient, n'existent pas dans la réalité. D'autre part, nous observons une nécessité constante d'équilibre entre les forces du bien et du mal (yin/yang), ce qui est exprimé dans l'évolution constante des personnages à la recherche d'une puissance toujours plus constante puisque les ennemis sont aussi à chaque fois des personnages plus forts. Quand le bien vaincra le mal, tout retournera au calme, mais surviendra inévitablement une autre fois le mal pour reconstituer l'équilibre, dorénavant plus énergique, ce qui obligera les forces du bien (généralement Rina) à dépasser leurs forces pour atteindre leur objectif: détruire le mal et pouvoir remplir l'objectif, rétablir l'équilibre. En ce sens, bien que les chapitres constituent des unités qui concluent après un laps de temps, l'histoire est toujours ouverte à de nouveaux processus de destruction/construction mis en rapport avec l'apparition constante de nouvelles difficultés, ce qui correspond à une vision circulaire de la vie et des événements. D'autre part, l'architecture de style gothique et les couleurs, entre autres, favorisent la construction d'un espace de rêverie, non réel. Car, selon la construction des personnages et leurs actions, et par rapport à la construction visuelle éloignée du réel, nous pouvons dire qu'il s'agit d'un monde diégétique de fiction.

#### *Structurations cognitives*

Nous pouvons détecter dans les chapitres qu'il n'y a pas de structure unique, linéaire, la structure est multiple, de manière circulaire dans un même chapitre. Bien que chaque épisode puisse être considéré comme une unité séparée du reste, les épisodes sont indéfectiblement unis par des relations de contiguïté et des liens de dépendance et connexion, ce qui est présent dans la structure interne des assemblages. L'existence d'enclaves innombrables (histoires dans d'autres histoires qui sont déterminées entre elles) au long de toute la série est généralisée. Un exemple de cela constitue le fait que le disciple de Mario Garzu - un des antagonistes de la deuxième saga - apparaisse en percevant la vengeance dans la troisième saga. Un autre exemple est constitué par les différentes histoires secondaires qui influent et déterminent le noyau central de la série. Vue la complexité qui dénote la présence d'enclaves et les relations étroites qui existent entre les chapitres, l'histoire est difficilement compréhensible dans sa totalité dans le premier chapitre. Il y a d'une part, le développement des actions qui sont multiples, la construction des personnages qui n'ont pas une caractérisation stable, et d'autre part, l'histoire qui ne finit jamais, la résolution d'un conflit est à l'origine d'un autre conflit virtuel. Pour toutes ces raisons nous pouvons dire que la structuration cognitive est complexe.

### **Pokémon (Japon) : Monde Diégétique Ludique**

Note: déjà analysé dans la programmation du lundi au vendredi.

### **Le samedi après-midi : séries et mondes diégétique-cognitif :**

(3/6), (10/6), (17/6) :

**Ludique (Samuray X) → Ludique (Pokémon)**

(24/6) :

**Fiction (Slayers) → Ludique (Pokémon)**

Le principe diégétique hégémonique n'est pas dans le réel, en équivalence avec un jour férié. En même temps, il s'agit de constructions de dessins animés dans lesquels les héros tiendront des objets de pouvoir pour s'insérer dans le monde, et tout se passe dans le domaine non réel.

### **Dimanche : séries et monde diégétique**

**Melotoons (USA) : Mode Diégétique Ludique ou Fiction.**

Note : les seules informations que nous avons ont été obtenues sur internet.

Melotoons est une série en couleur de 6 minutes avec des animations, dont la plupart ont occupé une place non seulement dans le cinéma et la télévision, mais aussi dans des revues, où elles ont été insérées à l'intérieur de programmes de télévision célèbres aux Etats-Unis

comme Cadeau Wilson, James Pickens, Stan Freberg, etc. Les Productions les plus connues sont Simbad le Marin, Aladino, Pinocchio, Popeye, le Chat Félix, etc.

**La pequeña Lulú (Canada) : Monde Diegétique Réel**

Note : déjà analysé dans la programmation du samedi.

**Las tres mellizas (Espagne) : Monde Diegétique Ludique**

Note : déjà analysé dans la programmation du lundi au vendredi.

**Sailor Moon (Japon) : Monde Diegétique Fiction**

Note : déjà analysé dans la programmation du samedi.

**Slum Dunk (Japon) : Monde Diegétique Réel**

Note : déjà analysé dans la programmation du samedi.

A part Melotoons, les parcours diégétiques sont similaires au samedi matin.

#### **4.2.3.6.- Conclusions générales Chaîne Chilevisión mondes diégétique et cognitives**

Le parcours diégétique lundi à vendredi au matin est toujours le même, sauf pour les deux premiers créneaux horaires où il s'agit d'un point d'arrivée Ludique ou Fiction ou Réel pour finir dans l'espace ludique de Las Tres Mellizas, et finalement du Pokémon.

Il n'y a pas bien sûr de principe de cohérence dans les parcours que la chaîne Chilevisión place, comme nous l'avons synthétisé dans les lignes précédentes : par exemple du lundi au vendredi le point de départ n'est pas clair, il est parfois ludique, parfois réel, parfois fiction. On pourrait penser que le point de départ est « Las aventuras de Gulliver », de 9h à 9h30 (et quelquefois de 8h27 à 8h41). Il s'agit d'un espace ludique de liaison entre le monde de la fiction et du réel, le réel renvoyant à l'histoire, c'est à dire au monde productif de l'enfant (l'école) et en même temps il s'agit de la rêverie; après la fiction de « El show de Underdog », il s'agit d'un chien avec des objets de pouvoir et le pouvoir de se transformer, après la fiction de « Gasparín », pour arriver au monde Ludique de « Las tres Mellizas » et de « Pokémon ».

Mais pour saisir le sens des parcours diégétiques présumés il faut faire quelques considérations ethnographiques : au Chili, durant l'année de l'objet d'étude (2000) il y a deux régimes scolaires : la journée seulement le matin, étant donné que l'heure d'entrée au collège se situe à 8:30 heures jusqu'à 13:40 heures, les enfants et les jeunes doivent quitter la maison à 8:00 heures, et y retourner à 14:10 heures ; et le régime seulement l'après-midi, où les classes commencent à 14 heures (ils doivent quitter la maison à 13:30 heures) et se terminent à 17 heures, donc, en retournant chez eux à plus ou moins 17:30 h.

On pourrait imaginer le mode de vie théorique des enfants et établir les rapports possibles avec le monde présumé dans les dessins animés selon deux parcours : a) journée scolaire l'après-midi : le matin (8 :30) la télévision propose aux enfants de la réalité-fiction (ludique) pour arriver au monde ludique jusqu'au moment où ils doivent rejoindre l'école, et b) journée scolaire le matin : ils ne regardent pas la télévision.

Le matin la télévision ne propose pas une voie pour s'intégrer aux tâches scolaires, mais propose l'évasion. Le point de départ touche les tâches scolaires pour les oublier ensuite dans le jeu ludique, et il faut tenir compte que Pokémon renvoie à l'interaction avec les autres enfants par rapport à la connaissance du sujet de la série et des jeux-vidéo.

C'est à dire que la chaîne propose le chemin inverse au chemin diégétique décrit par François Jost et Marie-France Chabat- Huillon dans le cas étudié par la partie française d'ECOS C00H01, dans laquelle TF1 fait une préparation diégétique pour que les enfants puissent se mettre en face de la réalité scolaire. Il ne s'agit pas bien sûr d'un objectif de la chaîne Chilevisión, où tout se passe au-delà de la conscience du programmeur.

### **L'après-midi:**

Fiction (Kitaro) → Ludique (El detective Conan) → Fiction (Dragón Quest) → Réel (Slam Dunk) → Ludique (Pokémon)

Ici, le point de départ est la fiction pure avec Kitaro, dans laquelle il y a une réaffirmation de l'importance de la rêverie sur le réel (par exemple, dans le chapitre analysé, la fille du millionnaire souhaite habiter avec le groupe de Kitaro plutôt qu'avec son père). Avec "El detective Conan", c'est le ludique, mais un ludique très proche du réel; la fiction chez Conan c'est qu'il paraît enfant alors qu'il est adulte, et donc du presque réel on passe à la fiction pure de l'enfant qui veut être guerrier (Dragón Fly), pour arriver au sportif réel (Slam Dunk), et après Pokémon (ludique), très lié aux relations sociales et à la récolte d'objet de savoir.

La programmation à partir de 15h30 (l'après-midi) est adressée aux enfants et aux jeunes qui vont à l'école le matin, qui arrivent à la maison vers 14h10, et qui restent à la maison. A ce public, il faut ajouter les enfants qui arrivent vers 17h39, heure à laquelle la chaîne Chilevisión donne Slam Dunk, alors c'est une possibilité pour les enfants de sortir du monde scolaire, qui reste seulement dans le domaine de ce qui est de la récréation (sport). Slam Dunk est un type spécial de mode diégétique réel, il s'agit d'un ensemble récréatif de la réalité. Pokémon insère le déplacement du réel vers la fiction (dans le domaine ludique), c'est-à-dire qu'il n'y a pas d'implication à accomplir des tâches scolaires.

Bien sûr, il ne s'agit pas d'un but de la chaîne Chilevisión, tout se passe au-delà de la conscience de la programmation.

Le samedi matin nous avons les parcours suivants:

Fiction (Looney Tunes) → Fiction (Sky Dancers) → Fiction (El show de Underdog) → Ludique (Alvin y las ardillas) → Réel (La pequeña Lulú) → (Las tres Mellizas) → Fiction (Sailor Moon) → Réel (Slam Dunk)

Il s'agit d'un espace éloigné du réel, sauf dans le cas de La pequeña Lulu, et de Slam Dunk. Par ailleurs, il y a une logique insérée dans le parcours par rapport au point d'arrivée : ce qui est récréatif, la fiction de Sailor Moon, et la rêverie réelle du sport. C'est à dire : de la fiction pure de Looney Tunes, Sky Dancers et d'El Show de Underdog (des animaux humanisés) on passe au monde diégétique ludique (Alvin y las ardillas), et après à la vie des relations sociales des jeunes (La pequeña Lulú); c'est un voyage réel qui s'insère dans la rêverie de Las Tres Mellizas (c'est ludique, mais il s'agit aussi de petits jeunes qui vivent des aventures où interagissent des sorcières) et en chemin à la fiction pure des Sailors Moon, dans laquelle les héros ont des pouvoirs magiques qui permettent de sortir du réel et de se mettre face à la vie réelle selon une perspective supérieure qui dans le domaine de l'imaginaire permet d'accroître l'identité, pour arriver aussi à un autre imaginaire au-delà du réel dans le réel même, le sport.

Il y a dans la logique du samedi matin une cohérence diégétique qui est en rapport avec un jour férié, dans laquelle l'enfant habite ce qui est récréatif.

Le samedi après-midi : séries et mondes diégétique-cognitif :

(3/6), (10/6), (17/6) :

Ludique (Samuray X) → Ludique (Pokémon)

(24/6) :

Fiction (Slayers) → Ludique (Pokémon)

Le principe diégétique hégémonique n'est pas dans le réel, en équivalence avec un jour férié. En même temps, il s'agit de constructions de dessins animés dans lesquels les héros tiendront des objets de pouvoir pour s'insérer dans le monde, et tout se passe dans le domaine non réel.

Nous pouvons penser qu'il y a une cohérence diégétique dans la programmation des samedis et dimanche par rapport au contexte ethnographique, parce qu'il y a une hégémonie du vecteur analytique de ce qui est divertissement, les mondes ludique et de fiction.

Mais ce principe de cohérence n'est pas valable pour la programmation du lundi au vendredi, où il s'agit des jours d'étude pour les jeunes consommateurs, et la télévision leur offre des récréations.

Le problème qui se pose est la cohérence de la logique des parcours. **Il est probable que la cohérence de la programmation ne se pose pas par rapport aux mondes diégétiques**, et que peut-être que pour la chaîne le plus important est la mesure de l'audience. Nous étudierons dans le chapitre suivant la mesure de l'audience en corrélation avec chaque série.

**Par rapport à l'offre cognitive, la chaîne Chilevisión propose :**

*Lundi à vendredi matin:*

**Simple** (Superman ; Abbott y Costello ; Les aventures de Gulliver ; El Show de Underdog ; Gasparín) 8h30 à 10h30

**Complexité Moyenne** (Las tres mellizas ; La princesa Sally) 10h30 à 11h10

**Complexité** (Pokémon) 11h10 à 11h33

Du lundi au vendredi au matin, il y a un parcours cognitif de simple à complexe en correspondance avec le développement temporel.

*Lundi à vendredi après-midi:*

**Complexité** (Kitaro ; El Detective Conan ; Dragón Quest) 15h30 à 17h00

**Simple** (Slam Dunk) 17h00 à 17h30

**Complexité** (Pokémon) 17h30 à 18h00

Alors, de lundi à vendredi après-midi on passe d'un parcours de complexité à simplicité et finalement à complexité.

*Samedi :*

**Simple** (Looney Tunes) 10h00 à 10h30

**Complexité moyenne** (Sky Dancers) 10h30 à 11h00

**Simple** (El show de Underdog ; Alvin y las ardillas ; La Pequeña Lulú) 11h00 à 12h00

**Complexité moyenne** (Las tres mellizas) 12h00 à 12h30

**Complexité** (Sailor Moon) 12h30 à 13h00

**Simple** (Slum Dunk) 13h00 à 13h30

**Complexe** (Samuray X ; Los justicieros ; Pokémon) 15h30 à 17h30

*Dimanche :*

**Simple** (La pequeña Lulú) 11h30 à 12h00

**Complexe moyenne** (Las tres mellizas) 12h00 à 12h30

**Complexité** (Sailor Moon) 12h30 à 13h00

**Simple** (Slum Dunk) 13h00 à 13h30

Si nous cherchons un principe de cohérence dans l'offre cognitive de la grille de programmation de la chaîne Chilevisión, toute la programmation du lundi au vendredi, et des samedis et dimanches n'est pas une référence qui nous permet de déduire un parcours diégétique à la base. On pourrait penser qu'il y a une corrélation par rapport au samedi et dimanche, qu'il y a une hégémonie de ce qui est récréatif, également du lundi au vendredi, alors il n'est pas possible de déduire l'existence d'un principe inconscient des programmeurs par rapport à leurs spectateurs et leur relation avec le réel. Il n'y a pas de bases suffisantes pour penser qu'il y a un but cognitif d'hégémonie de la complexité cognitive. En outre, on peut déduire qu'il s'agit d'un autre principe à la base : la chaîne propose une programmation régulière, on peut penser que le jeune téléspectateur est une cible, un public objectif.

D'autre part, la chaîne Chilevisión propose à ses spectateurs un parcours diégétique du lundi au vendredi matin qui part de ce qui est ludique, suit la fiction, puis une autre fiction, pour finir avec deux séries de caractère ludique, et en même temps un parcours cognitif avec un départ progressif de la simplicité à la complexité; et dans l'après-midi, le départ est la fiction, on passe à ce qui est ludique, suit la fiction, un réel récréatif (lié à un équipement sportif scolaire) pour arriver à ce qui est ludique, et en même temps un parcours cognitif qui part du complexe à ce qui est simple pour arriver au complexe. C'est-à-dire la chaîne offre à ses spectateurs une hégémonie de ce qui est divertissement et à la fois de ce qui est complexe.

## **4.2.4. Analyse Programmation et Mondes diégétique-cognitif Présupposés de la Chaîne Megavisión (Canal 9 télévision hertzienne)**

### **4.2.4.1 Introduction**

Les lundis 19 juin et 26 juin sont fériés, mais la programmation est régulière dans les différents créneaux horaires.

Notons une exception pour un programme spécial journalistique (le mercredi 14 juin 2000) en raison d'une tempête de pluie à Santiago, avec pour conséquences des inondations dans toute la ville. Notons aussi une autre exception pour un programme sportif (football), le jeudi 29 juin 2000. Ce programme a entraîné la suppression du dessin animé Arnold, et le changement de créneau horaire pour la série Dragón Ball Z qui sera diffusée de 17h15 à 17h50 au lieu de 18h30 à 19h00.

### **4.2.4.2 Analyse Mondes Diégétique Cognitive Programmation du Lundi au Vendredi Chaîne Megavisión :**

#### **4.2.4.2.1 Séries Lundi à Vendredi :**

LOS CAZAFANTASMAS (USA) (TOUT LE MOIS JUIN 2000) (10 :15 à 10 :45)	DRAGON BALL (ASIE) (TOUT LE MOIS JUIN 2000) (12 à 12 :30)
LOS PICAPIEDRAS (USA) (TOUT LE MOIS JUIN 2000) (11 :15 à 11 :35)	ARNOLD (USA) (TOUT LE MOIS JUIN 2000) (17 :30 à 18)
DR. SLUM (ASIE) (TOUT LE MOIS JUIN 2000) (11 :40 à 12 :00)	DRAGON BALL Z (ASIE) (TOUT LE MOIS JUIN 2000) (18 :30 à 19)

#### **4.2.4.2.2 Mondes Diégétique Cognitif Lundi à Vendredi Chaîne Megavisión :**

**Los Cazafantasmas (SOS Fantômes) (USA): Monde Possible Diégétique Ludique**

*Contenu latent :*



Dans cette histoire les personnages sont réels, mais la fiction est mélangée avec la réalité, puisque les êtres paranormaux, dans ce cas les fantômes qui prennent des lieux qui n'existent pas, sont irréels. Pour les citoyens ces quatre scientifiques sont des héros, car ils les sauvent des êtres étrangers grâce à des machines sophistiquées qu'ils utilisent pour chasser les fantômes. Pourtant il s'agit d'une série qui se trouve dans le **monde ludique**, car il y a un mélange de fiction et de réalité, puisque les deux niveaux cohabitent. Il y a d'une part la fiction : la construction des personnages, qui ont des pouvoirs surhumains. D'autre part, à partir de l'existence de ces attributs des personnages on construit des histoires et des situations invraisemblables, susceptibles de se produire dans la réalité à partir de ces règles du jeu.

*Structuration cognitive :*

La série implique l'utilisation de processus cognitifs simples. L'histoire est linéaire. On la comprend parfaitement à travers son récit séquentiel. On maîtrise un lieu central, même sans enclaves ni parallélismes, et les personnages manifestent des attributs stables pendant tout le récit. Il n'y a pas besoin des compétences hypertextuelles pour le comprendre.

**Los Picapiedras (Les Pierrafeu) (USA) : Monde Diégétique Ludique**

*Contenu latent :*

Dans cette histoire les personnages sont réels, puisque les protagonistes sont des êtres réels, où la ville qu'ils habitent est l'unique chose qui ne fait pas partie de ces paramètres car elle existe conformément à une ambiance préhistorique où nous trouvons des broyeurs de déchets qui sont des animaux préhistoriques qui sont là pour cette fonction et qui, de plus, parlent. Pourtant d'après ce point de vue c'est de la fiction, des situations comme celles qui affectent les fils des Laroche : Bam-Bam qui a une force supérieure à la normalité : il n'est pas réel qu'un enfant si petit ait une force surhumaine. En considérant que les situations qui se reproduisent sont réelles, telles que le machisme dans la société patriarcale, la vie quotidienne des individus sociaux, il y a une réalité qui est montrée, même si les machines utilisées sont des animaux préhistoriques, la force extraordinaire de Bam-Bam, tout ça réfère à la fiction, mais comme totalité le monde possible diégétique est ludique.

*Structuration cognitive :*

La série implique l'utilisation de processus cognitifs simples. Le développement de l'histoire est linéaire, on nous présente une situation et après le déroulement de l'histoire apparaît un final. La série répond aux conditions d'un texte fermé, car elle comporte un dénouement clairement compréhensible. Le développement est séquentiel. C'est un texte fermé, qui n'a pas besoin de l'inclusion d'autres savoirs, c'est-à-dire des autres archives des textes pour le comprendre; pourtant la structuration cognitive est simple.

## **Dr. Slump (Japon): Monde Diégétique Fiction**

### *Contenu latent*

Dr. Slump est une série de fiction. Les contenus ne sont pas réels, que ce soit au niveau des constructions des personnages, ou au niveau des actions. En ce qui concerne la construction des personnages, ce sont des humains, des animaux, des objets, et des machines même, ils se comportent de la même manière, il n'y a pas de différence, ils ont des sentiments, ils parlent, ils marchent tout comme les humains ; en outre, les attributions de valeur associées aux personnages sont identiques pour tous. Le soleil parle, l'androïde a des sentiments, des valeurs, etc. Au niveau des actions, les personnages développent des pouvoirs magiques, et peuvent réaliser des actions que les humains ne peuvent pas faire. Le personnage peut être un excrément, mais il rit, il parle, il rêve. D'un autre côté, il y a une modification visuelle, les parties d'un humain, les parties d'un objet ne peuvent pas être en indépendance du tout, et tenir une vie propre. Les couleurs des arbres, et en général de la nature ne sont pas vraisemblables. Au niveau visuel comme celui des contenus, il s'agit d'un monde diégétique de fiction. Bien sûr, il y a un niveau de réalité, parce que les sentiments, les attributions de valeurs sont similaires pour tous. Mais nous pouvons dire que le monde réel est remplacé par un monde où tout est possible.

### *Structurations cognitives*

La structure discursive qui soutient chaque chapitre de la série est de type linéaire, elle est caractérisée par trois étapes à la base: conflit initial, développement du conflit et le final qui sont liés par des relations temporaires et causales définies par la trame. Cependant, la série manque dans sa globalité d'un fil argumentaire qui lie les chapitres les uns avec les autres, chaque épisode constituant, en lui-même, une histoire différente, qui commence et se termine. Le caractère de clôture de chaque chapitre et la simplicité de chaque histoire impliquent une procédure analytique qu'il est possible de saisir pour quelqu'un qui regarde la série pour la première fois. Mais cette personne ne saura pas qu'Arale est un robot, par exemple. Toutes ces choses ne sont pas expliquées. Enfin, il faut voir que la série comprend plusieurs personnages, et tous peuvent avoir différentes attributions de valeur. Il est alors possible de détecter une complexité moyenne. Pas tout-à-fait simple comme une séquence d'action de cinq ou six personnages avec des attributions de valeurs de stabilité, ici, les attributions de valeur peuvent impliquer un changement ; et en plus, les personnages sont multiples et avec une appartenance à différents espaces (humains, objets, machines, animaux, extraterrestres, monstres, etc.). Ainsi, nous avons catégorisé cette série comme étant de complexité cognitive moyenne.

## **Dragon Ball (Japon) : Monde Diégétique Fiction**

### *Contenu latent*

Dragon Ball constitue une construction complexe d'éléments de fiction en privilégiant la composante fantastique. La fiction se déroule dans la construction des personnages et des actions. Au niveau de la totalité, il y a un univers où les personnes ne meurent pas, elles peuvent se réincarner, avec le même point de vue à sur la vie (par exemple, il y aura un Piccolo mauvais, et il y aura un Piccolo Junior généré par l'expulsion d'un œuf de la gorge de Piccolo père), mais elles peuvent par à travers les événements changer d'attribution de la valeur (de mauvaise à bonne). Cette situation est valable pour les personnes mais aussi pour d'autres vivants, tels les plantes ou les extraterrestres. Il y a des adjuvants magiques, mais les différents sujets (humains et non humains) luttent pour l'accès aux auxiliaires magiques pour le pouvoir. Le problème est l'objectif des actions, les objectifs ne sont pas un objet du pouvoir, je peux acquérir l'objet du pouvoir mais il ne finit pas, parce qu'il y aura d'autres besoins générés par le monde même. Cela impliquerait des nouvelles actions, un nouveau défi. Alors, la fiction n'est pas seulement la construction des personnages et des actions possibles, ce n'est pas une thématique du récit, c'est la thématique d'une cosmovision : la nécessité continue d'équilibre entre le bien et le mal (si les personnages bons sont toujours plus forts, la contrepartie, les personnages mauvais, seront aussi chaque fois plus forts) et un constant niveau d'ambivalence entre les deux pôles, préfigurés dans le yin yang. Par exemple, la transformation de Goku en un singe terriblement agressif, la dualité de la personnalité de Lunch, le déplacement en double de Kamizama, entre autres. Car il y a un retour constant, dérivé d'une dialectique circulaire, de l'opposition destruction/construction. Ainsi, par exemple, chaque fois qu'on obtient le rassemblement des sphères, une fois utilisées (une fois l'objectif atteint) celles-ci sont distribuées à nouveau, en marquant un nouveau début. En ce sens, la série est ouverte à de nouveaux débuts, ce qui se verra avec les deux séries suivantes (Dragon Ball Z et Dragon Ball GT). La même chose se produit avec les malfaiteurs. Chaque fois qu'on croit que le mal est fini et que toute retourne à la normalité, apparaît à nouveau un autre être qui brisera l'équilibre, celui qui devra être reconstitué en accord avec les principes précédemment indiqués. En ce qui concerne la catégorisation des mondes possibles diégétiques, il est clair qu'il s'agit d'une fiction, ce que nous voyons sur l'écran, au moins pour le vraisemblable de la culture occidentale, n'est pas réel, n'est pas un mélange entre fiction et réalité.

### *Structuration cognitive*

Au niveau de la structure cognitive nous sommes en face d'une histoire complexe, d'une abondance d'enclaves qui marquent des virements différents dans l'histoire. Processus qui sont modifiés entre eux, sur la base de relations de connexion (telle chose est en

corrélation avec d'autres), et dépendance (une chose en produit une autre): chaque fois qu'apparaît un nouveau personnage, il marque un changement de 180 degrés dans l'histoire. Ceci est clairement exprimé dans les trois sagas que nous pouvons apprécier dans cette série: l'apparition de Pilaf, l'interruption de la Patrouille Rouge et l'urgence de Piccolo. Ces grandes enclaves seront liées avec d'autres enclaves, comme l'apparition de nouveaux alliés qui sont unis à Goku dans leurs aventures. Bien que chaque chapitre constitue une unité autonome, celle-ci acquiert son sens plus profond comme une partie du tout, dont le rôle de chaque ensemble n'est pas établi, il dépend de toute l'interrelation des ensembles du texte, dans un univers complexe d'ellipses, et d'enclaves multiples, car il est pratiquement impossible de comprendre chaque ensemble dans leur signifié réel, dans leur effet concret dans l'histoire. Le texte renvoie au-dehors du texte, ou à d'autres chapitres (au passé ou à l'avenir) soit à d'autres supports (DVD, Manga, Film, Internet, entre autres). C'est pour cela que nous l'avons catégorisé comme une structuration cognitive complexe.

### **Dragon Ball Z (Japon): Monde Diégétique Fiction**

#### *Contenu latent*

Dragon Ball Z est la suite de Dragon Ball, et la série suit le même principe diégétique, c'est-à-dire, qu'au niveau de la construction des personnages, ils pouvaient auparavant se réincarner et former une alliance avec d'anciens ennemis, maintenant ils peuvent en plus se fusionner corporellement et ajouter ainsi plus de pouvoir, et ils se transforment de bon à mauvais ou vice versa selon les circonstances, parce leurs attributions de valeur varient; et au niveau des actions il y a aussi comme dans Dragon Ball, un constant retour, dérivé d'une dialectique circulaire, de l'opposition destruction/construction. Dans Dragon Ball nous avons dit que chaque fois qu'on arrive à rassembler les sphères du dragon, une fois utilisées (l'objectif atteint) celles-ci sont distribuées à nouveau, en marquant un nouveau départ. Maintenant, dans Dragon Ball Z, s'il est vrai qu'il n'y a pas de recherche des sphères, mais que le but est de rétablir l'équilibre de la planète Terre, le principe est le même, il n'y a pas de conflit ni de final, il y a un développement, des espaces toujours susceptibles de déséquilibre. Le regard de l'image est toujours la totalité, les personnages ne sont pas des héros qu'il est nécessaire de focaliser comme l'opposition figure/fonde, ils sont une partie de la nature même. Par rapport aux attributions de valeurs des personnages, ce sont des héros avec des défauts et des vertus, liés à ce qui est humain, par exemple Goku, malgré sa nature extraterrestre, porte la Terre dans son cœur. Cela veut dire que leurs conduites sont ambivalentes, comme l'exemple de Pico et de Vegeta, où les personnages sont influencés par les circonstances. Alors, s'il faut le catégoriser par rapport aux mondes diégétiques présumés il faut dire qu'il s'agit d'une fiction, parce que la série est éloignée du

vraisemblable occidental, du réel. Au niveau de la manifestation plus naïve, il est clair que les objets magiques de pouvoir ne sont pas réels, de même que le fusionnement corporel des ennemis par rapport à l'acquisition d'un but supérieur.

#### *Structuration cognitive*

Dragon Ball constitue une trame complexe des contenus, des actions, des personnages, et des attributions des valeurs. Il faut être toujours attentif à tout ce qu'il se passe sur l'écran, parce que les mauvaises actions peuvent être bonnes, etc. Même les intérêts peuvent varier. Aujourd'hui, le point commun est l'équilibre de la Terre (Dragon Ball Z), alors qu'avant pour l'équilibre de l'ordre cosmique et pour son acquisition il y avait besoin de lutter pour les sphères du dragon (Dragón Ball). Maintenant il s'agit des mêmes personnages, mais les alliances et les attributions de valeurs sont différentes, elles arrivent jusqu'à la fusion corporelle des ennemis pour l'acquisition d'un objectif supérieur. Alors, il faut tenir compte de plusieurs variables pour saisir le sens et la séquence linéaire est faible; il faut la connexion de toutes les séries antérieures (Dragon Ball) mais, aussi des DVD, des Jeux-Vidéo, des mangas, et des films, mais même aucun dispositif antérieur ne peut nous donner un code, une encyclopédie « decodificatrice ». C'est pour cela que la structuration cognitive est complexe.

#### **Arnold (Hey Arnold) (USA): Monde Diégétique Réel**

##### *Contenu latent :*

Dans cette série les personnages sont réels. Arnold est un enfant comme les autres avec ses problèmes particuliers à qui lui arrive une série de situations dans lesquelles il s'investit activement. Arnold essaie toujours d'aider les autres pour trouver une solution positive aux problèmes. Il existe dans cette série une ligne de ce qui est correct et l'on punit tout ce qui va à l'encontre des règles éthiques de la société. Cette série est classée dans le genre réel car les personnages, l'espace et les situations se trouvent dans le monde réel.

##### *Structuration cognitive :*

Cette série implique l'utilisation de processus cognitifs simples. Il est facile de comprendre l'histoire dans tout son développement séquentiel. La diégésis est simple, avec le début d'une problématique, son développement et son dénouement. En général, il s'agit d'un dénouement qui laisse réfléchir sur les situations de l'individu face à la vie. Il est possible de comprendre sans établir des rapports hypertextuels.

#### **4.2.4.2.3.-Analyse des Mondes Diégétique Cognitif Lundi à Vendredi Chaîne Megavisión**

**Le monde diégétique présupposé, du lundi au vendredi, suit le parcours suivant :**

- le matin : Ludique (Los Cazafantasmas) → Ludique (Los Picapiedras) → Fiction (Dr. Slump) → Fiction (Dragón Ball)
- l'après-midi: Réel (Arnold) → Fiction (Dragón Ball Z)
- à l'heure de grande audience (22 heures): Dragón Ball (Fiction)

#### 4.2.4.3.- Analyse de la Programmation Mondes Diégétique Cognitif Samedi Chaîne Megavisión

Les Séries du samedi au matin ont été déjà analysés, parce qu'il s'agit d'une répétition de quelques séries donné de lundi à vendredi

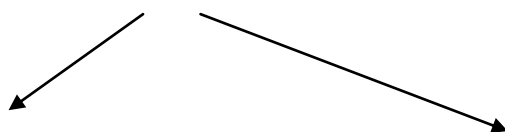
Los Pequeños Picapiedras (USA) (tout le mois dans le même créneau horaire) Ludique



Los Picapiedras (USA) (tout le mois dans le même créneau horaire) Ludique



Dr. Slum (Asie) (tout le mois dans le même créneau horaire) Fiction



Max Steel (USA)<sup>148</sup> (3/6), (10/6) Ludique Synthèse Dragón Ball Z (17/6), (24/6) Fiction



Max Steel (USA) Ludique

Parcours Diégétique : Ludique → Ludique → Fiction → Ludique (ou Fiction □ → Ludique)

#### 4.2.4.4.- Mondes diégétiques et cognitives de la Programmation le Dimanche de la Chaîne Megavisión

Delfy (Delfy et leurs amies), USA- Espagne : Monde Diégétique Ludique

<sup>148</sup> Max Steel n'est pas un dessin animée. Il s'agit d'une série de télévision et des jouets (troy) avec l'image du détective Max Steel.

*Contenu latent :*

Dans le monde construit, il y a des règles simples en corrélation avec les espaces de la vie quotidienne, par exemple les dangers des requins dans la mer, etc. Il s'agit d'un monde réel possible, ainsi le récit parle d'actions vraisemblables. Mais en ce qui concerne la construction des personnages, ces derniers ne sont pas réels, il s'agit d'animaux humanisés qui ont des sentiments, de héros et de anti-héros. C'est pour cela que nous dirons qu'il s'agit d'un monde diégétique ludique.

*Structure cognitive :*

Il s'agit d'une structure cognitive simple. Les personnages ne sont pas nombreux, et les attributions de valeur sont toujours les mêmes. Le récit est linéaire, avec une seule séquence de conflit initial, de développement et de final. Il n'est pas nécessaire une compétence hypertextuel pour comprendre la série.

**Los Pequeños Picapiedras (USA) déjà analysé Monde Diégétique Ludique****The Tick (La Tique) (USA): Monde Diégétique Fiction***Contenu latent*

La série constitue une critique envers les super-héros traditionnels, et les personnages manifestent ici toutes sortes de défauts. L'humour est un moyen utilisé par le créateur pour désacraliser la figure du héros classique. C'est de cette manière qu'est conçu le nom du personnage principal qui, du moins à première vue, ne semble pas très approprié pour quelqu'un dont le travail est de sauver le monde, et il en est de même avec son uniforme. La création des satires est aussi au service de l'objet. Tick est conçu comme le focus positif de ce schéma : une bonne personne, responsable de son rôle, souvent naïf, ce qui ne l'exclut pas de soutenir l'idée centrale du *cartoon* : les héros ne sont pas parfaits.

L'histoire est présentée éminemment comme un discours de fiction, compte tenu de la faible relation par rapport à la réalité des actes (aventures). La caractérisation visuelle des personnages est très liée au monde de la fiction. Ils prennent une apparence monstrueuse grâce au mélange d'éléments qu'il est impossible de voir réunis dans la réalité. Cependant, il existe un renforcement de l'authentification des super-héros comme des êtres humains déguisés qui possèdent des défauts et des vertus, encadrés dans un scénario réel, la ville de New York. Depuis le point de vue du monde diégétique construit il s'agit de la fiction.

*Structuration cognitive :*

La structure de The Tick est simple. Chaque chapitre est une histoire en soi dont le fil conducteur est l'histoire centrale – il s'agit souvent d'une lutte menée par Tick qui ajoute peu de variables du temps et de l'espace. La structure de chacune des histoires est linéaire, caractérisée pour comprendre un début, un développement et un dénouement, liés selon la

corrélation des éléments, conforme à la relation du type cause/effet qui existe entre eux. En considérant que chaque chapitre est auto-conclusif, il peut être compris isolement, sans besoin de connaître le contexte, C'est une construction de simplicité cognitive.

### **Los Picapiedras (USA) : Monde Diégétique Ludique**

Note: déjà analysé dans la programmation du lundi au vendredi.

### **Catdog (USA) : Monde Diégétique Fiction**

#### *Le contenu latent*

L'argument qui traverse la série parle d'un monde de fiction, caractérisé par la présence d'animaux dotés de caractéristiques humaines : parler, penser, travailler, etc. Le cas le plus emblématique est représenté par le/les protagoniste(s) - Catdog - probablement le/les personnage(s) le plus fictif(s) de toute la série. Dans ce cas, il n'est pas seulement possible de remarquer un anthropomorphisme de leurs qualités, mais aussi un changement dans des termes chromatiques et dans les rapports anatomiques par rapport aux traits qui caractérisent de façon authentique ces familles zoologiques. Ainsi, nous pouvons apprécier un animal d'apparence absolument artificielle, caractérisé par la fusion - dans un seul corps - d'un chat et d'un chien, avec une apparence totalement dénaturée par rapport aux caractéristiques biologiques propres de chaque espèce (par exemple, des yeux ronds, le nez disproportionné, etc..). De plus, les deux types d'animaux se présentent dans des couleurs absolument irréelles (jaune intense). Les caractéristiques des personnages préfigurent un patron de conduite aussi irréel, soutenu sur la base d'un climat déformé et rejeté tant du point de vue figuratif, que chromatique. Espace qui se guide conformément au diégésis interne du récit de fiction, défini par les besoins et les caractéristiques des mêmes personnages (un exemple de cela est le dessin de la maison de Catdog, la moitié d'un os, la moitié d'un poisson). Malgré le traitement d'un récit dans son essence fictif, certains éléments de réalité se présentent à un niveau d'infrastructure discursive. Ainsi nous pouvons observer que la thématique qui embaume la série pointe les problèmes de deux frères qui, en étant absolument distincts se voient obligés de vivre ensemble; les circonstances les obligent à établir un mécanisme de cohabitation, où les deux finissent par s'accepter et par se respecter dans leur individualité propre. Mais l'action qui se joue autour d'eux et les caractéristiques d'attributs comme l'image des personnages nous disent que leur monde diégétique est fondamentalement de fiction.

#### *Des structures cognitives*

Au niveau de la structure il est possible de remarquer le patron linéaire classique du début, du développement et du dénouement, qui est répété dans chaque chapitre, projeté comme une unité fermée sur elle-même. Dans ce sens, chaque épisode a été construit d'une manière autonome, il n'existe donc pas de relation causale et non plus une contiguïté entre les



différents épisodes, qui peuvent être vus indépendamment dans n'importe quel ordre, pouvant être parfaitement compris isolément (sans même connaître l'histoire). Depuis cette perspective, Catdog annonce un traitement cognitif assez simple puisqu'on ne l'oblige pas à établir des rapports entre chapitres. On ne présente pas non plus la production de variables multiples ; le modèle se reproduit aussi au niveau du chapitre. Car la structuration cognitive est simple.

### **Tarzan (USA): Monde Diégétique Ludique**

*Contenu latent:*

Dans cette série, Tarzan est un être humain, mais comme il a été élevé depuis bébé par Kala le gorille, il est sociable avec eux et il communique dans la même langue. Pourtant Tarzan est un être humain réel, mais en considérant qu'il marche à quatre pattes comme les gorilles, il a des aptitudes physiques typiques des animaux pour se débrouiller dans la jungle en utilisant des lianes. Il s'agit d'une fiction car un être humain n'a pas ce comportement dans la vie réelle. Depuis ce point de vue, nous nous trouvons face au genre ludique car il possède des éléments de la réalité et de la fiction.

*Structuration cognitive :*

Cette série présente l'utilisation de processus cognitifs simples. L'histoire nous présente un récit séquentiel, avec au début l'origine de Tarzan et le développement de son existence dans la jungle élevé par un gorille femelle, ce qui explique les sentiments d'appartenance que Tarzan ait par rapport à eux. La série n'est pas le besoin de compétences hypertextuelles pour comprendre.

### **4.2.4.4.- Analyse des séries le dimanche au matin de la Chaîne Megavisión selon les Mondes Diégétique et Cognitif.**

Delfy (USA) (USA- Espagne) Ludique



Los Pequeños Picapiedras (USA) Ludique

Tick La Garrapata (USA) Fiction



Los Picapiedras (USA) Ludique



Cat Dog (USA) Fiction

↙  
Série de l'après-midi : Tarzan (USA) Ludique

#### **4.2.4.5.- Conclusions parcours diégétiques- cognitives de la Chaîne de Télévision Megavisión**

**Lundi à vendredi matin** (tous les jours) :

Ludique→Ludique→Fiction→Fiction

Il s'agit d'une variation du même principe que dans le **cas du dimanche matin** (tous les jours) :

Ludique→Ludique→Fiction→Ludique→Fiction→Ludique

Il y a bien sûr un principe de cohérence dans les parcours que la chaîne Megavisión place, synthétisé dans les lignes précédentes : par exemple, du lundi au vendredi, le point de départ est l'espace ludique de liaison entre le monde de la fiction et celui du réel, parce que les « Cazafantasmas » sont des humains (scientifiques) qui, au travers de la technologie (aussi réelle) vont à la chasse aux fantômes ; ensuite, il n'y a pas de dessins animés, mais « Plaza Sésamo » (ludique), puis « Los picapiedras », également ludique, pour passer à la fiction (Dr Slump), et finalement toujours à la fiction avec Dragón Ball ; cela fonctionne de même le dimanche au matin.

Mais pour saisir le sens des parcours diégétiques présumés il faut se souvenir de quelques considérations ethnographiques énoncées plus haut: au Chili, durant l'année de l'objet d'étude (2000) il y a deux régimes scolaires : la journée seulement le matin, avec l'heure d'entrée au collège à 8h30 et la sortie à 13h40, ici les enfants et les jeunes doivent quitter la maison à 8h00, et retourner chez eux à 14h10 ; et le régime seulement l'après-midi, où les classes commencent à 14h00 (ils doivent sortir de chez eux à 13h30) et terminent à 17h00, donc, en arrivant chez eux vers plus ou moins 17h30.

On pourrait imaginer le mode de vie théorique des enfants et établir les rapports possibles avec le monde présumé dans les dessins animés selon deux parcours : a) journée scolaire l'après- midi : le matin (10h15), la télévision met les enfants face à la réalité-fiction (ludique) pour finir à la fiction jusqu'au moment où ils doivent aller à l'école, et b) journée scolaire le matin : ils arrivent à la maison, déjeunent, puis se mettent devant la télévision qui leur propose la réalité d'un monde scolaire (Arnold), puis un espace ludique qui n'est pas animé (Power Ranger), et finalement la fiction même (Dragón Ball Z). Alors, la télévision ne

propose pas une voie pour aborder les tâches scolaires mais elle propose l'évasion. C'est le même parcours posé par la télévision le matin.

C'est à dire que la chaîne propose le chemin inverse au chemin diégétique décrit par François Jost et Marie-France Chambat- Huillon dans le cas étudié par la partie française d'Ecos C00H01, dans lequel TF1 fait une préparation diégétique pour que les enfants puissent se mettre en face de la réalité scolaire.

Il ne s'agit pas bien sûr d'un but de la chaîne Megavisión, tout se passe au-delà de la conscience du programmeur.

L'analyse du parcours diégétique des samedis et dimanche nous permet de comprendre que le chemin diégétique est un non-vu de Megavisión, le samedi le chemin est ludique→ludique, et le dimanche ludique→fiction.

Par rapport aux principes constitutifs de la programmation de la chaîne Megavisión, il est clair qu'il ne s'agit pas de donner des dessins animés quelconques, mais de suivre une règle : la programmation est une programmation régulière, toutes les séries se donnent à heure fixe au moins une fois par semaine (cela signifie le présupposant d'un public spécifique) avec les exceptions notées dans le chapitre précédent, et l'autre règle est une hégémonie partagée de la production américaine et japonaise le matin et l'après-midi, du lundi au vendredi; et la présence d'une hégémonie de la production américaine pendant le samedi et le dimanche. En outre, il faut ajouter la séance spéciale dans le créneau horaire de large audience le vendredi, 100% japonaise. Enfin, il faut dire qu'il y a la présence d'un principe diégétique mis en acte, au niveau réel, non conscient, mais, peut-être, que le principe diégétique, pour le programmeur, n'est pas le vecteur structurant.

Par rapport aux parcours cognitifs, la chaîne propose du lundi au vendredi matin un point de départ simple (Los cazafantasmas et Los Picapiedras), après la complexité moyenne (Dr. Slump), et pour finir la complexité (Dragon Ball) ; l'après midi, le départ est la simplicité (Arnold) pour arriver à la complexité (Dragon Ball). Le samedi et dimanche la règle est la simplicité.

D'un autre côté, la chaîne Megavisión propose à son public ce qui est ludique et fiction comme la règle de liaison avec la réalité, sauf du lundi au vendredi avec Arnold qui est réel. C'est-à-dire sa programmation apparaît liée à la récréation. En même temps, elle propose à son public le matin de passer de la simplicité à la complexité, ainsi que l'après-midi. Bien sûr, il n'y a qu'une base suffisante pour penser qu'elle a une conscience de la programmation de cette réalité émergente de leurs principes constitutifs derrière la grille. En plus, on peut déduire qu'il s'agit d'un autre principe à la base : la chaîne propose une programmation régulière, on peut penser que le jeune téléspectateur est une cible, un public objectif.

## 4.2.5 Analyse du Monde Diégétique présumé de la Télévision Nationale du Chili (TVN)

### 4.2.5.1 Introduction

La chaîne de Télévision TVN ne programme pas en général de dessins animés les jours de semaine, c'est pour cela que la programmation des dessins animés les lundis 19 juin et 26 juin est une exception.

Nous ferons l'analyse de la programmation normale, selon un point de vue diégétique et cognitif :

#### Samedi : Programmation de la Chaîne « Televisión Nacional de Chile (TVN) »

##### Séries du Samedi :

MERRIE MELODIES (USA) (3/6), (10/6) <b>ou</b> FESTIVAL DE PORKY (USA) (17/6), (24/6) FESTIVAL DE PORKY (USA) (3/6),(10/6) <b>ou</b> EL MUNDO FANTASTICO DE RICHARD (USA) (17/6), (24/6)	BATMAN (USA) (17/6),(24/6) EL MUNDO FANTASTICO DE RICHARD (USA) (3/6),(10/6)
---	---

### 4.2.5.2 Mondes diégétiques cognitives présumés le samedi

#### Merry Melodies (USA) : Monde diégétique Fiction, Ludique et Réel

##### *Contenu latent*

Merry Melodies ne constitue pas une série dans sa structure globale, mais un support à travers lequel il est possible de voir différents types d'histoires, depuis les plus réelles jusqu'aux plus fictives. Les trois récits que présente le chapitre précédemment décrit sont un exemple de cela. Le premier, éminemment réel, montre la caricature d'une dispute domestique, inspirée de la réalité des couples états-uniens des années 50, en même temps que des fragments documentaires de la contemporanéité de la vie urbaine. Son caractère authentifiant se donne non seulement au niveau du scénario et des personnages, mais aussi en termes chromatiques et spatiaux, où les proportions sont seulement modifiées au service de la caricature sociale que l'on prétend obtenir.

Totalement opposée à la première, la seconde histoire narre les aventures de deux vautours bavards qui tentent désespérément de s'alimenter, ourdissant les plus incroyables stratagèmes, arrivant même jusqu'à tenter de se manger entre eux. Nous observons ici des caractéristiques éminemment fictionnelles non seulement du point de vue du scénario, mais surtout par rapport aux personnages. Ces rapaces, bien qu'ils conservent certains traits physiques propres à leur espèce (couleur, forme, taille, etc.) ne sont pas ceux typiques que l'on peut rencontrer dans un zoo. Il s'agit d'animaux caricaturés et dotés de qualités propres aux êtres humains. Non seulement ils parlent, mais ils pensent, lisent, cuisinent marchent debout, possèdent des mains à l'extrémité de leurs ailes ; en plus de jouir d'autres caractéristiques totalement fictives, comme la capacité de « se remonter les plumes ». Déterminée par tous ces éléments, l'action aussi se teint d'irréalité.

La troisième histoire est ludique, bien que sa diégèse et son contenu correspondent au monde fictionnel. Dans ce cas, la trame démarre depuis la fiction, lorsque nous voyons comment un lapin, Bugs Bunny, lit le journal et se présente à un emploi à la télévision. Seulement avec ces faits, qui appartiennent au point de départ de l'histoire, il est possible de voir qu'il s'agit d'un personnage de fiction : un animal avec des aptitudes et des caractéristiques humaines, qui agit comme une quelconque personne. Bugs marche debout comme quiconque se promène dans la rue, et il saute rarement. Cela, ajouté au fait qu'il raisonne, pense, parle, lit, travaille, discute etc. pareil à un être humain. Par rapport à son anatomie, nous pouvons signaler qu'il s'agit presque d'un lapin en peluche, qui conserve peu des qualités taxinomiques et comportementales – celles que nous avons déjà donné en exemple- propres à son espèce. Par exemple il possède de grands yeux ronds, non pas rouges comme ceux des lapins traditionnels, encore qu'il a de grandes oreilles. Le point de connexion avec la réalité est donné tant par le milieu que par le reste des personnages, à commencer par le chasseur, un adversaire assez vraisemblable. Mais là où la fiction est plus présente, c'est dans la relation qui se joue entre Bugs et Elmer. Les deux personnages discutent d'égal à égal au point que l'animal s'avère plus intelligent et habile que l'humain même, ce qui se voit confirmé dans le fait que c'est toujours Bugs qui se moque d'Elmer.

#### *Structurations cognitives*

Cependant Merry Melodies constitue une plateforme et non une série comme telle, il est important de dire que les différentes histoires qui se donnent rendez-vous ici, ne possèdent aucun type de relation entre elles. En ce sens, chaque chapitre, tant de Merry Melodies comme des histoires qui la composent, peut être étudié et vu de manière indépendante, car elles constituent des unités autonomes et fermées par rapport aux autres.

Dans la majorité des cas, chaque histoire commence et se termine dans le même chapitre, sans parvenir à constituer une série animée.

Cela dit, les récits imprégnés dans ce support répondent généralement à la structure linéaire classique de début, développement et final, phases qui se voient unies entre elles grâce à des enchaînements basés sur des relations de type cause/effet. L'argument des histoires présentées ici implique un maniement de peu de variables, ce qui fait de ces récits des structures simples et de compréhension facile, qui ne requièrent pas d'être associées à d'autres séries, en plus de noter une claire prédominance du narratif au détriment d'une interaction visuelle complexe.

### **Festival de Porky (Porky Pig) (USA): Monde Diegétique Fiction**

*Contenu latent :*

Dans cette histoire, les personnages sont des animaux qui ont des attitudes propres aux humains, à niveau très simple et naïf comme ils marchent sur deux pattes et ils parlent. Ils font leur vie dans une maison avec tous les accessoires d'un logement réel, mais, en même temps ils ne travaillent pas, il n'y a pas de structure productive, seulement un cochon et un chat dont l'unique chose qu'ils font est de se battre. En prenant en compte ces caractéristiques que présente cette série, nous la catégorisons comme un mode diégétique de fiction, il n'y a Person à la société qu'il existe pour se battre. C'est pour cela, que nous dirons qu'il s'agit d'un monde de fiction.

*Structuration cognitive :*

La série implique l'usage de procès cognitifs simples. L'histoire se comprend séquentiellement dans chaque chapitre. Chaque chapitre est distinct de l'autre, mais toujours avec la même structure, une histoire où on nous présente une situation qui affecte Porky, puis son développement jusqu'à son terme. C'est un texte fermé car il présente un exposé de la situation, un développement et la fin de l'histoire. Il n'y a pas besoin des archives hypertextuelles pour la comprendre.

### **El Mundo Fantástico de Richard<sup>149</sup> (USA): Monde Diégétique**

#### **Batman (USA): Monde Diégétique Ludique**

---

<sup>149</sup>«El mundo fantástico de Richard» est impossible de récollette. Dans le Chili, il n'existe pas une institution que fait l'archive de tout les programmes de la télévision chilienne (égal à l'Inatèque dans la France), alors, nous seulement avons l'information du Conseil Nationale de Télévision Chilien qu'il détecte que la série est donné par la Chaîne Télévision Nationale du Chili, leur origine (Américaine, USA) et le rating en correspondance, mais la chaîne n'est pas d'information au respect. D'autre côté, il y a un série américaine- britanniques nommé *Le Monde incroyable de Gumball*, mais dans notre but de recherche- récolte est Richards, pas Gumball. À l'intérieur du *Le Monde incroyable de Gumball*, il y a un personnage Richard, mais un personnage n'est pas un titre, et en plus, l'origine est USA- UK, non USA seulement, c'est pour cela que nous n'avons pas suffisent donnés pour faire équivalent les deux séries.

*Contenu latent :*

Bruno Díaz, philanthrope pacifiste, est Batman, sous un déguisement de lutte contre le mal. Il devient le protecteur de la ville Gothique. Le maire a un téléphone spécial de couleur rouge qu'il utilise quand il a des soucis et il appelle Batman pour demander de l'aide quand les malfaiteurs arrivent. L'appel par téléphone permet le passage dans d'autre espace : du réel (Bruno Díaz, milliardaire, philanthrope pacifiste) à la fiction (Batman). Cette série est classifiée dans le champ ludique, puisque il fait le mélange dans les deux espaces assez delimitées.

*Structures cognitives :*

Cette série implique l'utilisation de processus cognitifs simples. Elle s'insère dans la fonction d'un texte fermé, puisqu'elle a un début, un développement et une fin, de manière que la situation se termine conformément à la thématique de la série. Elle est linéaire, elle se centre dans le champ narratif, et les espaces dans lesquels elle se développe sont généralement les mêmes, dont la ville Gothique de préférence. Il n'y a pas besoin d'un traitement hypertextuelle pour le comprendre.

**Superman (USA) : Monde diégétique ludique***Contenu latent :*

Dans la vie quotidienne, ce personnage s'appelle Clark Kent, et travaille dans un journal : El Planeta (Le Daily Planet), en compagnie de la journaliste Luisa Laine. Lorsque se produit un événement comme ce vol effectué par ce méchant bandit appelé Huason, il se transforme en Superman, l'homme d'acier, grâce aux pouvoirs de son uniforme. Superman est un élément de fiction, un personnage fictif, car il n'existe pas d'homme aux super pouvoirs. Par conséquent, quand un personnage de fiction interagit avec le monde réel, nous pouvons catégoriser cette série de ludique, d'autant plus que la fiction s'insère dans les parcours possibles de la vie réelle. Même, il faut dire que les deux espaces sont assez bien délimitées : le réel est la vie du journaliste, l'espace de la fiction est l'espace de leur origine d'autre planète et leurs pouvoirs non humaines.

*Structure cognitive :*

Cette série implique l'usage de structures cognitives simples. L'histoire se comprend facilement, car elle est structurée séquentiellement dans un récit linéaire, dans lequel se présente toujours un conflit qui se développe tout au long de la série, avec la façon dont Superman comme personnage principal interagit avec d'autres personnages, comme les méchants qui seront toujours les adversaires de Superman, qui luttera contre eux pour rétablir l'ordre social. Chaque chapitre ferme l'histoire, sans besoin d'autres textes pour le comprendre.

## **Las aventuras de Sylvestre y Piolín (Les aventures de Titi et Grosminet), USA, Fiction**

### *Contenu latent*

La série est construite sur la base d'un argument ludique, où l'on distingue en effet des éléments tant fictionnels que réels. De cette façon, du point de vue des faits, l'on observe la grand-mère accompagnée de ses mascottes au travail. Cas très particulier puisqu'il s'agit d'une vieille dame détective. Du point de vue fictionnel maintenant, l'on se retrouve avec des mascottes qui participent à l'enquête et qui agissent la plupart du temps comme de véritables détectives comme l'atteste le chapitre ci-dessus cité. Depuis cette perspective, l'action se situe sur le plan de la fiction : il n'existe aucun canari si intelligent qui puisse être capable de résoudre une enquête criminelle. D'autre part, les caractéristiques anatomiques des animaux font aussi allusion à ce mélange d'éléments de fiction et emprunts au monde réel : Titi conserve les qualités propres à son espèce, il vole, a la taille qui convient à sa nature mais sa tête est absolument disproportionnée par rapport au reste de son corps tout comme ses yeux sont trop grands par rapport à sa tête. Dans le cas de Grosminet, le chat, il s'éloigne de la figure réelle des félins pour humaniser le personnage. De cette manière, par exemple l'enquête policière du vol de tartans (le genre d'article volé annonce d'emblée une sorte d'absurde et au delà d'élément ludique) décrit dans l'annexe acquiert des bribes de fiction lorsqu'on découvre que les responsables sont en fait des monstres qui fabriquent des bombes avec ces mêmes tartans. Situation qui paraît d'autant plus illogique lorsqu'on découvre leurs motivations. L'exemple est donné à travers le cas absurde auquel nous soumet le chapitre du vol de tartans et comment, dans une ambiance tout à fait réelle, surgissent des éléments fictionnels, tel que l'explosion de la bombe où tout se teint en couleur écossaise. Dans ce contexte, il est possible établir que dans le mélange de fiction et réel il y a une hégémonie de la fiction.

### *Structurations cognitives*

En ce qui concerne la structure, on peut dire qu'elle adopte le modèle linéaire convenu, développement et dénouement, chacun des chapitres constituant une unité auto conclusive et indépendante des autres, sans aucune relation causale ni de contiguïté qui les lie en une histoire continue. Dans cette perspective, aucun chapitre ne doit être relié à aucun autre pour être compris. En ce qui concerne l'argument qui fonde l'histoire, celui-ci constitue un récit simple dont le processus cognitif implique, la plupart du temps, deux variables, qui sont presque toujours celles des protagonistes et de leurs antagonistes. Etant donné que le centre de la série est donné par l'élément discursif (l'histoire) et son caractère policier, l'on note, dans certains cas, une tentative de montage parallèle (tandis que les protagonistes enquêtent, les



antagonistes mènent leur vie), au récit classique analogue à celui que décrit Claude Bremond (regarder chapitres « considérations théoriques » et « considérations méthodologiques »).

### **Tiny Toons (Les Aventures de Tiny Toons), USA : Monde Diégétique Fiction**

*Contenu latent:*

Il s'agit de plusieurs petite histoires qui ont comme principe constitutif d'être des nouvelles de récits construits à l'intérieur des parcours diégétiques développés par les séries nommées (Porky, Titi et Sylvestre, etc.), c'est à dire qu'au niveau des personnages se trouvent des animaux humanisés, parce qu'ils font des mouvements humains, et qu'au niveau des actions, parce qu'il s'agit de fiction, il n'y a pas de structure productive, pas de travail social, seulement le récit qui prend sa source dans les conflits déjà établis dans les séries citées. Mais, toujours le noyau est une histoire qu'il se développe dans un espace non réel, un espace de fiction.

*Structuration cognitive:*

Cette série implique l'utilisation de processus cognitifs simples. Il s'agit d'histoires brèves où se présentent toujours une certaine situation qui est développée à travers les actions des personnages, un dénouement qui remplit les conditions d'un texte fermé. Il n'y a pas besoin d'une compétence hypertextuelle pour la comprendre.

### **4.2.5.3 Analyse des Mondes diégétiques cognitives présumés le samedi**

**Car, le monde diégétique présumé le samedi suit le parcours suivant :**

**Fiction- Réel- Ludique<sup>150</sup> (Merry Melody) → Fiction (Festival Porky) Créneau horaire vide des dessins animés → (El mundo Fantástico de Richard<sup>151</sup>) → Ludique (Batman) → Ludique (Superman) → Ludique (Las aventuras de Sylvestre y Piolin (seulement le 3/10)) → Fiction (Tiny Toon).**

<sup>150</sup> Quelque fois Merry Melody est Fiction, quelquefois Ludique, quelquefois Réel **-(17/6) et (24/6)**

<sup>151</sup> El mundo fantástico de Richard” est impossible de récollette. Dans le Chili, il n'existe pas une institution que fait l'archive de tout les programmes de la télévision chilienne (égal à l'Inateque dans la France), alors, nous seulement avons l'information du Conseil Nationale de Télévision Chilien qu'il détecte que la série est donné par la Chaîne Télévision Nationale du Chili, leur origine (Américaine, USA) et le rating en correspondance, mais la chaîne n'est pas d'information au respect. D'autre côté, il y a un série américaine- britanniques nommé *Le Monde incroyable de Gumball*, mais dans notre but de recherche- récolte est Richards, pas Gumball. À l'intérieur du *Le Monde incroyable de Gumball*, il y a un personnage Richard, mais un personnage n'est pas un titre, et en plus, l'origine est USA- UK, non USA seulement, c'est pour cela que nous n'avons pas suffisent donnés pour faire équivalent les deux séries.

#### 4.2.5.4 Mondes diégétiques et cognitives présupposés le Dimanche :

MERRIE MELODIES (USA) (11/6)	SPEEDY GONZALEZ (USA) (18/6)
MERRIE MELODIES (USA) (4/6)	BATMAN (USA) (4/6),(11/6),(18/6),(25/6)
FESTIVAL DE PORKY (USA) (11/6), (25/6)	SUPERMAN (USA) (4/6),(25/6)
FESTIVAL DE PORKY (USA) (4/6)	LAS AVENTURAS DE SILVESTRE Y
EL MUNDO FANTASTICO DE RICHARD	PIOLIN (USA) (4/6)
(USA) (4/6),(11/6),(25/6)	TINY TOON (USA) (4/6)

##### Dimanche, Séries et Monde Diégétique

**Merrie Melodies (USA) : Monde Diegétique Fiction (voir l'analyse précédant)**

**Festival de Porky (Porky Pig) (USA) : Monde Diegétique Fiction (voir l'analyse précédant)**

**El Mundo Fantástico de Richard (USA)<sup>152</sup>.**

##### Speedy Gonzáles (USA): Monde Diégétique Fiction

*Contenu latent :*

Le récit développe le contenu d'histoires de chats qui se battent contre des souris, ce qui est vraisemblable, mais pas la réalité des chats et des souris. Le réel des animaux est un non vu. Il s'agit d'un monde de fiction dans lequel les attributions de valeur comme la construction visuelle des personnages n'ont aucun sens authentifiant. Le monde diégétique présupposé est de fiction.

*Structure cognitive :*

Elle est simple. Un seul parcours, des actions, des batailles : un conflit, un développement et un final. Les histoires sont fermées. Il suffit de regarder un seul chapitre pour le comprendre dans sa totalité.

**Batman(USA) : Monde Diégétique Ludique (voir l'analyse précédant)**

**Superman (USA) : Monde Diégétique Ludique (voir l'analyse précédant)**

**Las aventuras de Silvestre y Piolín (USA) : Monde Diégétique Ludique (voir l'analyse précédant)**

**Tiny Toons (Las Aventuras de Tiny Toons) (USA) : Monde Diégétique Fiction (voir l'analyse précédant).**

#### 4.2.5.5. Analyse Mondes diégétiques cognitives présupposés le Dimanche

<sup>152</sup> “El mundo fantástico de Richard”.. op. Cit.

Car, le Dimanche le Monde Diégétique Présupposés suivie la suivante parcours :

**Fiction** (Merrie Melody<sup>153</sup>) → **Fiction** (Festival Porky) → **(El mundo Fantástico de Richards)** → **Fiction** → (Speedy Gonzáles) → **Ludique** (Batman) → **Ludique** (Superman) → **Ludique** (Las aventuras de Silvestre y Piolín) → **(Caisse horaire vide des dessins animés)** → **Fiction** (Tiny Toon).

#### 4.2.5.6.- Conclusions Chaîne Télévision Nationale de Chili selon Mondes Diégétiques et Cognitives.

Nous avons dit que le parcours diégétiques de Télévision Nationale du Chili le samedi et dimanche est :

Samedi	Dimanche
<b>Fiction- Réel- Ludique</b> <sup>154</sup> (Merry Melody) → <b>Fiction</b> (Festival Porky) <b>Créneau horaire vide des dessins animés</b> → (El mundo Fantástico de Richard <sup>155</sup> ) → <b>Ludique</b> (Batman) → <b>Ludique</b> (Superman) → <b>Ludique</b> (Las aventuras de Silvestre y Piolín (seulement le 3/10)) → <b>Fiction</b> (Tiny Toon).	<b>Fiction</b> (Merrie Melody <sup>156</sup> ) → <b>Fiction</b> (Festival Porky) → <b>(El mundo Fantástico de Richards)</b> → <b>Fiction</b> → (Speedy Gonzáles) → <b>Ludique</b> (Batman) → <b>Ludique</b> (Superman) → <b>Ludique</b> (Las aventuras de Silvestre y Piolín) → <b>(Caisse horaire vide des dessins animés)</b> → <b>Fiction</b> (Tiny Toon).

C'est-à-dire, il y a une hégémonie de Ludique et Fiction, selon la répétition des catégories. Merry Melody est une exception, ce qu'il est en correspondance avec d'un jour plus récréatif ethnographiquement. Ce qu'il n'y a pas, c'est le réel.

Selon un point de vue sémiotique (qualitatif) tout les données doivent s'insérer d'un modèle de cohérence, mais, il n'y a pas dans le parcours même, c'est-à-dire les liaisons sont différents. Le point d'arrivé est similaire : fiction.

Car, il est possible déduire qu'il n'y a pas une logique du sens diégétique que les programmeurs veulent insérer dans les consommateurs, en plus, nous pouvons le lier à ce qui nous avons décrit dans la description de la grille de programmation de Télévision Nationale de Chili que peut valider indirectement ceci : » *le principe de ne pas faire la*

<sup>153</sup> Quelque fois Merrie Melody est Fiction, quelque fois Réel, quelque fois Ludique

<sup>154</sup> Quelque fois Merry Melody est Fiction, quelquefois Ludique, quelquefois Réel **-(17/6) et (24/6)**

<sup>155</sup> El mundo fantástico de Richard est impossible de recollecte. Dans le Chili, il n'existe pas une institution que fait l'archive de tout les programmes de la télévision chilienne (égal à l'Inatèque dans la France), alors, nous seulement avons l'information du Conseil Nationale de Télévision Chilien qu'il détecte que la série est donné par la Chaîne Télévision Nationale du Chili, leur origine (Américaine, USA) et le rating en correspondance, mais la chaîne n'est pas d'information au respect. D'autre côté, il y a une série américaine- britanniques nommé *Le Monde incroyable de Gumball*, mais dans notre but de recherche- récolte est Richards, pas Gumball. À l'intérieur du *Le Monde incroyable de Gumball*, il y a un personnage Richard, mais un personnage n'est pas un titre, et en plus, l'origine est USA- UK, non USA seulement, c'est pour cela que nous n'avons pas suffisent données pour faire équivalent les deux séries.

<sup>156</sup> Quelque fois Merrie Melody est Fiction, quelque fois Réel, quelque fois Ludique

*présupposition d'un consommateur objectif qu'il souhaite regarder un programme spécifique, la chaîne présuppose que les enfants souhaitent seulement regarder un programme quelconque dans la catégorie de genre dessins animés » (pages précédents).*

De l'analyse des présupposés cognitifs il est possible de déduire qu'il n'y a pas une présupposition cognitive concrète : tous les séries sont simples, des récits linéaires et sans traitement parallèle de l'information. En plus, tous sont d'origine américaine.

Au niveau de la déduction, il est possible de penser que la chaîne n'est pas une présupposition diégétique claire, sauf qu'il s'agit d'enfants qui doivent s'amuser le samedi et le dimanche, avec le programme de fiction ou ludique. La chaîne n'est pas non plus une présupposition cognitive, ni une proposition de marketing (ce qui est contradictoire avec le fait que la chaîne doit s'autofinancer).

## 4.2.6 Conclusions Grille de Programmation-Mondes Diégétiques et Cognitifs Présupposés

L'analyse de la grille de programmation de dessins animés, des mondes diégétiques et des procès cognitifs présumés est pertinente parce qu'elle nous a permis de détecter les oppositions suivantes et les liaisons entre paires d'opposition :

Grille	Programmation irrégulière (Chaîne Université Catholique et Télévision Nationale du Chili) ///	Programmation régulière (Chaîne Chilevisión et Chaîne Megavisión) ///	
Mode de production	(No-Marketing= Télévision de l'offre) ///	(Marketing = Télévision de la demande) ///	
Monde diégétique	Le Monde réel n'existe pas (sauf dans Les Simpson, mais il s'agit d'une programmation dans les horaires d'adultes). ///	(Réel- Fiction – Ludique) /// /// ///	
Origine des dessins animés	(Américaine) ///	(Japonaise) ///	(Américaine) ///
Procès cognitif	>(Simple)	>(Complexe)	>(Simple)

Ce qui attire d'abord l'attention dans l'analyse de la programmation infantile c'est l'opposition entre la télévision publique et la télévision de marché. S'il est vrai que toute la télévision est de marché, parce qu'elle doit s'autofinancer, justement la chaîne de l'Université Catholique et le Canal de l'État (Télévision Nationale du Chili) en ce qui concerne les enfants ne les pensent pas comme une cible, à qui il faut donner ce qu'ils veulent, parce que de ne pas le faire fait perdre la guerre de l'audience. C'est-à-dire dans l'espace de la programmation des enfants les chaînes le font de manière irrégulière.

Ensuite, ce qui attire l'attention : s'il est vrai que les deux chaînes pensent leur programmation avec un objectif public, elles ne sont pas reflétées dans une analyse de la signification de sa programmation en ce qui concerne la réalité, les mondes diégétiques présumés n'existent pas, il s'agit d'un non-vu. Les chaînes n'ont pas conscience que la programmation a une certaine relation avec la réalité.

Ceci est amené à l'extrême dans le cas de la Chaîne de Télévision Université Catholique, parce qu'elle fait démarrer sa programmation le dimanche avec la série des Gardiens de l'Histoire, un monde diegético ludique en ce qui concerne la vie de Jésus-Christ, ce qui renvoie à des histoires bibliques chrétiennes; si l'objectif du canal est d'instruire les nouvelles générations sur la voie du catholicisme, il n'a aucun sens après les avoir sensibilisés avec ce programme en ce qui concerne la vie de Jésus-Christ, elles programment des séries relatives à des mondes de fiction, où la relation avec ce qui est réel est éloigné de la vie. Nous attirons l'attention, en outre, que dans ces programmations ce qui est réel n'est pas.

Donc, la préoccupation pour le consommateur infantile se réduit à un problème idéologique qui reste sous-jacent. Pour nous, il est étrange que toute la programmation soit américaine, mais nous pouvons supposer qu'ils pensent que les dessins animés japonais sont violents, et les chaînes ne veulent pas augmenter la violence juvénile, nous pouvons supposer qu'il s'agit d'une préoccupation sociale, par la quantité de recherche sur la matière dans le monde anglo-saxon, mais le rapport entre dessins animé et violence, c'est une croyance. C'est pour cela qu'il s'agit d'une idéologie, il n'y a pas un analyse.

Opposé à cela, on peut retrouver dans la Télévision du Marketing le Monde Fictif, le Monde Réel ou le Monde Ludique. Nous détectons que dans la télévision régulière, qui coïncide avec la télévision du marketing, il n'existe pas de présupposition de la signification qu'ont les dessins animés télévisuels en ce qui concerne ce qui est réel, car, il ne s'agit pas de prédisposer à s'insérer dans ce qui est réel avant d'aller à l'école ou les motiver à faire des tâches en arrivant de l'école.

D'autre part, il convient de souligner que la simplicité cognitive est reliée aux dessins animés américains et la complexité cognitive aux dessins animés japonais.

Il est clair, enfin, que ce qui est cognitif n'est pas vu par la programmation télévisuelle, parce que s'il l'était, la télévision avec un objectif public programmerait des dessins animés japonais.

La programmation des dessins animés japonais implique une programmation de complexité cognitive, et nous pouvons faire la déduction qu'elle est importante pour savoir penser. La programmation des dessins animés japonais est faite au Chili pour la télévision du marché, mais il faut regarder l'analyse de l'audience, peut être s'agit-il d'un problème de marketing.

## **PARTIE 3**

### **La description de l'audience**

#### **Chapitre 5**

##### **L'Audience des dessins animés**

# Chapitre 5 : L'Audience des dessins animés

## 5.1 Introduction

Si nous reprenons les résultats du chapitre précédent, synthétisé à la page antérieure, les rapports entre les données de la grille proposée par les chaînes de télévision hertziennes avec les mondes diégétiques et les catégories cognitifs présumées a été analytiquement utile, parce que nous a permis de saisir qu'il y a deux types de chaînes en ce qui concerne les dessins animés, ceux qui font des jeunes spectateurs une cible de marché, ce qui implique une programmation régulière à la même heure et au même jour et ceux qui changent les horaires parce qu'eux ils ne présupposent pas un public consommateur du marché, avec ses goûts propres et désirs. Nous avons compris que dans ces chaînes qui fonctionnaient ainsi en ce qui concerne à la programmation infantile, ils opéraient à son tour comme des canaux qui agissent dans le mode de production de marché, parce que dans le Chili tous les canaux doivent s'autofinancer.

Fonctionner différemment était un symptôme d'une préoccupation pour le monde des enfants, mais qui ne se reflétait pas dans une analyse de la signification de la programmation, même ce curieux que la relation avec le monde réel n'était pas prise en considération par ces chaînes.

Il attirait l'attention que il 'y avait une exclusion du monde réel était (sauf dans les Simpsons) dans la programmation de ces canaux, et que toute la programmation était de dessin animés américain.

D'autre part, partie des canaux qui avaient régularité de programmation, ils font l'inclusion des dessins animés japonais, ceux qui impliquent des processus cognitifs complexes pour les comprendre.

En même temps, nous détectons une polarité: les dessins animés simples tendent à être américains et les complexes japonais.

Dans ce contexte, il est très important, d'effectuer une analyse de l'audience



Ce qui l'analyse de l'audience nous apporte est par une partie de comprendre quels sont les dessins animés préférés par les jeunes? Et, quelle relation ils ont avec les descripteurs de la grille synthétisés précédemment?

Il est clair, que de l'analyse précédente on peut établir que les polarités décrites (au niveau de la programmation et au niveau de la diferenciabilidad d'origine des séries) est une réalité au niveau de la programmation, mais aussi il est clair qu'il n'existe aucun prendre en considération les contenus diégétiques qui n'est pas plus moins pour une télévision qu'il prétend programmer pour les enfants du point de vue des nécessités éducatives, comment il a été précédemment dit. La programmation en ce qui concerne aux contenus diégétiques est en fonction de l'hasard, sauf les exceptions déjà indiqués. Toutefois, il y a un une autre opposition stable simplicité /complexité cognitive en corrélation avec l'animation américaine en opposition à la Japonaise.

Dans celui-là contexte, on retourne davantage d'important encore détecter quel est le pourcentage d'audition concrète des dessins animés? La polarité simple/complexe est un problème de marché, c'est-à-dire, c'est une préférence des consommateurs, et il ne passa par la conscience des sujets, et seulement ils ont pris en considération les mesures de l'audition.

De là l'importance du chapitre, parce qu'il nous permet d'avoir accès, aussi aux d'audience par âges, et strate sociale, et genre, en voie à contribuer avec un diagnostic de la situation.

Nous devons rappeler au lecteur, que l'explication de comment a été construit les pourcentages d'audience ont été déjà fait. Nous permet d'une partie un inférence de l'analyse, mais par une autre, les faiblesses déjà indiquées, ce pourquoi nous devons les lire comme indices d'inférence.

Le lecteur peut rencontrer dans l'annexe tous les pourcentages d'audience selon la strate sociale : Haute (A, B, C1), Moyenne Haute (C2) Moyenne Basse (C3) et Basse (D) ; genre : Homme/ Femme ; et âge 4 à 9 ; 10 à 14 ; 15 à 19 ; 20 à 24 ; 25 à 29 ; 20 à 34 ; 35 à 39.

La procédure analytique est la description par des chaînes, pour ensuite nous arriver à une structure globale.

## 5.2 L'Audience dans la chaîne TV UC

### 5.2.1 L'audience

Le pourcentage d'audience des dessins animés est très bas. Les plus bas est Snooper and Blabbe avec 0,7% total ; après Gardiens de l'histoire avec un 1,0% total. Garfield est préféré par les femmes dans toutes les strates sociales.

Le cas de Les Simpson est différent. Il goûte aux enfants de 4 à 9 année avec un 2,9 %, mais de 10 à 14 le pourcentage monte à 8,5%, et il descend à 30- 34 années à 5,2%. Il goûte aussi dans presque tous les strates sociales. Alors, Les Simpson n'est pas focalisée seulement dans les enfants.

Date	Heure	Durée		Homme ABC1	Hom C2	Hom me C3	Hom me D	Femme ABC1	Femme C2	Femme C3	FemmeD	total %
				pourcentage %	pourcentage %	pourcentage %	pourcentage %	pourcentage %	pourcentage %	pourcentage %		
Offre télévisuelle pour enfants												
<b>Les Simpson</b>	13:15:27	0:29:02	35 a 39	0.3	1.0	1.0	1.1	0.5	1.6	1.6	2.1	1.2
<b>Univ. Catholique USA</b>			30 a 34	6.9	5.7	2.8	6.4	5.3	6.4	5.3	3.0	5.2
<b>Réal Complexité Moyenne</b>			25 a 29	4.6	3.5	5.3	6.7	0.9	10.4	5.7	7.5	5.6
			20 a 24	7.9	8.8	2.3	5.7	5.7	8.3	13.0	9.9	7.7
			15 a 19	4.1	7.4	4.1	6.0	2.4	6.3	4.6	6.5	5.2
			10 a 14	7.9	14.8	16.5	6.4	3.3	6.0	10.6	2.5	8.5
			4 a 9	0.8	2.2	2.0	4.5	0.5	6.3	4.5	2.4	2.9
			total%	4.6	6.2	4.9	5.3	2.7	6.5	6.5	4.8	5.2

### 5.2.2 Le plus regardé Télévision Université Catholique

Séries TV UC (Télévision Université Catholique)	Le plus regardé			Pays
	Aud. Global	4-9	10-14	
<b>Les Simpson</b>	5.2 %	2.9	8.5	États-Unis
<b>Super Mario</b>	1.9	3.8	2.7	États-Unis
<b>Tom and Jerry Kid</b>	2.2	3.4	2.7	États-Unis
<b>Garfield</b>	2.4	2.9	3.1	États-Unis

Nous pouvons regarder que Super Mario goût plus aux enfants de 4 à 9 année (3,8%), et moins à 10- 14 années, pour Tom et Jerry, il s'agit d'une situation similaire, et Garfield aussi.

Par rapport le pourcentage plus haut d'audience est Les Simpson avec un 8,5% à l'âge de 10 à 14, mais à l'âge de 4- 9 Les Simpsons sont supères par Super Mario et Tom et Jerry Kid.

## 5.3 L'audience dans la chaîne Chilevisión

### 5.3.1 L'audience dans la chaîne Chilevisión

La Petite Lulu goût plus aux hommes de 4 à 9 années dans les strates moyenne basse et dans la strate basse. Seulement les femmes de la strate basse l'aiment. Mais, le plupart des dessins animées américaines (El Show Underdog, Gasparin, Merrie Melodies, Looney Tunes, Superman) n'ont pas un haut pourcentage, même la production américaine française Sky Dancers, et la série Las tres mellizas, produit à l'Espagne seulement a un haut pourcentage dans l'âge 4 à 9 années, il faut dire qu'elle est préférée par les femmes.

Meerie Melody est regardé par l'âge 35 à 39 années avec un 4,7%.

En générale la tranche d'âge 35 à 39, et 30 à 34 années regard peut dessins animées.

### 5.3.2 Le plus regardé dans la chaîne Chilevisión

Séries Chilevisión	Le plus regardé			Pays
	Aud. Globale	4-9	10-14	
<b>Pokémon</b>	3%	6,4%	5,7%	<b>Japon</b>
<b>Sally</b>	1,6%	4,5%	1,9%	<b>Japon</b>
<b>Kitaro</b>	1,7%	4,0%	3,6%	<b>Japon</b>
<b>Dragón Fly</b>	2,2%	4,4%	3,7%	<b>Japon</b>
<b>Slam Dunk</b>	2,3%	4,1%	4,5%	<b>Japon</b>

Il est clair que le plus préférés est les dessins animés japonaise. Seulement Alvin y las ardillas 3,9%, las Tres Mellizas 4,5%, la Petite Lulu 3,8% dans l'âge 4 à 9 années ont un pourcentage prochaine à le plus regardé nommé dans le graphique.

Sally, Kitaro, Dragon Fly et Slam Dunk sont japonaises.

Il faut tenir en compte que Pokémon est plus regardé dans 4 à 9 années et aussi dans 10 à 14 années.

## 5.4. L'audience dans la chaîne Megavisión

### 5.4.1 L'audience dans la chaîne Megavisión

L'audience des dessins animés est très basse dans les tranches d'âge 35 à 39 et 30 à 35. Les Pierrafeu ont un 1,3%, Max Steel un 0,4 %, Arnold 2,3%, Dragon Ball Z un 2,0% , Dragon Ball un 1,7%, , Les petites Pierrafeu un 0,6%, Tick La Garrapata un 0,6%, Cat Dog un 1,4%, Delfy un 0,9%, los Cazafantasmas 0,2%.

Par contre l'audience des dessins animés monte à l'âge de 10 à 14 et de 4 à 9.

### 5.4.2 Le plus regardé dans la chaîne Megavisión

Séries MEGAVISION	Le plus regardé			Pays
	Aud. Globale	4-9	10-14	
<b>Dragon Ball Z</b>	3,8%	7,3%	6,1%	Japon
<b>Dragon Ball</b>	2,6%	5,8%	3,4%	Japon
<b>Arnold</b>	2,7%	4,6%	4,8%	États-Unis

Si nous focalisons le plus regardé il est clair que les dessins animé japonais ont un pourcentage haut d'audience. Seulement Arnold arrive à un 4,6%, et 4,8%, dans les tranches d'âge 4-9 et 10- 14 respectivement.

Le plus regardé est Dragon Ball Z, dans 4- 9 et 10- 14 années, avec 7,3% et 6,1% respectivement.

Max Steel dans 4- 9 et 10- 14 a 3,3% et 2,4%, Les Cazafantasmas 0,7% et 0,2%, Les Pierrafeu 2,8% et 2,1%, Tick La Garrapata un 3,0% et 2,2%, Cat Dog un 2,2% et 2,2% , Delfy un 0,8% et 0,4%, respectivement.

## 5.5 L'audience dans la Chaîne Televisión Nacional de Chile (TVN)

### 5.5.1 L'audience dans la Chaîne Télévision Nationale du Chili

L'analyse de l'audience des dessins animés de Télévision Nationale du Chili, nous permet valider que les dessins animés ne sont pas consommé par les tranches d'âge de 30 à 35, et de 35 à 39.

Les petites qu'ils regardent Télévision Nationale du Chili (4- 9 années) préfèrent Tiny Toon 3,4%, Le mode fantastique de Richards 4,2%, Porky 4,0%, Speedy González 4,3% et Bug Bunny un 5,5%.

## 5.5.2 Le plus regardé dans la chaîne Televisión Nacional de Chile

Séries Télévision Nationale du Chili (TVN)	Le plus regardé			Pays
	Aud. Globale	4-9	10-14	
<b>Bug Bunny</b>	2,7%	5,5%	3,1%	États-Unis
<b>Festival Porky</b>	2,1%	4,0%	3,0%	États-Unis
<b>Speedy González</b>	2,1%	4,1%	4,3%	États-Unis

L'audience globale de la chaîne par rapport les dessins animées est basse. Mais, Bug Bunny a leur public dans les âges 4 à 9 années.

## 5.6 Analyse comparative des pôles d'audience entre les chaînes de télévision chiliennes :

### 5.6.1 Description

Les séries ayant le plus d'audience, est les descriptions des mondes diégétiques et procès cognitifs présupposés sont les suivantes :

Séries TV UC (Télévision Université Catholique)	Le plus regardé			Pays
	Audience Globale	4-9	10-14	
Les Simpson Réel Structure Cognitive : Simple à l'intérieur d'une lecture narrative ; Complexe Moyenne à l'intérieur d'une lecture idéologique	5.2 %	2.9	8.5	États-Unis
Super Mario Fiction Structure Cognitive : Simple	1.9	3.8	2.7	États-Unis
Tom and Jerry Kid Fiction Structure Cognitive : Simple	2.2	3.4	2.7	États-Unis
Garfield Ludique Structure Cognitive : Simple	2.4	2.9	3.1	États-Unis
<b>Séries Télévision Nationale du Chili</b>	Le plus regardé			

(TVN)		Audience Globale	4-9	10-14	Pays
Bug Bunny	Fiction	2,7%	5,5%	3,1%	États-Unis
Structure Cognitive : Simple					
Festival Porky	Fiction	2,1%	4,0%	3,0%	États-Unis
Structure Cognitive : Simple					
Speedy González	Ludique	2,1%	4,1%	4,3%	États-Unis
Structure Cognitive : Simple					
<b>Séries CHILEVISION</b>		Le plus regardé			
		Audience Globale	4-9	10-14	Pays
<b>Pokémon</b>	<b>Ludique</b>	3,0	<b>6,4</b>	<b>5,7</b>	Japon
Structure Cognitive : Complexe					
Slum Dunk	Réel	2.3	4.1	4.5	Japon
Structure Cognitive: Moyenne					
Dragon Fly	Fiction	2,4	2.9	3,1	Japon
Structure Cognitive : Complexe					
<b>Séries MEGAVISION</b>		Le plus regardé			
		Audience Globale	4-9	10-14	Pays
<b>Dragon Ball Z</b>	<b>Fiction</b>	3,8%	<b>7,3%</b>	<b>6,1%</b>	Japon
Structure Cognitive : Complexe					
Dragon Ball	Fiction	2,6%	5,8%	3,4%	Japon
Structure Cognitive : Complexe					
Arnold	Réel	2,7%	4,6%	4,8%	États-Unis
Structure Cognitive : Simple					

Prenant en compte les chiffres d'audience globale, nous constatons que les séries japonaises Pokémon, Dragon Ball Z et Dragon Ball –toutes trois de structure cognitive complexe- sont les plus regardées par les enfants et les jeunes. Les trois sont programmées du lundi au vendredi, matin et après-midi. La série Les Simpson constitue une exception, mais chez les enfants de 4 à 9 ans le pourcentage est plus faible par rapport aux séries déjà nommées.

Samedi et dimanche, les séries de la chaîne Télévision Nationale du Chili sont les plus regardées dans les tranches d'âge de 4 à 9 ans et de 10 à 14 ans.

Car, dans les considérations par rapport à l'audience, nous avons fait la liaison de deux triangles : pôles d'audience (haut/ bas/ moyen), et vie quotidienne (lundi- vendredi/samedi-dimanche, et matin/ après- midi/ nuit).

Il faut tenir compte que « Les Simpson » est un phénomène différent, parce qu'il s'agit d'une série regardée davantage par les plus âgés (10-14 ans = 8,5 % / 4-9 ans = 2,9%).

**Si l'objet d'analyse est la grille de programmation**, nous pouvons percevoir, par exemple dans les pages précédentes (programmation du mardi au vendredi, parce qu'il y a deux jours fériés dans le mois qui tombent le lundi), que Gasparín (Fiction, Chilevisión, 2,6% âge 4-9, 1,2%, âge 10-14) a un pourcentage de goût supérieur à Los Cazafantasmas (Ludique,

0,7% âge 4-9, 0,6% âge 10- 14, Megavisión), dans le même créneau horaire ( 10:00 à 10 :30, mardi – vendredi, juin), puis (10 :30 à 11 :00) « Las Tres Mellizas (Ludique, Chilevisión, 4,5%, âge 4-9, et 1,7% âge 10-14) est supérieure à Los Cazafantasmas (Ludique, 0,7%), alors, quelquefois la plus regardée est ludique, et parfois fiction. De 11:00 à 11 :30, le pourcentage du goût est similaire entre La Princesa Sally (Fiction, 1,6%, Chilevisión) et Los Picapiedras (Ludique, 1,5%, Megavisión).

Car, parfois la fiction est la plus importante, parfois c'est le ludique, et d'autres fois pour le consommateur chilien la fiction est sur le même plan que le ludique; c'est-à-dire, nous avons indirectement testé que le consommateur fait le choix selon l'offre télévisuelle, non pas pour son goût concret, il regarde ce qui est le moins mauvais, Dans ce contexte, il est significatif que les séries réelles sont très peu nombreuses (Slam Dunk : joueurs de base-ball La petite Lulu : la vie des enfants dans le quartier et à l'école, et Arnold : La vie des enfants à l'école). Elles ont un pourcentage d'audience assez bon: Slam Dunk (2,3%), La Petite Lulu 1,8%, et Arnold 2,7%. Slum Dunk ne participe pas d'une concurrence avec des dessins animés, alors que et Arnold entrent en concurrence. La Petite Lulu (Réel, Chilevisión, 3,8% âge 4-9, 2,9%, âge 10-14) entre en concurrence le dimanche dans le créneau horaire 11 :30 à 12:00 avec « Los Osos Gumm » (TV UC, Fiction 4-9 : 1,9% ; 10- 14 :1,2%), avec « Les Pierrafeu » (Megavisión, Ludique 4-9 :2,8%, 10-14 :2,1%), et avec « Superman » (Ludique, TVN 4-9 : 2,1, 10-14 : 1,5%). C'est à dire qu'il y a aussi des hégémonies du monde diégétique réel. C'est la même chose avec Arnold du lundi au vendredi dans le créneau horaire de 17:30 à 18:00 heures. Il est clair : il y a un fort goût pour Pokémon (au Chili, et en France), concrètement un 6,9% (4-9), et un 5,7% (10- 14). Dans le même créneau horaire Megavisión donne Arnold avec un 4,6% (4-9), et un 4,8% (10-14), mais l'audience est un peu plus élevée que pour les autres séries de fiction ou ludique; en outre Arnold est de structure cognitive simple et Pokémon complexe.

Car, il est clair que les mondes diégétiques sont descripteurs qu'ils sont en rapport avec le type de relation qu'il texte audiovisuelle établit avec le monde réel, ils sont très important pour l'éducation et/ou la publicité parce qu'ils peuvent donner cohérence à une proposition éducative ou politique. Nous avons dit, que les chaînes de télévision qu'ils sont possible de décrire comme une absence de but de marché par rapport la programmation éducative ne font pas l'usage de un outil analytique par rapport la signification, alors la programmation est construit au hasard.

La programmation par rapport les contenu diégétiques est basé au hasard, et pour les consommateurs il ne s'agit pas de définir un rapport avec le monde, mais un goût qu'il peut se manifester de plusieurs formes comme les données de la mesure de l'audience nous parle, et que nous avons synthétisé dans les lignes précédents.

Mais la situation est différent par rapport au procès cognitif proposé, le plus regardé est aussi la complexité cognitive, parce qu'il s'agit de plusieurs niveaux du récit et d'un traitement parallèle de l'information qu'il ne se trouve pas dans le moins regardé.

## **5.6.2. Offre, Audience et Grille de Programmation**

Le matin, l'audience est plus basse que l'après-midi. Un reflet de cette situation est la différence de l'audience de Dragon Ball le matin (5,8% chez les 4-9, et 3,5% chez les 10-14) et Dragon Ball Z l'après-midi (7,3% chez les 4-9, et 6,1% chez les 10-14). Il faut tenir en compte du fait que nous travaillons avec une catégorie abstraite de l'audience, et non pas avec l'audience réelle, mais comme il s'agit de différentes séries nous obtenons un pourcentage plus proche de la réalité.

Nous avons décrit dans le chapitre de l'offre les principes différents de la programmation entre TVN et TV UC et Chilevisión et Megavisión : Sur TVN et TV UC, les dessins animés ne se donnent pas au même créneau horaire, alors, nous avons dit que les enfants et jeunes ne sont pas une cible du marketing, ce qui est différent sur Chilevisión et Megavisión, dans lesquelles il y a une programmation verticale régulière comme un principe qui fait l'articulation de la programmation. Alors, il est significatif de percevoir que le matin sur Chilevisión et Megavisión il y a plus de mobilité et d'échanges d'une série pour une autre, ce phénomène ne se passe pas à partir de 11 heures, et il ne se passe pas l'après-midi (sauf lors de l'inondation à Santiago, dans le cas de Megavisión). C'est à dire, il y a une préoccupation pour les deux chaînes chez les enfants comme un groupe objectif, objet du marketing. Il faut tenir en compte que les annonces publicitaires sont plus chères l'après-midi que le matin (par exemple, chez Megavisión un spot publicitaire (comme une base, il faut ajouter l'élévation du prix à cause de la tasse d'audience) dans l'horaire de prime time coûte 9054 Euros, selon le taux de change en vigueur en 2002, les 10 secondes, 5 secondes de publicité d'un logo coûte de 6 à 14 heures 329 euros, de 14 à 17 heures 541 euros, de 17 à 20 heures 527 euros, de 20 à 1 heure 923 euros). Il faut ajouter que les audiences des programmes infantiles ne sont pas très hautes, elles représentent au maximum un 3,8% de



l'audience globale. Mais il y a une valeur ajoutée (que les chaînes peuvent recevoir) par l'effet Publicitaire de la programmation infantile parce que les enfants (au Chili, c'est réel, voir Informe 8/13, CNTV, juillet 2003<sup>157</sup>) participent au choix d'achat des parents. Ils sont alors très importants pour la persuasion, non pas seulement des produit infantiles, et même dans le cadre de ces produits, l'argent qui crée la mobilité par le choix d'achat est considérable. Il faut consulter quelques données pour saisir l'importance stratégique, selon le marketing, de ce groupe objectif. Une étude du Conseil National de Télévision (2003), à travers un échantillon de 401 cas d'enfants et de jeunes ( et leurs parents) à Santiago du Chili entre 8 et 13 ans, stratifiés par couche sociale (BC1 ; C2 ;C3 ;D) avec un pourcentage de 5% d'échec, nous permet de saisir que le 78% d'entre eux reçoivent de l'argent pour leurs frais au collège, et 68% pour leurs achats propres, ou tous les jours ou une fois par mois. Si nous nous projetons pour la ville Santiago sur tous les jeunes et enfants de 8-13 ans qui habitent dans la ville, nous obtenons pour 500 jours un montant de \$500000000 (659630 EURO, conversion 2002) (CNTV, 2003:30)<sup>158</sup> pour la totalité des strates sociales. Le jeune de 8 à 13 année reçu de l'argent dans la strate basse un somme de \$2078 (2.7 EURO), et dans la strate haute reçu \$4994 (6.6 EURO) par jour.. Avec cet argent, presque toutes les strates sociales achètent des caramels et des jeux, des vêtements, des boissons, des chocolats, alors que d'autres économisent. Ils sont alors importants comme groupe de consommateurs en soi même, mais leur véritable importance réside dans leur rôle de persuasion des parents. Ce rôle est accepté par les parents mêmes, soit par rapport aux objets de consommation propres aux enfants et jeunes, soit par rapport aux objet de consommation familiale : pour acheter de la technologie les enfants font le choix familial dans un 23% des cas, par rapport à l'achat des boissons et l'alimentation 40%, par rapport aux vêtements 66%, par rapport à l'achat de CD (30%) ou pour louer un film 37%, selon l'enquête des parents (CNTV, 2003 : 36)<sup>159</sup> Selon les mêmes données, ils font le choix des marques de boissons (51%), de jus (72%), de yaourt (71%), de jeux (80%), de pizzas (87%), de jeans (80%), de chaussures sportives (74%), d'agendas (73%), de fortifiants (73%) (CNTV, 2003 :37)<sup>160</sup>.

Ces données contextuelles nous permettent de percevoir la logique des chaînes Megavisión et Chilevisión de se préoccuper de la programmation des dessins animés à partir de 11 heures. Et ceci explique aussi le choix de Megavisión de ne pas faire de concurrence directe avec Pokémon (haute audience) dans le créneau horaire de 17:30 de Chilevisión, et

<sup>157</sup> Consejo Nacional de Televisión, Informe 8/13. Editions CNTV, Santiago, juillet 2003

<sup>158</sup> Consejo Nacional de Televisión, Op. Cit

<sup>159</sup> Consejo Nacional de Televisión. Op. Cit.

<sup>160</sup> Consejo Nacional de Televisión. Op. Cit

programmer Arnold (monde diégétique réel, et américain) parce qu'il peut faire de la concurrence avec d'autres cibles de la population qui n'aiment pas beaucoup les dessins animés japonais, mais jusqu'à l'arrêt de Pokémon, la chaîne Megavisión donne Dragon Ball Z, dans laquelle le taux de l'audience augmente de 4,6% à 7,3%.

Alors, il y a une logique de marché chez Chilevisión et Megavisión, qui n'est pas présente chez TVN et TV UC. Et il s'agit d'une logique qui est insérée dans les principes mêmes de constitution de la grille. Megavisión et Chilevisión s'insèrent dans la logique du marché par rapport aux dessins animés, c'est l'explication la plus proche des données, parce qu'il n'y a pas de cohérence des mondes diégétiques, soit en soi-même, soit en leurs parcours, et il n'y a pas de cohérence avec une image corporative de la chaîne. TVN et TV UC s'éloignent de cette logique dans le cas de la programmation destinée aux enfants.

### **5.6.3. Vie quotidienne**

Il faut tenir compte ce que nous avons dit dans l'analyse de la grille de programmation, les mondes diégétiques et les procès cognitives présupposés par rapport les conditions d'usage de la télévision des jeunes par les conditions posées par la vie sociale. Car, il faut répéter, pour le mémoire du lecteur que dans le Chili, durant l'année de l'objet d'étude (2000) il y a deux régimes scolaires : journée seulement dans le matin, avec l'heure d'entrée au collège à 8:30 des heures jusqu'à 13:40 heures, et dans ce cas les enfants et les jeunes doivent quitter leur domicile à 8:00 heures, et le rejoindre à 14:10 heures ; et le régime seulement dans l'après-midi, où les classes commencent à 14 heures (ils quittent leurs maisons à 13:30 heures) et terminent à 17 heures, donc, en rejoignant leur domicile à plus ou moins 17:30 heures. On pourrait imaginer le mode de vie théorique des enfants et établir les rapports possibles avec le monde présupposé dans les dessins animés dans deux parcours : a) journée scolaire l'après-midi : le matin (10 :15) la télévision propose aux enfants .... et b) journée scolaire le matin : ils arrivent à la maison, ils déjeunent, et après la télévision propose..., tel comme nous l'avons fait dans les pages précédents.

## **PARTIE 4**

### **Consommation des dessins animés, raisons du goût et identité**

#### **CHAPITRE 6 :**

#### **L'analyse sociologique et ethnographique de la consommation**

# Chapitre 6: L'analyse sociologique et ethnographique de la consommation

## 6.1 Introduction

Le sens le plus profond de notre recherche a été de faire une description de toute la réalité par rapport à la haute consommation des dessins animés. De là, l'objectif de la recherche a été délimité comme **une description des formes de fonctionnement diégétique-cognitive des dessins animés de la télévision hertzienne au Chili, et leurs conditions de circulation (offre), et consommation, pendant l'année 2000**. Les fondements théoriques et méthodologiques ont été présentés dans les chapitres théorie et méthodologie précédents.

Dans le parcours de la recherche, que notre lecteur a déjà lu, nous avons décrit la grille de programmation et les caractéristiques qu'elle pose à ses consommateurs, au niveau du rapport avec le mode réel. Nous avons fait l'usage des descripteurs proposés par François Jost<sup>161</sup> par rapport à l'Analyse Télévisuelle et, au niveau cognitif, la description de la présence/absence de traitement parallèle de l'information, en suivant la contribution de Francisco Varela<sup>162</sup> et avec un opérateur analytique déjà expliqué. Car nous avons découvert quelques indices très importants de ce que la grille propose à son public. Mais, dans ce moment du parcours de la recherche, et de cette exposition, nous ne savons rien du public. C'est pour cela que le trajet de la recherche élaborée a fait l'étude de l'audience, et nous avons établi les rapports entre les tasses d'audience et la grille, et leurs caractéristiques diégétique-cognitive. Dans ce parcours, nous avons décrit les séries les plus regardées et leurs caractéristiques par rapport au monde réel et à la cognition. Nous avons détecté que les séries les plus regardées sont les séries japonaises avec les caractéristiques hégémoniques de complexité cognitive (traitement parallèle de l'information et hypertextualité). En outre, nous avons détecté que les préoccupations des chaînes de la télévision hertzienne par rapport à la signification des séries en relation au monde réel des enfants n'existent pas. D'un côté, deux chaînes font de la programmation infantile une cible de marketing et deux chaînes se préoccupent des contenus non violents, mais elles ne prennent pas en considération le rapport au monde que la programmation offre comme possibilités au public, alors leurs principes de programmation ne suivent aucune logique, ils ne programment pas pour faire passer de la

---

<sup>161</sup> François Jost (1999), "*Introduction à l'Analyse de la Télévision*", Ed. Ellipses, Paris

<sup>162</sup> Francisco Varela (1996), "*Conocer*", Ed. Gedisa, Barcelona.

fiction au réel pour préparer les enfants à faire leurs devoirs ou aller au lycée. Alors, si la programmation est hétéroclite par rapport au monde diégétique présupposé, que reste-t-il comme descripteur stable de l'offre ? Il reste la simplicité/complexité cognitive. Mais il s'agit d'une déduction, de la corrélation entre les caractéristiques des programmes et les tasses d'audience. Les plus regardés sont des programmes complexes, c'est-à-dire qui impliquent plusieurs variables de contenu et des rapports d'hypertextualité pour les comprendre. Mais nous ne savons rien du sens que les téléspectateurs donnent aux séries, même leur fascination pour les dessins animés.

C'est pour cela que nous avons fait dans la recherche sur les dessins animés télévisés une étude sociologique et ethnographique non pas seulement sur les raisons de goût des séries sinon sur une description des mécanismes d'appropriation des dessins animés (variables associées au goût, à l'évaluation et l'identification, et au merchandising associé aux dessins animés), à travers une enquête à 300 élèves des villes de Santiago, Antofagasta et Temuco<sup>163</sup>, répartis par strate sociale, âge et genre ; et une recherche ethnographique, car en définitive il s'agit de saisir les sens que les consommateurs infantiles donnent à cette consommation.

Comme nous l'avons dit dans le chapitre « considérations théoriques » : bien sûr, il ne s'agit pas d'étudier le procès cognitif des consommateurs dans la perception et cognition des dessins animés télévisuels même, il s'agit de mieux comprendre ce qui est à la base de ces catégories cognitives détectées. D'un côté, la reconstruction de la procédure cognitive ne fait pas sens si nous ne connaissons pas le sens que les dessins animés télévisuels ont pour les jeunes et les enfants, car ce qu'il manque, c'est la description de ce qui est à la base de la cognition, la relation de leur propre monde avec le monde des dessins animés, mais il faut d'envisager le problème cognitif ; et d'un autre côté, pour étudier le procès cognitif mis en

---

<sup>163</sup> Nous avons fait le fondement du choix des trois villes dans le chapitre méthodologie. Une synthèse : pour la sélection des villes, nous avons retenu les trois critères suivants: 1) présence des mêmes systèmes de circulation de télévision hertzienne et payante ; 2) réalité socio-économique: Santiago est la Capitale du Chili, et correspond à la Zone Centrale, c'est le noyau de l'activité financière, des services et de l'industrie. Selon l'enquête de l'Institut National de Statistique de l'année 2012, à Santiago il y a (région métropolitaine urbaine) 6.434.576 habitants, dans la ville d'Antofagasta (urbaine) 534.164 habitants, dans la ville de Temuco (urbaine) 253.046 habitants, et la totalité des habitants du Chili est de 16.634.603, les habitants urbains sont de 14.462.858, et les ruraux de 2.171.745. Temuco et Antofagasta sont des provinces. Antofagasta correspond à une ville minière dans le désert, dans la zone nord du Chili, où les activités productives sont essentiellement minières et de services qui leur sont associés. Temuco est une ville du sud du pays, à l'intérieur des lacs, volcans, rivières, forêts, et qui est consacrée principalement à l'agriculture et de génération et exploitation des forêts. Il s'agit de trois espaces visuels qualitativement différents, en même temps que trois types de réalité productive différents, et même de salaire, l'activité minière est très bien rémunérée, le salaire d'Antofagasta est le plus haut, en moyenne au Chili, selon des statistiques de 2010, le salaire de Temuco est en moyenne plutôt bas, il n'y a pas de données statistiques certaines concernant ce sujet pour l'année 2000.

acte dans la perception des dessins animés, le dessin animé méthodologiquement n'est pas un bon objet d'étude, parce qu'il est un objet à regarder, il n'implique pas la participation du lecteur ou consommateur. Il est plus facile de décrire l'objet réel à étudier, la cognition, quand il est participatif et implique l'interaction, comme le cas de jeux-vidéos<sup>164</sup> et de la navigation par Internet<sup>165 166</sup> que nous avons étudié dans le projet de recherche postérieur, mais la base de ces recherches sur la cognition a été développée à partir de cette recherche.

Dans ce cadre, et dans l'encadrement méthodologique du chapitre « considérations méthodologiques », nous avons construit une enquête pour saisir les raisons des goûts de l'animé et leur signifié autour de toute la vie sociale et quotidienne des jeunes et enfants. À partir des données de l'enquête, nous avons fait une recherche ethnographique sur tous les magasins qui existent dans chaque ville et qui ont signalé comme lié à la consommation des dessins animés, les rapports avec l'achat des produits associés (peluches, affiches, vêtements, figurines, revues de comiques et/ou manga, entre autres produits) qui ne sont pas seulement une décoration esthétique, mais qui peuvent être la base de relations sociales liées aux dessins animés, et qui donc peuvent être associés au processus de construction de leur propre identité. De là, l'importance de l'enquête et de l'observation ethnographiques des magasins.

**Le parcours de l'exposition sera de synthétiser les données descriptives les plus significatives que nous avons retenues de l'analyse de l'enquête, pour développer ensuite les données de la recherche ethnographique dans leur liaison avec d'autres données de l'enquête qui nous permettront une description profonde de notre objet d'étude.** La première partie est nommée « L'analyse de l'enquête », et la deuxième partie « Circuits de circulation d'animés : grands magasins et magasins spécialisés ».

Nous avons dit que l'enquête a pour but l'acquisition de données réelles de variables associées à la consommation de la « videoanimación ».

## 6.2. Construction de l'enquête

---

<sup>164</sup> Projet de Recherche Fondecyt No 1030561 "Vidéo - Animation et construction d'identités", Direction de recherche : Rafael del Villar Muñoz, Santiago, 2003- 2004.

<sup>165</sup> Projet Recherche Fondecyt No 1061166, Navigation par Internet: protocoles perceptifs, cognitifs, corporels", Direction de Recherche : Rafael del Villar Muñoz, Santiago, 2006- 2008

<sup>166</sup> Projet de Recherche Fondecyt No 1120064 « Navigation par Internet: protocoles perceptifs, cognitifs, corporels dans la population adulte de Santiago », Direction de Recherche : Rafael del Villar Muñoz, Santiago, 2012- 2014.

Nous avons fait une enquête à **300 étudiants** distribués par strate sociale, âge et genre dans les villes de Santiago (capitale du pays, ville industrielle et de services), Antofagasta (ville minière, désert, au Nord du pays), et Temuco (ville agricole, au sud du pays).

Nous avons dit que l'enquête a pour but l'acquisition de données réelles de variables associées à la consommation de la « videoanimación ».

## 6.2.1 Construction de l'échantillon

**Pour la construction de l'échantillon**, nous avons choisi les villes de Santiago, d'Antofagasta et de Temuco. Pour la sélection des villes, nous avons retenu les trois critères suivants:

- présence des mêmes systèmes de circulation de télévision hertzienne et payante.
- réalité socio-économique: Santiago est la Capitale du Chili, et correspond à la Zone Centrale, c'est le noyau de l'activité financière, des services et de l'industrie. Temuco et Antofagasta sont des Provinces. Antofagasta correspond à une ville minière dans le désert, dans la zone nord du Chili, où les activités productives sont essentiellement minières et de services associés à elle. Temuco correspond à une ville du sud du pays, à l'intérieur des lacs, volcans, rivières, forêts, et qui est consacrée principalement à l'agriculture et de génération et exploitation des bois. Il s'agit de trois espaces visuels qualitativement différents, en même temps que trois types de réalité productive différents.

**Un échantillon intentionnel**: il ne s'agit pas d'un échantillon d'inférence représentatif de toute la réalité, parce que les données de l'inférence statistique nous ont donné l'inférence nécessaire de la consommation concrète, alors, il s'agit d'approfondir, de saisir la question: Quelles sont les variables associées à la consommation des dessins animés télévisés ? L'échantillon est alors intentionnel, il est différencié par la strate sociale, le genre, et les âges de vie, parce qu'il s'agit de décrire des données polaires de différentes formes de fonctionnement de consommation des dessins animés.

**Il est clair qu'un premier critère retenu est la strate socioéconomique.** Il est évident que les consommateurs ont un accès différent aux divers produits liés aux dessins animés télévisés. Dans cette perspective nous avons choisi la Haute Strate, la Strate Basse, et la Strate Moyenne, comme fil conducteur. Mais, comme il s'agissait d'une étude dont le dernier but est qualitatif, il n'était pas possible d'avoir un critère homogène de strate moyenne à Santiago. Antofagasta et Temuco sont des villes minière et agricole respectivement, et son

tertiaire (le secteur services) est moins développé qu'à Santiago. Santiago est une ville fondamentalement industrielle et de services, et donc le tertiaire est très développé. De là, et pour maintenir la profondeur analytique de la description des pôles distinctifs, on a choisi de prendre comme critère de construction de l'échantillon

- Santiago: Strate Moyenne Haute, strate Moyenne Basse, strate Haute, et strate Basse,
- Temuco et Antofagasta: Strate Haute, Strate Moyenne et Strate Basse.

**Un autre critère de construction de l'échantillon intentionnel est l'âge de vie.**

Nous avons défini dans le chapitre théorique l'importance de l'inclusion des âges de vie comme critère analytique. C'est le savoir déjà acquis qui nous permet la construction d'un outil analytique pour faire l'inclusion de la variable dans la construction de l'échantillon. « L'engagement progressif dans les activités hétérosexuelles constitue un autre fait marquant de l'adolescence et le groupe d'amis occupe une place tout à fait centrale à cet égard, puisque c'est au sein de ce groupe qu'auront lieu les premières rencontres avec l'autre sexe » (Claes, M. 2003 : 95)<sup>167</sup>. Nous avons catégorisé :

- 7 à 11 ans: cette étape précède celle de l'adolescence, et de la préoccupation pour la séduction amoureuse. Les relations se focalisent sur la famille et sur le groupe d'amis<sup>168</sup>,
- 12 à 15 ans: les savoirs précédents nous font présupposer que ce segment est dans une époque de changement de focalisation de la vie, c'est pourquoi nous pouvons présupposer que ce qui est commun est la vie amoureuse et les relations entre pairs<sup>169</sup>
- 16 à 19 ans: cette étape considère l'espace externe comme principe constitutif, cette tranche d'âge de vie est un préalable à la vie productive et/ou professionnelle. Les jeunes chiliens intègrent l'éducation supérieure à 17 ans.

**Le troisième critère de construction de l'échantillon est le genre.** Les savoirs des sciences cognitives, de la sémiotique et de la psychanalyse (plus les études de genre, sans doute) nous permettent de présupposer un comportement homogène plus large de notre objet d'étude, si nous le différencions par genre masculin/féminin.

<sup>167</sup> Claes, Michel (2003), « *L'univers social des adolescents* », Editions Presses de l'Université de Montréal : Québec.

<sup>168</sup> -Furman, W., & Wehner, E.A. (1997). "Adolescent romantic relationships: A developmental perspective". En S. Shulman & W.A. Collins (Eds.), *New directions for child development* (No. 78). Romantic relationships in adolescence: Developmental perspectives (pp. 21-36). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

<sup>169</sup> -Dunphy, Dexter C. 1963. The Social Structure of Urban Adolescent Peer Groups. *Sociometry* 26: 230-246



### **La sélection de l'échantillon à étudier:**

Les critères de sélection des collèges sont les suivants : économique (coût de l'éducation), prestige social et territorialité, et, finalement, le rendement scolaire dans l'évaluation statistique du Ministère Nationale de l'Éducation. Il s'est agi de se polariser sur les collèges choisis qui étaient des pôles qualitativement différents par rapport à la strate sociale.

Ainsi, à **Santiago**, nous avons choisi:

- Un Collège de Strate Haute, situé dans la Commune de la Reina, mais dont les élèves proviennent des communes plus riches : Las Condes, La Dehesa, Providencia, Vitacura, et La Reina.

- Un Collège de Strate Moyenne Haute, situé dans la Commune de Ñuñoa, mais dont les élèves sont issus de les Condes, de Nuñoa, Providence, et Peñalolén.

Un Collège de Strate Moyenne Basse, placé dans la Commune de San Miguel, mais dont les élèves sont issus de San Miguel, Pedro Aguirre Cerda, et La Cisterna.

Un Collège de Strate Basse, situé dans la Commune de Peñalolén, mais dont les élèves sont issus principalement de Ville San Luis, Peñalolén.

Ainsi, à **Antofagasta**, ont été choisis:

- Un Collège de Strate Haute situé dans le Secteur le plus moderne de la Ville;

- Un Collège de Strate Moyenne, situé dans le Centre Historique de la Ville;

- Un Collège de Strate Basse, situé dans un Quartier Ouvrier, dans la sortie nord d'Antofagasta.

Ainsi, à **Temuco**, ont été choisis:

- Un Collège de Strate Haute

- Un Collège de Strate Moyenne;

- Deux Collèges de Strate Basse, parce qu'ils n'avaient pas tous les mêmes segments d'âge:

- Un d'Enseignement Secondaire;

- Un d'Enseignement basique : Homme/Femme, les Groupes d'Âge ont été construit ainsi :

- de 6 à 11 ans: (Premier Cycle Basique);

- de 12 à 15 ans: (Second Cycle Basique);

- de 16 à 19 ans: (Enseignement Secondaire) les enquêtes ont été faites au Premier Cycle Basique, Deuxième Cycle Basique et Enseignement Secondaire.

### **Taille de l'échantillon:**

L'échantillon utilisé est un échantillon intentionnel, parce qu'il n'a pas été construit avec une représentativité statistique aléatoire d'une population, mais on a voulu polariser les

données, de façon telle à obtenir des types polaires de fonctionnement culturel associé aux dessins animés télévisés.

C'est pour cette raison que nous avons seulement considéré la représentativité minimale statistique de trente cas globaux pour chacune des strates socioéconomiques dans chacune des villes, et nous avons choisi l'échantillon en incluant comme critère l'âge de vie et le genre, de 30 cas au moins. Dans le cas de Temuco (90 enquêtes) et d'Antofagasta (90 enquêtes), 30 cas pour chaque segment d'âge et de 45 cas pour chaque genre, ce qui implique à son tour que la strate haute a 30, la strate moyenne 30 et la strate basse 30. Dans le cas de Santiago (120 enquêtes), 40 pour chaque segment d'âge et de 60 pour chaque genre, ce qui implique à son tour que la strate haute a 30 cas, la strate moyenne haute 30, la strate moyenne basse 30 et la strate basse 30.

Totalité Enquêtes Antofagasta: 90

Strate	Âge : 7 à 11 années	Âge : 12 à 15 années	Âge : 16 à 19	TOTALITÉ
--------	---------------------	----------------------	---------------	----------

	HOMME	FEMME	HOMME	FEMME	HOMME	FEMME	
HAUTE	5	5	5	5	5	5	30
MOYENN E	5	5	5	5	5	5	30
BAS	5	5	5	5	5	5	30
Totalité							90

Total Âge	30		30		30		90
--------------	----	--	----	--	----	--	----

Totalité HOMMES: 45 / Total FEMMES: 45

Totalité Enquêtes Santiago: 120

Strate	Âge : 7 à 11 années	Âge : 12 à 15 années	Âge : 16 à 19	Totalité
--------	---------------------	----------------------	---------------	----------

	HOMME	FEMME	HOMME	FEMME	HOMME	FEMME	
--	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--

HAUTE	5	5	5	5	5	5	30
MOYENN HAUTE	5	5	5	5	5	5	30
MOYEN BAS	5	5	5	5	5	5	30
BAS	5	5	5	5	5	5	30
Totalité							120

Total	40	40	40	120
Âge				

Totalité Genre: 120; HOMMES = 60 + FEMMES = 60

Totalité Enquêtes Temuco: 90

Strate	Âge : 7 à 11 années	Âge : 12 à 15 années	Âge : 16 à 19	Totalité
--------	---------------------	----------------------	---------------	----------

	HOMME	FEMME	HOMME	FEMME	HOMME	FEMME	
HAUTE	5	5	5	5	5	5	30
MOYENN E	5	5	5	5	5	5	30
BAS	5	5	5	5	5	5	30
Totalité							90

Totalité	30	30	30	90
ÂGE				

Totalité Genre : HOMMES: 45 / Totalité FEMMES: 45

**La totalité des enquêtes représente 300 cas.**

## 6.2 Synthèse de l'analyse de l'enquête

### 6.2.1 Préliminaires

Comme nous l'avons dit dans le chapitre « considérations méthodologiques » nous avons construit un questionnaire de 77 questions et avons effectué un pré-test pour valider la compréhension de la tranche des 7-11 ans. Il s'agit d'un échantillon intentionnel de 300 cas, dont 120 cas étudiés à Santiago, 90 cas à Temuco et 90 cas à Antofagasta. Ils sont différents selon la strate sociale, le genre et la tranche d'âge. Le fondement des tranches d'âge et des strates a été présenté dans les chapitres « considérations théoriques » et « considérations méthodologiques ». Il faut se souvenir que nous avons expliqué la nature différente de Santiago d'avec Temuco et d'avec Antofagasta. Santiago est la capitale du Chili, et la ville concentre la plupart des usines et des entreprises de services du pays, et en même temps, c'est le centre administratif, c'est pour cela que les secteurs de la strate moyenne sont les plus nombreux, et en même temps, il y a une différence entre eux. C'est pour cela qu'à Santiago nous avons différencié les strates par strate moyenne Haute et strate moyenne Basse. Antofagasta et Temuco sont des villes d'économie minière et agricole respectivement. Alors,

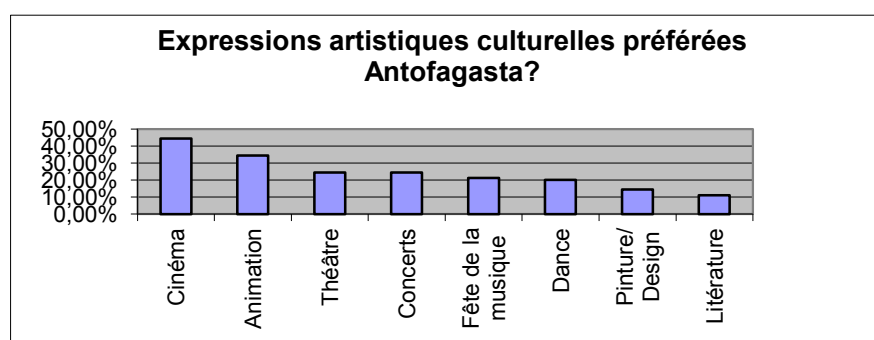
il y a des différences entre les deux activités, mais ils ont un point en commun : le secteur secondaire, lié aux services est restreint, cela veut dire qu'il n'y a pas beaucoup de strate moyenne, la plupart de la population faisant partie de la strate Haute, les cadres du système minier et agricole, et les ouvriers faisant partie de la strate Basse. Il y a une strate moyenne mais elle est peu nombreuse et homogène. Ce n'est pas le cas de Santiago. C'est pour cela que nous l'avons différencié par strate moyenne Haute et strate moyenne Basse.

L'objectif est de pouvoir saisir une grande quantité de données sur la vie des sujets pour comprendre tous les rapports possibles avec leur vie quotidienne. En plus, il faut décrire leur expérience comme consommateurs de plusieurs supports. C'est pour ça que l'enquête touche les sujets suivants :

- Préférences culturelles
- Autres Supports consommés: Comics, Manga, Jeux-Vidéos, Ordinateur /Internet, Cartes de collection, Films
- Dessins animés et merchandising
- Dessins animés télévisés et espace d'interaction
- Dessins animés télévisés et rapports avec des amis
- Dessins animés télévisés et famille
- Dessins animés télévisés et construction du monde intérieur
- Dessins animés télévisés et apprentissage

## 6.2.2 « Quelles sont vos deux expressions culturelles préférées ?

Nous avons demandé aux sujets d'établir la première préférence et la deuxième, la



préférence moyenne à **Antofagasta** est une haute préférence pour le Cinéma et l'Animation.

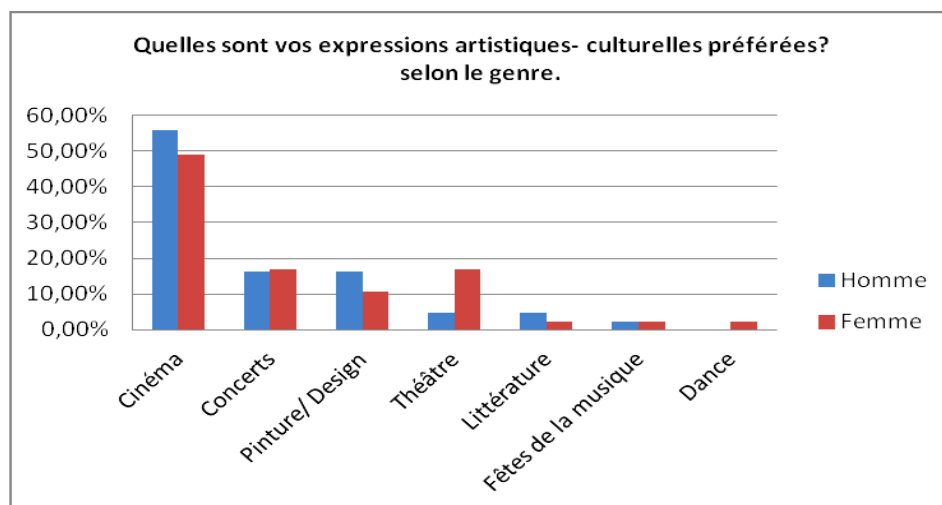
Le cinéma est l'expression artistique culturelle préférée des jeunes d'Antofagasta, avec 44% des préférences, suivi par l'animation avec 34%, théâtre et concerts avec 24% chacun, la Fête de la musique avec 21%, la danse avec 20% et finalement le plastique/design et la littérature avec 14% et 11% respectivement.

En ce qui concerne le genre, il n'y a pas de différences significatives si ce n'est la montée des femmes pour le théâtre (28%), la danse (22%) et dans une moindre mesure pour le plastique/designs (16%).

Les préférences par strate sociale sont différentes. La strate moyenne a les mêmes préférences déjà mentionnées, mais la strate Haute a la préférence pour le cinéma dans 67% des cas, et dans la strate Basse on préfère l'animation (50%) au cinéma (30%).

Par rapport aux tranches d'âge à Antofagasta, les 7 à 11 ans ont une tendance marquée pour le cinéma (57%), tandis que l'animation est seulement choisie dans 35% des cas. D'autre part, ils préfèrent la danse et les Fêtes de la Musique, avec un pourcentage de 24% chacun. Parmi les jeunes de 12 à 15 ans, l'animation apparaît comme préféré (47%), en dépassant le cinéma (41%), le théâtre et les concerts apparaissant en troisième position (25% chacun). Dans la tranche d'âge des 16-19 ans, on relègue le cinéma au troisième lieu des goûts généraux (27%) et l'animation au septième lieu des préférences (14%). C'est-à-dire, les préférences de goût changent selon la strate sociale et selon l'âge.

À Temuco la première préférence à savoir l'animation n'est pas nommée, et on peut



l'observer dans le graphique précédent.

Dans la première préférence, la plupart font le choix du cinéma, et la deuxième le concert, mais l'animation n'est pas nommée. La différence significative entre les hommes et les femmes concerne la préférence des femmes pour le théâtre.

Mais, comme deuxième choix, l'animation est la première préférence (43,2%), et la deuxième sont les Fêtes de la musique (20,5 %), cependant, dans le cas de l'animation il y a des différences entre les hommes et les femmes :

Homme	Femme	Pourcentage Total
-------	-------	-------------------

59,50%	28,30%	43,20%
21,40%	19,60%	20,50%

Par rapport aux strates sociales, l'animation touche plus la strate Haute et la strate Basse. Quant aux tranches d'âge, l'animation touche le plus les 12-15 ans.

Il faut dire qu'il peut y avoir des différences, mais la strate sociale et les âges de vie sont d'importantes sources de différences, et la différence se situe par rapport au lieu qu'ils occupent dans les préférences de goût, mais il y a aussi la règle selon laquelle le goût pour l'animation est infime pour les 16-19 ans.

À **Santiago** l'activité artistique-culturelle préférée en 1ère mention par toutes les strates sociales, par tous les sexes et par toutes les tranches d'âge, c'est le cinéma, avec un pourcentage de 40% (ce qui équivaut à 76,7% dans la strate Haute; à 61% dans la tranche d'âge des 11 ans; et 64,5% pour le genre masculin). La préférence, en 1ère mention qui le suit est le théâtre qui est choisi par un maximum de 33,3%, dans la strate moyenne Haute; 32,7% pour les femmes, et 23-25% dans tous les segments d'âge, et un minimum de 13,3% dans la strate Haute, de 14,5% pour les hommes, et de 19,5% pour les moins de 11 ans. La littérature, la danse, et l'animation ont des pourcentages qui ne vont pas au-delà de 6,7%.

À l'intérieur de la seconde préférence (entre des activités artistiques-culturelles), l'option hégémonique majoritaire est clairement l'animation avec une préférence qui est choisie par 48,1% pour la strate Haute, et 25,9% pour la strate moyenne Basse. Cette option donne presque le double des options de danse, concerts, fêtes de la musique, peinture/ design, et littérature dans toutes les strates; à l'exception de la littérature pour la strate Basse qui l'assume comme préférence pour 27,6%, et de la fête de la musique pour la strate moyenne Haute qui a un attachement de 20,7%.

À Santiago, l'animation est majoritairement évaluée pour les âges jusqu'à 11 ans avec 48,7%; mais elle atteint à peine 12,9% pour les âges de 16 à 19 ans. Elle atteint 38,1% chez les 12-15 ans, pour être définitivement un phénomène non massif dans la tranche des 16 à 19 ans.

**Car la règle par rapport au goût pour l'animation est qu'elle est le deuxième choix plus important des préférences artistiques culturelles pour les jeunes de 12 à 15 ans à Antofagasta, Temuco et même Santiago (avec un 38,1%), mais elle touche plus les jeunes d'environ 11 ans à Santiago, à la différence de Temuco et Antofagasta qu'elle touche plus dans la tranche des 12 à 15 ans.**

### 6.2.3 Le plus apprécié dans une œuvre audiovisuelle : le rôle du personnage, le rôle de l'image.

Nous avons demandé aussi « Qu'est-ce que vous appréciez le plus dans une œuvre audiovisuelle ? Les réponses À Santiago sont :

a) Le Sujet	26,3%,
b) Les Personnages	17,8%.
c) La Musique	6,8%
d) L'Image	3,4%
e) Les Couleurs	1,7%
f) Une combinaison des précédents	44,1%

Par strate sociale, à Santiago nous avons :

Qu'est-ce que vous appréciez le plus dans une œuvre audiovisuelle ?	Strate Sociale		Total		
	Moyenne Haute	Haute	Moyenne Basse	Basse	
Une combinaison des précédents	66.70%	29.00%	48.10%	33.30%	44.10%
Les Couleurs				6.70%	1.70%
L'Image	3.30%	3.20%	3.70%	3.30%	3.40%
La Musique	3.30%		11.10%	13.30%	6.80%
Les Personnages	13.30%	12.90%	18.50%	26.70%	17.80%
Le Sujet	13.30%	54.80%	18.50%	16.70%	26.30%
	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

C'est-à-dire, concernant le pourcentage global le plus apprécié est la combinaison des couleurs, image, musique, personnages et sujet, avec un 44,1%, et le deuxième, le sujet.

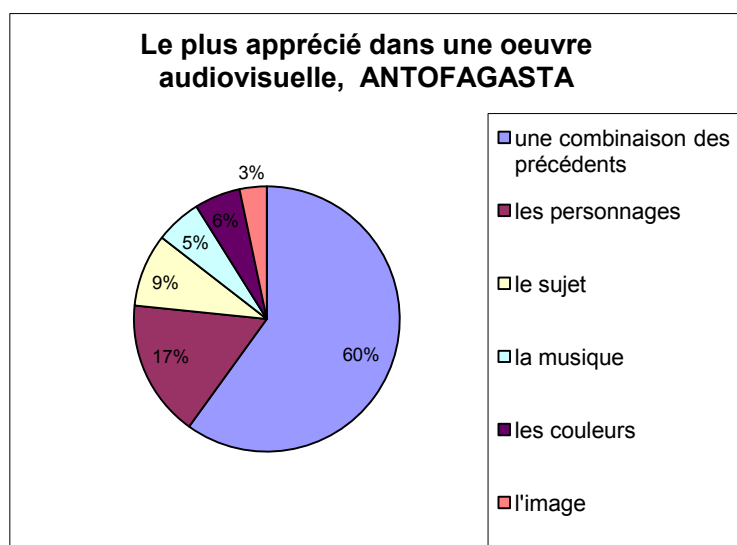
Mais le sujet est le plus important pour la strate Haute, et en deuxième position est une combinaison de tout. Pour la strate Basse, le plus important est la combinaison de tout, et en deuxième position, les personnages.

Il est clair que les jeunes consommateurs aiment (plus ou moins 11 ans et 12 à 15 ans) l'animation, et il est clair aussi que ce qui est apprécié est la combinaison entre l'image, la musique et le récit, et en deuxième lieu le sujet, les personnages sont plus importants seulement pour la strate Basse.

Concernant le genre, à Santiago il n'y a pas de grandes différences : les femmes sont plus légèrement identifiées avec les personnages que les hommes (21,4% contre 14,5 %).

Quant aux tranches d'âge, les personnages intéressent les plus jeunes, et les sujets ceux de 12 à 15 ans. La combinaison d'image, musique, personnages, couleurs, et sujet intéressent les 16-19 ans avec 54,4%, les 12- 15 ans avec 38,6% et les 11 ans et moins avec 41,5 %.

À **Antofagasta** nous pouvons observer une réalité similaire dans le graphique suivant :

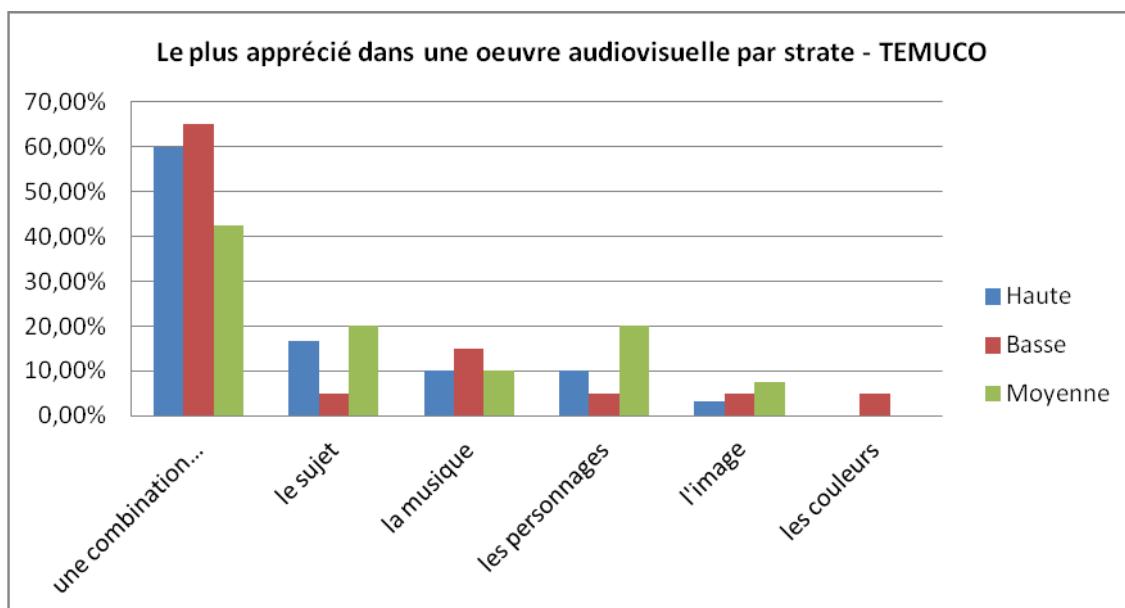


Contrairement aux hommes, les femmes manifestent une plus grande évaluation des personnages (20%) et une basse évaluation du sujet (6%) lequel est égalé avec la musique et l'image. La combinaison de tous les facteurs est encore l'alternative la plus admise qui éprouve une petite baisse (58%), tandis que les couleurs suivent comme le moins évalué des facteurs (4%).

Par rapport à la strate sociale il n'y a pas de différences significatives, sauf que la strate Haute fait l'appréciation de la combinaison de tout pour un 70%, la strate Basse pour un 64% et la moyenne pour un 46%.

Dans la tranche d'âge à **Antofagasta** qui va des 12 à 15 ans la combinaison de tous les facteurs est l'alternative la plus évaluée avec 72% des préférences, éloignée de l'implication pour les personnages qui obtiennent 16% des préférences, suivis par le sujet et l'image avec 9% et 3% respectivement. Parmi les enquêtés des 11 ans et moins une combinaison de ce qui précède est encore l'alternative la plus évaluée. Les personnages sont la seconde alternative évaluée avec 19%.





Dans la ville de **Temuco**, on retrouve la même situation. Pour toutes les strates sociales le plus apprécié est la combinaison de l'image avec la musique, les personnages, l'image et les couleurs.

Il n'y a pas différences par sexe.

Les tranches d'âge des jeunes de 11 ans et moins, et de 15 ans à 19 ans indiquent une évaluation claire par la combinaison des éléments (61%, 47.8% et 46.2% respectivement), les 7-11 ans ont mentionné en deuxième position les Personnages (14.6%).

**La recherche effectuée à Santiago, Antofagasta et Temuco montre que nous sommes en face d'une implication qui ne s'effectue pas par les personnages eux-mêmes, sauf dans la strate basse à Temuco, c'est-à-dire le héros, l'anti-héros ne sont pas un sujet dans lequel il faut s'impliquer, le plus important c'est la combinaison de l'image, des personnages, de la musique, des couleurs, et du sujet. Car, il s'agit des signifiants audiovisuels les plus valorisés, où les personnages mêmes sont une partie d'un tout.**

## **6.2.4.- Dessin animé et les supports de consommation**

Il est clair que le dessin animé est consommé à travers divers supports: télévision hertzienne, vidéo et cinéma.

À **Santiago**, toutes les tranches d'âge visionnent préférentiellement des dessins animés par à la Télévision. Les plus jeunes regardent plus la télévision que la vidéo, ce qui est facile à comprendre de par les difficultés d'accès aux magasins qui les louent ou les vendent.

Ceux qui utilisent plus la vidéo pour regarder les dessins animés sont ceux qui font partie de la tranche d'âge des 12-15 ans parce qu'ils peuvent se déplacer dans la ville sans la difficulté des jeunes. En plus, il est vrai que leur goût pour regarder l'animation a diminué de 58.6% à 58.2% (toujours et souvent).

Le Cinéma d'animation, par contre, est clairement consommé de préférence par les moins de 11 ans, avec 12,8%, face à 2,3% de la tranche des 12 à 15 ans, et à 0,0% pour la tranche d'âge des 16 à 19 ans.

Si nous analysons le type d'animation préférée selon le genre, nous nous rendons compte qu'il n'y a pas de différence dans la consommation d'animation à la télévision chez les femmes et les hommes.

En ce qui concerne l'achat ou la location de vidéos d'animation, les femmes le font dans presque dix pour cent de plus que les hommes.

En ce qui concerne le Cinéma d'animation, il est préféré par les hommes, avec 8,2% face à 1,9% chez les femmes.

Selon la strate sociale, nous voyons que toutes les strates consomment majoritairement des dessins animés à la télévision.

Celui qui consomme le moins est la strate haute, avec 54,8%, face à 80% dans la strate basse, 77,8% dans la moyenne basse, et 74,1% dans la moyenne haute.

Ceux qui consomment plus le Cinéma d'animation sont les spectateurs appartenant à la strate haute dans 9,7% des cas, et la strate moyenne haute dans 7,4%. La strate basse le font dans seulement 3,3% des cas.

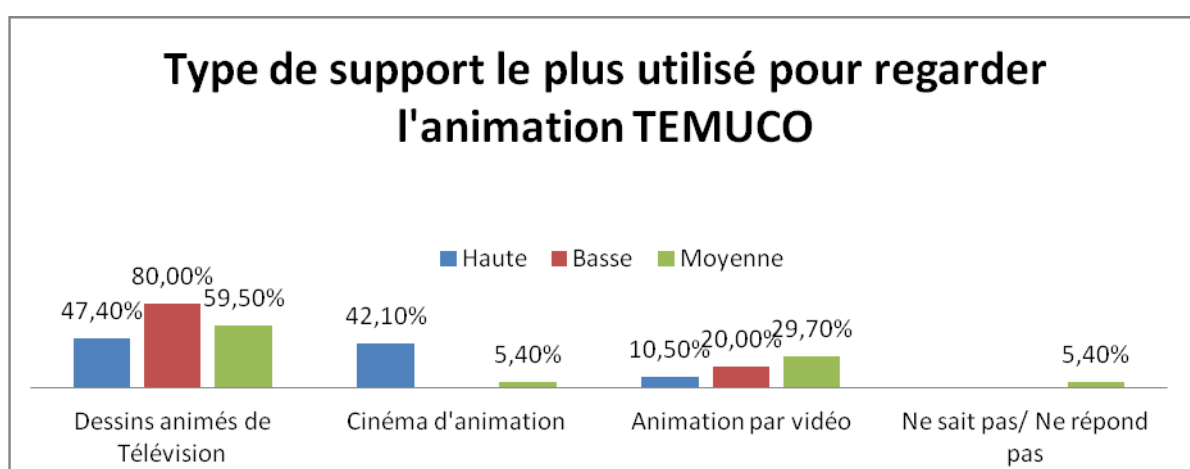
Ceux qui louent plus ou achètent des vidéos d'animation font également partie de la strate haute (22,6%), et de la moyenne haute (14,8%); mais nous devons aussi inclure la moyenne basse (14,8%), et la strate basse (16,7%).

À **Antofagasta**, les dessins animés qui passent à la télévision sont de beaucoup les plus regardés (73%) suivis de l'animation par vidéos (18%) et le cinéma d'animation, avec un 7%.

Il n'y a pas de différences parmi les genres.

Pour la strate sociale, tous préfèrent regarder de l'animation à la télévision, mais la strate moyenne regarde l'animation en vidéo dans 27% des cas et les strates haute et basse seulement dans 14%.

Parmi les tranches d'âge, les jeunes de moins de 11 ans louent ou achètent de



l'animation sur vidéo avec un pourcentage de 31%, mais chez les 12 à 15 ans le pourcentage descend à 10%, et c'est la même situation pour les 16 à 19 ans.

À **Temuco**, il s'agit de la même règle : les dessins animés les plus regardés sont ceux qui passent à la télévision, mais louer ou acheter la vidéo d'animation est une activité réalisée par 29,7% de la strate moyenne, 20% de la strate basse et par seulement 10,5% de la strate haute. Mais, c'est la strate haute qui va le plus regarder les films d'animation.

À Temuco, les femmes préfèrent la TV et le Cinéma, tandis que les hommes privilégient la TV et les Vidéos.

À Temuco les moins de 11 ans s'inclinent pour la TV, la Vidéo et le Cinéma; les moins de 16 ans pour la TV et le Vidéo; tandis que les moins de 19 ans s'inclinent pour la TV, les Vidéos et le Cinéma.

**Alors, il est possible d'établir l'existence d'un usage de tous les supports dans les trois villes, mais qu'il a des différences par strate sociale et tranches d'âge, en plus des différences entre villes. Il est clair qu'à Santiago les jeunes de 12 à 15 ans louent plus,**

alors qu'à Antofagasta ce sont les jeunes de 7 à 11 ans. Il semble que la strate basse loue moins pour des raisons économiques, ainsi que quelque fois la strate haute.

## 6.2.5 Fréquence de visionnage des dessins animés

À **Santiago**, la tranche d'âge des plus jeunes jusqu'à 11 ans consomme dans 58,6% des cas toujours et/ou souvent des dessins animés. Par contre, la tranche des 12 à 15 ans le font dans 58,2%. Et celle des 16 à 19 ans consomme toujours et souvent dans 27,3%.

À **Temuco**, presque un 97% des enquêtés reconnaissent regarder des dessins animés dans différents degrés de fréquence: 41,1% les voit Parfois, 20.2% Rarement et 19.1% Souvent. Le pourcentage des sujets qui regardent Toujours est de 15.7%.

Fréquence de visionnement des dessins animés selon le genre à TEMUCO			
	Haute Fréquence	Moyenne Fréquence	Basse Fréquence
<b>Femme</b>	29,70%	53,20%	17,00%
<b>Homme</b>	35,70%	28,60%	30,90%

Par rapport au genre, à **Temuco**, il y a des différences : Pour comprendre mieux la tendance nous devons regrouper les réponses dans trois catégories: Haute (Toujours et Souvent), Moyenne (Parfois) et Basse (Rarement et Jamais). Nous pouvons observer dans le tableau suivant qu'il existe entre les hommes et les femmes une polarisation assez marquée.

À **Antofagasta**, on regarde les dessins animés ainsi: Toujours dans 19% des cas, Souvent 17%, Parfois 35%, Jamais 3%.. La strate haute: Toujours 23%, Souvent 27% ; la strate moyenne : Toujours 10% et Souvent 21%, Rarement 48% ; la strate basse est similaire à la strate haute: Toujours 24% et Souvent 35%. Pour les femmes, on obtient une majorité claire pour l'option Souvent (48%), en laissant dans la seconde option Toujours avec 20% et plus loin Rarement avec 16%.

Il est possible d'établir qu'il y a une diminution de la consommation par tranches d'âge, dans toutes les villes étudiées.

## 6.2.6 Quelle est l'origine des séries que vous aimez le plus ?

### 6.2.6.1 Par strate sociale

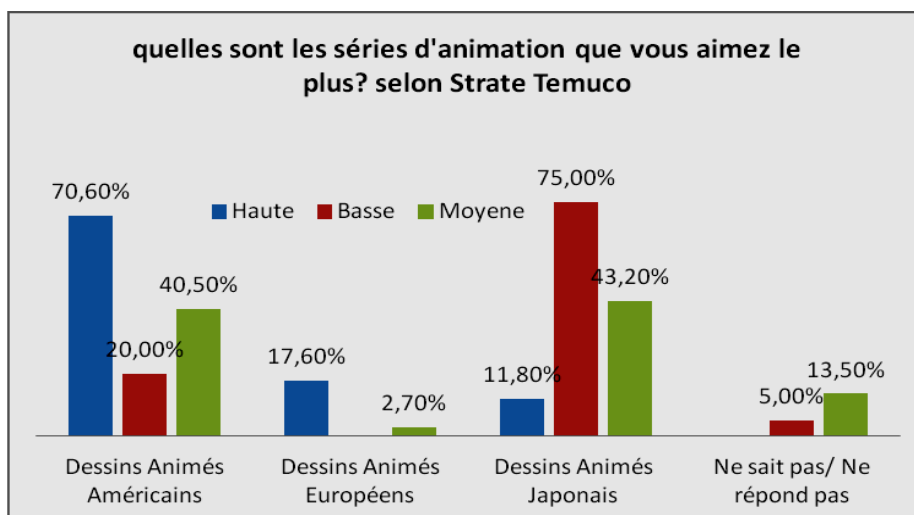
À **Santiago** selon la strate sociale nous avons détecté les oppositions suivantes des données.

Quelle est l'origine des séries d'animation que vous aimez le plus? Selon la strate sociale à Santiago

Séries d'animation que vous aimez le plus	Moyenne haute		Moyenne basse		Total
	Haute	Basse	Haute	Basse	
Ne sait/ Ne répond pas			9,70%	5,70%	3,90%
Dessins animés européens	5,40%	3,20%	3,70%	2,90%	4,60%
Dessins animés américains	45,90%	54,80%	40,70%	20,00%	40,00%
Dessins animés japonais	48,60%	32,30%	55,60%	71,40%	52,30%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

S'il est vrai que la plupart des jeunes et enfants préfèrent l'animation japonaise (52,3%), l'animation américaine a un pourcentage de goût de 40%, mais il y a des différences selon la strate sociale. La strate sociale haute la préfère (54,8%) sur la japonaise (32,3%). La strate basse par contre aime l'animation japonaise dans un pourcentage de 71,4%. D'autre part, les dessins animés japonais sont préférés par la strate moyenne haute et la strate moyenne basse dans un 48,6% et 55,6% respectivement.

À **Temuco**, nous avons le goût pour l'animation selon le pays d'origine par la strate sociale: Comme à Santiago, la plupart des jeunes et enfants préfèrent l'animation japonaise (43,2%), l'animation américaine a un pourcentage de goût de 40,5%, mais il y a des



différences selon la strate sociale. La strate sociale haute préfère l'animation américaine (70,6%) sur la japonaise (11,8%). La strate basse par contre aime l'animation japonaise dans un pourcentage de 75,0%. D'autre part, les dessins animés japonais sont préférés par la strate moyenne avec un pourcentage de 43,2%.

À **Antofagasta**, la situation est la même qu'à Santiago et Temuco. La plupart des jeunes et enfants préfèrent l'animation japonaise avec 69% d'acceptation, l'animation

**américaine a un pourcentage de goût de 37%, et l'animation européenne un 5%.** Il y a des différences selon la strate sociale. La strate sociale haute préfère l'animation américaine avec un 62% sur la japonaise avec un 59% et l'europpéenne un 7%. La strate basse aime l'animation japonaise dans un pourcentage de 69,0% contre 31% qui aiment les séries américaines. D'autre part, les dessins animés japonais sont préférés par la strate moyenne avec un pourcentage de 82%, et les séries américaines un pourcentage d'acceptation d'un 46%.

**Alors, il est possible d'établir que la plupart des jeunes et enfants préfèrent l'animation japonaise (52,3%, 43,2%, 69%) mais il y a aussi une préférence pour l'animation américaine (40%, 40,5%, 37%), où la préférence pour l'animation américaine se trouve dans la strate haute (54,8%, 70,6%, 62%), et la préférence pour l'animation japonaise se trouve dans les strates basse (71,4%, 75%, 69%) et moyenne (76,4%, 43,2%,82%) dans les trois villes.**

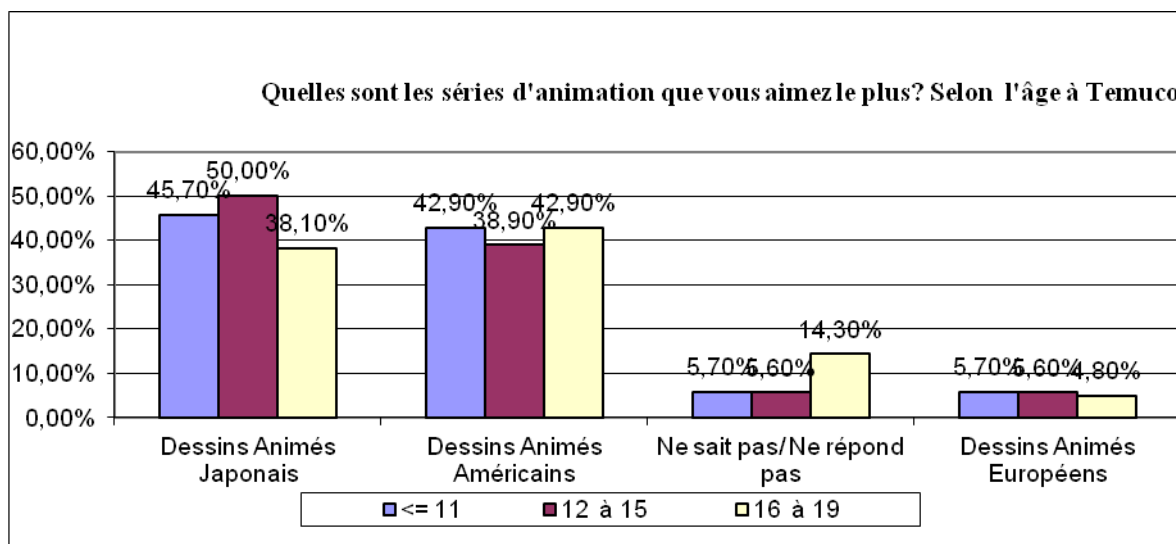
### 6.2.6.2 Par âge

**À Santiago, la plupart des jeunes et enfants préfèrent l'animation japonaise avec un 58,1%, l'animation américaine a un pourcentage de goût de 35% ;** mais il y a des différences par tranches d'âge. **Les dessins animés japonais sont préférés par les 7-11 ans dans 68,3% des cas, les 12 à 15 ans par 65,9%,** et le pourcentage de préférence diminue à 34,4% chez les jeunes de 16 à 19 ans. Les dessins animés américains sont plus appréciés par les 16-19 ans. Les dessins animés européens sont plus appréciés avec un pourcentage de 4,5% chez les 12-15 ans.

Santiago	<=11	12 à 15	16 à 19	Total
<b>Quelles sont les séries d'animation que vous aimez le plus? Selon les tranches d'âge</b>				
Ne sait/ Ne répond pas	4,90%	2,30%	6,30%	4,30%
Dessins animés européens		4,50%	3,10%	2,60%
Dessins animés américains	26,80%	27,30%	56,30%	35,00%
Dessins animés japonais	68,30%	65,90%	34,40%	58,10%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

**C'est-à-dire, à Santiago la préférence pour l'animation japonaise diminue avec le temps de vie, les plus jeunes aiment plus l'anime japonais.**

**À Temuco le goût pour l'animation japonaise augmente de 45,7% dans moins égal 11 années à 50% à l'âge 12- 15 années, pour descendre à 16- 19 années à 34,4%. Le goût pour l'animation américaine monte à l'âge 16 à 19 années.**



À **Antofagasta**, les dessins animés japonais sont surtout aimés par les enfants jusqu'à 11 ans, avec 59% des préférences, suivis des séries américaines avec 35,1%. 74,2% des 12 à 15 ans apprécient l'animation japonaise tandis que l'animation américaine n'est appréciée que par 16,1%, et l'animation européenne par 7%. Vers les 15-16 ans le goût pour l'animation japonaise augmente dans 77,8% des cas, et le goût pour l'animation américaine n'est que de 25,6%.

On peut dire qu'il y a une préférence pour l'animation japonaise, qu'elle varie selon l'âge de vie, et la strate sociale, mais qu'il y a aussi une différence par villes. À **Antofagasta** le goût pour l'animation japonaise augmente, tandis qu'il diminue à **Santiago**.

### 6.2.6.3. Par Genre

À **Antofagasta**, il n'y a pas de différence de genre en ce qui concerne le goût de l'animation. À **Temuco** s'il y a des différences de genres, les hommes préfèrent l'animation japonaise dans un pourcentage de 55,9%, mais les femmes affectent un pourcentage de 35%, parce qu'elles ont le goût pour l'animation américaine dans un 50%. À **Santiago**, 68,9% des hommes préfèrent l'animation japonaise, et 46,4% des femmes préfèrent l'animation américaine. Il n'y a qu'à **Antofagasta** où il n'y a pas de différences de genre.

## 6.2.7 Le dessin animé et la consommation d'autres moyens

Le goût de l'animation n'est pas isolé des autres moyens. Les jeunes et les enfants étudiés feront en même temps la consommation de moyen numérique, pas nécessairement

massive, comme Internet, que nous synthétiserons dans l'étude de circulation plus vaste des objets lié à l'animation ; ils jouent aux jeux vidéo, ils lisent des revues de dessins animés, entre autres.

Dans ce contexte, nous avons étudié aussi le goût pour les jeux-vidéos (de lutte, de stratégie, d'aventure graphique, et de simulateurs), les types de supports (ordinateur, console, machines dans les lieux publics, Gameboy) pour jouer, les cartes de collection (Magic, Pokémon). En même temps, nous avons étudié la liaison qu'il y a entre les jeux-vidéos et les dessins animés, entre les dessins animés et les cartes de collection.

### 6.2.7.1 Le goût du jeu-vidéo

Nous avons demandé aussi par le goût des jeux-vidéos : à **Santiago**, les jeux-vidéos **de stratégie** sont préférés par la strate moyenne haute (56,7%), et moyenne basse (46,2%). Seulement 7,7% de la strate basse s'y intéresse, et 25,8% de la strate haute. Les jeux-vidéos **d'aventure** sont préférés par toutes les strates de 29% jusqu'à 50%. Le goût pour les jeux-vidéos **de combat** par la stratification sociale est majeur dans la strate basse (38,5%) et moyenne basse (38,5%).

Nous avons également questionné à **Santiago** pour les raisons associées au goût de chacun des trois types de jeux-vidéos. Les réponses ont été les suivantes:

**Jeux-vidéos de Combat** : catégories associées à l'implication par la violence (46.5%), en seconde importance les catégories associées au fait de s'amuser (26.6%), identiques dans toutes les tranches d'âge, le genre et la strate sociale. Les jeux de Combat impliquent des compétences sensorielles, la rapidité de percevoir des stimulants et l'élaboration des réponses pertinentes. Intervient ce qui est intellection surtout au niveau de la perception (reconnaître, catégoriser et rendre opérationnelle une réponse), mais la prépondérance est l'habileté sensorielle.

**Jeux-vidéos de Stratégie** : catégories associées au caractère d'intellection, dans toutes les strates (sauf strate basse), dans toutes les tranches d'âge et de type. Dans les jeux de stratégie on favorise la perception de processus : élaborer un ensemble de savoir-faire pour obtenir les objectifs requis.

**Jeux-vidéos d'Aventure Graphique** : *catégories associées à prendre part au film* ("on peut être le personnage, il y a des étapes, on peut en sauter certaines, on s'implique dans une aventure, on a des missions, en définitive, on prend part au film") *pour 45.7%, dans*



*toutes les strates (sauf strate basse), dans toutes les tranches d'âge (mais, chez les enfants jusqu'à 11 ans, on inclut une autre catégorie de goût : s'amuser (42.9%), et deuxièmement "implication dans un film", 33.4%), concrètement pour 45,5% entre 12 et 15, et 75% des 16 à 19 ans ; et dans les deux genres étudiés.* Les jeux d'aventure graphique se déplacent dans des espaces imaginaires en présupposant qu'il faut comprendre tous les espaces de perception : reconnaître, catégoriser et rendre opérationnel sensoriellement dans des actions et/ou des processus pertinents. Ces jeux s'insèrent dans la fantaisie, on cherche un objectif, mais cela n'a pas comme pôle ce qui est motrice, mais le mélange de ce qui est intellection, le développement de stratégies et les objectifs, avec la perception catégorielle.

**Jeux-vidéos de Simulation** : catégories associées à la vraisemblance avec ce qui est réel, dans toutes les couches, genres et âges. Par exemple reconstruire à travers une machine la conduction d'une voiture ; danser dans un lieu où tous dansent, toucher guitare électrique comme un expert, entre autres.

La situation est similaire dans les trois villes étudiées, et l'on peut consulter les statistiques dans l'annexe. Mais, à un niveau général, le plus aimé est le jeu-vidéo de Combat et d'Aventure Graphique. Le goût pour le jeu-vidéo de combat est de 38,5%, le plus d'important est l'implication pour la violence (46,5%), et seulement après pour s'amuser (26,6%).

Le plus aimé dans le jeu-vidéo de stratégie (56,7%) : dans les jeux de stratégie on favorise la perception de processus : élaborer un ensemble de savoir-faire pour atteindre les objectifs requis.

Le plus aimé dans les jeux d'aventure graphique est qu'ils impliquent au consommateur activement dans un film, mais l'objet d'intérêt n'est pas les personnages, n'est pas le récit, , c'est de comprendre les multiples possibilités de personnages : avec des missions, déplacements des points de vue, modifications des angles du regard, de participer, en définitive, dans un film, et de plusieurs possibilités d'être, c'est le Goût des Jeux d'Aventure Graphique. En ce qui concerne les femmes, elles nous parlent: "on aime l'aventure "(11.8%), il y a des étapes "(17.6%), il est intelligent "(11.8%) ; l'implication avec les jeux-vidéos d'aventure graphique est de 41.2%, chez les femmes.

Dans le cas du jeu-vidéo de stratégie, l'implication du consommateur de strate sociale moyenne haute s'effectue non pas par les composants narratifs (personnages, histoires), mais

par l'intelligence, parce qu'il s'agit de saisir des réseaux d'action et prévoir des actions futures, échangeables, dans un cadre proposé par le jeu, mais à son tour redéfini par l'utilisateur.

La catégorie "d'implication par la violence dans ce qui est télévision, dans le jeu-vidéo, et dans l'animation en général" diminue au fur et à mesure qu'il est monté dans la stratification sociale : l'implication par l'association avec la violence augmente plus dans la strate basse et diminue un peu dans la strate moyenne basse, et diminue plus dans les strates haute et moyenne haute.

### **6.2.7.2 Le jeu-vidéo et les dessins animés**

Les dessins animés à la télévision ne sont pas consommés isolés des bandes dessinées (que nous appelons Comic, quand ils sont américains, et Manga, quand ils sont japonais), du Cinéma, du Vidéo, des Consoles de Jeux-vidéos, d'Internet, de l'Ordinateur; etc.. La consommation de médias est de divers formats, c'est pour cela la compétence de lecture hypertextuelle, ce qui implique que la compréhension de l'information qui transmet un moyen (par exemple la console Games Boy, jeux Pokémon) a besoin pour pouvoir opérer le savoir d'un autre (par exemple: le film Pokémon et/ou la série télévisuelle Pokémon).

C'est pour cela que nous avons demandé « y-a-t-il quelque chose de semblable entre l'animé et les jeux vidéos ? Les réponses totales sont OUI avec un 73,8%. À **Santiago**, dans la strate sociale moyenne haute 68,4% ; strate haute 69,2% ; moyenne basse 85% ; basse 73,7%. Pour le genre, les réponses à **Santiago sont** les femmes ont dit OUI dans 57,6%, et les hommes OUI dans 84,3%. Par rapport aux tranches d'âge ont dit OUI 80% des 16-19 ans ; ont dit OUI 71,4% des 12-15 ans ; ont dit OUI 73,5% des 11 ans et moins.

**Alors, il faut établir que les jeunes et les enfants, dans toutes les strates sociales, les genres et les tranches d'âge ont conscience qu'il y a un rapport étroit entre les dessins animés télévisuels et les jeux-vidéos.**

Nous avons soumis à l'enquête le goût par rapport aux **Comic, revues de dessins animés américains et Manga, revues de dessins animés japonais, dans le contexte des rapports entre les différents moyens et supports.**

### **6.2.7.3 Le goût de l'animation et bandes dessinées.**

Si les séries japonaises sont majoritairement préférées, il n'en est pas ainsi avec le Manga, dont la préférence à **Santiago** est seulement de 45,8%. Seulement dans la strate basse,

le Manga est majoritairement préféré pour 66,7%; dans la strate moyenne basse, la préférence est pour 40,9%; et dans la strate haute pour 35,5%, et dans la moyenne haute, le goût du Manga est de 43,5%.

Pour ce qui est du genre, la différence est significative **à Santiago**: les hommes l'approuvent pour 65,5%, et les femmes le réprouvent pour 75%. Le plus grand goût pour le manga est trouvé chez les 12-15 ans avec 51.2%.

De 16 à 19 ans, il n'y a pas un goût prédominant pour le Manga **à Santiago**, ce qui pourrait éventuellement être associé à cette diminution de l'intérêt pour les dessins animés au fur et à mesure que l'âge croît.

Par rapport au Comic, le goût dans la strate moyenne basse est de 63%. En ce qui concerne l'âge, le plus grand consommateur **à Santiago a entre 16 et 19 ans**.

Dans les termes des données globales relatives aux 120 personnes enquêtées à Santiago, on a vérifié que 69,2% n'aime pas le Comic, face au 30,8% qui l'aime.

Les revues de dessins animés européens sont préférées par la strate haute avec 9.7% **à Santiago**.

**À Antofagasta**, les revues préférées sont les Manga japonais avec 34% de la population enquêtée, suivies des Comic américains avec 29%. 16% aiment tous les comic, et leur goût pour le comic européen est de 3%. Le comportement chez les hommes et les femmes est semblable.

**À Temuco**, c'est la strate basse qui montre une plus grande préférence pour les Manga d'origine japonaise, tandis que les strates moyenne et haute tendent à ne pas prendre en considération l'origine des comic ou de manga, en montrant une préférence légère pour ce qui est américain.

Il faut dire que le lecteur peut se référer à l'annexe pour les analyses statistiques concernant le goût des Manga et Comic par rapport aux différences par strate sociale, genre, et tranches d'âge, mais la synthèse générale a été donnée ici.

**Alors, on peut établir qu'il y a une opposition entre les comic et manga, parallèle à l'opposition dessins animés américains et dessins animés japonais. Il y a la même polarité des goûts et le pourcentage d'acceptation varie selon les tranches d'âge.**

## **6.2.8 Les raisons du Goût pour l'Animation**

### 6.2.8.1 Analyse de Santiago

En tenant compte que dans l'enquête les questions étaient ouvertes, il est clair que les réponses se sont dispersées concrètement pour de multiples raisons. Dans le cas de l'animation japonaise, pour 25 raisons différentes, pour une totalité de 48 personnes qui ont répondu aimer la Japoanimation (33 hommes et 15 femmes), sur 120 enquêtés.

Mais, à niveau de la totalité : sur les 120 personnes enquêtées, 100 ont répondu.

Goût pour la Japoanimation = 48%
Goût pour l'Animation Américaine = 31%
Goût pour l'Animation Européenne = 6%
Goût pour les Animations en général = 15%

#### 6.2.8.1.1 Le goût pour l'animation japonaise

Les réponses spontanées, c'est-à-dire ils sont donnés avec les mots des personnes enquêtés, sont :

- Divertissement	14.6%
- Meilleurs Dessins Graphique	12.5%
- Trame	10.4%

Toutefois, il y a quelques raisons qui sont interprétables dans une catégorie plus vaste:

-Raisons comme « Couleurs 2.1%; Graphique 2.1%; Détails 2.1%; Bonnes images 2.1%; Plus parfaits 2.1%; Gestualité 2,1%; plus dynamiques 2.1% »; sont assimilables à la catégorie même de meilleurs dessins 12.5%, d'un point de vue plus vaste nous l'appellerions **"la composant syntaxique visuelle de l'image"**. Cette catégorie aurait comme référence **le goût par le Dispositif Audio-visuel de la Japoanimación = 27.2%**.

-Raisons comme « ils sont d'aventures 2.1%; les noms et prénoms ; 2.1%, les personnages 4.2%, disent une relation avec la trame 10.4%, d'un point de vue plus vaste, nous pouvons parler **d'une composant narrative = 18.8%**.

-Raisons comme plus réel 2.1%; Il ne sait pas 2.1%; Mode 2.1%; Tendre 2.1%; Les comprends mieux 2.1%; 4.2% sont le plus forts 2.1% sont bons, il s'agit serait **des catégories indépendantes** non susceptibles de s'interpréter dans une catégorie générale homologue à ce qu'ils sont précédentes.

-Raisons comme sont amusés 6.3%; sont les meilleures 2.1%, sont assimilables à la catégorie divertissement 14.6%; ce pourquoi nous aurions **une dimension divertissement avec 23%**.

-En plus la catégorie ils sont **Violents, avec 8.3%**.

**Donc, nous aurions les raisons suivantes, en ordre décroissant du Goût par la Japoanimation :**

1) Dispositif Audio-visuel de la Japoanimación	27,2%.
2) Dimension Divertissement	23%.
3) Composant Narrative	18,8%.
4) Violents	8.3%
5) Sont bons	4.2%,
6) Plus réelle, il ne sait pas, mode, tendre, je les comprends mieux, ils sont forts	2.1%

Si nous ordonnons pour hiérarchie toutes les raisons relatives au goût par l'animation japonaise données par les femmes nous avons: 1) Catégorie Dispositif Audio-visuel avec 26.8% ; 2) Composant Narrative avec 26.6% ;3) Tendre (6.7%), Mode (6.7%), je ne savais pas (6.7%), je peux mieux comprendre (6.7%), ils sont Forts (6.7%), divertissement (6.7 je ne l'ai pas vu (6,7%).

Ce qui impliquerait qu'il n'y a pas de différences significatives par genre en ce qui concerne le goût par l'anime japonaise, du point de vue de ses fondements, ils sont semblables, avec la seule différence que les hommes incluent la dimension divertissement avec 18.2% face à 6.7% qui lui assignent les femmes. Les hommes aiment aussi qu'ils soient violents dans un 12.1% et les femmes ne nomment pas cette raison. Mais d'autre part, il y a une différence quantitative en ce qui concerne le goût de l'animation japonaise: la proportion d'hommes qui ils l'aiment est de 68.75%, celle des femmes est de 31.25%.

Pour la strate haute le plus important des fondements de goût sont : A) Composante Narrative (Trame 30% + Personnages 10%) = 40% ; B) le Divertissement (Divertissements 20% + Amusés 20%) = 40%; Car les deux catégories sont le noyau constitutif du goût par l'animation japonaise de la strate haute.

Pour la strate moyenne haut la plus importante catégorie est le Dispositif Audio-visuel (Meilleurs Dessins 28.6% + Bonnes Images 7.1% + Gestualité 7.1% + Détails 7.1% + Plus parfaits 7.1% + Graphique 7.1%) = 64,1%. La deuxième catégorie est Divertissement avec 14.2%.

Pour la strate moyenne basse le plus important est A) le Dispositif Audio-visuel (Meilleurs Dessins 22.2%) = 22.2%; B) la Composante Narrative (Trame 11.1% + Personnages 11.1%) = 22.2%; et C) le Divertissements = 22.2%.

Pour la strate basse le plus important c'est A) la composante narrative (Plus d'Aventures 6.7% + Noms et Prénoms 6.7% + Plus d'Action 13.3% + Trame 6.7%) = 33,4% ; B) en seconde instance Divertissements (Divertissements 13.3% + Amusés 6.7%) = 20%; C) et en troisième instance Violence = 13.3%.

**Si nous analysons comparativement les quatre strates étudiées en Santiago, nous voyons des différences significatives en ce qui concerne les raisons du goût par l'Animation Japonaise :**

-pour la Strate Haute le plus important est la Composante Narrative est deuxième le Divertissements;
-pour la Strate Moyenne Haute, par contre, c'est le Dispositif Audio-visuel.
-pour la Strate Moyenne Basse on mélange les raisons des deux couches précédentes: il maintient le goût par ce qui est narrative et le Divertissements de la strate haute, et ajoute le Dispositif Audio-visuel de la strate moyenne haute.
-pour la strate basse on partage la valorisation de la composante narrative de la strate haute comme instance hégémonique, toutefois ajoute le Divertissements et la violence dans seconde et troisième instance respectivement.

**Des rapports existent entre ce qui est plus valorisant dans une œuvre audiovisuelle différenciée par strates sociales et les raisons du goût de l'animation japonaise :**

Les raisons données en ce qui concerne le goût pour l'animation japonaise sont attachées aux réponses sur ce qui est le plus évalué dans une œuvre audiovisuelle: nous avons vu dans les pages précédentes que la strate haute évalue, face à une œuvre audiovisuelle, plus le sujet (54.8%) que les autres composants de l'image en séquence. Cette chose qui est en équivalence sémiotique avec la catégorie de nommer la trame comme goût associé à l'animation japonaise (30%). Ce n'est pas le pourcentage quantitatif de ce que nous relierions, mais l'hégémonie sémiotique donnée aux deux catégories. La corrélation sémiotique<sup>170</sup> qu'il est possible de percevoir dans l'hégémonie, pour la strate moyenne haute, d'un goût dans l'animation japonaise basé sur leur dispositif audiovisuel (64.1%), et dans l'hégémonie que

<sup>170</sup> Nous parlons de corrélation Sémiotique, il s'agit d'une catégorie analytique similaire à la proposée par Claude Lévi- Strauss comme homologie, les pareils dans système de différence, voir notre chapitre considérations méthodologiques.

cette strate donne pour une évaluation d'une œuvre à partir de la combinaison de couleurs - images - musique - personnages - sujet (66.7%).

D'autre part, la strate basse quand elle évalue une œuvre audiovisuelle en premier lieu elle regarde la composante audiovisuelle mais en deuxième lieu elle regarde "les personnages" (26.3%, sa plus haute évaluation), ce qui est dans une corrélation sémiotique avec cette hégémonie que cette strate manifeste en ce qui concerne ce qui est narratif (33.4%, la plus haute évaluation).

Dans la strate moyenne basse, nous avons trouvé une corrélation sémiotique (une homologie) entre "le plus évalué dans une œuvre audio-visuelle" et les catégories impliquées dans le "goût pour l'animation japonaise". Ce qui est relié est l'ambiguïté de la strate comme strate; c'est-à-dire, qu'il n'y a pas une évaluation et/ou un goût homogène: le plus évalué c'est d'un côté la thématique ou le Sujet et les Personnages: 18.5% + 18.5%; c'est-à-dire, ce qui est narratif pour 37%; plus la combinaison de couleurs - images - musique - personnages - sujet pour 48.1%; il y a ensuite évidemment des relations entre les deux pourcentages, mais sans une hégémonie extrême. Et en ce qui concerne le goût pour l'animation japonaise il est posé: dispositif audiovisuel (22.2%), composante narrative (22.2%), et divertissement (22.2%); ceci est dans les deux appréciations; car nous avons détecté une corrélation sémiotique qui nous dit que, dans cette strate, il y a des différences d'évaluations sur ce sujet, sans se détecter une hégémonie de strate.

Donc, la plus grande différence en ce qui concerne le goût pour l'animation japonaise se trouve au niveau de la strate socio-économique, plutôt qu'au niveau de la variable genre.

**Par rapport aux tranches d'âge, on détecte les mêmes rapports entre ce qui est plus valorisé dans une œuvre audiovisuelle et les catégories impliquées dans le Goût pour l'Animation Japonaise.** Les 11 ans et moins dominant dans leur goût pour l'animation japonaise, le divertissement, mais nous avons déjà dit précédemment que la présence de cette catégorie ne nous dit rien de concret.

Ceux du segment d'âge de 12 à 15 ans indiquent des raisons liées à la "Trame" (15%); c'est-à-dire, à la Composante Narrative, et à "Meilleurs Dessins" (15%), c'est-à-dire, au Dispositif Audiovisuel de l'Animation.

Dans le segment d'âge de 16 à 19 ans, nous nous trouvons avec des raisons différentes sans une hégémonie claire: "L'Action", "les Personnages", "la Trame", tous avec 16.7%, nous donnent un pourcentage de 50.1% pour le Goût par la Composante Narrative; et "Meilleurs

dessins" (16.7%), "Plus dynamiques" (8.3%), "Ce qui est Graphique" (8.3%), "les Couleurs" (8.3%), tous liés au Dispositif Audiovisuel de l'animation japonaise, ce qui nous donne un pourcentage de 41.6%; c'est pourquoi il est possible de déduire qu'il n'y a pas une claire hégémonie d'un principe.

### 6.2.8.1.2 Le goût pour l'animation américaine

Si nous analysons, à **Santiago**, les raisons globales qui sont données pour le goût pour la Vidéo animation américaine, nous observons l'hégémonie de la catégorie "Sont amusés" (29.0%), et "le divertissement " (9.7%), ce qui donne 38.7% pour le Goût pour le Divertissement; et 16.1% pour la Composante Narrative ("la Trame"(9.7%); "Les Personnages" (3.2%) "Tranquille" (3.2%)).

Quelle différence, d'un point de vue sémiotique, y-a-t-il entre les catégories qui sont associées au goût pour la Vidéo animation Américaine et les catégories associées au goût pour la vidéo animation japonaise?

Au départ, il existe des catégories associées au goût de la vidéo animation américaine qui n'ont pas été mentionnées dans le goût pour l'animation japonaise, et que nous pouvons appeler propres à l'animation américaine:

- tranquille (3,2%)	- ils sont de la fantaisie (3,2%)
- ils sont des garçons (3,2%)	- je les regarde quand je veux (3,2%)

Ces catégories associées au goût pour l'animation américaine ont un axe sémantique en commun: la tranquillité.

**En analysant les processus de circulation de la vidéo animation nous avons détecté, à travers une recherche ethnographique exhaustive de la totalité des Magasins Spécialisés de Santiago, Temuco et Antofagasta, et des Grands Magasins** (voir les pages qui suivent par rapport aux procès de circulations des objets de la vidéo animation dans lesquels les Grands Magasins sont liés à l'univers Disney-Warner) **que les enfants vont avec leurs parents acheter des produits de l'animation dans les Grands Magasins**. En plus, la recherche ethnographique nous a permis de saisir que l'univers de la vidéo animation américaine est stimulé par les parents et par les professeurs en associant l'animation japonaise à la violence: dans les entrevues mêmes on a dit que plusieurs foyers et plusieurs professeurs l'interdisaient, alors, il y avait un stimulus implicite à regarder la vidéo animation américaine.



Dans ce contexte d'analyse, il est clair que la raison « ce sont des garçons » signifie que les dessins animés leur sont destinés, il n'y a aucune interdiction, aussi, « je les regarde quand je veux », parce qu'il n'y a personne qui peut interdire, parce que ce sont des enfants.

Donc, la catégorie de goût Acceptation du Modèle Parental = 12.8%

D'autre part, il y a d'autres catégories, également distinctives par rapport à l'animation japonaise:

- plus culturels (3,2%)	- posent des fous (3,2%)
-------------------------	--------------------------

Nous ne connaissons pas le signifié des signifiants « posent des fous ». Les enfants veulent peut-être dire, qu'il y a des personnages très fous, dans ce cas, il s'agit d'une catégorie narrative. Il faut tenir en compte qu'il s'agit d'une démarche à partir des réponses concrètes, ils sont les enfants et jeunes qu'ils ont dit les mots.

Mais « plus culturels » est différent. Si nous savons d'un point de vue ethnographique que « plus culturels » est une catégorie stimulée par les parents et l'école, alors, nous obtenons pour la raison de goût Acceptation du Modèle Parental de 18%. On peut dire qu'il n'y a pas de validation suffisante, et, dans ce cas, nous pouvons dire qu'il y aura pour « Acceptation du Modèle Parental » un pourcentage d'au moins 12,8%.

**Il y a d'autres différences, entre la vidéo animation américaine et la Japoanimation du point de vue du poids hégémonique des catégories associées au goût:**

- dans la Vidéo animation Américaine, l'implication pour "Divertissements est de 38.7%", deuxièmement pour la Composante Narrative, 16.1%, et en troisième position « l'Acceptation du Modèle Parental » 12.8%";
- dans la Vidéo Animation japonaise, l'implication pour "le Dispositif Audio-visuel 27.2%"; deuxièmement pour " Divertissements 23%", et en troisième lieu pour "la Composante Narrative, un 18.8%".

Nous avons détecté la même situation à **Antofagasta**, avec la même procédure analytique que celle de Santiago : si nous faisons une ré-catégorisation des réponses empiriques pour la variable genre (nous devons nous souvenir qu'il s'agit de questions ouvertes), les catégories seront le dispositif audio-visuel pour 30% des préférences par les hommes, et par les femmes de 33%. La composante narrative comprendrait 20% des préférences masculines et 27% des préférences féminines, le divertissement serait choisi dans 20% des cas pour les hommes et dans 40% pour les femmes.

Si nous faisons la même ré-catégorisation qu'à Santiago, les réponses globales sont : « meilleurs dessins », « ce qui est graphique 'et 'couleurs » ; c'est-à-dire pour **le dispositif audio-visuel, nous obtenons un 20%**.

Des catégories comme « la trame », « sont de la fantaisie », « les personnages » et « plus d'action », seraient encadrées **dans la composante narrative, avec un 24%** des préférences.

Dans la dimension **Divertissements**, ils seraient ré-catégorisés « Divertissements » et « ils se sont amusés », avec un **32% des préférences**, le plus grand pourcentage d'Antofagasta.

On détecte aussi les mêmes différences par tranches d'âge.

Si nous observons les données selon les catégories décrites, nous obtenons que **Divertissements** est l'élément ordinateur parmi les moins de 12 ans, en étant remplacé par ceux des 12-15 ans **par le dispositif audio-visuel**, pour trouver **une plus grande diversité** aux âges de 16-19 ans.

La dimension **Divertissements** paraît être centrale chez ceux qui aiment l'animation américaine, puisqu'elle obtient 65% des préférences, tandis que le dispositif audio-visuel a obtenu 20% de ces dernières, et la composante narrative un 10%.

La description réalisée est valable pour la ville de Temuco, avec les différences déjà décrites. Aussi, pour une analyse approfondie il est bon de se référer aux statistiques de l'annexe.

## 6.2.9 L'animation et la famille

À **Temuco**, 36.7% des répondants ont dit que leur famille ne connaissait pas leur goût pour l'animation japonaise, mais 31.1% ont indiqué que leur famille le connaissait, et 32.2% n'ont pas répondu. À la question « Parfois tu regarde l'animation japonaise avec tes pères ou parents » ? 90.5% ont répondu NON et 9.5% ont répondu OUI. Par rapport à la question « est-ce que les parents interdisent de regarder l'animation japonaise ? » 11,1% des parents ont répondu par l'affirmatif. Les raisons sont "parce qu'ils n'aimaient pas », parce que « je ne fais pas les devoirs », « parce que dans le fauteuil je m'assieds et je ne m'arrête pas », « parce que je les ennuyé » ou « parce qu'ils ne leur laissent simplement pas regarder l'animation ». Quant à la relation avec leurs parents, 64.4% ont indiqué qu'elle était très bonne, 24.4% bonne, 5.6%

régulière, 2.2% plus ou moins mauvaise, 1.1% mauvaise et 2.2% n'ont pas répondu. En ce qui concerne la personne qui manie le mieux la technologie chez soi, la première mention a été de 44.4% pour l'enfant même, de 24.4% pour ses frères et 13.3% pour son père.

À **Antofagasta**, la moitié a dit que les parents connaissent leur Goût pour l'animation japonaise et l'autre moitié a dit NON. Ils se sont disputés avec leurs parent par rapport à l'animé dans un pourcentage de 20,5%. 40% des parents disent que les dessins animés japonais sont violents, et 60% des parents disent qu'ils ne les aiment pas. 31,1% disent n'avoir pas regardé une série japonaise avec leurs parents. Les parents ne stimulent pas les enfants à regarder des animés dans un pourcentage de 76,3%. 13,2% disent que leurs parents interdisent l'animé. 71,3% des parents ne savent pas que leur enfant consomme de l'animé. La plupart considère que les relations avec leurs parent sont très bonnes (56,5%). Et 44% considèrent qu'ils sont ceux qui connaissent le fonctionnement de la technologie.

À **Santiago**, par rapport à la question « chez vous, qui est celui qui maîtrise le mieux la technologie? » on répète le schéma de ne pas identifier les parents comme le centre hégémonique du savoir. En ce qui concerne l'Identification de qui a le pouvoir par tranche d'âge, les 16-19 ans sont ceux qui sont identifiés comme étant la source du savoir. La tranche des 12-15 ans est aussi considérable: 42.5%. Le plus grand pourcentage atteint par le père comme étant source de savoir se situe dans la tranche d'âge qui va jusqu'à 11 ans; mais pour seulement 19.5%; et la mère seulement 14.6%. Il y a, aussi, des différences de genre, dans la mesure où seulement 35.3% des femmes affirment "être je", face à 69.2% des hommes qui ont dit « c'est moi qui a la compétence dans la technologie ».

La connaissance des parents du goût pour l'animation japonaise est de 48.9% au niveau global: 40% dans la strate moyenne haute, 45.5% dans la strate haute, 30.4% dans la strate moyenne basse et 76% dans la strate basse. Par rapport aux tranches d'âge, jusqu'à 11 ans, les parents connaissent le goût de leurs enfants pour la Japoanimation dans 50%, entre 12 et 15 ans, les parents s'intéressent plus à leurs enfants pour 58%, et entre 16 et 19 ans, seulement pour 30%. Le pourcentage global de discussion pour le goût de l'animation avec les pères est de 17.9%; mais il est plus haut dans la strate basse, avec 36%. Ceux qui se sont disputés avec leurs parents par rapport à l'animé sont les 12 à 15 ans, ils représentent 20%. La perception des parents par les enfants est "ils les trouvent violents" (21.4%), "je suis très fanatique" (21.4%), et "parce qu'ils n'aiment pas" (21.4%). Ceux qui assument avoir un conflit avec leurs parents sont ceux qui ont moins de 12 ans. Ils pensent qu'il s'agit de leurs parents

"ils n'aiment pas" (50%). Dans une plus grande strate sociale, ils regardent moins la télévision et les dessins animés, ensemble avec leurs parents.

Dans toutes les strates sociales, dans tous les âges et quelque soit le genre, les parents ne stimulent ni rejettent les dessins animés regardés par leurs enfants. Mais 25% des parents de la strate haute l'interdisent. L'interdisent également, mais dans une moindre mesure, 13% des parents de la strate moyenne basse, 8.3% de la strate haute, et 3.6% de la strate basse.

En ce qui concerne l'animation, les parents (selon la perception de leurs enfants) ont un comportement différent selon la strate sociale; mais, aussi selon leur vision du monde: cela explique qu'un pourcentage fait un rejet et pour d'autres l'animation ne signifie rien. En tout cas, on arrive à détecter la règle générale que pour la tranche d'âge des 16-19 ans, les parents ne s'en préoccupent pas avec un pourcentage de 80%.

La relation avec les parents est Très Bonne dans 37.9% des cas de la strate moyenne haute, dans 16.7 de la strate haute, dans 24% de la strate moyenne basse, et dans 17.2% de la strate basse; ensuite la strate moyenne haute et la moyenne basse ont les meilleures relations. Les relations les plus conflictuelles sont entre les parents et les enfants des strates haute et basse.

## **6.2.10 Conclusions**

L'analyse des données de l'enquête effectuée jusqu'ici nous a permis comprendre qu'il n'est pas possible d'étudier notre objet d'étude de manière isolée. Il ne suffit pas de décrire des caractéristiques de chaque série télévisuelle et de les mettre en rapport avec les pourcentages d'audience, il est encore nécessaire de connaître davantage la signification, spécifiquement, la raison du goût que les sujets donnent à leur exposition aux séries. C'est la contribution de l'enquête.

Dans cette démarche, le premier apport de l'analyse de l'enquête, comme nous l'avons vu, est de comprendre que les enfants et les jeunes regardent les dessins animés télévisés comme l'une de leurs expressions artistiques culturelles favorites, pour la majorité, la seconde la plus importante après le cinéma. Il est important de comprendre que l'analyse de l'enquête a permis de constater que les séries ne sont pas seulement vues à la télévision, mais aussi par le biais de la vidéo. Les séries animées transmises par les ondes hertziennes sont plus qu'un programme, elles sont reliées avec d'autres objets culturels comme les vidéos, la revue de comic ou manga, les jeux vidéos, les cartes (Magic, Pokémon, etc.), et y compris le merchandising.

Le second apport a été la description des raisons de goûts liées aux séries de dessins animés les plus consommés, à savoir, le Japonais et l'Américain. La contribution est aussi d'avoir détecté que les raisons de goût par rapport aux séries le sont aussi par rapport au jeux vidéos, aux revues, etc.. Il a été demandé s'il y a une relation entre l'animation et les revues comic ou manga et les réponses majoritaires ont été OUI, la même chose en ce qui concerne les jeux vidéo.

Comprendre les raisons de goût sur les séries est un problème plus vaste, mais en même temps, il s'agit que cette caractéristique nous permet, dans sa rétro alimentation, de comprendre et décrire plus profondément notre objet d'étude.

Nous avons saisi que dans la Vidéo Animation japonaise l'implication par "le Dispositif Audio-visuel 27.2%" est très important; en deuxième lieu le " Divertissements 23%", et en troisième lieu "la Composante Narrative, 18.8%".

Mais quel est le sens de tout ça ? Qu'est-ce que veut dire la composante audiovisuelle ? Pour comprendre son sens, il faut se pencher sur l'analyse statistique de la question « Qu'est-ce que vous appréciez le plus dans une œuvre audiovisuelle ? La réponse majoritaire est « une combinaison de l'image, la musique, les personnages, le sujet, et les couleurs » pour 44,1%. En différente proportion, la réponse est partagée par tous. Il faut tenir compte que seulement la strate basse a nommé le personnage comme une deuxième option, et la strate haute a nommé aussi « le sujet ». Alors, nous savons à partir de l'enquête ce qu'est la composante audiovisuelle (le lecteur peut se reporter aux pages précédentes). Mais, il y a un autre éclairage, la composante narrative n'est pas nécessairement le récit, pas le héros/ l'anti-héros, parce qu'il ne s'agit pas des personnages, l'enquête parle pour nous. Qu'est-ce que veut dire le narrative aimé ? Nous pouvons le comprendre dans les raisons du goût des jeux-vidéos d'aventure graphique (33,3% du Goût), les consommateurs s'insèrent dans la fantaisie, dans la rêverie, il peut peut-être combattre comme le personnage, mais, il s'agit de l'intellection, le savoir sur le développement des stratégies et des objectifs. Par rapport aux jeux-vidéos, les cas étudiés ont répondu "tu peux être le personnage, il y a des étapes, tu peux en sauter certaines, tu t'impliques dans une aventure, tu as des missions, en définitive, tu prends part au film" (45,7%), le centre de focalisation n'est pas les personnages, l'objet d'intérêt n'est pas le récit, le problème plus important est de comprendre les multiples possibilités des personnages : avec des missions, déplacements des points de vue, modifications des angles du regard, de participer, en définitive, au film, et de plusieurs possibilités d'être, c'est le goût des Jeux d'Aventure Graphique et c'est le goût du narratif dans les séries.

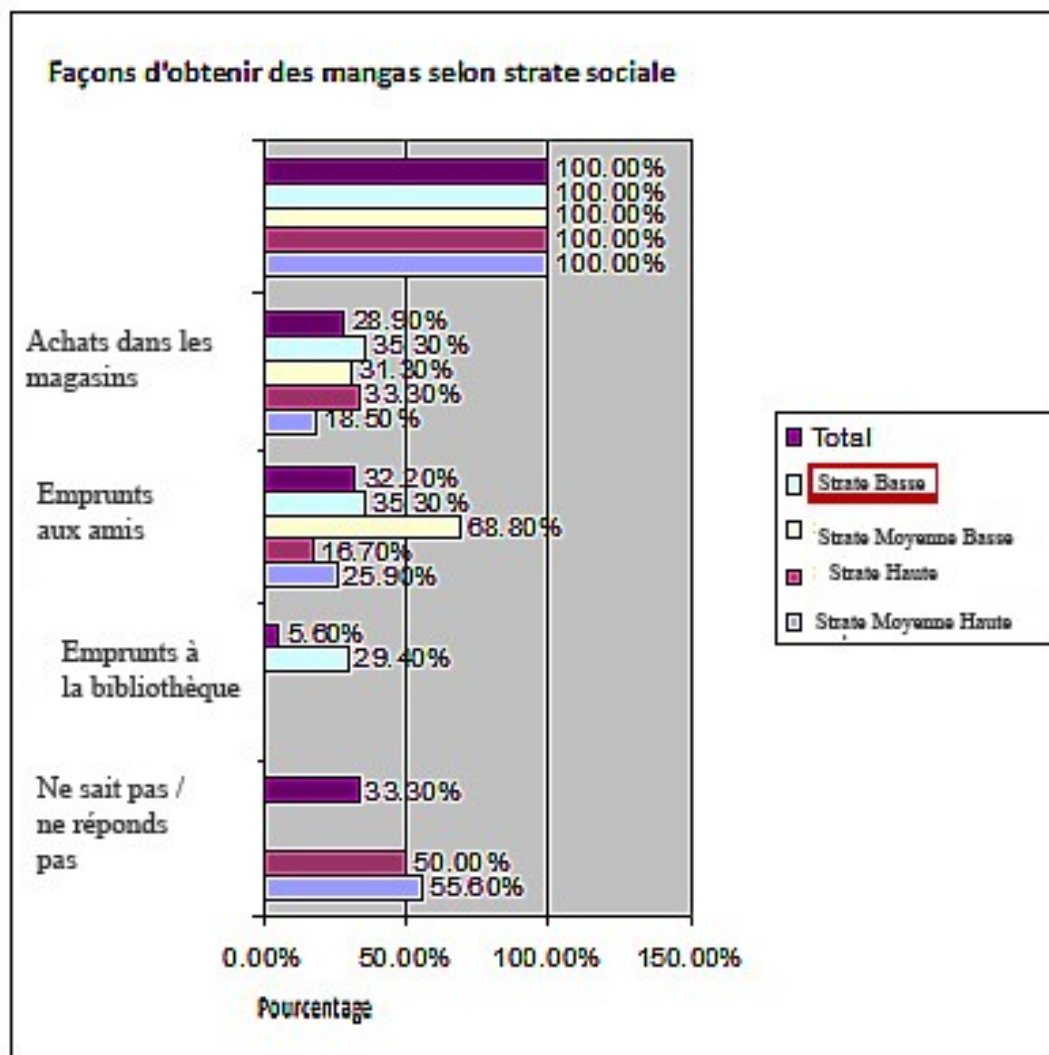
Alors, la trame n'est pas le récit, parce que dans le récit il y a des personnages qui ont un objectif, on développe un programme narratif et un anti-programme. Les personnages dans le récit font des actions et à travers leurs actions ils remplissent un rôle narratif, ici, il s'agit d'une autre chose. Il est peut-être possible d'avoir un programme narratif, mais le problème est que cette chose n'est pas le problème fondamental, sino que c'est pour l'analyse du spectateur, le plus important est de comprendre les conséquences possibles de l'action des personnages

Le lecteur pourra saisir dans les pages précédentes les sens plus profonds des **différences, entre la vidéo animation américaine et la japonaise parce que le travail de la recherche a été focalisé sur l'établissement des catégories associées au goût**: dans la Vidéo Animation Américaine nous avons détecté l'implication par "Divertissements » (38.7%), par la « Composante Narrative » (16.1%,) et « l'Acceptation au Modèle Parental » (12.8%). Par contre dans la Vidéo Animation japonaise nous avons détecté l'implication par "le Dispositif Audio-visuel » (27.2%); par le " Divertissements » (23%), et par "le Composant Narrative » (18.8%").

## **6.3. Circuits de circulation d'animé : grands magasins et magasins spécialisés**

### **6.3.1 Façons d'obtenir des mangas**

À partir des données recueillies par l'enquête réalisée à Santiago, Antofagasta et Temuco, nous avons détecté que les jeunes ne consommaient pas seulement des séries télévisées, sinon, qu'en même temps, ils achetaient des produits associés aux dessins animés qu'ils regardent, tels les cartes à collectionner, les jeux-vidéos, les mangas, les films, et cetera. Dans la théorisation sur la consommation des nouvelles générations liées aux dessins animés japonais on désigne le concept d'anime pour signifier des objets plus vastes que les seules



séries télévisées. Nous faisons remarquer que cette problématique a été abordée dans le chapitre considérations théoriques. C'est-à-dire, l'enquête détecte que les consommateurs de séries télévisées sont aussi des consommateurs d'animes.

Selon l'enquête que nous avons synthétisée précédemment, les jeunes et les enfants consomment des mangas (comic japonaise). Nous les avons questionnés également sur les formes d'accès aux mangas. Les réponses obtenues selon les strates sociales à Santiago sont les suivantes :

Dans la strate basse, les options d'achat dans les magasins et d'emprunt ont une préférence équivalente: 35,3% chacune (voir graphique précédent).

La strate moyenne basse préfère emprunter à des amis pour 68,8%.

La strate haute préfère acheter plutôt que d'emprunter à des amis: 33,8% face à 16,7%, l'option d'emprunter.

Si nous analysons selon le genre, nous remarquons que les deux sexes achètent en magasin dans une même proportion (voir graphique), mais pour ce qui est d'emprunter, c'est une conduite plutôt majoritaire chez les hommes que chez les femmes (37,3% face à 25,6% ). D'autre part, les femmes ne savent pas où obtenir les mangas dans 43,6% des cas et les hommes dans 25,5% des cas.

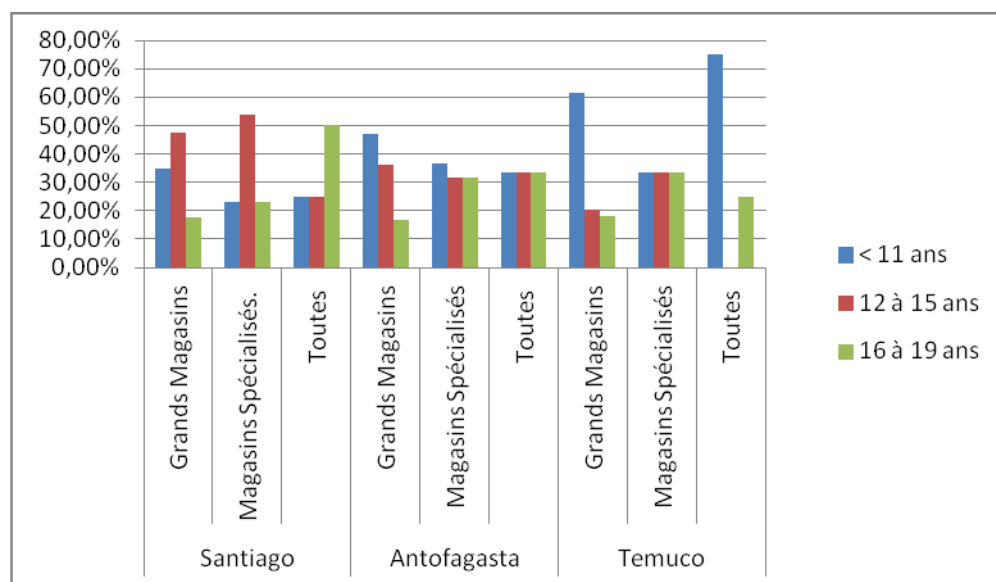
En ce qui concerne la variable âge, les jeunes de 11 ans sont ceux qui achètent le plus en magasins avec 37,8%, alors que les 16 à 19 ans sont ceux qui achètent le moins avec 17,4 %; les sujets de 12 à 15 ans qui achètent représentent un taux de 26,7 %.

Ceci signifie qu'il y a des personnes qui achètent et d'autres qui empruntent à ceux qui achètent. Il faut faire remarquer que ceux qui achètent sont transformés en sujets de référence pour les autres, soit parce qu'ils connaissent les animés soit parce qu'ils les prêtent, ou les deux situations.

C'est la même situation à Antofagasta et Temuco.

### 6.3.2 Le lieu d'achat de l'animation en général

D'autre part, pendant l'enquête nous avons questionné sur le lieu d'achat de l'animé en général. Les réponses dans les trois villes sont dans le graphique ci-dessus :

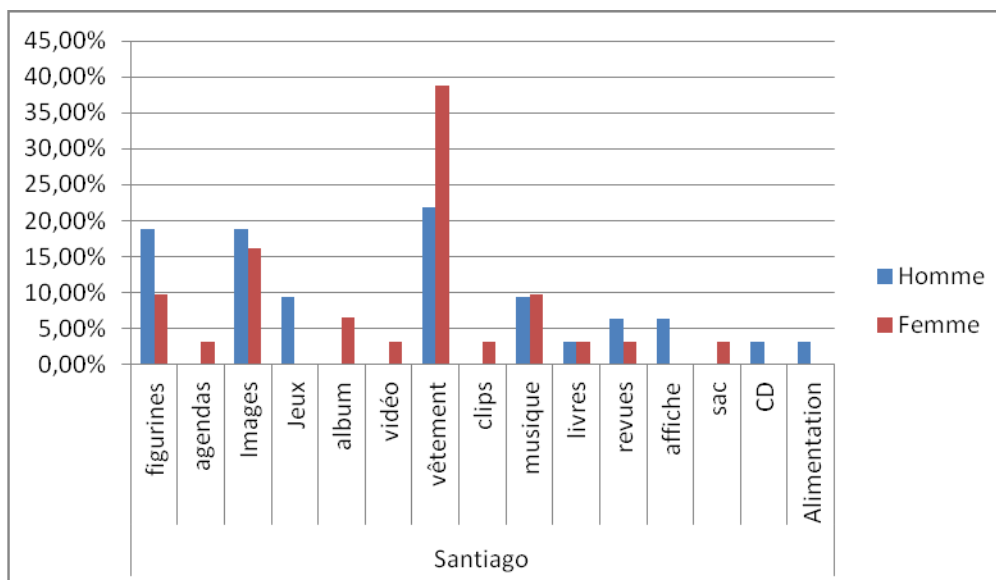


Les magasins spécialisés sont le lieu hégémonique d'achat pour la tranche d'âge de 12 à 15 ans à Santiago, tandis que les plus jeunes vont avec leurs parents dans les grands magasins ; dans le cas d'Antofagasta, les plus jeunes vont aussi dans les magasins spécialisés, et à Temuco le comportement est identique en ce qui concerne la tranche d'âge.



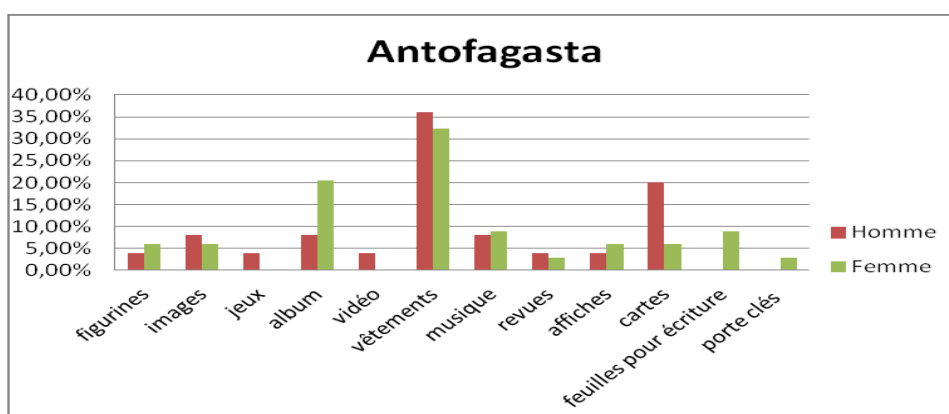
### 6.3.3 Les produits que les jeunes achètent

Dans l'enquête nous constatons aussi les produits que les jeunes achètent dans les trois villes, par rapport à l'âge, au genre et à la strate sociale. Il y a des différences de genre : les femmes achètent plus de vêtements (t-shirts, jupes, collants, chaussettes, casquette, chaussure),



Sacs, clips, vidéos, et agendas que les hommes. Il faut tenir compte qu'il y a la catégorie alimentation, et en référence l'achat d'aliments avec les images des séries favorites. Nous pouvons regarder le graphique précédent à Santiago en haut de page.

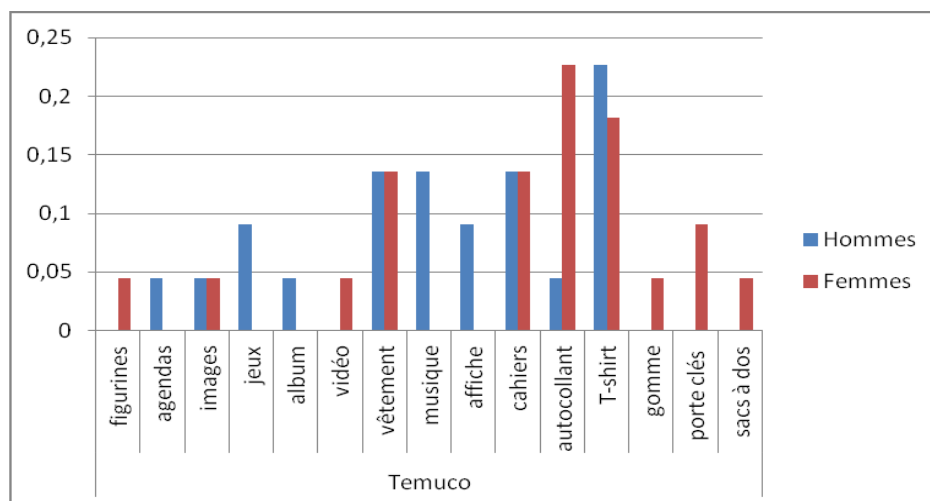
Dans l'enquête à Antofagasta, les données sont dans le graphique suivant :



À Antofagasta, les hommes achètent plus de vêtements que les femmes, à la différence de Santiago, mais à Temuco les achats sont équivalents pour les hommes et les femmes.

À Temuco les hommes achètent des agendas, et à Santiago les femmes achètent des agendas, mais à Antofagasta ni les uns ni les autres ne les achètent.

Bien sûr, il y a des différences dans les objets à acheter, mais dans les trois villes, les enfants et les jeunes achètent l'objet associé à l'anime.. Mais il est clair qu'il ne s'agit pas des mêmes objets. Par exemple à Antofagasta et Temuco l'alimentation n'apparaît pas, alors qu'elle apparaît à Santiago. Les agendas n'apparaissent pas comme item à Antofagasta, alors qu'ils le sont à Santiago et Temuco. D'un autre côté, le vêtement est le plus cité à Santiago, à Antofagasta et à Temuco, mais à Temuco il faut noter que le t-shirt est la catégorie de vêtements le plus vendu. Nous pouvons observer le graphique de Temuco.



On constate aussi qu'il y a des magasins où acheter des objets culturels. Ces magasins sont des grands magasins, dans lesquels on trouve toutes sortes de produits, y compris le merchandising associé à l'anime ; il y a également des petits magasins spécialisés.

L'enquête nous a permis de différencier deux types de magasins, les spécialisés et ce que nous avons dénommé magasins généraux ou grand magasins.

Le magasin spécialisé n'est pas visible par tout le monde. Le point de départ de la recherche ethnographique a été la cueillette d'information concernant les endroits où l'on peut trouver des produits associés à l'anime. Dans les trois villes étudiées, nous avons saisi le même phénomène : seuls les étudiants les plus jeunes savent où se trouvent ces endroits. Ce type de magasin se ressemble dans les trois villes : il s'agit des endroits de basse rentabilité du capital, autrement dit, des centres commerciaux en désuétude. Par contre, les grands magasins sont des centres institutionnalisés de consommation au sein de la société chilienne, à l'instar du concept de *mall* ou *department store* aux États-Unis.

À Santiago, les lieux où se trouvent les magasins spécialisés sont : la galerie Eurocentro, située dans le centre historique de la ville et occupée dans les étages supérieurs uniquement par des petits magasins offrant des services (plomberie, réparation, chauffage, etc.); le Portal Lyon, centre commercial situé dans le quartier de classe moyenne-haute appelé

Providencia et dont la répartition de l'espace est semblable à celle de l'Eurocentro. Il y a un troisième endroit, le Marché aux Puces de Bío Bío, où l'on trouve un emplacement spécialement dédié à la vente d'animé.

### 6.3.4 La recherche ethnographique

La recherche ethnographique à Santiago nous a permis de comprendre que les magasins spécialisés ne sont pas seulement des magasins, mais qu'il s'agit aussi de centres d'interaction d'enfants et de jeunes dans lequel on échange des informations, des produits, et où l'on parle. Nous l'avons appelé espace d'interaction.

Pour faire une analyse exhaustive de tous les magasins spécialisés de Santiago, nous avons inclus un petit magasin de la commune d'Estación Central (strate basse et moyenne basse) et deux du centre historique de la Ville (Commune Santiago-Centre: strate moyenne et moyenne basse). Ils ne sont cependant pas un lieu d'interaction.

Nous avons étudié la totalité des magasins spécialisés à Santiago :

Portal Lyon:	11
Eurocentro:	12
Persa Bío Bío:	15
Estación Central:	1
Centro:	2

Dans l'univers des grands magasins, pour faire la cohérence méthodologique de la recherche, nous avons fait le choix des centres par Communes. Trois malls ou galeries commerciales, de strates différentes, "Alto Las Condes": pour la strate haute et moyenne, commune de Las Condes; "Mall Plaza Tobalaba" pour la strate moyenne et moyenne basse dans la Commune de La Florida; et "Mall Plaza Oeste", pour la strate basse et moyenne basse, dans la commune de Maipú.

*Dans les Grands Magasins à Santiago nous avons étudié:*

<i>Alto Las Condes:</i>	<i>1</i>
<i>Mall Plaza Oeste:</i>	<i>5</i>
<i>Mall Plaza Tobalaba:</i>	<i>5</i>

A Temuco, le schéma se reproduit : les gens qui ne s'intéressent pas à l'animé ne connaissent pas les endroits spécialisés où l'on peut trouver les marchandises associées ; les magasins se trouvent également dans des endroits de basse rentabilité économique. Située à Vicuña Mackenna 418, près d'une place, la boutique Assgard est devenue un endroit de rassemblement des acheteurs.

A Temuco il y a d'autres magasins spécialisés, consacrés uniquement aux jeux-vidéos et qui se situent dans une galerie commerciale en désuétude, tout comme à Santiago. Un troisième et dernier type de magasin spécialisé qui se trouve également dans une galerie

commerciale en désuétude, dans le centre historique de la ville, est consacré principalement à la vente d'animé et il est également un centre d'interaction.

Nous avons étudié la totalité des magasins spécialisés de dessins animés à Temuco :	2
Nous avons étudié la totalité des grands magasins à Temuco :	3

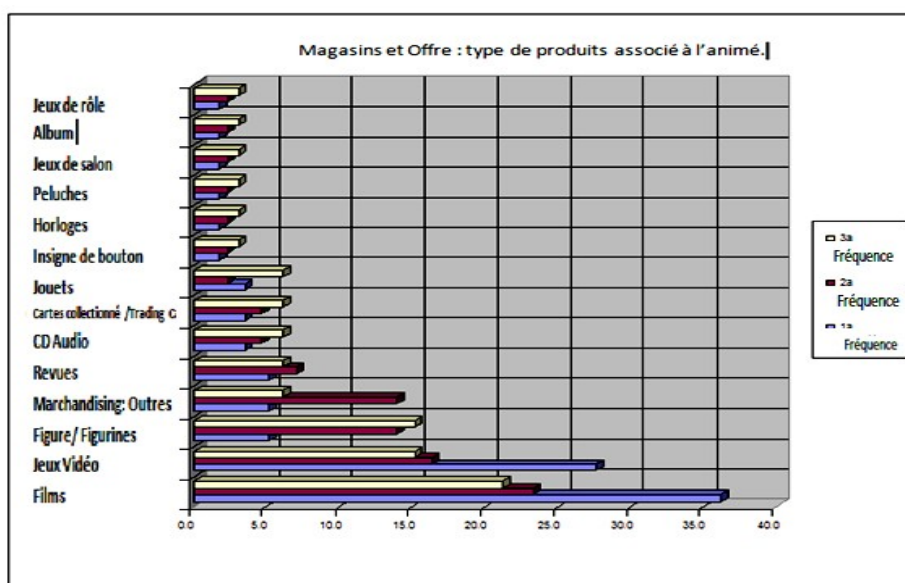
À Antofagasta, il y a six types de magasins spécialisés : une galerie consacrée à la vente de jeux-vidéos, et une deuxième consacrée à la vente d'animé et de bandes dessinées. Toutes les deux sont des espaces d'interaction qui se trouvent dans le centre historique de la ville.

Nous avons étudié la totalité des magasins spécialisés de dessins animés à Antofagasta :	6
Nous avons étudié la totalité des grands magasins à Antofagasta :	2

### 6.3.5 Magasins et offre : types de produits associé à l'animation.

Dans ces magasins on a exhaustivement détecté tous types de produits qui y étaient vendus, loués ou échangés. On a élaboré une liste ouverte de produits et on a détecté leur présence ou absence. Le caractère ouvert de l'instrument a permis d'ajouter des séries et/ou des produits à la liste, en informant les enquêteurs que cette étape de la recherche était un registre exhaustif et concret de tout ce qu'il y avait.

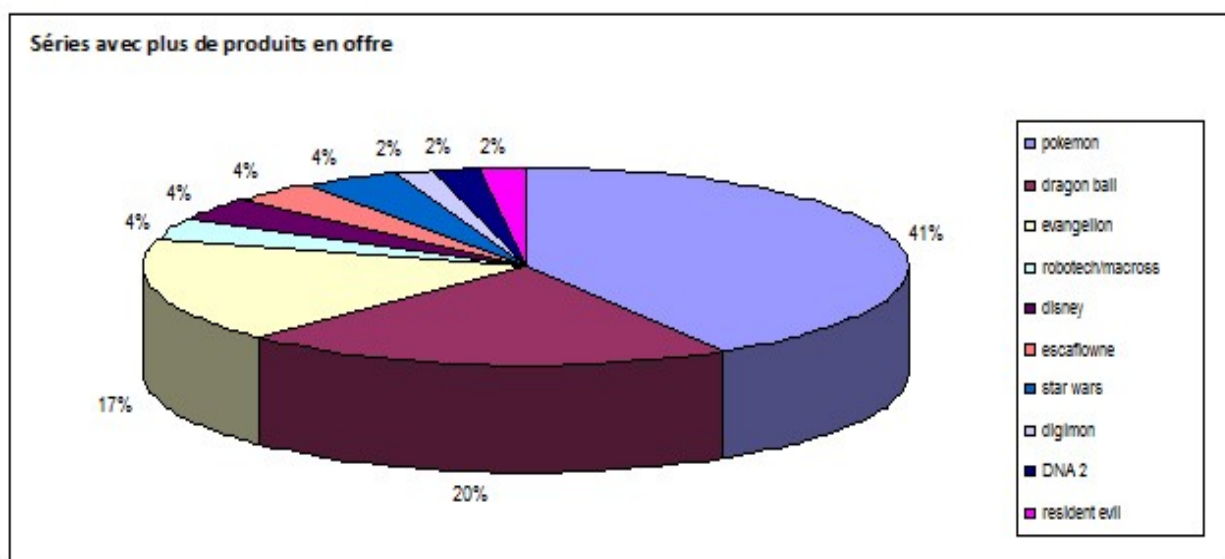
Pour la totalité des magasins, la première chose à décrire est que les produits de l'offre sont liés aux dessins animés télévisés, tout en étant multi-supports, c'est-à-dire de plusieurs



systèmes significatifs, et la fréquence de consommation est diverse. Nous pouvons observer le graphique suivant. Bien sûr, il peut y avoir une fréquence des objets comme par exemple des revues, et dans d'autres magasins des revues, ou des séries, ou des films, etc.

D'autre part, les réponses fournies par les personnes enquêtées, comme la recherche En analysant ce graphique, nous nous apercevons que l'offre disponible dans tous les magasins est majoritairement composée de films, de jeux-vidéos et de merchandising. En quatrième place, on trouve des revues de dessins animés : Comic (américaine) et Manga (japonaise).

D'autre part, on mentionne également les cartes à collectionner (connues comme *trading cards* en anglais). Il y a au moins six types de supports de produits différents en vente : des films en VHS, CD ou DVD ; des jeux-vidéos ; des cartes à collectionner ; des figurines ; des jouets ; des affiches et des t-shirts, entre autres. À partir de cela, nous pouvons penser que la catégorie des consommateurs de dessins animés télévisés s'insère dans une catégorie plus vaste : il s'agit, en somme, d'un consommateur de vidéo-animation, ce qui équivaut au concept d'animé dans la bibliographie liée aux objets culturels japonais.



En outre, les réponses fournies par les personnes enquêtées, comme la recherche ethnographique de toute l'offre des magasins nous indiquent que les produits offerts dans les magasins ne sont pas seulement liés aux dessins animés qui passent à la télévision hertzienne (c'est à dire Dragon Ball, Pokémon, Digimon, Ranma 1/2, Teletubbies, Barney, Samurai X, Batman, Super Man, The Simpsons et Macross-Robotech) mais on y trouve également d'autres produits provenant par exemple du cinéma d'animation (tels Evangelion, Escaflowne, Lain, Rushigi Yuugi).

D'autres proviennent principalement des bandes dessinées (X-Men, Spawn), tandis que d'autres encore proviennent des jeux-vidéos (Résident Evil). Un exemple de cette situation est montré sur le graphique.

Il est clair que les produits qui sont le plus offerts dans les magasins sont les séries les plus regardées sur la télévision hertzienne. Selon les résultats de l'enquête et de l'observation ethnographique des magasins, Pokémon représente 41% des produits offerts dans les magasins et Dragon Ball en représente 20%. Pokémon et Dragon Ball font partie des dessins animés les plus regardés selon l'étude d'audience, à l'exception des Simpsons. Le taux d'audience de Dragon Ball est de 7,3% pour les 4-9 ans, de 6,1% pour les 10-14 ans; pour Pokémon il est de 6,4% pour les 4-9 ans, et de 5,7% pour les 10-14 ans. L'exception concerne les Simpson dont l'audience est de 8,5%. Mais, en même temps, les magasins proposent une panoplie plus large d'objets d'achat-vente que la programmation de télévision hertzienne.

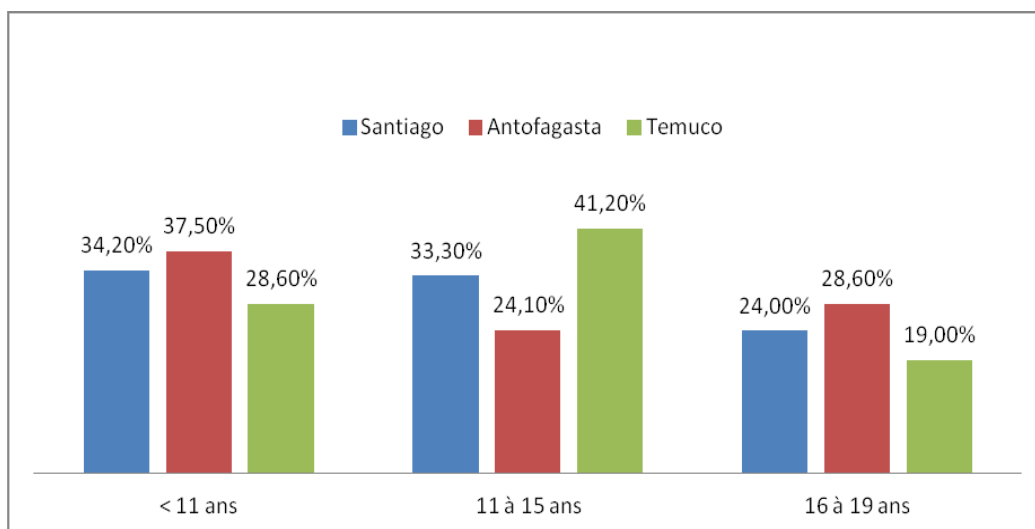
En effet, il y a une autre variable dont il faut tenir compte : les consommateurs de séries télévisées sont des consommateurs d'une culture globale des dessins animés qui passent à la télévision hertzienne. Nous pouvons dire qu'ils ont un rapport avec la structure de référence symbolique de la société. Mais si nous regardons les objets mentionnés, il y a d'autres articles qui n'ont aucun rapport avec la structure symbolique de la société globale.

Il s'agit des séries japonaises qui ne passent pas à la télévision mais que l'on retrouve sur Internet, dans les mangas et dans les magasins spécialisés : on retrouve par exemple *evangelion*, *escaflowne*, *lain*, entre d'autres. Le problème est de savoir comment on a accès à elles si elles ne font pas partie de la structure de référence symbolique de la société.

### **6.3.6 Avez-vous découvert de nouvelles séries dans vos achats dans les magasins des animés?**

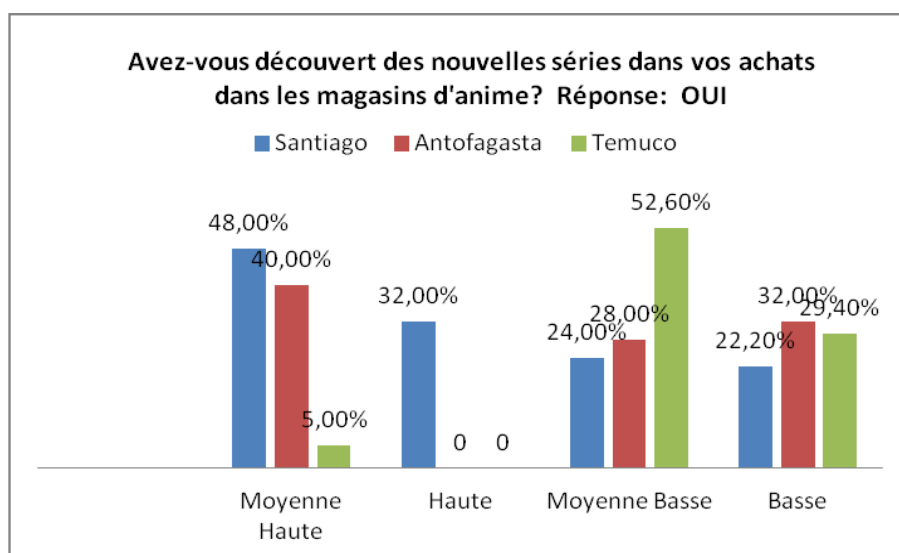
Dans l'enquête nous avons saisi des données descriptives concernant la situation.

Nous avons demandé : « Avez-vous découvert de nouvelles séries dans vos achats dans



les magasins d'anime ? » Nous pouvons observer les pourcentages de réponses, toutes positives, dans le graphique précédent. Un tiers des consommateurs d'animés ont connu des séries à l'intérieur d'un ensemble différent du cadre de référence symbolique de la société globale.

Dans la ville de Santiago, la plupart des jeunes qui ont découvert les nouvelles séries dans les magasins ont moins de 11 ans ou font partie de la tranche d'âge des 11-15 ans, alors que le pourcentage diminue pour les 16-19 ans. Dans la ville d'Antofagasta la plupart des jeunes et des enfants découvrent des nouvelles séries avant 11 ans ou à 11 ans. Dans la ville de Temuco, la



plupart des jeunes vivent la même situation entre les 11 et 15 ans. Dans les trois villes, la situation est similaire pour les 16 à 19 ans, le pourcentage des jeunes qui découvrent des nouvelles séries dans les magasins diminue.

Il y a des différences par rapport aux strates sociales, et des différences par villes. La situation remarquable est que les strates moyenne haute, moyenne basse et basse dans les trois villes visitent les magasins par rapport à l'animé alors que la situation diffère en ce qui concerne la strate haute à Temuco et Antofagasta.

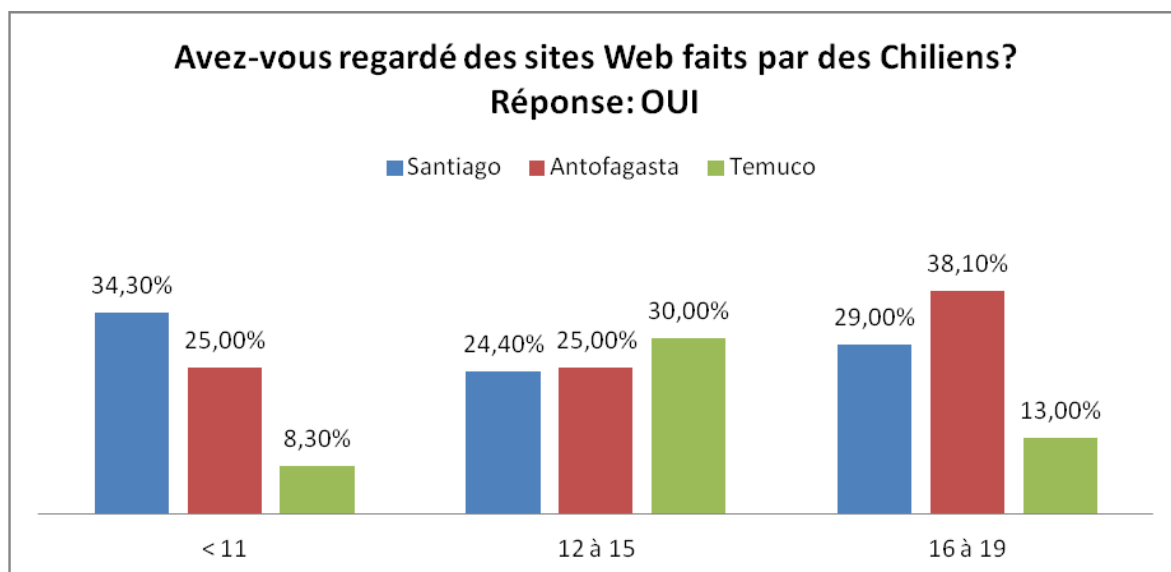
En ce qui concerne le genre, le comportement est identique dans les trois villes: les femmes fréquentent moins les magasins que les hommes, avec une différence de 10 %.

D'un autre côté, nous avons posé dans l'enquête la question suivante: si la série existe seulement en vidéo, est-il plus difficile d'avoir accès à un produit associé à l'animé? Les réponses majoritaires pour tous les genres, âges et strates sociales sont OUI. C'est à dire, c'est plus complexe d'y avoir accès, mais pas impossible.

Alors, d'un côté ils peuvent connaître des séries qui ne sont pas le centre de référence symbolique de la société générale (la télévision hertzienne) dans les magasins mêmes. Mais, il y a aussi d'autres supports tels que par exemple, la navigation par Internet.

### 6.3.7 Avez-vous regardé des sites Web sur les dessins animés faits par des Chiliens ?

Pour saisir si les jeunes et enfants cherchent des informations sur l'anime dans les sites Web nous avons fait une question indirecte : « Avez-vous regardé des sites web sur les dessins

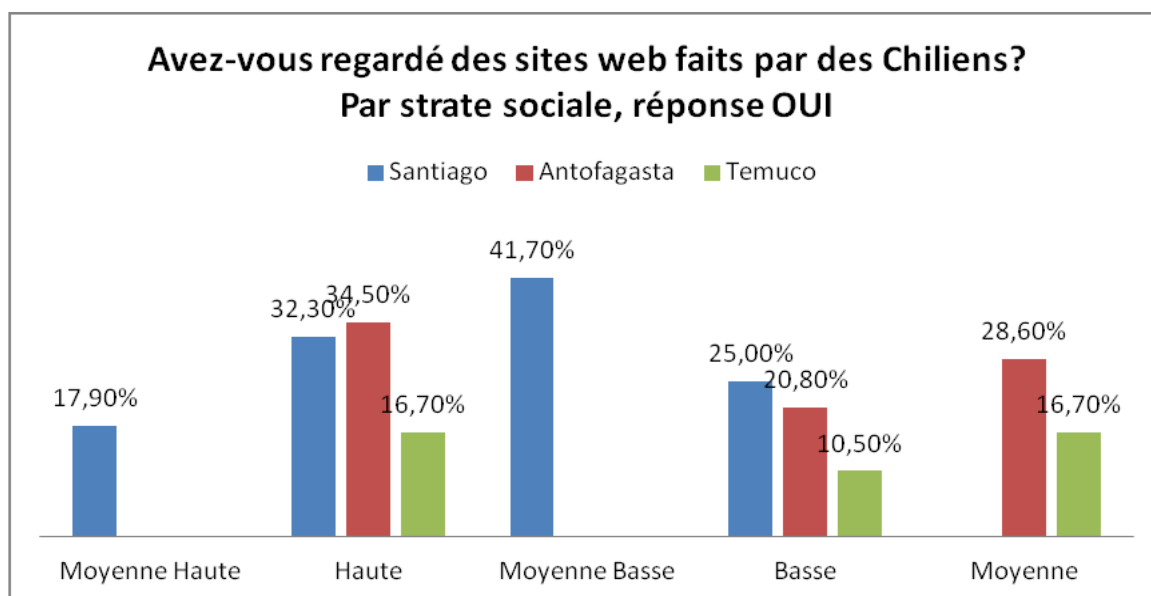




animés faits par des Chiliens ? ». À l'époque, il n'y avait pas de dessins animés chiliens à la télévision.

Dans les villes de Santiago et d'Antofagasta, toutes les tranches d'âge regardent les informations sur Internet au-delà du cadre de référence symbolique donné par la télévision hertzienne. Les plus petits regardent le plus, à la puberté un peu moins, et entre les 16-19 ans un peu plus. Mais, dans la ville de Temuco les plus petits regardent le moins, peut être parce que le procès d'insertion d'Internet pour toute l'école en 2000 vient de s'installer, mais de 12 à 15 ans regarder sur Internet l'information sur les dessins animés, dans ce cas d'animé chilien, représente un pourcentage d'au moins 30 %.

Si nous observons les différences par strate sociale, nous obtenons le graphique.



### 6.3.8 L'usage d'Internet

Dans l'enquête nous avons demandé sur l'usage d'Internet. Le plus parts des jeunes ont fait l'usage d'internet. Selon la strate sociale, la strate basse a un usage de 69%.

La différence se situe par rapport à la strate basse dans la ville de Temuco, où il y a 6 % de différence dans l'utilisation d'Internet avec la strate haute et la moyenne, en plus de l'utilisation généralisée d'internet qui représente 10% de moins que les autres villes.

	Moyenne Haute	Haute	Moyenne Bas	Bas	Moyenne	Total
Santiago	96,70%	100,00%	96,30%	69,00%		90,60%
Antofagasta		89,70%		72,40%	66,70%	76,10%
Temuco		92,60%		60,00%	81,10%	79,80%
	Moyenne	Haute	Moyenne	Basse	Moyenne	Total

	Haute	Basse			
Santiago	96,70%	100,00%	96,30%	69,00%	90,60%
Antofagasta		89,70%		72,40%	66,70%
Temuco		92,60%		60,00%	81,10%
					76,10%
					79,80%

Par tranche d'âge, le pourcentage d'utilisation d'Internet est inférieur chez les moins d'onze ans dans les villes d'Antofagasta et Temuco, tandis qu'à partir de 12 ans l'usage est plus élevé.

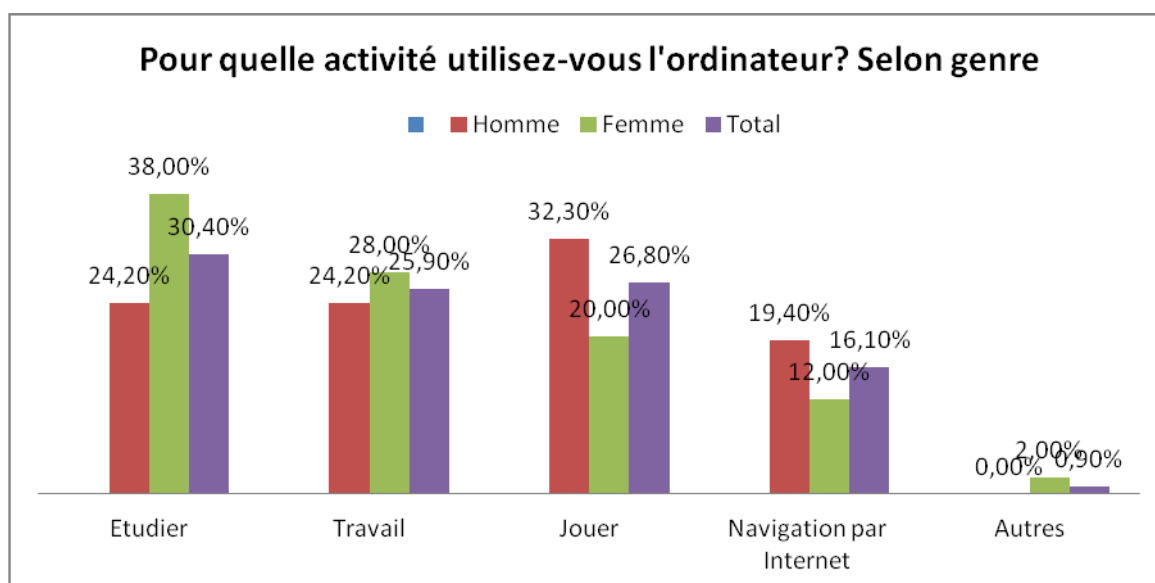
	< 11	12 à 15	16 à 19	Total
Santiago	90,00%	84,10%	100,00%	90,60%
Antofagasta	58,30%	87,10%	90,50%	76,10%
Temuco	66,70%	90,90%	91,30%	79,80%

Il y a une différence plus ou moins de 10 % entre les hommes et les femmes.

	Homme	Femme	Total
Santiago	96,80%	83,60%	90,60%
Antofagasta	81,60%	72,00%	76,10%
Temuco	85,70%	73,80%	79,80%

En ce qui concerne le genre, les hommes regardent plus que les femmes à Santiago et à Temuco, mais à Antofagasta ce sont les femmes qui regardent le plus.

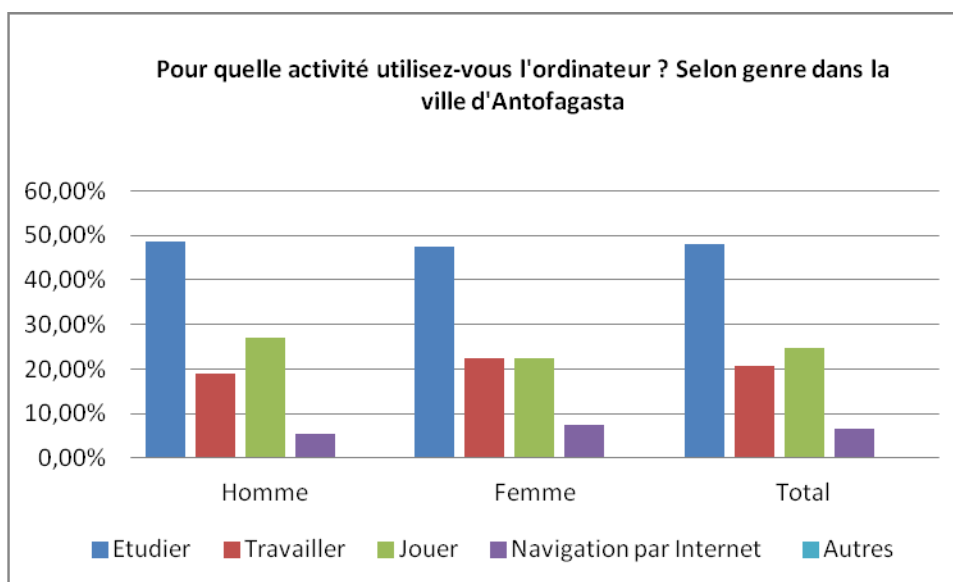
### 6.3.9 Pour quelle activité utilisez-vous l'ordinateur ?



Quant aux enfants et aux jeunes ils ont aussi un autre lieu de référence, à part le cadre de référence symbolique de la société générale : Internet. Une donnée d'utilisation se situe par rapport à la question précédente, mais aussi, dans l'enquête il y a une question plus directe que nous pouvons voir sur le graphique précédent en ce qui concerne **la ville de Santiago**.

Ici, nous avons détecté que la totalité des jeunes utilise internet à des fins d'études et de travail pour un 56,3%, et pour jouer et naviguer sans un but défini pour un 42,9%. C'est à dire, les ordinateurs se trouvent dans le collège ou le lycée, mais il y a un pourcentage important qui affirme qu'ils les utilisent pour se divertir.

On note une différence par genre, car les hommes se divertissent dans 51,7 % des cas



tandis que les femmes étudient et travaillent un peu plus.

Dans la ville d'Antofagasta 64,7% des utilisateurs font l'usage de l'ordinateur pour étudier et/ou travailler, alors que 34,2 % ne le font pas. 40,5% des hommes utilisent l'ordinateur pour se divertir, alors que 68,8% les femmes l'utilisent pour étudier ou travailler.

Dans la ville de Temuco, la situation est la suivante : 68,9% utilisent l'ordinateur pour travailler et/ou étudier, en face des 31,3 % qui jouent et/ou naviguent sans but précis.

Ainsi, nous pouvons détecter qu'il y a un moyen différent de l'encadrement du système de référence symbolique de la société en général par rapport au fait qu'il est possible de se nourrir à travers Internet des sujets de préférence de goût social culturel.

C'est-à-dire, de l'analyse des données nous constatons deux pôles d'usage de l'ordinateur : étudier- travailler/ naviguer sur Internet et jouer. Mais que signifie la navigation ? Dans l'analyse de la questions précédents nous avons fait équivalent la Navigation sur Internet à Jouer parce que les personnes interviewées ont marqué une alternative différente d'étudier, de travailler, il s'agit donc d'une déduction. L'enquête nous donne une réponse concrète:

**Qu'est-ce que vous aimez le plus du réseau d'internet?**

	Homme	Femme	Total
Santiago Naviguer pour la recherche d'informations	41,00%	40,40%	40,70%

	spécifiques			
	Naviguer sans un but défini	32,80%	13,50%	23,90%
	Consulter le courriel	8,20%	15,40%	11,50%
	Faire des rencontres sur le chat	4,90%	21,20%	12,40%
	Regarder des produits pour les acheter	4,90%		2,70%
	Autres usages	8,20%	9,60%	8,80%
Antofagasta	Naviguer pour la recherche d'informations spécifiques	39,40%	31,90%	35,00%
	Naviguer sans un but défini	15,20%	12,80%	13,80%
	Consulter le courriel	9,10%	4,30%	6,30%
	Faire des rencontres sur le chat	11,80%	27,30%	19,40%
	Regarder des produits pour les acheter	3,00%	4,30%	3,80%
	Autres usages	21,20%	10,60%	15,00%
Temuco	Naviguer pour la recherche d'informations spécifiques	58,80%	27,30%	43,30%
	Naviguer sans un but défini	23,50%	9,10%	16,40%
	Consulter le courriel	2,90%	30,30%	16,40%
	Faire des rencontres sur le chat	12,10%	36,20%	26,30%
	Regarder des produits pour les acheter	3,00%	4,30%	3,80%
	Autres usages	2,90%	6,10%	4,50%

Il est clair qu'il y a un autre lieu différent du lieu institutionnalisé de la référence symbolique de la société globale (télévision hertzienne) : c'est la navigation sur Internet; en effet, l'utilisation de l'ordinateur pour étudier ou travailler ne s'effectue que dans 40,7% à Santiago, 35% à Antofagasta ou 43,3% à Temuco. Le divertissement lié à la vie sociale (Naviguer sans un but défini ; Faire des rencontres sur le chat ; et Consulter le courriel) occupe 47,8% des utilisateurs à Santiago, 39,5% à Antofagasta) ou 59,1 % à Temuco. Dans ce cadre, on explique que les enfants et les jeunes visitent des sites web sur le comic chilien.

Car nous sommes en face d'un autre lieu de référence.

#### Qu'est-ce que vous aimez le plus du réseau d'internet?

		Moyenne Haute	Haut	Moyenne Bas	Bas	Moyen	Total
Santiago	Naviguer pour la recherche d'informations spécifiques	37,90%	41,90%	50,00%	33,30%		40,70%
	Naviguer sans un but défini	13,80%	32,30%	19,20%	29,60%		23,90%
	Consulter le courriel	17,20%	9,70%	11,50%	7,40%		11,50%
	Faire des rencontres sur le chat	10,30%		19,20%	22,20%		12,40%
	Regarder des produits pour les acheter	0,90%	0,90%		0,90%		2,70%
	Autres usages	17,20%	12,90%		3,70%		8,80%
Antofagasta	Naviguer pour la recherche d'informations spécifiques		25,00%		42,30%	38,50%	35,00%
	Naviguer sans un but défini		14,30%		19,20%	7,70%	13,80%
	Consulter le courriel		10,70%		7,70%		6,30%
	Faire des rencontres sur le chat		28,60%		15,40%	34,60%	26,30%
	Regarder des produits pour les acheter		7,10%		3,80%		3,80%
	Autres usages		14,30%		11,50%	19,20%	15,00%
Temuco	Naviguer pour la recherche d'informations		52,40%		23,10%	45,50%	43,30%

spécifiques				
Naviguer sans un but défini	9,50%	7,70%	24,20%	16,40%
Consulter le courriel	28,60%	30,80%	3,00%	16,40%
Faire des rencontres sur le chat	28,60%	15,40%	34,60%	26,30%
Regarder des produits pour les acheter	7,10%	3,80%		3,80%
Autres usages	4,80%		6,10%	4,50%

Dans la strate basse à Santiago, 59,2% des utilisateurs participent à un autre lieu de référence (Naviguer sans un but défini ; Faire des rencontres sur le chat ; et Consulter le courriel), en opposition à la référence symbolique de la société globale qui représente 33,3% ; à Antofagasta le pourcentage d'un autre lieu de référence est de 42,3% pour la strate basse, et le lieu institutionnel de la société globale est de 42,3% ; à Temuco l'autre lieu de la strate basse est de 53,9%, la référence de la télévision hertzienne est de 23%.

Il peut y avoir quelques différences au niveau de la strate social, ou du genre, mais le phénomène est le même.

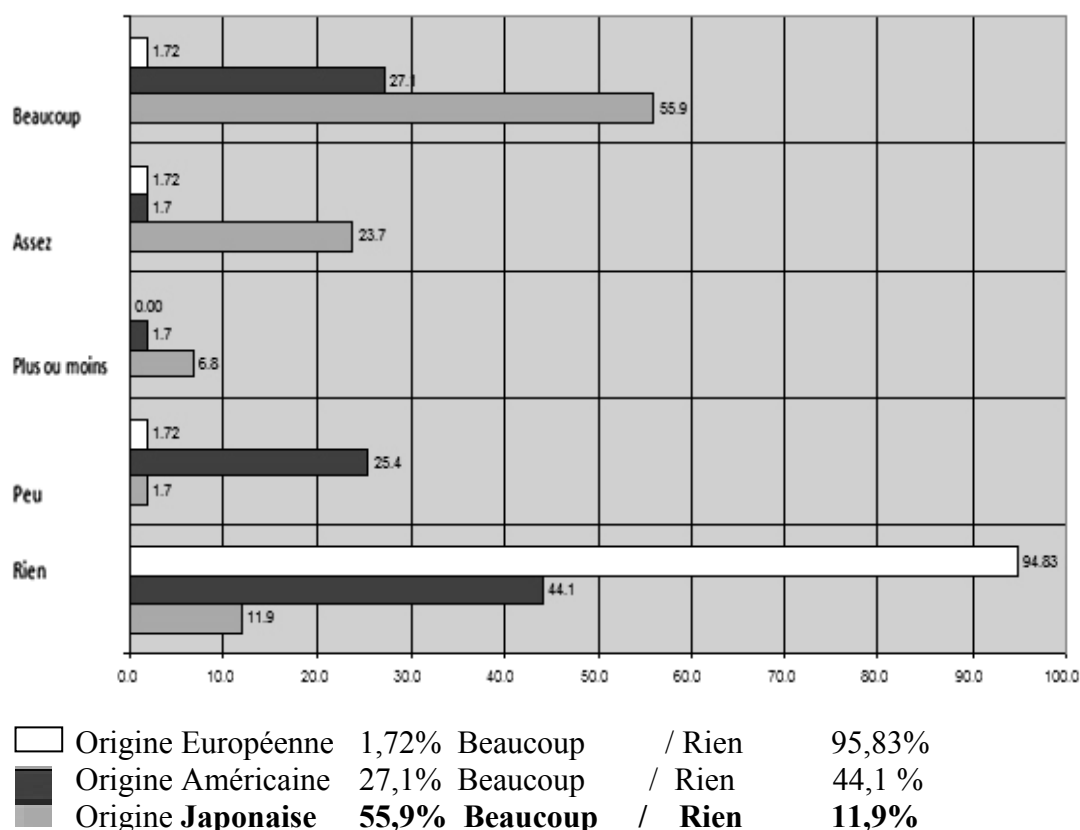
Alors, il est possible de comprendre les données suivantes de la recherche ethnographique et de l'enquête: nous avons détecté que les séries d'origine japonaise sont présentes dans 55,9% de l'offre en face d'un 27,0% de séries américaines et de seulement 1,72% de séries européennes.

Offre dans laquelle il y a des séries japonaises qui ne se regardent pas à la télévision hertzienne. Comment cela est-il possible ? Nous le savons par les données antérieures : des enfants et des jeunes naviguent sur Internet, et non pas seulement à des fins d'étude et/ou de travail, et d'un autre côté, nous savons qu'ils achètent dans les magasins spécialisés ainsi que dans les grands magasins une pluralité d'objets associés à l'animé et/ou à la vidéo animation.

### **6.3.10. Offre de produits dans les magasins et pays d'origine des séries télévisées**

Si nous regardons le graphique suivant par rapport au pays d'origine des dessins animés, il faut tenir compte que l'offre du pays d'origine des séries associées aux produits en vente n'est pas en relation avec l'offre télévisuelle des chaînes de télévision hertzienne.

Offre de produits selon origine des séries



La plupart des produits sont japonais, cette réalité n'est pas le principe de l'offre de télévision que nous avons détecté dans l'analyse de la grille de programmation.

Offre selon les chaînes et origine (heures)

	Heures Japon	Heures U.S.A.	Heures Europe	
Chilevisión	70.53	41.15	13.89	125.57
Megavisión	32.57	36.26	1.65	70.48
Canal 4 <sup>171</sup>		40.06	14.41	54.47
TVN		15.27	3.88	19.15
Canal 13 <sup>172</sup>		13.78		13.78
	103,1	146,52	33.83	

Offre selon le pays d'origine

	heures	%
Japon	103,1	36,4
U.S.A.	146,52	51,7
Europe	33.83	11,9
	283,45	100

171 La chaîne 4 est la Chaîne de Télévision hertzienne de l'Université Catholique de Valparaíso, qui au niveau réel opère comme une télévision payante, mais à cause des problèmes technologiques il n'est pas possible de consommer même dans la région de Valparaíso.

172 Canal 13: chaîne Université Catholique de Télévision.

Offre selon les chaînes

	%	heures
Chilevisión	39.9	125.57
Megavisión	22.4	70.48
Canal 4 <sup>173</sup>	17.3	54.47
TVN	6.1	19.15
Canal 13	4.4	13.78
		283,5

Offre selon chaînes et pays d'origine (Pourcentage)

	Japon	U.S.A	Europe
Canal 4 <sup>174</sup>		7.5	26.5
TVN		79.7	20.3
Megavisión	46.2	51.4	2.3
Chilevisión	56.2	32.8	11.1
Canal 13		100.0	

Nous savons par l'analyse de l'audience que ce qui est le plus regardé sont des dessins animés japonais, mais ils représentent seulement 34,6% de la programmation. Le mode de production est une contradiction de fonctionnement : la télévision doit s'autofinancer mais elle ne programme plus ce qui est le plus regardé, nous l'avons dit dans les pages antérieures, mais, il faut ajouter une autre réalité, en plus, l'émergence de la circulation des produits par des chaînes alternatives à la circulation établie par la forme de fonctionnement social.

**Car c'est le déséquilibre entre l'offre et la demande au niveau de la circulation institutionnalisée, c'est-à-dire, dans le cadre de référence global symbolique que la télévision pose aux spectateurs, qui a rendu possible le procès de circulation des produits liés à l'animé dans les magasins. Les magasins ont pris en charge le déséquilibre entre l'offre et la demande**

Nous avons constaté des produits associés à l'animé ou à la vidéo animation qu'il est possible d'acheter dans les magasins, spécialisés et généraux. Nous avons dit aussi que par rapport à la tranche d'âge, ceux qui achètent le plus dans les magasins spécialisés sont les mineurs de 11 ans (37,8%), et ceux qui achètent le moins sont les 16 à 19 ans (17,4 %); les sujets de 12 à 15 ans sont entre les deux (26,7 %). **Car il faut insérer l'analyse de la différence entre les deux types de circulations de la marchandise**, dans le sens de Marx.

---

173 Chaîne 4, op. Ci.

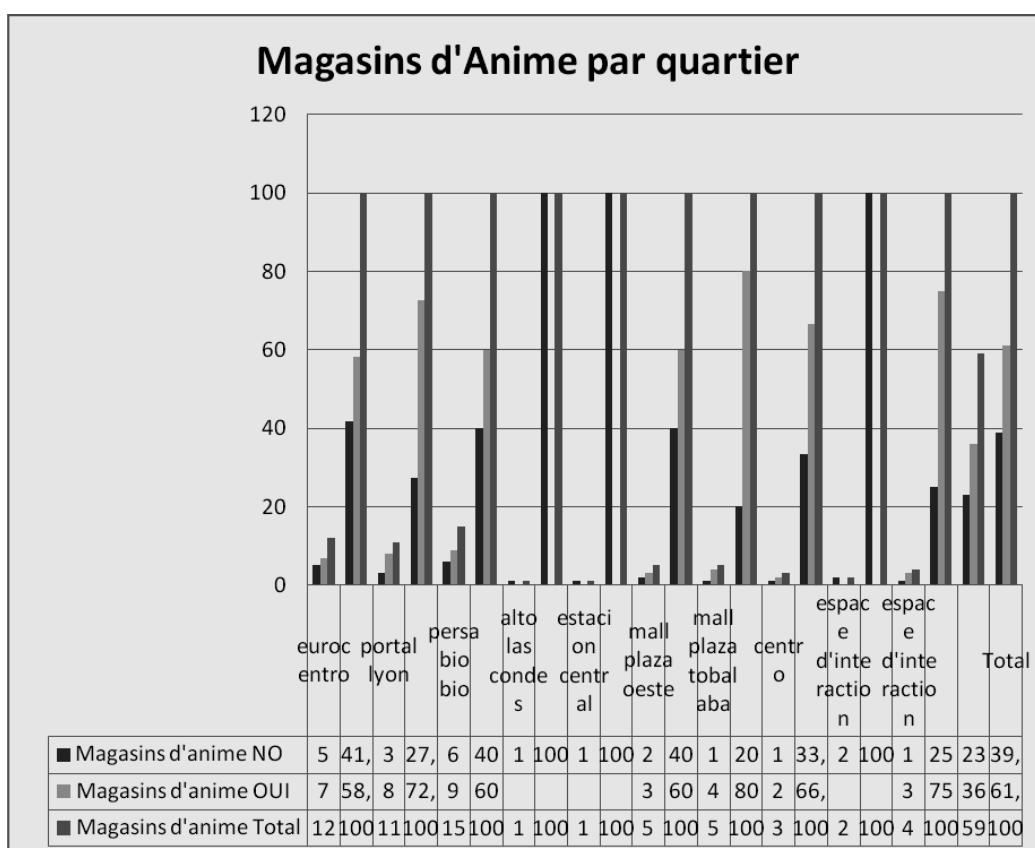
174 Op. Ci.

### 6.3.11 Magasins et Quartier

Dans l'étude ethnographique sur les magasins dans lesquels il est possible d'acheter des animés, nous avons récolté toute l'existence des magasins dans les villes de Santiago, Antofagasta et Temuco. Le graphique précédent porte sur les magasins de Santiago, et les colonnes représentent l'existence des magasins de produits liés aux séries japonaises de l'animation américaine ou européenne par quartier. L'étude nous a permis comprendre les magasins spécialisés avec des produits associés aux séries japonaises que nous avons nommées « *animé* » : Eurocentro (strate moyenne et moyenne inférieure) 7 magasins sur un total de 12, car 58 % des magasins vendent de l'animé, il y a 5 magasins d'animation américaine ; Portal Lyon (strate moyenne et supérieure) sur un total de 11 magasins spécialisés il y en a 8 d'animé qui représentent 72,7% du total, et 3 d'animation américaine ; Persa Bío Bío (plusieurs strates), il y a 9 magasins spécialisés d'animé qui représentent 60%, et 6 d'animation américaine, sur un total de 15 magasins spécialisés; dans le quartier « Estación Central » il y a aussi un petit magasins spécialisé (strate moyenne et inférieure) qui vend de l'animation américaine ; dans le centre historique de la ville il y a 2 magasins spécialisés d'animé et 1 d'animation américaine, sur un total de 3 magasins spécialisés. Mais dans les Grands Magasins: “Alto Las Condes” (strate supérieure et moyenne) il n'y a pas de section d'animation japonaise, il y a seulement 1 d'animation américaine ; dans le “Mall Plaza Oeste” (strate inférieure et moyenne inférieure), il y a deux sections d'animation américaine dans 2 grands magasins, et il y en a 3 qui offrent de l'animation japonaise, en même temps que des jeux de rôle (seulement 1), des cartes (trading cards : seulement 2), des jeux vidéos (seulement 1), alors, il y a 5 magasins dans lesquels il est possible d'acheter de l'animé et/ou de l'animation américaine ; dans le “Mall Plaza Tobalaba” (strate moyenne et moyenne inférieure) il y a deux sections de deux grands magasins qui ont des produits de vidéo animation, une d'animation américaine et une autre qui vend aussi de l'animé de Pokémon, c'est-à-dire de l'animation japonaise, sur une totalité de 5 lieux de vente. Les objets à vendre sont le merchandising (5), les jeux du rôle (1), les cartes (trading cards : 1), les jeux-vidéos (3), l'animation japonaise (3). Les espaces d'interaction sont des événements culturels de l'animation qui sont reconnus en tant que fiction (leur point d'origine date de 1999, en 2000 il y a eu deux événements, ainsi qu'en 2001 jusqu'à aujourd'hui en 2015 mais avec une dimension plus réduite). Durant ces événements culturels de fiction, il y a aussi la vente de vidéo-animation, avec deux animations américaines en 2000, et trois en 2001, dont un événement d'animation japonaise, et un d'animation américaine.



Le graphique permet de montrer la dimension du phénomène : il y a 59 lieux de vente de produits de ce nous avons nommé vidéo-animation (ou dans la dénomination de quelques théoriciens de l'animation japonaise il est possible de parler d'animé ; mais, dans notre recherche (voir les pages antérieures), nous avons préféré faire l'usage de la dénomination de vidéo-animation pour tout type d'animation (y compris la revue, le comic et le manga) et faire l'usage de la dénomination d'animé seulement pour l'animation japonaise. Dans le graphique nous avons fait l'usage des deux dénominations : NON Magasins d'animé, c'est-à-dire Comic, Animation Américaine ou Européenne ; OUI Magasins d'animé, c'est-à-dire l'existence d'animation japonaise, dans la dernière ligne nous avons parlé de Magasins d'animé Total, mais il faut comprendre le terme dans la conception des théoriciens du manga élargi pour le phénomène, qui équivaut à notre vidéo-animation) dans laquelle il y a 36 magasins de vente d'animation japonaise, et 23 d'animation américaine. Les pourcentages des magasins d'animation japonaise sont de 61%, et d'animation américaine de 39 %. Il reste que le nombre de 59 magasins d'animation est important pour la ville de Santiago.



Le graphique nous permet de comprendre aussi qu'il y a des lieux de concentration de magasins : l'Eurocentro, où il y a 12 magasins, Portal Lyon, où il y en a 11, et Persa Bío Bío où il y en a 15 ; c'est-à-dire les lieux des magasins spécialisés ne sont pas un magasin isolé des autres, ce sont de véritables centres d'achat. Dans les Malls les lieux sont peu nombreux, et

il y en a aussi cinq qui ne sont pas véritablement des magasins mais des sections à l'intérieur d'un Grand Magasin. Car les Grands Centres d'Interaction sont ces lieux. Nous avons montré dans le graphique un Espace d'Interaction aux Évènements d'animation ou d'animé ou de vidéo- animation parce qu'ils sont de véritables espaces d'interaction, mais il s'agit d'un évènement, et les sujets peuvent ensuite se réunir dans les Magasins Spécialisés, qui sont en définitive au nombre de 38.

### 6.3.12 Grands Magasins/ Magasins Spécialisées

Il faut dire une autre chose très importante que nous avons récolté dans la recherche ethnographique : dans les grands magasins il n'y a pas plusieurs produits liés à l'anime. S'ils sont catégorisés comme existence d'animé, c'est parce qu'il y a quatre magasins qui vendent aussi quelques objets liés à Pokémon (peluches, étuis, jeux-vidéos, etc.), mais il n'y a pas d'autres produits ou d'autres séries. Car il faut dire que malgré l'existence de quelques produits, ils sont très spécifiques et en correspondance avec un seul type de produit.

D'après ces données, nous pouvons affirmer qu'il existe une claire opposition entre les grands magasins et les magasins spécialisés. La recherche ethnographique réalisée nous a fait comprendre qu'il y a plusieurs caractéristiques propres aux magasins spécialisés et que l'on ne retrouve pas dans les grands magasins. Nous allons aborder cela plus en détail maintenant.

Les grands magasins vendent tous les mêmes produits : la plupart de l'univers Disney et Warner (Canard Donald, Tarzan, Bug Bunny, Mickey, etc.). Toute l'offre est très semblable, en ce qui concerne l'animation japonaise, il n'y a pas de produits à part Pokémon. Mais, en même temps il y a une grande quantité de Jeux-vidéos. On vend les jeux-vidéos dans les trois Mall.

Quartier	Offre Jeux- Vidéo		Total
	NO	Oui	
Eurocentro	8	4	12
	66,7	33,3	100
portal Lyon	6	5	11
	54,5	45,5	100
Persa bio bio	10	5	15
	66,7	33,3	100
alto las condes		1	1
		100	100
estacion central	1		1
	100		100
mall plaza oeste	4	1	5

	80	20	100
mall plaza tobalaba	2	3	5
	40	60	100
centre historique	2	1	3
	66,7	33,3	100
espace d'interaction	2		2
	100		100
espace d'interaction	1	3	4
	25	75	100
Total	36	23	59
	<b>61,0</b>	<b>39,0</b>	<b>100</b>

De la recherche ethnographique réalisée à Santiago, Antofagasta et Temuco il ressort que l'offre massive télévisée est proposée dans les Grands Magasins, et non dans les Magasins Spécialisés ; les Grands Magasins s'approchent plus de ce qu'est l'Offre Télévisuelle que nous avons décrite dans la grille de programmation télévisée. Concrètement c'est Disney qui prédomine, et en général les produits liés au comique américain, une grande offre de communication mais très peu de consommation réelle. Un cas distinct est Pokémon, qui est effectivement le produit massif de l'animé japonais.

Dans tous les Grands Magasins de Santiago, Antofagasta et Temuco les sections liées aux dessins animés se caractérisent, du fait que les produits sont tous les mêmes, et qu'ils sont achetés par les grands magasins aux entreprises du divertissement international. Ils proposent une offre normalisée des produits (Disney et Warner sont un bon exemple), les objets se caractérisent par un prix élevé (par exemple les programmes de jeux-vidéos, les consoles ou machines de jeux). De l'observation ethnographique nous nous sommes rendus compte que, pour acheter les produits, les enfants et les jeunes amènent leurs pères dans les magasins, pour passer à la caisse.

Mais ce n'est pas la seule différence, les 36 magasins spécialisés à Santiago, à Antofagasta et Temuco, ont non seulement des produits qui n'appartiennent pas au cadre de référence symbolique de la société globale, mais leur offre se caractérise par leur diversité. La nature de ces magasins est qu'une grande partie de leurs produits ne sont pas importés dans les réseaux de circulation de l'industrie du divertissement multinational mais sont obtenus de manière artisanale. Concrètement, il y a des séries générées au Japon qui n'ont pas de version doublée en espagnol, mais le magasin spécialisé obtient la série par l'intermédiaire d'Internet et fait lui-même le doublage du japonais à l'espagnol, il édite la série de manière artisanale. Le même mode de production et de circulation est donné avec le merchandising. La plupart du temps les produits comme les figures ou figurines circulent à travers d'autres réseaux de

circulation, et les objets de vente sont chinois, mais le produit est les figures des Saylor Moon, de la série japonaise. Ceci construit une réalité de fonctionnement divers, non normalisé, qui fait que l'achat n'est pas une activité de chasseurs, où j'obtiens l'argent nécessaire et ensuite je m'approprie le produit avec le pouvoir de l'argent, comme il se produit dans les Grands Magasins qui est la logique de l'échange de marchandises à travers l'argent, mais une activité de récolte. Le mode de production de la récolte est celui qui opère et non pas celui de l'économie du chasseur ; en définitive, je dois déambuler dans de nombreux magasins et récolter ce que je peux, où le produit offert par les magasins spécialisés n'est pas cher. Le problème n'est pas d'avoir l'argent pour l'acheter parce que le produit est accessible du point de vue économique, mais quand je vais l'acheter je ne le trouve pas, il n'y a pas de régularité parce qu'il est un mode de production qui n'est pas la logique du marché global. Chaque magasin spécialisé le produit de manière propre, il n'y a pas de distributeur qui vend le produit et le magasin qui l'achète, le magasin spécialisé doit aussi le chercher : doivent l'importer directement, et d'autres doivent le produire, doubler la langue dans le cas des séries. Comme il s'agit d'une petite unité économique (chaque magasin), dans la globalité de l'offre de ces magasins il n'y a pas régularité, donc on construit pour l'acheteur aussi une logique différente. Les jeunes acheteurs doivent récolter l'information depuis Internet et doivent effectuer une tâche collectrice dans les magasins sur les produits qui sont offerts et les produits qu'ils souhaitent avoir.

Nous avons repéré alors un point d'intersection entre la structure symbolique de la société globale et les micro-cultures, qui, à travers Internet et les magasins spécialisés, donnent accès à un vaste domaine de produits culturels. Les magasins spécialisés, comme la navigation par Internet sont alors le lieu où s'interconnectent les deux espaces, car on y trouve tant des produits liés à la culture globale (télévision hertzienne) que d'autres produits qui sont dans un non-lieu socialisé, c'est-à-dire Internet.

Dans cette perspective analytique, il y a un lien établi dans la recherche ethnographique Grands Magasins = Famille, Magasins Spécialisés = Identité Propre, c'est aussi valable pour la correspondance sémiotique entre l'Offre Télévisuelle et les Grands Magasins.

Ce lien familial des Grands Magasins avec les parents, il est cohérent avec la réalité de fonctionnement détecté : les jeux-vidéos sont chers, les peluches et les figurines, entre autres, sont également chères, il s'agit d'un système international du marché. C'est pour cela que les parents payeront ; un enfant de 9 ou de 13 ans ne peut se l'acheter, l'argent de poche des jeunes étant insuffisant).

D'autre part, ce qu'il y a dans les Grands Magasins est homogénéisateur, c'est le chemin de la télévision hertzienne, lié à leurs parents, et il faut se procurer leur argent d'eux pour y avoir accès.

Ce que proposent les Magasins Spécialisés est la diversité, c'est le parcours de la récolte, lié à mon mode propre.

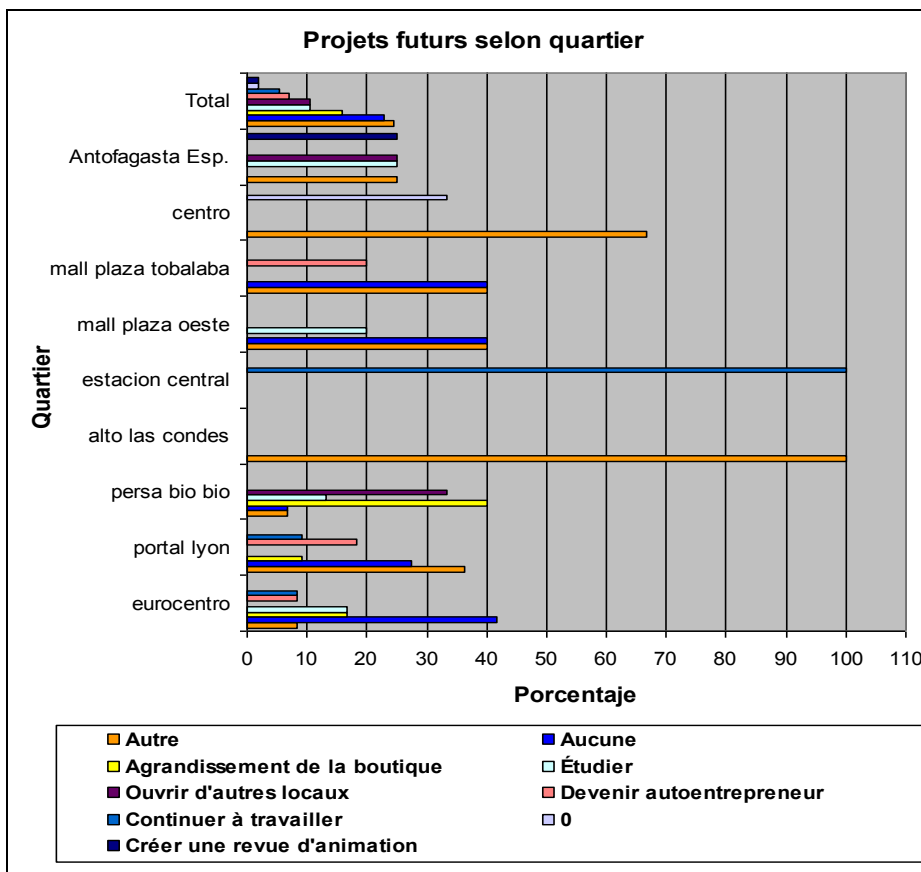
En outre, il y a une autre différence entre les Grands Magasins et les Magasins Spécialisés par rapport aux caractéristiques des personnes qui travaillent dans ces magasins, ce qui est ressorti de la recherche ethnographique. Dans les Grands Magasins, il y a des employés qui vendent les produits de la vidéo- animation, mais ils ne connaissent rien de l'objet qu'ils vendent; pour eux un jeu-vidéo est la même chose qu'une table. À l'opposé, les employés des magasins spécialisés aiment l'animation japonaise ou l'animation américaine, ils sont impliqués dans ces produits, ils ont un savoir qu'ils partagent avec le public, en établissant une relation horizontale avec les consommateurs. Nous avons fait une enquête auprès des propriétaires et/ou des employés des magasins spécialisés. Les employés des Grands Magasins n'ont pas répondu à l'enquête.

La plupart des Magasins Spécialisés de Santiago, Antofagasta et Temuco, travaillent seuls dans presque 80% ou 70 % des cas, il n'y a pas d'employés. Dans l'observation ethnographique nous avons détecté qu'ils ont des amis, et que même des acheteurs aident au développement des ventes des locaux, parce qu'ils aiment l'animé.

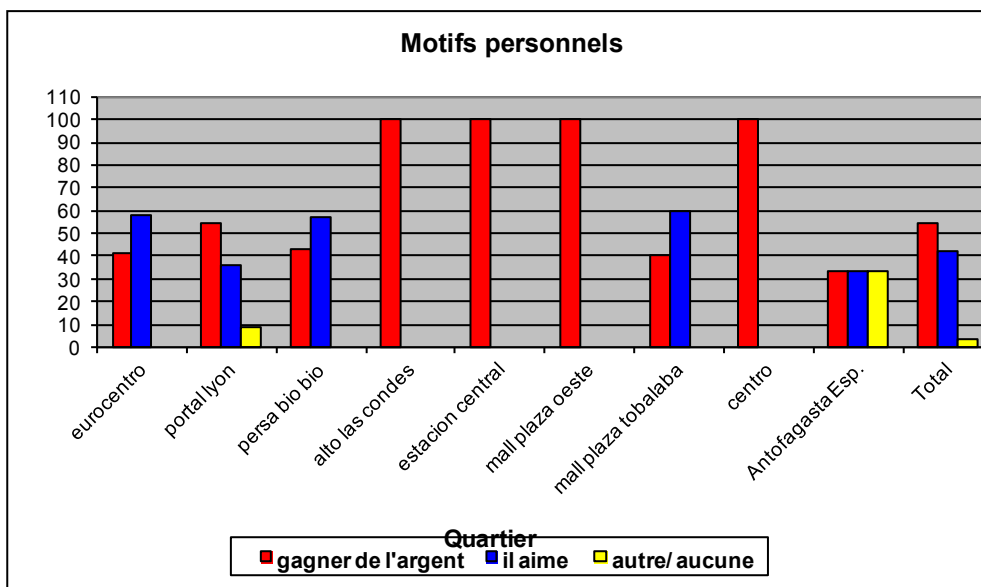
Par rapport aux projets d'avenir, les employés et/ou les propriétaires pensent pour la plupart générer une revue d'animation, une deuxième extension du magasin, étudier et être indépendant sont aussi des objectifs.

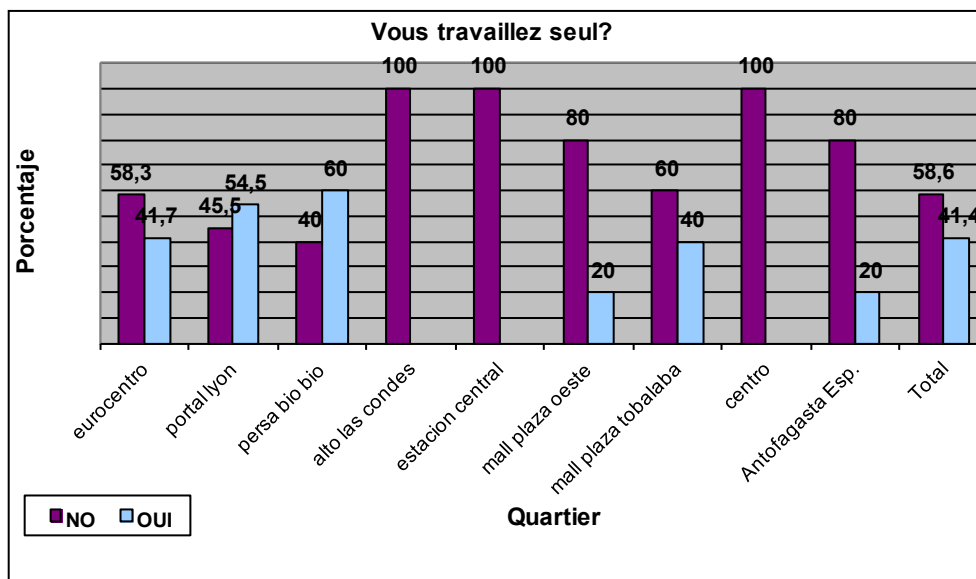
L'analyse des réponses nous permet de constater que les objectifs de l'emploi et de l'argent ne sont pas l'unique motif de l'activité réalisée.

Les lieux dans lesquels on pose ces caractéristiques sont le Persa Bío Bío, Portal Lyon et Eurocentro, et les Magasins Spécialisés de Antofagasta, de Temuco (il n'est pas dans le graphique).



Nous avons également demandé aux vendeurs les raisons personnelles qui les amènent à faire ce travail. Bien que la plupart des personnes interrogées ait répondu que c'était pour gagner de l'argent, nous remarquons que les personnes travaillant dans des magasins spécialisés ont évoqué aussi le fait d'aimer l'animation. Les réponses dans la ville de Santiago, d'Antofagasta et Temuco sont similaires. On en conclut donc qu'il ne s'agit pas seulement d'une motivation purement matérielle.





La plus grande partie des vendeurs de magasins spécialisés ne travaille pas seul.

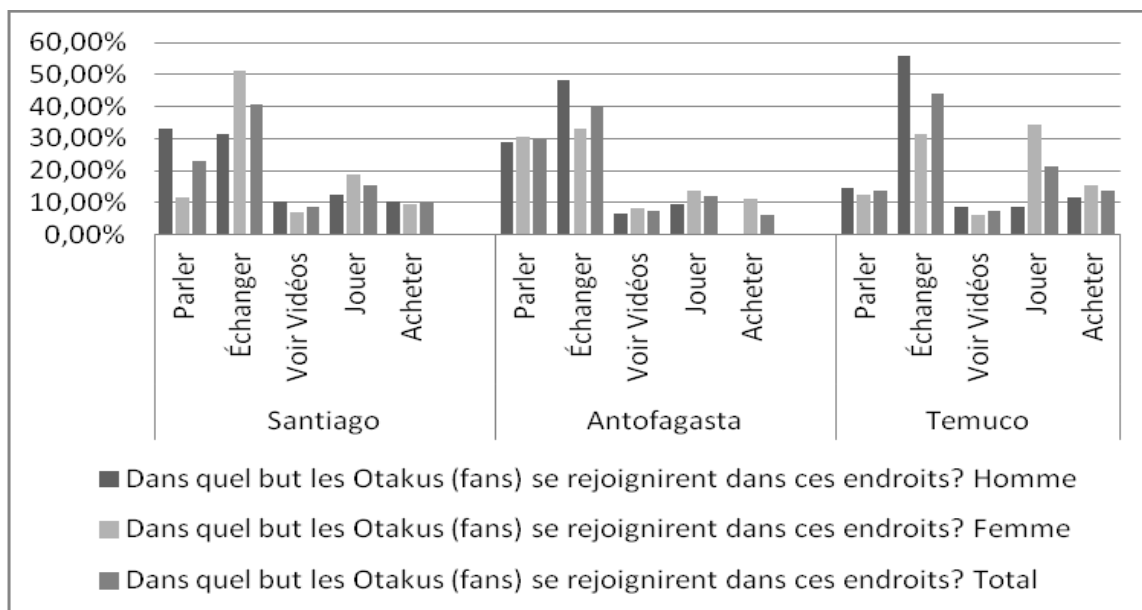
Il est significatif de détecter à Temuco et Antofagasta l'équivalent du Portal Lyon et de l'Eurocentro à Santiago: à Temuco le Magasin Spécialisé Assgard est éloigné du centre, bien que la distance à pied ne soit que de six minutes. Il s'agit de jeunes gens entrepreneurs qui commencent à exister comme un groupe de l'âme, en établissant le magasin comme le lieu d'un Centre d'Interaction, bien qu'il ne soit pas inséré dans une Galerie Commerciale, comme le cas de Santiago. La direction du magasin est: Vicuña Mackena 418.

À Antofagasta, il se produit la même situation, le magasin central est Temps Libre, également éloigné du centre de la ville (à 7 minutes à pied). Sa direction est Prat 932. Toutefois, il y a une différence avec Temuco, où la tranche d'âge de vie est plus proche de Portal Lyon et d'Eurocentro; par contre à Antofagasta il est plus près de l'âge de 6 à 16 ans. À Antofagasta, il y a aussi des magasins spécialisés et une galerie (Cubil) mais qui sont plus attachés au jeu-vidéo qu'à l'animé ou à l'animation américaine.

### **6.3.13 Dans quel but les Otaku (fans) se rejoignent dans ces endroits ?**

L'enquête et l'observation ethnographiques ont montré qu'il y a des lieux où les jeunes vont se réunir et établir des rapports sociaux par rapport à l'animation. Nous avons déjà décrits les lieux dans les pages précédentes, maintenant il faut synthétiser les raisons pour réunir les données de l'enquête.

L'enquête et l'observation ethnographique a permet percevoir ont découvert qu'il a des lieux où les jeunes vont à se réunissent et établissent des rapports sociaux par rapport à l'animation.

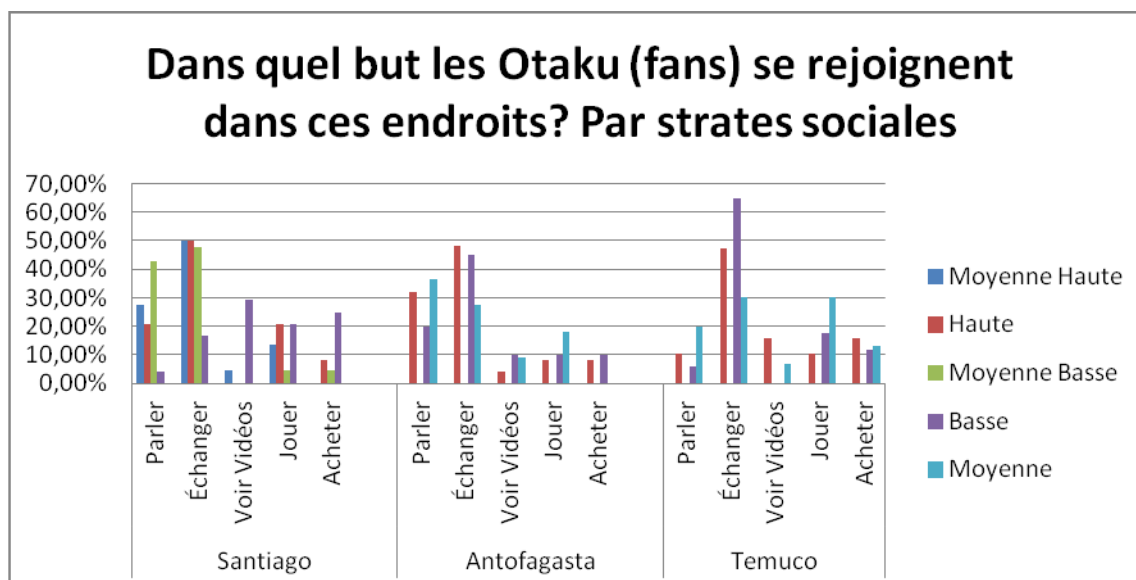


Les lieux ont été décrits dans les pages précédentes, et maintenant nous devons synthétiser les raisons des réunions révélées par l'enquête.

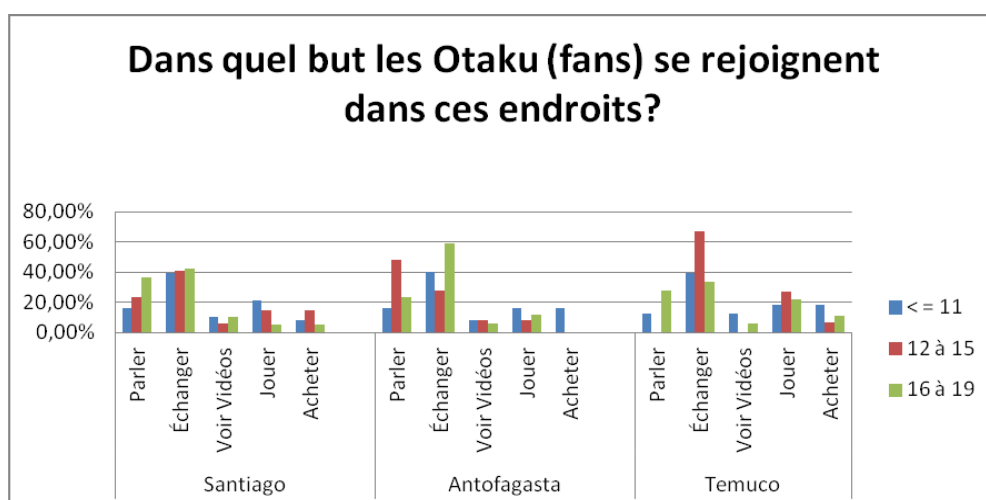
Nous avons demandé “dans quel but les Otakus (fans de l'anime japonais) se rejoignent dans leurs endroits préférés par eux dans la ville?”. Les préférences des réponses préférées sont échanger et parler à Santiago et Antofagasta, à Temuco c'est échanger et jouer. Les hommes échangent plus que les femmes à Antofagasta et Temuco, et les femmes échangent plus à Santiago.

En ce qui concerne les strates sociales à Santiago, les strates moyenne supérieure et moyenne inférieure et la strate supérieure, le fait d'échanger est le plus important. La même situation se reproduit dans les villes d'Antofagasta et Temuco.





Par rapport à l'âge, nous avons la distribution suivante des données :



À tous les âges, l'échange est l'activité qui domine parmi les raisons qui font que les jeunes se rassemblent le sens hégémonique par rapport se rejoignent dans les lieux les magasins spécialisés, mais aussi il est important suivie par l'activité de parler, communiquer ; l'exception c'est jouer à Temuco. Parler renvoie au besoin de se communiquer, échanger renvoie à l'échange d'information sur les séries et aussi à l'échange des produits. Échanger est également important similaire à Santiago pour les trois tranches d'âge, alors que parler est différent, les plus jeunes (moins de 11 ans) se communiquant moins que les plus âgés, et avec le développement de l'âge de vie plus.

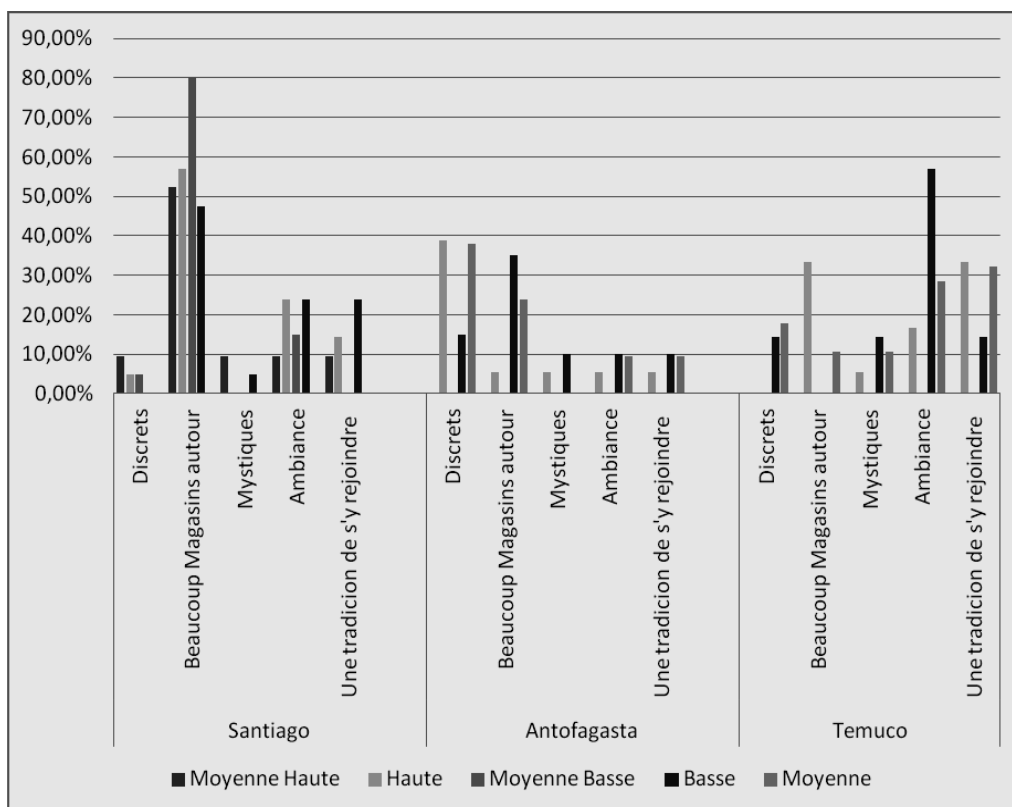
### 6.3.14 Ces endroits qu'ont-ils de spécial ?

Pendant l'enquête, nous avons demandé posé la question suivante: à l'enquête « Ces endroits qu'ont-ils de spécial? » ; les réponses selon le genre sont :

		Homme	Femme	Total
Santiago	Discrets	6,50%	2,70%	4,80%
	Beaucoup de Magasins autour	63,00%	54,10%	59,00%
	Mystiques	4,30%	2,70%	3,60%
	Ambiance	17,40%	18,90%	18,10%
	Une tradition de s'y rejoindre	6,50%	18,90%	12,00%
	Autres	2,20%	0,00%	1,20%
Antofagasta	Discrets	35,70%	25,80%	30,50%
	Beaucoup de Magasins autour	21,40%	22,60%	22,00%
	Mystiques	3,60%	6,50%	5,10%
	Ambiance	25,00%	22,60%	23,70%
	Une tradition de s'y rejoindre	7,10%	9,70%	8,50%
	Autres	7,10%	12,90%	10,20%
Temuco	Discrets	11,10%	11,50%	11,30%
	Beaucoup de Magasins autour	11,10%	23,10%	17,00%
	Mystiques	14,80%	3,80%	9,40%
	Ambiance	25,90%	30,80%	28,30%
	Une tradition de s'y rejoindre	33,30%	26,90%	30,20%
	Autres	3,70%	3,80%	3,80%

« Beaucoup de Magasins autour » est la première raison à Santiago avec un pourcentage de 59 %. S'il y a 12 magasins à Eurocentro, 11 à Portal Lyon et 15 à Persa Bío Bío, il est possible de comprendre que la tâche de récolte dans ce lieu d'interaction par les enfants est bien réalisée dans le lieu. car les magasins ne détiennent pas tous les mêmes objets. C'est différent à Antofagasta où « beaucoup de magasins » figure en troisième position dans laquelle est la troisième raison (il y a 6 magasins spécialisés), et différent ainsi qu'à Temuco où la catégorie est la troisième raison (il y a seulement 2 magasins spécialisés). La catégorie « ambiance » est la deuxième raison pour Santiago, Antofagasta et Temuco. La catégorie « ambiance » il est possible de lier à favorise le parler et l'échanger, c'est-à-dire communiquer dans l'espace de l'animé.

Si nous regardons les données selon la strate sociale, nous observons que la raison



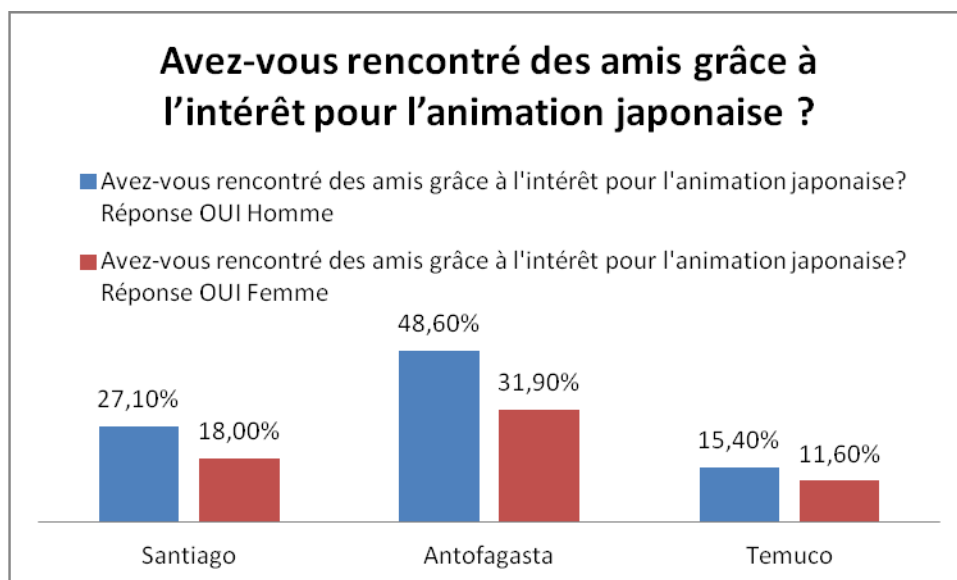
« les endroits sont discrets » est plus importante pour la strate supérieure d'Antofagasta et Temuco, alors qu'elle est minimale à Santiago. L'ambiance est nettement privilégiée plus importante à par la strate inférieure à Temuco. Pour les strates moyennes (moyenne inférieure et moyenne supérieure), inférieure et supérieure à Santiago la raison la plus importante raisons est qu'il y a beaucoup de magasins autour.

Nous avons dit que pour toutes les tranches d'âge l'action de se rejoindre dans un endroit est très importante pour échanger des produits, des informations, mais aussi il est important pour parler, pour communiquer. C'est pour cela que les caractéristiques idéalisées de ces espaces est qu'ils doivent rassembler plusieurs magasins, avec une ambiance, et être discrets. Pourquoi discrets ? Selon les statistiques obtenues par la strate sociale, il s'agit de la strate supérieure qui se préoccupe plus de la discrétion en tant que catégorie idéalisée de lieu, alors nous pouvons rappeler les raisons de goût pour la vidéo-animation américaine données par les enfants et les jeunes, ils sont et permise par les pères. L'enquête et l'observation ethnographique nous permettent de valider que de nombreux pères interdisent l'animé japonais aux enfants. Donc, à eux comme consommateurs de l'animé les enfants sont intéressés par le fait que les magasins ne sont pas tellement visibles à cause de l'interdiction parentale qui a lieu plus dans la strate supérieure que dans la strate moyenne.

Ce que l'enquête et la recherche ethnographique démontre est qu'il ne s'agit pas d'un sujet qui consomme seulement un objet d'intérêt culturel, mais qu'il s'agit d'un sujet qui établit des relations sociales autour de l'animé, animé qui n'est pas dans l'offre de la télévision hertzienne. Il y a seulement un petit morceau de cette offre qui fait partie du système de référence sociale, la quantité des 36,4 % d'heures de programmation infantile de séries japonaises de la grille hertzienne, mais la référence sociale est l'espace d'internet où des enfants et des jeunes cherchent l'information sur l'animé et les parcours de la récolte pour les magasins spécialisés, le monde propre. C'est pour cela, et pour l'interdiction de quelques parents et des éducateurs qu'ils les aiment comme discrets.

### 6.3.15. « Avez- vous rencontré des ami (e)s grâce à l'intérêt pour l'animation japonaise ?

Nous avons demandé dans l'enquête : « Avez- vous rencontré des amis grâce à l'intérêt pour l'animation japonaise ? Les réponses peuvent d'être OUI/ NON. Nous pouvons regarder le pourcentage des réponses OUI selon le genre :



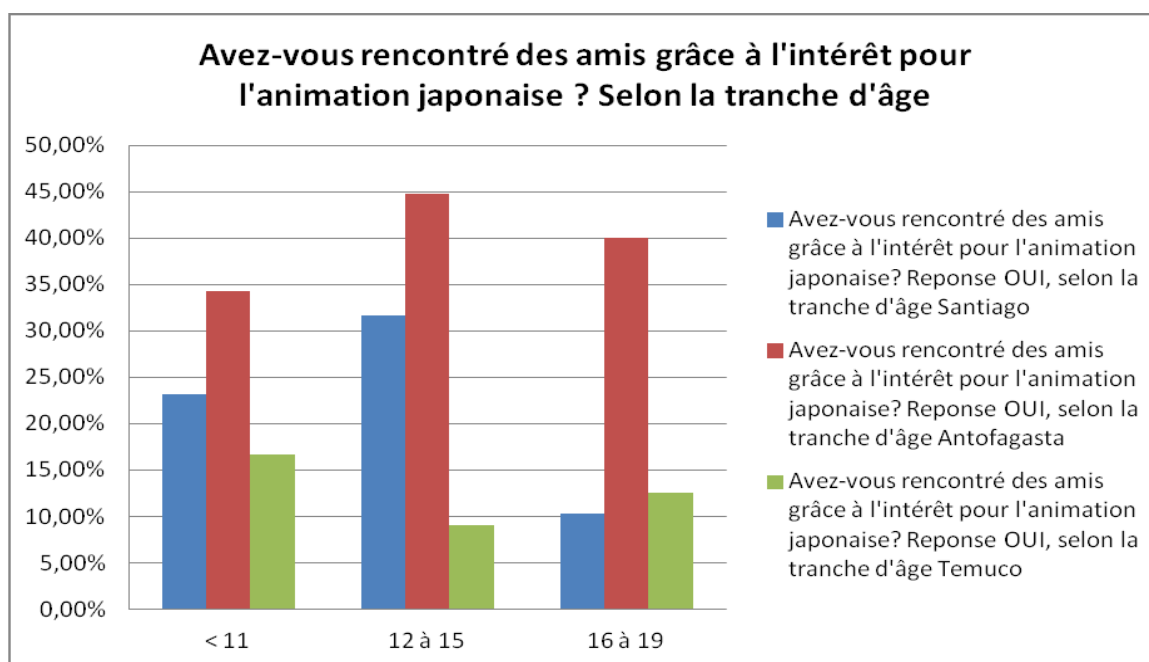
C'est-à-dire, 22,9% des jeunes se font des amis autour de l'animation japonaise.

En quoi consiste l'amitié? Elle consiste à parler des séries, et à échanger des produits qui lui sont liés à elles. C'est pour cette raison que l'animation japonaise leur a permis d'avoir de nouveaux amis, dans un pourcentage non moindre de 22,9% du global, mais qu'il est de 27,1% pour les hommes (un tiers du total), et de 48,6% pour les hommes d'Antofagasta, et de 15,4% pour les hommes de Temuco.

**Avez-vous rencontré des amis grâce à l'intérêt pour l'animation japonaise? Réponse OUI, selon la strate**

	Moyenne supérieure	Moyenne inférieure	Moyenne	Total
<b>Santiago</b>	11,10%	20,00%	42,90%	22,90%
<b>Antofagasta</b>	32,10%	40,70%	44,80%	39,30%
<b>Temuco</b>	12,00%	15,00%	13,50%	13,40%

Il est clair que dans l'espace de l'anime, il s'instaure des rapports sociaux pour 22,9% du total à Santiago (contre 77,10 % pour lesquels il n'y a pas de rapports sociaux), pour 13,4% à Temuco (un contre 86,6% on ne le fait pas) et un chiffre non moindre de 39,3% à Antofagasta (contre 60,7%). En relation à la strate sociale, la plupart sont dans la strate inférieure à Santiago et Antofagasta et dans les strates moyenne et supérieure d'Antofagasta. À Santiago, comme nous l'avons dit dans le chapitre méthodologie, nous avons différencié les strates moyennes de moyenne supérieure et moyenne inférieure, ainsi le pourcentage de la strate moyenne est de 15,55%. Et il est clair aussi que les hommes se font des amis plus que les femmes.



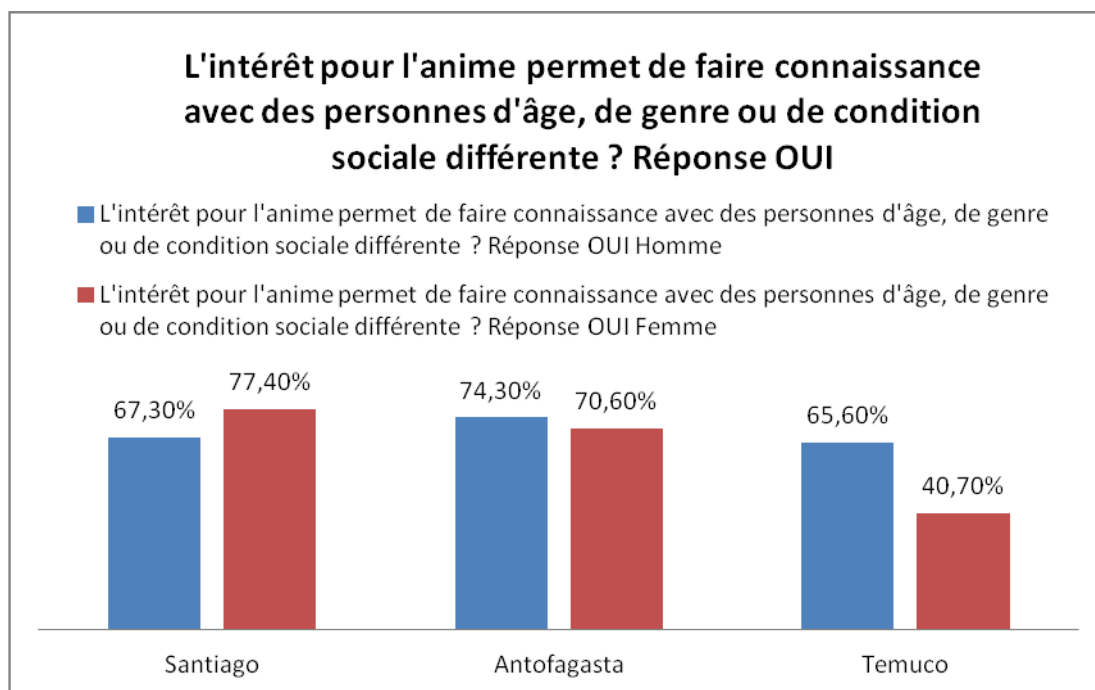
Si nous faisons l'analyse par tranches d'âges nous détectons que la plupart des jeunes qui se font des amis à travers leur goût partagé de l'animés à la période de ont entre 12 et 15 ans, ce qui représente 31,7% à Santiago et un 44,8% à Antofagasta. Pour les moins de 11 ans, le pourcentage est de 23,10% à Santiago et un 34,3% à Antofagasta. Le cas de Temuco est différent, il y a un avec 16,7% vers les 11 ans. Mais dans les trois villes le pourcentage commence à descendre avec l'âge.

Nous pouvons faire une analyse statistique plus minutieuse, parce que l'analyse précédente repose par rapport à détecter sur les tendances détectées présentes parmi les jeunes

cherchés enquêtés. Il faut tenir en compte que dans la totalité des cas de 12 à 15 ans à Santiago un 68,3% ne se font pas d'amis à travers les dessins animés japonais sur une totalité de 109 cas qui ont répondu à la question de l'enquête ; mais un 31,7% ont fait un répondu OUI, ils se font des amis à travers l'animé. L'analyse statistique exécutée nous permet de révéler le pôle âge de vie de 12 à 15 ans comme le pôle le plus important par rapport à l'implication avec l'animé. Car c'est entre 12 à 15 ans que les relations sociales sont très importantes et dans ce cadre l'animé est très important l'animé, on peut parler et faire des échanger des objets et de l'information. Ces données sont en correspondance avec que le fait que les jeunes de 12 à 15 ans vont plus acheter dans les magasins spécialisés que dans les autres lieux, peut être parce qu'il ont le besoin d'aller dans les magasins pour se nourrir en plus que faire de l'interaction.

La situation est la même à Santiago et à Antofagasta mais elle est différente à Temuco. À Temuco, les magasins spécialisés sont visités par tous les âges de vie de façon égale, et en ce qui concerne se faire des amis autour de l'animation elle est plus forte vers les 11 ans et les 16 à 19 ans.

### **6.3.16. L'Internet et la connaissance de différentes personnes d'âge, genre et strate sociale.**

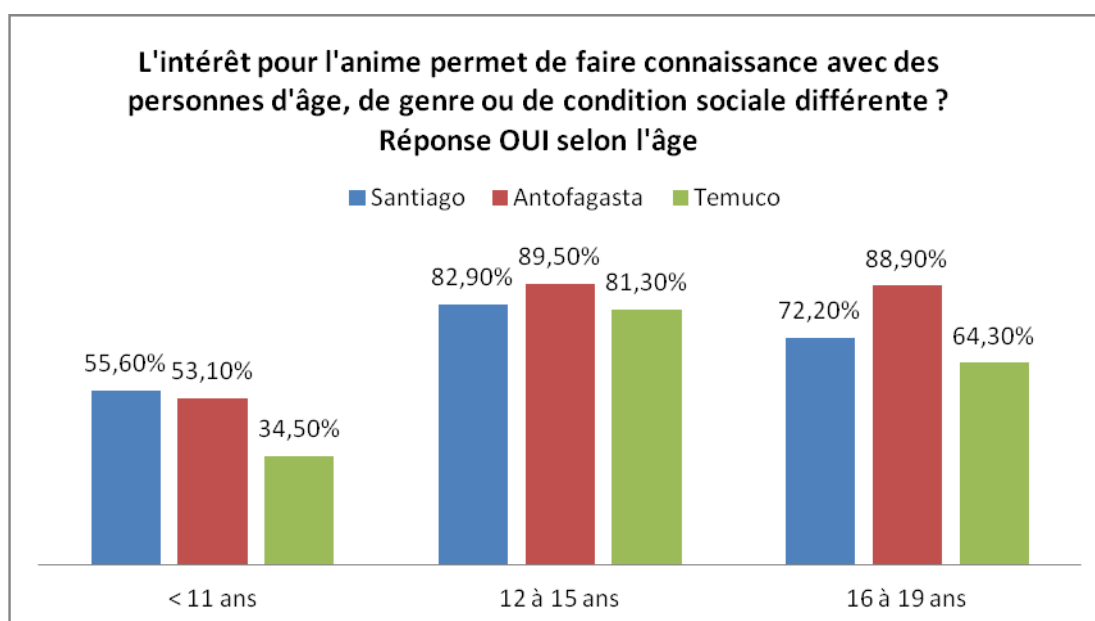


La plupart des enquêtés ont répondu OUI, dans 71,3%, et NON dans 28,8 % des cas, les différences concernant le genre sont visibles dans le graphique, les hommes pensent OUI avec des différences significatives pour les femmes.

**L'intérêt pour l'animé permet de faire connaissance avec des personnes d'âge, de sexe ou de condition sociale différente? Selon les strates sociales. Réponse OUI**

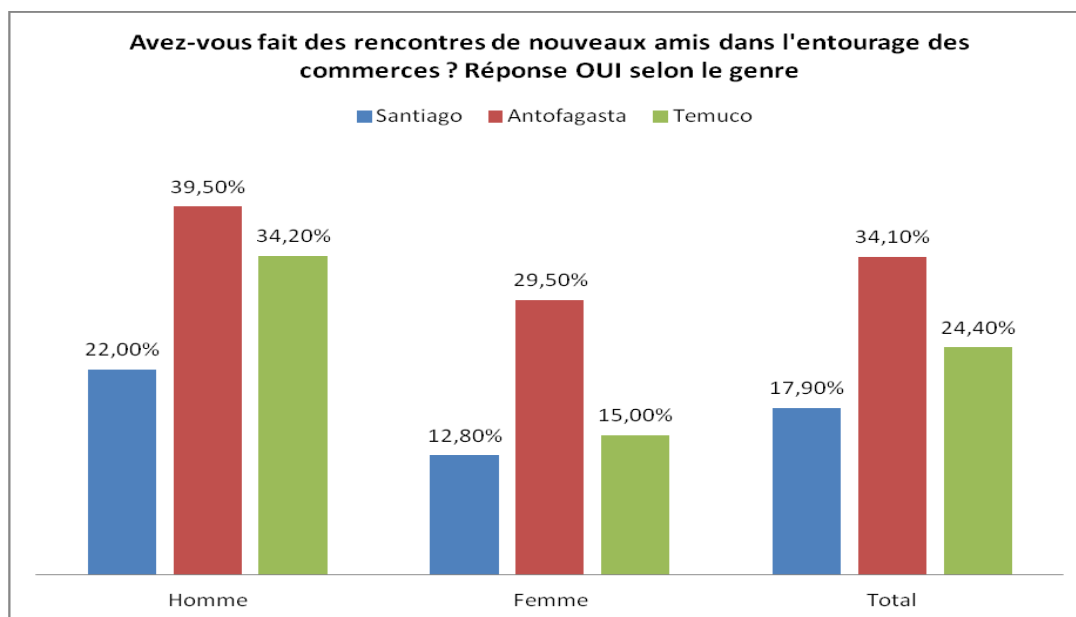
	Moyenne supérieure	Supérieure	Moyenne inférieure	Inférieure	Moyenne	Total
<b>Santiago</b>	60,00%	86,40%	68,40%	68,40%		71,30%
<b>Antofagasta</b>		76,00%		71,40%	69,60%	72,50%
<b>Temuco</b>		46,20%		50,00%	61,50%	54,20%

L'analyse selon la strate sociale nous permet de savoir que de la totalité des cas qui ont dit OUI (le 71,3%) en face à 80,8% qui ont dit NON, par rapport à l'inclusion de la variable strate sociale n'implique pas de grandes différences par strate, dans toutes les strates le OUI est majoritaire, sauf dans la strate supérieure de Temuco, mais la différence est minimale (pour la quantité peu élevée des cas qui ont répondu (27 personnes) il s'agit de 7 cas NON et de 6 cas OUI).



L'analyse selon l'âge nous permet de constater qu'il s'agit d'une réalité plus importante pour les personnes de 12 à 15 ans et de 16 à 19 ans.

### 6.3.17. Magasins spécialisés et rencontre de nouveaux ami(e)s.



Nous avons demandé aussi aux enquêtés s'ils se sont fait des nouveaux amis dans l'entourage des magasins spécialisés ou même à l'intérieur des magasins spécialisés. Les réponses OUI sont de 17,9 % à Santiago, c'est à dire que 82,1% ont dit NON. Mais parmi les hommes le pourcentage est de 22% à Santiago avec 78% qui ont dit NON. À Antofagasta le pourcentage augmente fait un changement le avec 34,1% (presque un tiers) de OUI. Mais les hommes se font plus d'amis que les femmes, les différences hommes-femmes sont de 10% dans les deux villes. À Temuco, la différence est presque le double, les hommes ont répondu OUI dans 34,2 % des cas face aux femmes avec un 15%.

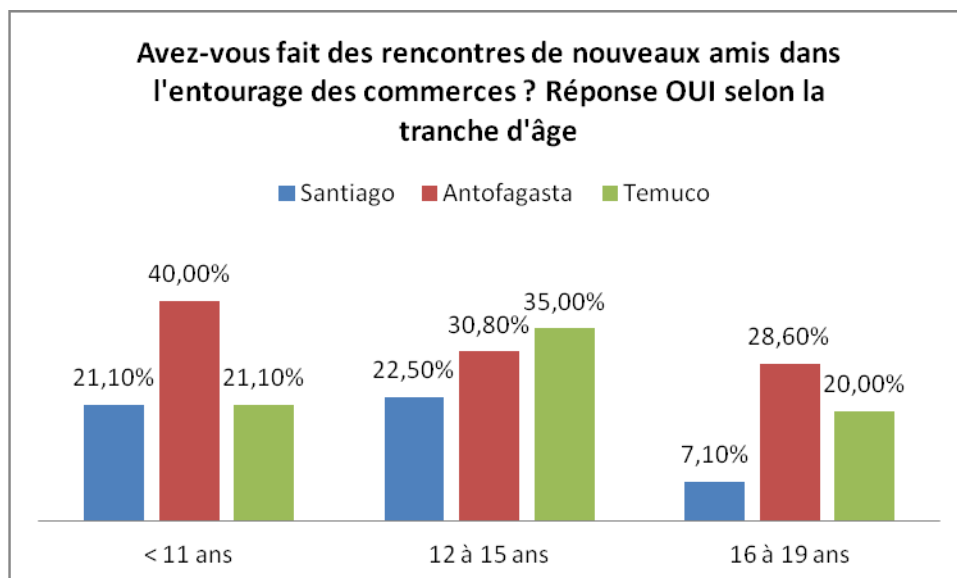
**Avez-vous fait des rencontres de nouveaux amis dans l'entourage des commerces? Réponse OUI, selon la strate sociale**

	Moyenne Supérieure	Supérieure	Moyenne inférieure	Inférieure	Moyenne	Total
<b>Santiago</b>	26,90%	17,20%	4,00%	23,10%		17,90%
<b>Antofagasta</b>		13,80%		42,90%	48,00%	34,10%
<b>Temuco</b>		20,80%		35,00%	20,60%	24,40%

En faisant l'analyse selon la strate sociale, nous avons saisi que 17,9% ont dit OUI à Santiago, avec un score plus élevé dans la strate inférieure (23,1%) que dans la strate supérieure, et par rapport à la strate moyenne supérieure et moyenne inférieure nous donné un pourcentage, tous les deux le score est de 42,1 %, c'est-à-dire 8 du numéro total des cas (19) qui ont répondu à la question affirmativement, alors que la strate supérieure donne le pourcentage le plus bas.



Par rapport à la variable de l'âge, il est clair dans les données et dans le graphique qu'il est plus important pour la tranche d'âge de 12 à 15 ans à Santiago (22,5%), mais dans l'âge égal ou inférieur à 11 ans, le pourcentage n'est pas inférieur à 21,1%. À Antofagasta, c'est plus important pour les  $\leq 11$  ans, mais pour les 12 à 15 ans il est important aussi, il y a avec un 30,8 %. À Temuco le OUI est plus important pour l'âge 12 à 15 ans (35%) et 21,1 vers les 11 ans. La règle commune est que le pourcentage diminue à l'âge de 16-19 ans, à Santiago, Antofagasta et Temuco.



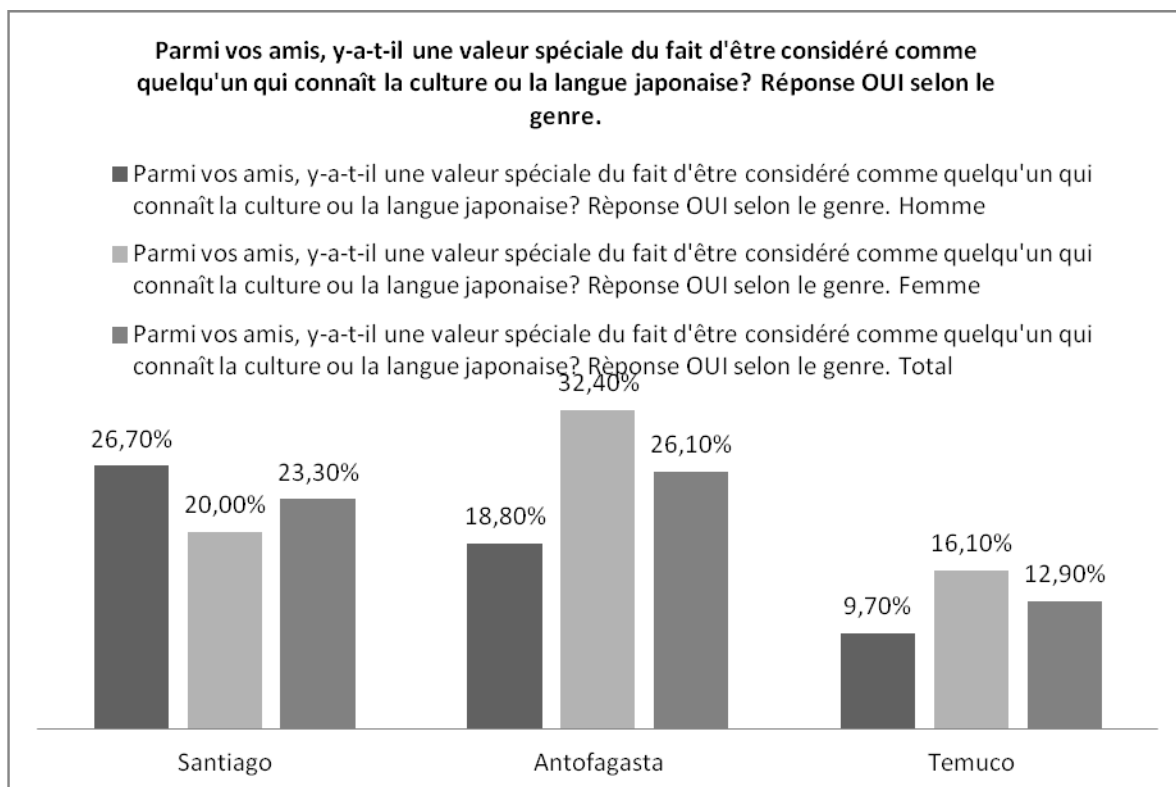
Alors l'intérêt pour les dessins animés japonais a permis aux enfants et jeunes de se faire des amis, soit pour leur goût même de parler et d'échanger dans la vie sur ce sujet, soit pour leurs parcours à l'intérieur des magasins ou autour d'eux.

Quant aux espaces d'interaction, les magasins spécialisés sont un espace pour échanger, bien entendu, mais ils constituent aussi un espace pour parler et s'informer sur les séries. S'informer, soit parce que les jeunes, dans leur parcours, font face à de nouvelles séries, soit parce qu'ils parlent avec le vendeur ou la vendeuse du magasin, soit parce qu'ils parlent avec les autres jeunes qu'ils rencontrent dans le magasin.

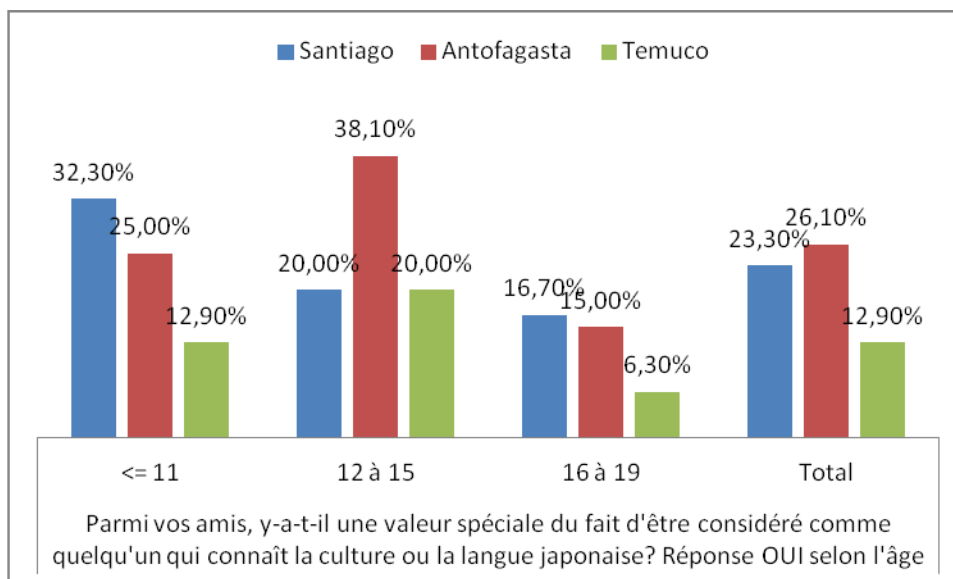
Cette situation est validée par l'observation ethnographique réalisée : nous avons constaté des rapports d'amitié entre les vendeurs et les acheteurs, mais aussi avec les personnes qui viennent dans le magasin et avec lesquelles ils parlent d'anime.

### 6.3.18 Savoir de l'anime et attribution de la valeur

Il y a une cohérence entre l'observation ethnographique et l'enquête. Nous avons demandé dans l'enquête s'il y a une attribution de la valeur pour les personnes qui en savent plus sur l'animé dans les groupes d'amis. Les réponses OUI sont de 23,3% à Santiago, de 26,10% à Antofagasta, et de 12,9% à Temuco.



Mais 23,3 % à Santiago ne représente pas un grand chiffre. En observant les différences par genre, nous voyons que le chiffre des hommes est important. Les 26,7 % des hommes à Santiago, chiffre équivalent à la moyenne d'Antofagasta, vont considérer que leur savoir sur l'animé leur donne une valeur de reconnaissance des autres, des amis. Avec l'enquête nous avons l'indice que, presque pour un tiers de la totalité des jeunes, le savoir sur l'animé a une valeur de reconnaissance en face des autres. Il faut aussi observer que dans le cas d'Antofagasta il y a une inversion des rapports de genre : c'est plus une valeur pour les femmes que pour les hommes. On détecte aussi que Temuco présente une situation différente.



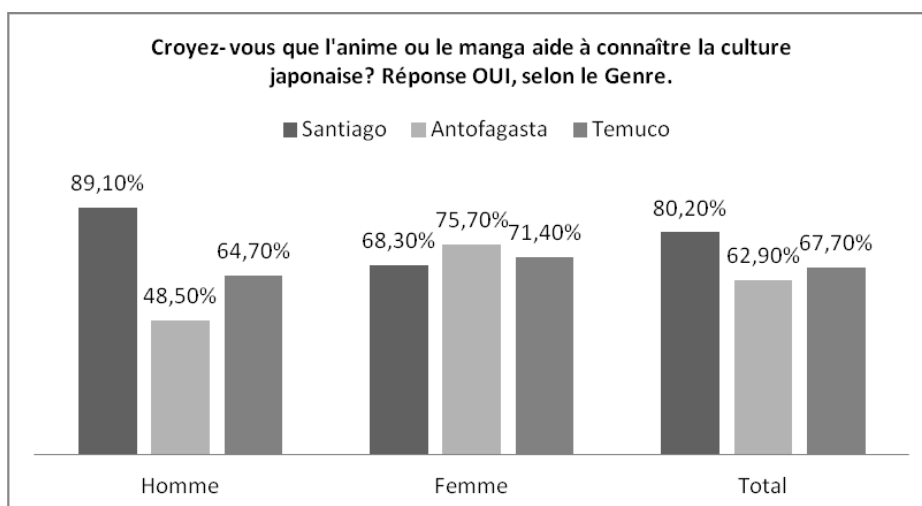
L'inclusion des tranches d'âge nous permet de mieux comprendre le phénomène. Le pourcentage d'attribution de valeur, en face des amis, du savoir sur l'animé représente vraiment un tiers de la totalité des jeunes âgés de plus ou moins 11 ans : un 32,3% à Santiago, un 25% à Antofagasta et un 12,9% à Temuco. Et dans la tranche d'âge des 12-15 ans le pourcentage diminue à Santiago (20%), augmente à Antofagasta (38,1%) ainsi qu'à Temuco avec un 20%. Tous les pourcentages diminuent pour les 16-19 ans.

C'est-à-dire pour les enfants et les jeunes, le savoir sur l'animé est très important, c'est une référence pour tous les rapports sociaux avec des amis. L'importance se déroule vers les <= 11 ans et les 12 à 15 ans, et nous parlons d'un 26,2% à Santiago, et d'un 29,1% à Antofagasta et 16,5% à Temuco. Il est vrai que les villes plus impliquées dans la construction des relations sociales autour de l'animé sont Santiago et Antofagasta, avec presque un tiers de la totalité.

**Parmi vos amis, y-a-t-il une valeur spéciale du fait d'être considéré comme quelqu'un qui connaît la culture ou la langue japonaise? Réponse OUI selon la strate sociale.**

	Moyenne Haute	Haute	Moyenne Basse	Basse	Moyenne	Total
<b>Santiago</b>	27,30%	28,60%	12,00%	27,30%		23,30%
<b>Antofagasta</b>		23,10%		27,30%	28,60%	26,10%
<b>Temuco</b>				26,30%	12,50%	12,90%

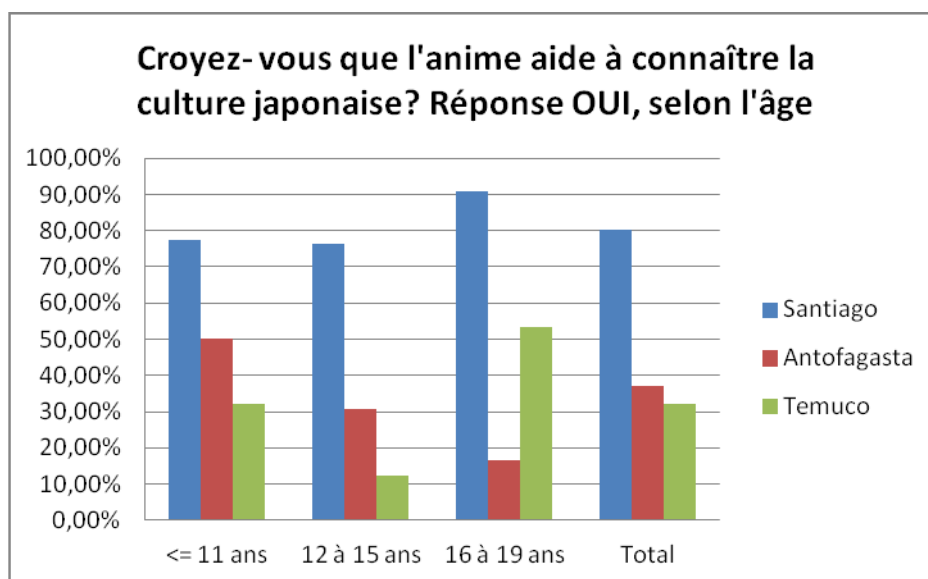
Il n'y a pas de différence entre les strates sociale à Santiago, sauf que la strate moyenne basse considère moins que le savoir sur l'animé lui donne une valeur. D'un autre côté, à Temuco la strate haut ne croit pas que le savoir sur l'animé l'assigne au sujet d'une attribution de valeur.



Nous avons demandé aussi : « Croyez-vous que l'animé ou le manga aide à connaître la culture japonaise ? ». Les réponses selon le genre sont données dans le graphique précédent.

Pour la plupart des questionnés on pense que le manga aide à connaître la culture japonaise, et il n'y a pas de différences significatives entre les strates sociales.

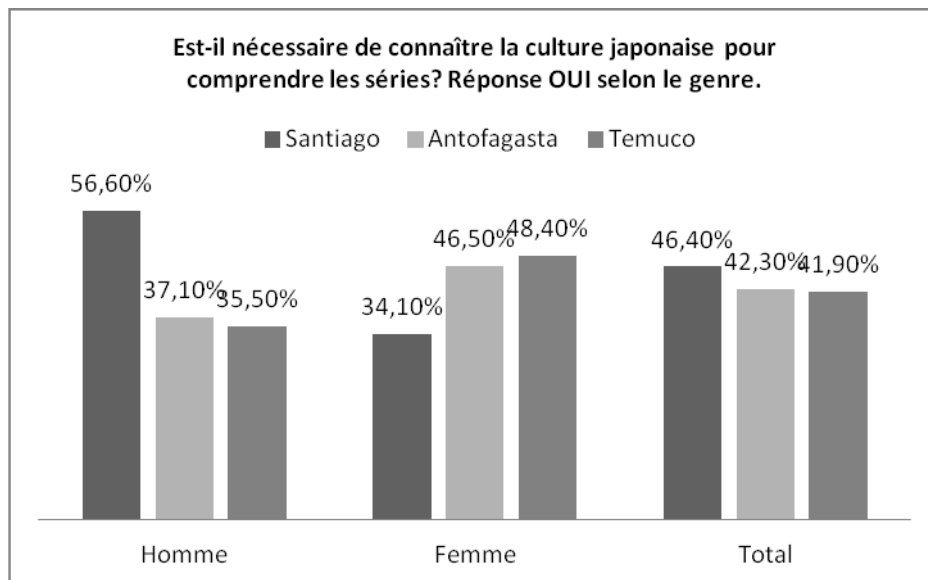
En ce qui concerne les tranches d'âge, il y a des différences, mais en définitive tous accordent à l'anime une valeur par rapport à la connaissance de la culture japonaise.



À Santiago, les questionnés de tous âges sont d'accord avec le fait que l'animé aide à connaître la culture japonaise.

### 6.3.19 Est-il nécessaire de connaître la culture japonaise pour comprendre les séries ?

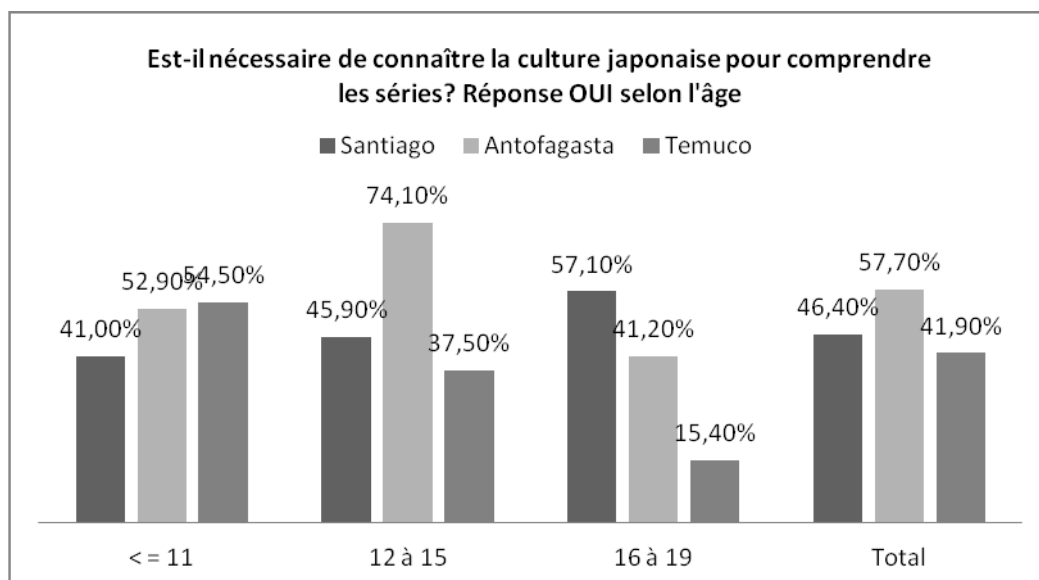
Nous avons demandé aussi s'il est nécessaire de connaître la culture japonaise pour comprendre les séries. Les réponses OUI sont pour Santiago 46,4%, pour Antofagasta 42,3% y pour Temuco 41,9%.



Il y a des différences selon le genre, peut être parce que les femmes d'Antofagasta aiment plus l'animé, mais en tout cas, les pourcentages les plus bas sont 34,0%. C'est-à-dire, on comprendre qu'il y a des problèmes cognitifs, peut être parce que les séries ne sont pas simples.

Mais le plus important des données précédentes montrent deux aspects: d'un côté, la question « croyez-vous que l'animé aide à connaître la culture japonaise » est une reconnaissance de l'existence d'autres lieux, d'autres espaces différents de la culture occidentale, et d'un autre côté la détection que le texte de l'animé a besoin d'autre chose pour être compris, c'est-à-dire c'est l'acceptation d'une intertextualité en arrière plan.

Si nous faisons l'analyse par tranche d'âge, il faut regarder le pourcentage le plus bas chez des sujets qui n'aiment pas beaucoup l'animé (16 à 19 ans à Temuco). Mais tous les autres pourcentages affirment la présence du besoin d'un savoir externe au texte, pour le comprendre, qui est un savoir sur la culture japonaise. En plus, il s'agirait d'accepter que les séries japonaises posent un problème cognitif.

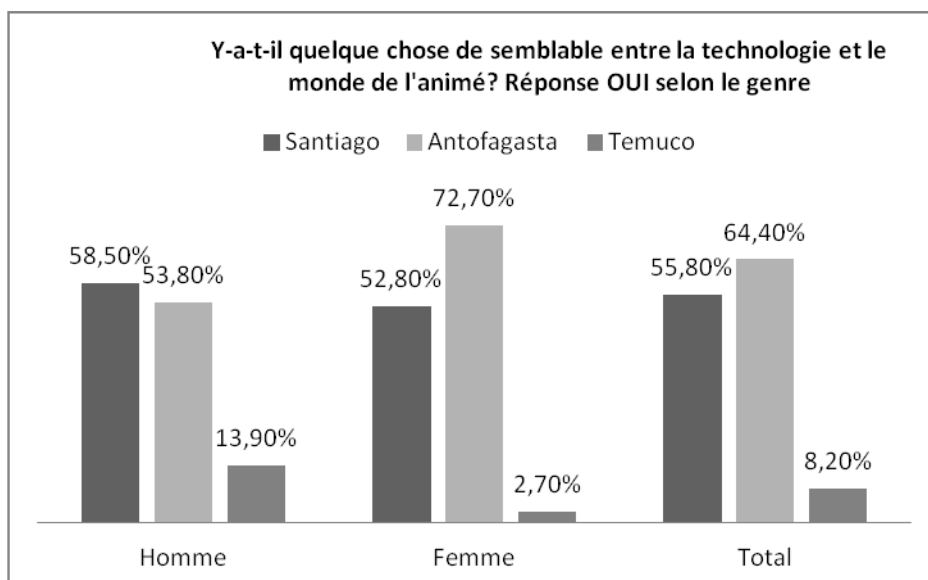


Il faut analyser la variable strate sociale. À Santiago, la strate moyenne basse aime moins l'animé, alors il est explicable qu'elle considère moins l'aspect du problème cognitif, mais en tous cas elle en a tenu compte dans un 26,10%. Pour les consommateurs des strates haute et moyenne haute et basse, il est clair qu'il faut connaître la culture japonaise pour comprendre la série. À Antofagasta c'est la même situation, moins pour la strate haute, et le même cas à Temuco. Il est remarquable aussi que les totaux des pourcentages nous parlent d'une réalité pour un peu plus de 40% des consommateurs des dessins animés.

**Est-il nécessaire de connaître la culture japonaise pour comprendre les séries? Réponse OUI selon la strate sociale.**

	Moyenne Haute	Haute	Moyenne Basse	Basse	Moyenne	Total
<b>Santiago</b>	45,80%	45,80%	26,10%	65,40%		46,40%
<b>Antofagasta</b>		18,50%		48,00%	61,50%	42,30%
<b>Temuco</b>		15,80%		52,90%	53,80%	41,90%

### **6.3.20 Y-a-t-il quelque chose de semblable entre la technologie et le monde de l'anime ?**

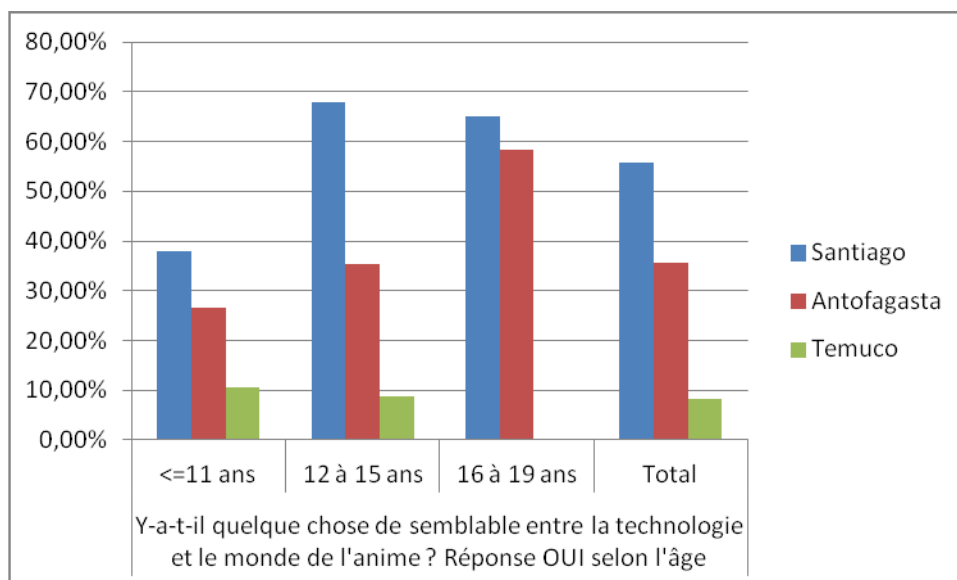


Nous avons demandé si les jeunes voient des rapports entre l'anime et la technologie car on constate que les jeunes y voient un problème cognitif qui se pose. Les réponses sont claires : pour les jeunes d'Antofagasta et de Santiago, il est évident qu'il existe des rapports entre la technologie et l'anime, peut être parce que tous les deux posent un problème cognitif. Il y a des différences selon le genre entre Santiago et Antofagasta, mais dans les deux villes la relation entre technologie et animé porte sur le pourcentage de 50%. La ville de Temuco est différente.

**Y-a-t-il quelque chose de semblable entre la technologie et le monde de l'animé? Réponse OUI selon la strate sociale.**

	Moyenne haute	Haute	Moyenne Basse	Basse	Moyenne	Total
<b>Santiago</b>	52,60%	55,00%	52,40%	64,70%		55,80%
<b>Antofagasta</b>		40,00%		26,30%	40,00%	35,60%
<b>Temuco</b>		3,70%		10,50%	11,10%	8,20%

Alors, il est clair que le rapport est perçu en commun par toutes les strates sociales à Santiago, avec un pourcentage de 50%, et même à Antofagasta avec un pourcentage supérieur à 35 %, la différence est la strate basse à Antofagasta qui a conscience du rapport avec seulement un 26,3%. La ville de Temuco n'est pas consciente du rapport. On peut dire, qu'à Santiago et Antofagasta il y a une conscience d'un rapport entre deux textes différents : la technologie et l'anime, c'est une hypertextualité ; mais Temuco n'a pas établi cette hypertextualité.



C'est la même situation par tranche d'âge. 55,8% des réponses impliquent que les jeunes sont conscients du rapport à Santiago, et 35,6% à Antofagasta. Mais il faut tenir compte du fait que le rapport demandé est plus regardé par les 12-15 ans et par les 16-19 ans, puis par les <= 11 années, dans le cas de Santiago, et dans une situation un peu proche à Antofagasta, la plus consciente étant la tranche d'âge 16 à 19, suivie par les 12-15 ans, puis par les <= 11 ans. Le cas de Temuco est similaire aux graphiques précédents, sans aucune conscience.

Nous avons questionné sur « qu'est-ce qu'il y a de similaire ?, comme une question ouverte : seulement 31 sujets à Santiago ont répondu, 13 à Antofagasta et 13 à Temuco. Les réponses ne sont pas claires, nous les avons catégorisées comme suit: a) la technologie a des influences sur l'animé (19 cas à Santiago ; 9 à Antofagasta; pour les deux villes le pourcentage augmente à mesure que l'âge augmente), b) tout est nouveau dans les séries et la technologie (3 cas à Santiago, 2 cas à Antofagasta, dans les deux villes ce sont les plus jeunes), c) l'animé et la technologie sont en rapport avec la modernisation (3 cas à Santiago, et 1 cas à Antofagasta).

### 6.3.21 Qu'est-ce qui vous attire le plus dans les dessins animés?

Nous avons demandé aussi « Qu'est-ce qui vous attire le plus dans les dessins animés ? Les réponses différenciées selon le genre sont : les femmes aiment plus les personnages eux-mêmes à Santiago et Antofagasta, c'est la première catégorie la plus importante avec un 46,4% à Santiago et avec un 47% à Antofagasta. La première catégorie la



plus importante est « Les conséquences concrètes des actes des personnages » à Temuco, chez les hommes et les femmes, catégorie qui est deuxième à Santiago et Antofagasta. Il y a aussi la catégorie « Autres », mais il faut dans ce cas l'expliquer personnellement, alors les réponses ont été marginales, c'est pour cela que nous ne l'avons pas considérée dans l'analyse.

**Qu'est-ce qui vous attire le plus dans les dessins animés? selon le genre.**

		<b>Homme</b>	<b>Femme</b>	<b>Total</b>
<b>Santiago</b>	Les conséquences concrètes des actes des personnages	37,30%	21,60%	30,00%
	Les personnages eux-mêmes	37,30%	56,90%	46,40%
	La philosophie sous- jacente	20,30%	19,60%	20,00%
<b>Antofagasta</b>	Les conséquences concrètes des actes des personnages	40,50%	34,80%	37,30%
	Les personnages eux-mêmes	40,50%	52,20%	47,00%
	La philosophie sous- jacente	10,80%	13,00%	12,00%
<b>Temuco</b>	Les conséquences concrètes des actes des personnages	60,50%	51,20%	55,70%
	Les personnages eux-mêmes	26,30%	39,00%	32,90%
	La philosophie sous- jacente	10,50%	9,80%	10,10%

La troisième catégorie est « la philosophie sous-jacente », 20% pour Santiago, 12 % pour Antofagasta et 10,10% pour Temuco.

**Qu'est-ce qui vous attire le plus dans les dessins animés?, selon la strate sociale.**

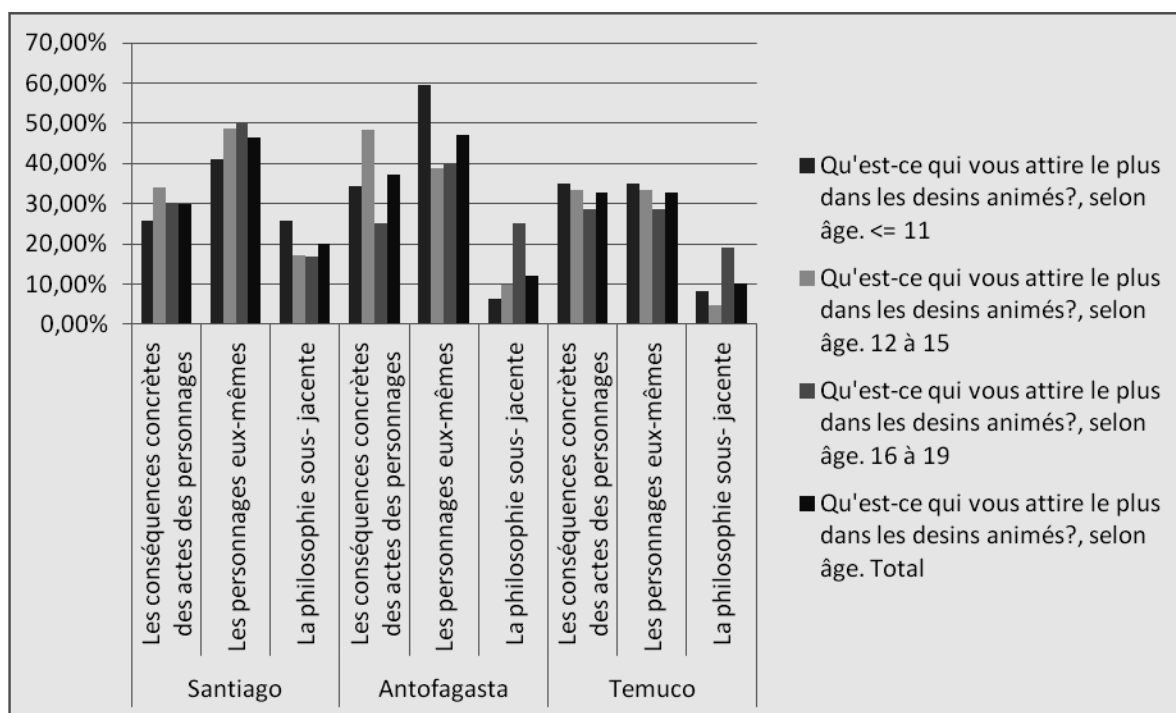
		Moyenne Haute	Moyenne Haute	Moyenne basse	Moyenne Basse	Moyenne	Total
<b>Santiago</b>	Les conséquences concrètes des actes des personnages	28,60%	17,20%	28,00%	46,40%		30,00%
	Les personnages eux-mêmes	53,60%	65,50%	40,00%	25,00%		46,40%
	La philosophie sous- jacente	17,90%	17,20%	24,00%	21,40%		20,00%
<b>Antofagasta</b>	Les conséquences concrètes des actes des personnages		27,60%		33,30%	51,90%	37,30%
	Les personnages eux-mêmes		58,60%		51,90%	29,60%	47,00%
	La philosophie sous- jacente		10,30%		11,10%	14,80%	12,00%
<b>Temuco</b>	Les conséquences concrètes des actes des personnages		41,70%		80,00%	51,40%	55,70%
	Les personnages eux-mêmes		50,00%		20,00%	28,60%	32,90%
	La philosophie sous- jacente		8,30%			17,10%	10,10%

Selon la strate sociale les « Les conséquences concrètes des actes des personnages » préoccupent plus la strate basse avec 46,4%, et la strate moyenne autour de 28% ; et « les personnages eux- mêmes » la strate Haute avec 65,5% dans la ville de Santiago. À Antofagasta le plus important pour la strate Haute est « les personnages eux-mêmes ». À Temuco, le plus important pour la strate basse est « les conséquences concrètes des actes des personnages ».

Nous avons analysé les différences par tranche d'âge.

À Santiago, le plus important est les personnages eux-mêmes pour les 12 à 15 ans.

À Antofagasta, le plus important est les personnages eux-mêmes, mais aussi les conséquences concrètes des actes. À Temuco les deux catégories sont importantes.



## 6.3.22 Conclusions

La question précédente ouvre aussi des possibilités analytiques. Il faut tenir compte que « les conséquences concrètes des actes des personnages » sont un problème cognitif (30% à Santiago, 37,3% à Antofagasta, 55,7% à Temuco). L'implication est liée au processus analytique de connaître le développement des actions, ce qui implique un contexte, en suivant seulement les données de l'enquête et de l'observation ethnographique, concrètement que l'animé est catégorisé comme quelque chose qu'il faut de comprendre des autres textes pour bien le saisir (l'enquête dit qu'il faut connaître la culture japonaise), car comprendre le développement des actions n'est pas un simple récit il y a le besoin d'un au-delà du texte : la compétence analytique, la connaissance d'Internet, et dans les magasins spécialisés il est dans les rapports sociaux établis autour de l'animé. Il faut se souvenir de ce que nous avons constaté pour la tranche d'âge de 12 à 15 ans à Santiago à savoir que le 22,5% fait des nouveaux amis autour des magasins spécialisés, mais, aussi à l'âge de plus ou moins 11 ans, il y a un pourcentage de 21,1% qui fait des amis on devrait se souvenir qu'à Antofagasta, c'est plus important pour les <= 11 années, mais pour les 12-15 ans c'est aussi important, avec un 30,8 %. Il faut se souvenir également : à Temuco, il est plus important pour les âges de 12 à

15 ans (35% et 21,1% vers 11 ans). Nous avons détecté aussi que la règle commune est que le pourcentage diminue aux âges de 16-19 ans, à Santiago, Antofagasta et Temuco, parce que les jeunes se mettent en face d'autres problèmes qui sont posés par la société, comme chercher un boulot ou étudier dans le système d'enseignement supérieur, de quelque manière que ce soit ils ont déjà un lieu où exprimer des rapports sociaux. Mais par rapport à l'âge de  $\leq 11$  années et aussi 12 à 15 ans il est très important.

Car il faut dire ce que nous avons décrit déjà, le savoir sur l'animé fait une attribution de valeurs chez les amis, et crée la possibilité de rencontrer des nouveaux amis. C'est le nœud de la vie sociale qui tourne à l'intérieur de cela. L'importance de cette perspective détectée est de 30% à Santiago, de 37,3% à Antofagasta et de 55,7% à Temuco. C'est-à-dire, au moins un tiers de la totalité. La question de l'enquête décrite précédemment a procuré aussi un pourcentage important à l'implication par « les personnages eux-mêmes »; s'il est clair que l'implication est pour les personnages, il n'est pas clair que pour le sens donné au concept de personnage. Le personnage peut être défini dans le sens traditionnel de la culture occidentale: il s'agirait de l'idéalisation du personnage et de ses attributions de valeur. Ou peut être s'agit-il de la construction du personnage ; les données de l'enquête ne nous informent pas sur cela. Mais nous savons qu'il y a une opposition des protocoles analytiques des consommateurs : d'un côté, le procès analytique autour de l'animé (égal ou un peu plus qu'un tiers de la totalité) et d'un autre côté les personnages mêmes autour du 46,4% et 47%.

Pour comprendre en peu plus, nous avons posé la question suivante: « les leçons que vous laissent les dessins animés ont-elles une relation avec le fait d'encourager les rapports avec des camarades, des amis ou avec vos parents ou d'autres personnes ?

<b>Les leçons que vous laissent les dessins animés ont une relation avec le fait de..., selon le genre</b>		<b>Homme</b>	<b>Femme</b>	<b>Total</b>
<b>Santiago</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	40,80%	18,80%	32,10%
	Encourager vos relations avec vos amis	42,90%	53,10%	46,90%
	Encourager vos relations avec vos parents	8,20%	12,50%	9,90%
<b>Antofagasta</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	33,30%	35,00%	34,20%
	Encourager vos relations avec vos amis	33,30%	35,00%	34,20%
	Encourager vos relations avec vos parents	12,10%	10,00%	11,00%
<b>Temuco</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	26,70%	33,30%	30,60%
	Encourager vos relations avec vos amis	60,00%	52,40%	55,60%
	Encourager vos relations avec vos parents	13,30%	14,30%	13,90%

Il est clair que la question de l'enquête nous permet de valider plus les considérations, vraiment les leçons qui laissent l'animé aux jeunes est « encourager leurs relations avec leurs amis » dans un pourcentage de 46,9% à Santiago, 34,2% à Antofagasta et 55,6% à Temuco ;

c'est-à-dire il s'agit en définitive que le savoir sur l'animé (savoir, peut être très semblable au savoir comment opérer avec la technologie chez soi) est évalué positivement par le groupe de pairs, nous l'avons déjà dit, et concrètement permet de renforcer leur propre identité. Il est significatif que le savoir sur l'animé n'a pas une relation significative avec le fait de renforcer son identité propre devant les pères, c'est-à-dire ils ne pensent pas que le savoir sur l'animé leur permette d'être évalué positivement plus par leurs pères; donc les pourcentages pour cette possibilité sont les plus faibles à Santiago, Antofagasta et Temuco. Bien sûr, il y a des différences de genre que nous pouvons observer dans le tableau.

**Les leçons que vous laissent les dessins animés ont une relation avec le fait de..., selon la strate sociale**

	Moyenne Haute	Haute	Moyenne		Moyenne	Total
			Basse	Basse		
<b>Santiago</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	38,90%	30,00%	32,10%		32,10%
	Encourager vos relations avec vos amis	44,40%	70,00%	42,90%		46,90%
	Encourager vos relations avec vos parents	13,30%	11,10%		14,30%	
<b>Antofagasta</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	22,20%		36,40%	45,80%	34,20%
	Encourager vos relations avec vos amis	44,40%		31,80%	25,00%	34,20%
	Encourager vos relations avec vos parents	11,10%		13,60%	8,30%	11,00%
<b>Temuco</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	28,60%		22,20%	35,00%	30,60%
	Encourager vos relations avec vos amis	57,10%		66,70%	50,00%	55,60%
	Encourager vos relations avec vos parents	14,30%		11,10%	15,00%	13,90%

Concernant les problèmes plus significatifs comme encourager les relations avec les amis ou le faible pourcentage de rapport de l'animé avec les parents, il n'y a pas de différences significatives pour la strate sociale.

**Les leçons que vous laissent les dessins animés ont une relation avec le fait de..., selon l'âge**

					Total
		<= 11	12 à 15	16 à 19	
<b>Santiago</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	41,90%	33,30%	15,00%	32,10%
	Encourager vos relations avec vos amis	35,50%	53,30%	55,00%	46,90%
	Encourager vos relations avec vos parents	16,10%	6,70%	5,00%	9,90%
<b>Antofagasta</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	35,50%	44,00%	17,60%	34,20%
	Encourager vos relations avec vos amis	35,50%	32,00%	35,30%	34,20%
	Encourager vos relations avec vos parents	16,10%	12,00%		11,00%
<b>Temuco</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	26,90%	33,30%	50,00%	30,60%
	Encourager vos relations avec vos amis	61,50%	33,30%	50,00%	55,60%
	Encourager vos relations avec vos parents	11,50%	33,30%		13,90%

Les amis sont très importants pour les plus ou moins 11 ans à Temuco, plus importants pour les 16-19 et 12-15 ans à Santiago. Il n'y a pas de différence à Antofagasta.

Car le chapitre nous a permis de comprendre que la consommation de dessins animés étudiés n'est pas épuisée dans les séries télévisuelles hertziennes ni dans les magasins où on vend du merchandising liés aux séries, comme des affiches, peluches, etc., phénomènes déjà connus à l'époque de la communication massive, mais il s'agit d'un processus culturel différent.

Les nouvelles générations trouvent dans l'animation japonaise un lieu où elles établissent tout un réseau de relations autour des séries, qui leur posent des réalités culturelles différentes, un monde en définitive complexe lié aux nouvelles technologies, qu'elles se mettent en face à partir de l'espace de la navigation par Internet, à partir des promenades sur les magasins spécialisés qui leur permet non seulement d'avoir accès à différentes séries, même en rupture avec le modèle prédominant de télévision massive, mais qui insèrent un monde de référence différent au modèle socialisé de référence.

La réalité de ce phénomène, sa production artisanale fait une rétroalimentation d'un non-lieu, qui les fait construire un monde propre. Son identité est dans l'espace de ce que nous avons appelé vidéo-animation, un non-lieu du point de vue de son caractère d'être hors des relations sociales dominantes, mais à son tour il est un lieu, un espace concret, depuis lequel ils parlent.

Les magasins spécialisés seront les lieux où se faire des amis, où l'on parle et échange, où l'on achète de nouvelles séries et/ou des produits qui impliquent tout un parcours collecteur à travers des magasins dont aucun n'est égal à l'autre en relation de leur offre de produits. Cela renvoie à une activité de récolte, tant d'objets que d'information qui permettra de contribuer à comprendre les autres sur les séries, la plupart construit de nature obscure. Pour eux, il sera un stimulant pour étudier et/ou analyser les conséquences des actions dans des mondes qui sont tout un défi d'intertextualité qui est nourri d'espaces tellement différents comme une conversation, les objets d'un magasin, et les recherches effectuées dans le contexte d'utilisation de l'usage d'Internet.

À la fin, les jeunes créent des relations sociales et on interconnecte entre eux dans les collègues et les magasins, en produisant tout un système de communication propre, où les pères ne font pas partie, parce qu'ils n'ont ni le temps ni le désir de s'investir dans ces mondes, qui sera pour les enfants et les jeunes un monde propre.

On construit alors un système de communication très semblable à l'auto-communication décrite par Manuel Castells<sup>175</sup> dans sa description des réseaux de la pensée et le pouvoir et de sa manifestation dans les mouvements sociaux comme ceux d'indignés et aux

---

<sup>175</sup> Manuel Castells "*Communication et pouvoir*", Ed. Maison des sciences de l'homme, Paris, 2013.

révolutions arabes<sup>176</sup>. Et ceci se produit sans technologies comme Facebook et Twitter, et d'autres, qui ont permis le développement d'activités et processus différents.

---

<sup>176</sup> Manuel Castells, "*Redes de indignación y esperanza*", Ed. Alianza, Madrid, 2012.

# CONCLUSION

Ce que nous ferons est de synthétiser les différents parcours d'analyse comme un point de départ.

**Dans l'analyse de la grille de programmation nous avons établi que :**

De l'analyse de la programmation de télévision hertzienne nous avons constaté une différence profonde entre les chaînes. Les chaînes qui ont une programmation régulière sont privées (Chilevisión et Megavisión) et sont construites sur le modèle du mode de production hégémonique dans le sens qu'elles doivent tenir un profit économique, alors elles font leur programmation selon une cible de marché, ces chaînes ont une programmation régulière. Mais les autres deux chaînes sans programmation régulière ont une catégorie abstraite de public dans le créneau horaire à programmer : c'est pour les enfants, c'est tout. Elles ne regardent pas un consommateur objectif, une cible, selon leur propre goût. Et elles ne se préoccupent pas de la mesure d'audience. Elles participent à la logique du mode de production qui implique une programmation selon les consommateurs dans toute la grille de programmation de la totalité de leurs programmes (parce qu'elles doivent s'autofinancer) mais pas par rapport aux enfants. La Télévision Nationale du Chili est la chaîne la plus regardée, pendant l'année 2000, sa tasse d'audience est de 11,3 et elle gagne 3130 milliards de pesos (Peso chilienne). La Chaîne de Télévision Université Catholique est similaire, c'est la deuxième chaîne la plus regardée, et elle doit s'autofinancer mais les enfants ne sont pas une cible du marché.

Il y a alors un modèle de télévision de l'offre à un niveau réel, que sont les données apportées par la description de la grille de la programmation infantile. Le modèle de la télévision de l'offre que nous avons décrit dans le chapitre théorique est le modèle qui est inséré dans la grille.

D'autre part, il faut regarder les données de la programmation. Dans la construction de la grille de la Télévision Université Catholique et de la Télévision Nationale du Chili il n'y a pas de programmation de dessins animés japonaise. Pour quelle raison? Nous pouvons penser qu'il s'agit d'une présupposition, la présupposition de penser que les dessins animés japonais sont violents. Dans ce contexte nous pourrions penser que les deux canaux de télévision ont une préoccupation pour l'éducation des nouvelles générations car ils se préoccupent des contenus à programmer, comme ce qui est détecté par F. Jost et Marie France Chambat-Huillon à TF1<sup>177</sup> où la programmation part de la fiction pour terminer avec une histoire proche de la réalité préalable au départ de l'enfant à l'école, en le préparant ainsi à son insertion dans la réalité éducative. Nous pourrions penser aussi que les canaux de télévision à faible audience sont plus éloignés du concept d'Éducation Publique, c'est-à-dire un modèle

---

<sup>177</sup> Jost, F. (2012). 50 fiches pour comprendre les médias. Paris: Ed. Bréal.



relatif en dernier au pourcentage d'audience. Dans les deux cas, les données de la pure grille de programmation sont insuffisantes et il est nécessaire d'insérer les descriptions des mondes diégétiques et les descriptions des mesures d'audience pour pouvoir développer une description plus profonde.

**Dans l'analyse des mondes diégétiques et cognitives nous avons établi l'existence d'une structure profond qu'il faut le regarder un peu plus :**

Grille	Programmation irrégulière <b>(Chaîne Université Catholique et Télévision Nationale du Chili)</b> ///	Programmation régulière <b>(Chaîne Chilevisión et Chaîne Megavisión)</b> ///	
Mode de production	(No-Marketing= Télévision de l'offre) ///	(Marketing = Télévision de la demande) ///	
Monde diégétique	Le Monde réel n'est n'existe pas (sauf dans Les Simpson, mais il s'agit d'une programmation dans les horaires d'adultes). ///	(Réal- Fiction – Ludique) /// /// ///	
Origine des dessins animés	(Américaine) ///	(Japonaise) ///	(Américaine) ///
Procès cognitif	>(Simple)	>(Complexe)	>(Simple)

C'est-à-dire, il est possible d'apercevoir qu'il y a un rapport étroite entre la grille de programmation, le mode de production (régularité/ non régularité), et l'origine des séries et les procès cognitifs impliquées.

Ensuite, ce qui attire l'attention : s'il est vrai que les deux chaînes de programmation irrégulier pensent leur programmation avec un objectif publique, elles ne sont pas reflétées dans une analyse de la signification de sa programmation en ce qui concerne la réalité, les mondes diégétiques présumés n'existent pas, il s'agit d'un non-vu. Les chaînes n'ont pas conscience que la programmation a une certaine relation avec la réalité.

Ceci est amené à l'extrême dans le cas de la Chaîne de Télévision Université Catholique, parce qu'elle fait démarrer sa programmation le dimanche avec la série des Gardiens de l'Histoire, un monde diegético ludique en ce qui concerne la vie de Jésus-Christ, ce qui renvoie à des histoires bibliques chrétiennes; si l'objectif du canal est d'instruire les nouvelles générations sur la voie du catholicisme, il n'a aucun sens après les avoir sensibilisés avec ce programme en ce qui concerne la vie de Jésus-Christ, elles programment des séries relatives à des mondes de fiction, où la relation avec ce qui est réel est éloigné de la vie. Nous attirons l'attention, en outre, que dans ces programmations ce qui est réel n'est pas.

Donc, la préoccupation pour le consommateur infantile se réduit à un problème idéologique qui reste sous-jacent. Pour nous, il est étrange que toute la programmation soit américaine, mais nous pouvons supposer qu'ils pensent que les dessins animés japonais sont violents, et les chaînes ne veulent pas augmenter la violence juvénile, nous pouvons supposer qu'il s'agit d'une préoccupation sociale, par la quantité de recherche sur la matière dans le monde anglo-saxon, mais le rapport entre dessins animé et violence, c'est une croyance. C'est pour cela qu'il s'agit d'une idéologie, il n'y a pas un analyse.

Opposé à cela, on peut retrouver dans la Télévision du Marketing le Monde Fictif, le Monde Réel ou le Monde Ludique. Nous détectons que dans la télévision régulière, qui coïncide avec la télévision du marketing, il n'existe pas de présupposition de la signification qu'ont les dessins animés télévisuels en ce qui concerne ce qui est réel, car, il ne s'agit pas de prédisposer à s'insérer dans ce qui est réel avant d'aller à l'école ou les motiver à faire des tâches en arrivant de l'école.

D'autre part, il convient de souligner que la simplicité cognitive est reliée aux dessins animés américains et la complexité cognitive aux dessins animés japonais.

**Dans l'analyse de l'audience nous avons établi un opposition très important : le plus regardé est en rapport la complexité cognitive**

Les séries ayant le plus d'audience, est les descriptions des mondes diégétiques et procès cognitifs présupposés sont les suivantes :

Séries TV UC (Télévision Université Catholique)	Le plus regardé			Pays
	Audience Globale	4-9	10-14	
Les Simpson Réel Structure Cognitive : Simple à l'intérieur d'une lecture narrative ; Complexe Moyenne à l'intérieur d'une lecture idéologique	5.2 %	2.9	8.5	États-Unis
Super Mario Fiction Structure Cognitive : Simple	1.9	3.8	2.7	États-Unis
Tom and Jerry Kid Fiction Structure Cognitive : Simple	2.2	3.4	2.7	États-Unis
Garfield Ludique Structure Cognitive : Simple	2.4	2.9	3.1	États-Unis
Séries Télévision Nationale du Chili (TVN)	Le plus regardé			Pays
	Audience Globale	4-9	10-14	
Bug Bunny Fiction Structure Cognitive : Simple	2,7%	5,5%	3,1%	États-Unis
Festival Porky Fiction Structure Cognitive : Simple	2,1%	4,0%	3,0%	États-Unis
Speedy González Ludique Structure Cognitive : Simple	2,1%	4,1%	4,3%	États-Unis
Séries CHILEVISION	Le plus regardé			Pays
	Audience Globale	4-9	10-14	
<b>Pokémon</b> Ludique Structure Cognitive : Complexe	3,0	<b>6,4</b>	<b>5,7</b>	Japon
Slum Dunk Réel	2.3	4.1	4.5	Japon

Structure Cognitive: Moyenne					
Dragon Fly Structure Cognitive : Complexe	Fiction	2,4	2,9	3,1	Japon
Séries MEGAVISION	Le plus regardé			Pays	
	Audience Globale	4-9	10-14		
Dragon Ball Z Structure Cognitive : Complexe	Fiction	3,8%	7,3%	6,1%	Japon
Dragon Ball Structure Cognitive : Complexe	Fiction	2,6%	5,8%	3,4%	Japon
Arnold Structure Cognitive : Simple	Réel	2,7%	4,6%	4,8%	États-Unis

Prenant en compte les chiffres d'audience globale, nous constatons que les séries japonaises Pokémon, Dragon Ball Z et Dragon Ball –toutes trois de structure cognitive complexe- sont les plus regardées par les enfants et les jeunes. Les trois sont programmées du lundi au vendredi, matin et après-midi. La série Les Simpson constitue une exception, mais chez les enfants de 4 à 9 ans le pourcentage est plus faible par rapport aux séries déjà nommées.

Samedi et dimanche, les séries de la chaîne Télévision Nationale du Chili sont les plus regardées dans les tranches d'âge de 4 à 9 ans et de 10 à 14 ans.

Car, dans les considérations par rapport à l'audience, nous avons fait la liaison de deux triangles : pôles d'audience (haut/ bas/ moyen), et vie quotidienne (lundi- vendredi/samedi-dimanche, et matin/ après- midi/ nuit).

Il faut tenir compte que « Les Simpson » est un phénomène différent, parce qu'il s'agit d'une série regardée davantage par les plus âgés (10-14 ans = 8,5 % / 4-9 ans = 2,9%).

**Le point de départ de notre recherche sociologique et ethnographique des jeunes consommateurs a été la suivante réflexion :**

Dans le parcours de la recherche, que notre lecteur a déjà lu, nous avons décrit la grille de programmation et les caractéristiques qu'elle pose à ses consommateurs, au niveau du rapport avec le mode réel. Nous avons fait l'usage des descripteurs proposés par François Jost<sup>178</sup> par rapport à l'Analyse Télévisuelle et, au niveau cognitif, la description de la présence/absence de traitement parallèle de l'information, en suivant la contribution de Francisco Varela<sup>179</sup> et avec un opératoire analytique déjà expliqué. Car nous avons découvert quelques indices très importants de ce que la grille propose à son public. Mais, dans ce moment du parcours de la recherche, et de cette exposition, nous ne savons rien profond du public. Concrètement : pour quoi le goût des dessins animés japonaises ?, et non plus, pour

<sup>178</sup> François Jost (1999), « Introduction à l'Analyse de la Télévision », Ed. Ellipses, Paris

<sup>179</sup> Francisco Varela (1996), « Conocer », Ed. Gedisa, Barcelona.

quoi la complexité ? C'est pour cela que le trajet de la recherche élaborée a fait l'étude de l'audience, et nous avons établi les rapports entre les tasses d'audience et la grille, et leurs caractéristiques diégétique-cognitive. Dans ce parcours, nous avons décrit les séries les plus regardées et leurs caractéristiques par rapport au monde réel et à la cognition. Nous avons détecté que les séries les plus regardées sont les séries japonaises avec les caractéristiques hégémoniques de complexité cognitive (traitement parallèle de l'information et hypertextualité). En outre, nous avons détecté que les préoccupations des chaînes de la télévision hertzienne par rapport à la signification des séries en relation au monde réel des enfants n'existent pas. D'un côté, deux chaînes font de la programmation infantile une cible de marketing et deux chaînes se préoccupent des contenus non violents, mais elles ne prennent pas en considération le rapport au monde que la programmation offre comme possibilités au public, alors leurs principes de programmation ne suivent aucune logique, ils ne programment pas pour faire passer de la fiction au réel pour préparer les enfants à faire leurs devoirs ou aller au lycée. Alors, si la programmation est hétéroclite par rapport au monde diégétique présupposé, que reste-t-il comme descripteur stable de l'offre ? Il reste la simplicité/complexité cognitive. Mais il s'agit d'une déduction, de la corrélation entre les caractéristiques des programmes et les tasses d'audience. Les plus regardés sont des programmes complexes, c'est-à-dire qui impliquent plusieurs variables de contenu et des rapports d'hypertextualité pour les comprendre. Mais nous ne savons rien du sens que les téléspectateurs donnent aux séries, même leur fascination pour les dessins animés.

C'est pour cela que nous avons fait dans la recherche sur les dessins animés télévisés une étude sociologique et ethnographique non pas seulement sur les raisons de goût des séries sinon sur une description des mécanismes d'appropriation des dessins animés (variables associées au goût, à l'évaluation et l'identification, et au merchandising associé aux dessins animés), à travers une enquête à 300 élèves des villes de Santiago, Antofagasta et Temuco répartis par strate sociale, âge et genre ; et une recherche ethnographique, car en définitive il s'agit de saisir les sens que les consommateurs infantiles donnent à cette consommation.

**Alors, il faut l'ancrage dans a contribution apporté par l'étude sociologique et ethnographique**

L'analyse des données de l'enquête effectuée nous a permis comprendre qu'il n'est pas possible d'étudier notre objet d'étude, de manière isolée. Il ne suffit pas de décrire des caractéristiques de chaque série télévisuelle et de les mettre en rapport avec les pourcentages d'audience, il est encore nécessaire de connaître davantage la signification, spécifiquement, la raison du goût que les sujets donnent à leur exposition aux séries. C'est la contribution de l'enquête.

Dans cette démarche, le premier apport de l'analyse de l'enquête, comme nous l'avons vu, est de comprendre que les enfants et les jeunes regardent les dessins animés télévisés comme l'une de leurs expressions artistiques culturelles favorites, pour la majorité, la seconde la plus importante après le cinéma. Il est important de comprendre que l'analyse de l'enquête a permis de constater que les séries ne sont pas seulement vues à la télévision, mais aussi par le biais de la vidéo. Les séries animées transmises par les ondes hertziennes sont plus qu'un programme, elles sont reliées avec d'autres objets culturels comme les vidéos, la revue de comic ou manga, les jeux vidéos, les cartes (Magic, Pokémon, etc.), et y compris le merchandising.

Le second apport a été la description des raisons de goûts liées aux séries de dessins animés les plus consommés, à savoir, le Japonais et l'Américain. La contribution est aussi d'avoir détecté que les raisons de goût par rapport aux séries le sont aussi par rapport au jeux vidéos, aux revues, etc.. Il a été demandé s'il y a une relation entre l'animation et les revues comic ou manga et les réponses majoritaires ont été OUI, la même chose en ce qui concerne les jeux vidéo.

Comprendre les raisons de goût sur les séries est un problème plus vaste, mais en même temps, il s'agit que cette caractéristique nous permet, dans sa rétro alimentation, de comprendre et décrire plus profondément notre objet d'étude.

Nous avons saisi que dans la Vidéo Animation japonaise l'implication par "le Dispositif Audio-visuel 27.2%" est très important; en deuxième lieu le " Divertissements 23%", et en troisième lieu "la Composante Narrative, 18.8%".

Mais quel est le sens de tout ça ? Qu'est-ce que veut dire la composante audiovisuelle ? Pour comprendre son sens, il faut se pencher sur l'analyse statistique de la question « Qu'est-ce que vous appréciez le plus dans une œuvre audiovisuelle ? La réponse majoritaire est « une combinaison de l'image, la musique, les personnages, le sujet, et les couleurs » pour 44,1%. En différente proportion, la réponse est partagée par tous. Il faut tenir compte que seulement la strate basse a nommé le personnage comme une deuxième option, et la strate haute a nommé aussi « le sujet ». Alors, nous savons à partir de l'enquête ce qu'est la composante audiovisuelle (le lecteur peut se reporter aux pages précédentes). Mais, il y a un autre éclairage, la composante narrative n'est pas nécessairement le récit, pas le héros/ l'anti-héros, parce qu'il ne s'agit pas des personnages, l'enquête parle pour nous. Qu'est-ce que veut dire le narrative aimé ? Nous pouvons le comprendre dans les raisons du goût des jeux-vidéos d'aventure graphique (33,3% du Goût), les consommateurs s'insèrent dans la fantaisie, dans la

rêverie, il peut peut-être combattre comme le personnage, mais, il s'agit de l'intellection, le savoir sur le développement des stratégies et des objectifs. Par rapport aux jeux-vidéos, les cas étudiés ont répondu "tu peux être le personnage, il y a des étapes, tu peux en sauter certaines, tu t'impliques dans une aventure, tu as des missions, en définitive, tu prends part au film" (45,7%), le centre de focalisation n'est pas les personnages, l'objet d'intérêt n'est pas le récit, le problème plus important est de comprendre les multiples possibilités des personnages : avec des missions, déplacements des points de vue, modifications des angles du regard, de participer, en définitive, au film, et de plusieurs possibilités d'être, c'est le goût des Jeux d'Aventure Graphique et c'est le goût du narratif dans les séries.

Alors, la trame n'est pas le récit, parce que dans le récit il y a des personnages qui ont un objectif, on développe un programme narratif et un anti-programme. Les personnages dans le récit font des actions et à travers leurs actions ils remplissent un rôle narratif, ici, il s'agit d'une autre chose. Il est peut-être possible d'avoir un programme narratif, mais le problème est que cette chose n'est pas le problème fondamental, sino que dans l'analyse du spectateur, le plus important est de comprendre les conséquences possibles de l'action des personnages

Le lecteur pourra saisir dans les pages précédentes les sens plus profonds des **différences, entre la vidéo animation américaine et la japonaise parce que le travail de la recherche a été focalisé sur l'établissement des catégories associées au goût**: dans la Vidéo Animation Américaine nous avons détecté l'implication par "Divertissements" (38.7%), par la « Composante Narrative » (16.1%,) et « l'Acceptation au Modèle Parental » (12.8%). Par contre dans la Vidéo Animation japonaise nous avons détecté l'implication par "le Dispositif Audio-visuel" (27.2%); par le " Divertissements" (23%), et par "le Composant Narrative" (18.8%).

Il faut aussi saisir que une des raisons de l'implication avec l'anime est l'analyse des conséquences concrètes des actes des personnages (30% à Santiago, 37,3% à Antofagasta, 55,7% à Temuco), et ce réponse nous fait regarder que ce que la réalité nous parle est que nous sommes en face d'un problème cognitif. **L'implication est liée au procès analytique de connaître le développement des actions, ce qui implique un contexte, en suivant seulement les données de l'enquête et de l'observation ethnographique, concrètement que l'anime est catégorisé comme quelque chose qu'il faut de comprendre des autres textes pour bien le saisir** (l'enquête dit qu'il faut connaître la culture japonaise), car comprendre le développement des actions n'est pas un simple récit il y a le besoin d'un au-

delà du texte : la compétence analytique, la connaissance d'Internet, et dans les magasins spécialisés il est dans les rapports sociaux établis autour de l'animé. Il faut se souvenir de ce que nous avons constaté pour la tranche d'âge de 12 à 15 ans à Santiago à savoir que le 22,5% fait des nouveaux amis autour des magasins spécialisés, mais, aussi à l'âge de plus ou moins 11 ans, il y a un pourcentage de 21,1% qui fait des amis on devrait se souvenir qu'à Antofagasta, c'est plus important pour les  $\leq 11$  années, mais pour les 12-15 ans c'est aussi important, avec un 30,8 %. Il faut se souvenir également : à Temuco, il est plus important pour les âges de 12 à 15 ans (35% et 21,1% vers 11 ans). Nous avons détecté aussi que la règle commune est que le pourcentage diminue aux âges de 16-19 ans, à Santiago, Antofagasta et Temuco, parce que les jeunes se mettent en face d'autres problèmes qui sont posés par la société, comme chercher un boulot ou étudier dans le système d'enseignement supérieur, de quelque manière que ce soit ils ont déjà un lieu où exprimer des rapports sociaux. Mais par rapport à l'âge de  $\leq 11$  années et aussi 12 à 15 ans il est très important.

Car il faut dire ce que nous avons décrit déjà, le savoir sur l'animé fait une attribution de valeurs chez les amis, et crée la possibilité de rencontrer des nouveaux amis. C'est le nœud de la vie sociale qui tourne à l'intérieur de cela. L'importance de cette perspective détectée est de 30% à Santiago, de 37,3% à Antofagasta et de 55,7% à Temuco. C'est-à-dire, au moins un tiers de la totalité. La question de l'enquête décrite précédemment a procuré aussi un pourcentage important à l'implication par « les personnages eux-mêmes »; s'il est clair que l'implication est pour les personnages, il n'est pas clair que pour le sens donné au concept de personnage. Le personnage peut être défini dans le sens traditionnel de la culture occidentale: il s'agirait de l'idéalisation du personnage et de ses attributions de valeur. Ou peut être s'agit-il de la construction du personnage ; les données de l'enquête ne nous informent pas sur cela. Mais nous savons qu'il y a une opposition des protocoles analytiques des consommateurs : d'un côté, le procès analytique autour de l'animé (égal ou un peu plus qu'un tiers de la totalité) et d'un autre côté les personnages mêmes autour du 46,4% et 47%.

Pour comprendre en peu plus, nous avons posé la question suivante: « les leçons que vous laissent les dessins animés ont-elles une relation avec le fait d'encourager les rapports avec des camarades, des amis ou avec vos parents ou d'autres personnes ?

<b>Les leçons que vous laissent les dessins animés ont une relation avec le fait de..., selon le genre</b>		<b>Homme</b>	<b>Femme</b>	<b>Total</b>
<b>Santiago</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	40,80%	18,80%	32,10%
	Encourager vos relations avec vos amis	42,90%	53,10%	46,90%
	Encourager vos relations avec vos parents	8,20%	12,50%	9,90%
<b>Antofagasta</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	33,30%	35,00%	34,20%

	Encourager vos relations avec vos amis	33,30%	35,00%	34,20%
	Encourager vos relations avec vos parents	12,10%	10,00%	11,00%
<b>Temuco</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	26,70%	33,30%	30,60%
	Encourager vos relations avec vos amis	60,00%	52,40%	55,60%
	Encourager vos relations avec vos parents	13,30%	14,30%	13,90%

Il est clair que la question de l'enquête nous permet de valider plus les considérations, vraiment les leçons qui laissent l'animé aux jeunes est « encourager leurs relations avec leurs amis » dans un pourcentage de 46,9% à Santiago, 34,2% à Antofagasta et 55,6% à Temuco ; c'est-à-dire il s'agit en définitive que le savoir sur l'animé (savoir, peut être très semblable au savoir comment opérer avec la technologie chez soi) est évalué positivement par le groupe de pairs, nous l'avons déjà dit, et concrètement permet de renforcer leur propre identité. Il est significatif que le savoir sur l'animé n'a pas une relation significative avec le fait de renforcer son identité propre devant les pères, c'est-à-dire ils ne pensent pas que le savoir sur l'animé leur permette d'être évalué positivement plus par leurs pères; donc les pourcentages pour cette possibilité sont les plus faibles à Santiago, Antofagasta et Temuco. Bien sûr, il y a des différences de genre que nous pouvons observer dans le tableau.

**Les leçons que vous laissent les dessins animés ont une relation avec le fait de..., selon la strate sociale**

	Moyenne Haute	Haute	Moyenne Basse	Basse	Moyenne Total
<b>Santiago</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	38,90%	30,00%	32,10%	32,10%
	Encourager vos relations avec vos amis	44,40%	70,00%	42,90%	46,90%
	Encourager vos relations avec vos parents	13,30%	11,10%		14,30%
<b>Antofagasta</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	22,20%		36,40%	45,80%
	Encourager vos relations avec vos amis	44,40%		31,80%	25,00%
	Encourager vos relations avec vos parents	11,10%		13,60%	8,30%
<b>Temuco</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	28,60%		22,20%	35,00%
	Encourager vos relations avec vos amis	57,10%		66,70%	50,00%
	Encourager vos relations avec vos parents	14,30%		11,10%	15,00%

Concernant les problèmes plus significatifs comme encourager les relations avec les amis ou le faible pourcentage de rapport de l'animé avec les parents, il n'y a pas de différences significatives pour la strate sociale.

**Les leçons que vous laissent les dessins animés ont une relation avec le fait de..., selon l'âge**

	<= 11	12 à 15	16 à 19	Total	
<b>Santiago</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	41,90%	33,30%	15,00%	32,10%
	Encourager vos relations avec vos amis	35,50%	53,30%	55,00%	46,90%
	Encourager vos relations avec vos parents	16,10%	6,70%	5,00%	9,90%
<b>Antofagasta</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	35,50%	44,00%	17,60%	34,20%



	Encourager vos relations avec vos amis	35,50%	32,00%	35,30%	34,20%
	Encourager vos relations avec vos parents	16,10%	12,00%		11,00%
<b>Temuco</b>	Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université	26,90%	33,30%	50,00%	30,60%
	Encourager vos relations avec vos amis	61,50%	33,30%	50,00%	55,60%
	Encourager vos relations avec vos parents	11,50%	33,30%		13,90%

Les amis sont très importants pour les plus ou moins 11 ans à Temuco, plus importants pour les 16-19 et 12-15 ans à Santiago. Il n'y a pas de différence à Antofagasta.

Car le chapitre nous a permis de comprendre que la consommation de dessins animés étudiés n'est pas épuisée dans les séries télévisuelles hertziennes ni dans les magasins où on vend du merchandising liés aux séries, comme des affiches, peluches, etc., phénomènes déjà connus à l'époque de la communication massive, mais il s'agit d'un processus culturel différent.

Les nouvelles générations trouvent dans l'animation japonaise un lieu où elles établissent tout un réseau de relations autour des séries, qui leur posent des réalités culturelles différentes, un monde en définitive complexe lié aux nouvelles technologies, qu'elles se mettent en face à partir de l'espace de la navigation par Internet, à partir des promenades sur les magasins spécialisés qui leur permet non seulement d'avoir accès à différentes séries, même en rupture avec le modèle prédominant de télévision massive, mais qui insèrent un monde de référence différent au modèle socialisé de référence.

**La réalité de ce phénomène, sa production artisanale fait une rétroalimentation d'un non -lieu, qui les fait construire un monde propre. Son identité est dans l'espace de ce que nous avons appelé vidéo-animation, un non-lieu du point de vue de son caractère d'être hors des relations sociales dominantes,** mais à son tour il est un lieu, un espace concret, depuis lequel ils parlent.

Les magasins spécialisés seront les lieux où se faire des amis, où l'on parle et échange, où l'on achète de nouvelles séries et/ou des produits qui impliquent tout un parcours collecteur à travers des magasins dont aucun n'est égal à l'autre en relation de leur offre de produits. Cela renvoie à une activité de récolte, tant d'objets que d'information qui permettra de contribuer à comprendre les autres sur les séries, la plupart construit de nature obscure. Pour eux, il sera un stimulant pour étudier et/ou analyser les conséquences des actions dans des mondes qui sont tout un défi d'intertextualité qui est nourri d'espaces tellement différents comme une conversation, les objets d'un magasin, et les recherches effectuées dans le contexte d'utilisation de l'usage d'Internet.

À la fin, les jeunes créent des relations sociales et on interconnecte entre eux dans les collèges et les magasins, en produisant tout un système de communication propre, où les pères

ne font pas partie, parce qu'ils n'ont ni le temps ni le désir de s'investir dans ces mondes, qui sera pour les enfants et les jeunes un monde propre.

On construit alors un système de communication très semblable à l'auto-communication décrite par Manuel Castells<sup>180</sup> dans sa description des réseaux de la pensée et le pouvoir et de sa manifestation dans les mouvements sociaux comme ceux d'indignés et aux révolutions arabes<sup>181</sup>. Et ceci se produit sans technologies comme Facebook et Twitter, et d'autres, qui ont permis le développement d'activités et processus différents.

Alors, qu'il faut dire du sens plus profonds de la recherche ? Nous croyons que les pages précédents ont fait une contribution à la description de la forme de fonctionnement cognitif des nouvelles générations de l'année 2000, la compétence cognitive hypertextuelle qu'il s'a développé autour de l'anime a insérer un indentification d'un l'espace, de un non lieu, l'espace des dessins animées japonaises ; et en même temps, l'espace réel des magasins spécialisées, on teste que les procès d'identification développé dehors du centre de référence symbolique de la société, nous permet comprendre les processus sociales de les mouvement sociaux de la société en réseaux d'aujourd'hui, parce que les acteurs sont en grand partie, les mêmes d'avant.

---

<sup>180</sup> Manuel Castells "*Communication et pouvoir*", Ed. Maison des sciences de l'homme, Paris, 2013.

<sup>181</sup> Manuel Castells, "*Redes de indignación y esperanza*", Ed. Alianza, Madrid, 2012.

# BIBLIOGRAPHIE

## BIBLIOGRAPHIE

### Ouvrages citées

AUGÉ, M.(2000) .Fictions de fin de siècle. Paris : Ed. Fayard.

AUGÉ.M. (2011).La vie en doublé .Paris : Ed. Payot.

BACHELARD, G. (1938, 7<sup>a</sup> ed. 1971) Formation de l'esprit scientifique. Paris :Ed. J. Vrin.  
1971

BACHELARD,G.(1974) Épistémologie. Paris : Edité par Dominique Lecourt, Ed. Presses  
Universitaires de France

BALPE, J.P., LAUBIN, J.M., LELEU-MERVIEL, S. & Saleh, I. (2001) Hypertextes  
Hypermédiats, Nouvelles Écritures, Nouveaux Langages. Paris : Ed. Hermes Science  
Publications.

BARBER B. (1957). Social Stratification. A comparative analysis of structure and process.  
New York: Ed. Harcourt Brace.

BARTHES, R. Œuvres Complètes, 5 tomes, Éditions du Seuil, Paris, 2002

BARTHES, R. Œuvres complètes, tome I : 1942-1965, Éditions du Seuil, Paris, 1993

BARTHES, R. Œuvres complètes, tome II :1966-1973, Éditions du Seuil, Paris, 1994

BARTHES, R. Œuvres complètes, tome III : 1974-1980, Éditions du Seuil, Paris, 1995,

BATON-HERVE, E. (1999), Les Enfants Téléspectateurs. Paris: Ed. L. Harmattan.

BETTETINI, G. & COLOMBO, F. (1995). Las nuevas tecnologías de la comunicación.  
Barcelona: Ed. Paidós.

BOUISSOU, J.-M. (2014). Manga .Histoire et univers de la bande dessinée japonaise. Paris: Editions Philippe Picquier.

BRÉE, J. (1995). Los Niños, el Consumo y el Marketing. Barcelona: Ed. Paidós.

BREMOND, C. (1996). « Le message narratif » dans Revue Communications No 4, 1966.

CALABRESE, O. (1994). La era neobarroca. Madrid: Ediciones Cátedra.

CANIVET-FOVEZ, CH. (2014). Le Manga. Une synthèse de référence qui éclaire en image. L' Origine, L'Histoire et L' Influence de la bande dessinée japonais. Paris: Éditions Eyrolles.

CASSETTI et Di CHIO (1998). Analisi della televisione. Milano : Ed. Bompiani

CASTELLS, M (2013). Communication et pouvoir. Paris : Ed. Maison des sciences de l'homme.

CASTELLS, M. (1998). La société en réseaux Paris : Ed. Fayard.

CASTELLS, M. (1999). Le pouvoir de l'identité. Paris : Ed. Fayard.

CASTELLS, M. (1999). Fin de millénaire. Paris : Ed. Fayard.

CASTELLS, M. (2001). La galaxie internet. Paris : Ed. Fayard.

CASTELLS, M. (2012). Redes de indignación y esperanza. Madrid: Ed. Alianza.

CASTELLS, M. (2013). Communication et pouvoir. Paris : Ed. Maison des sciences de l'homme.

CASTELLS, M. (2012). Redes de indignación y esperanza. Madrid: Ed. Alianza.

CATALÁN, C.; RAM, A. (1997) Los cambios en la televisión chilena en los 90. En: Revista Diálogos No 48 Lima: Ed. Felafacs.

CAZENEUVE, J. (1972). Une société de l'ubiquité. Ed. Denoël.

CLAES, M. (2003). L'univers social des adolescents. Québec : Editions Presses de l'Université de Montréal.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN “Informe Estadístico 1999”, <http://www.cntv.cl> Santiago, 1999.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN V Encuesta Nacional de Televisión, Ed. CNTV, Santiago, 2005.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN, Informe 8/13, Santiago, 2003.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN. Informe 1999. Op Cit.

CORMIER-RODIER, B. & FLEURY-VILLATE, B. (1993). Les Emissions pour Enfants. Paris: Ed. Corlet-Telerama.

CRONSTRÖM, J .(2000). Bibliography: research on video and computer games. Ed. UNESCO- Nordicom, Göteborg

DE PINELLE, N. & DE AHUMADA, E.( 1998). “El videojuego: un espacio de intersemiosis.” En :De Oliveira, A. & Fachine, Imágenes Técnicas. Sao Paulo. Ed. Hacker.

DE SAUSSURE,F. Cours de linguistique générale. Ed. Payot, Paris, 1995 (1<sup>re</sup> éd. 1916)

DEL VILLAR, R .Projet de Recherche Fondecyt No 1011200, Santiago du Chili, 2012- 2015

DEL VILLAR, R. Projet de Recherche Fondecyt No 1061166, Santiago du Chili, 2008

DEL VILLAR,R. (2004). “Publicidad Política y Posicionamiento Plural: el trabajo sobre la ambigüedad del texto” en Revista Comunicación y Medios. Año 14. No 15. Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile.

DESCHAVANNE, E y TAVOILLO, P. ( 2007). Philosophie des Âges de la vie. Paris. : Ed. Bernard Grasset

DÏNET, J.( 1998). « Les Nouveaux Outils de Recherche Documentaire sont-ils compatibles avec les stratégies cognitives des élèves? ». En Hypermédias et Apprentissages N° 4, Rouet, De la Passardière ;

DJÉNATI, G. (2001).Psychanalyse des dessins animés. Paris : Ed. L'Archipel.

DUNPHY, D. C. (1963). The Social Structure of Urban Adolescent Peer Groups. Sociometry 26

ECO, U. Interpretation and overinterpretation. Cambridge University Press, Cambridge, 1992. Trad. Cast. Interpretación y sobreinterpretación Cambridge University Press. Cambridge, 1998

EDELMAN,G. (1992). Biology de la conscience.Paris: Ed. Odile Jacob, Paris 2000

FONNET, L (2003) La programmation d'une chaîne de Télévision. Paris : Ed. Dixit.

FOUCAULT, B. y COULET, Jean-Claude. (2001).«Étude Expérimentale de l'Évolution des stratégies de Navigation et de l'Apprentissage dans un cours en ligne ». En Hypermédias et Apprentissages N° 5. De Vries, Pernin, Peyrin; Grenoble.

FURMAN, W., & WEHNER, E.A. (1997). Adolescent romantic relationships: A developmental perspective. In S. Shulman & W.A. Collins (Eds.), New directions for child development (No. 78). Romantic relationships in adolescence: Developmental perspectives (pp. 21-36). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

GENNETTE,G. Figures, essais, Éditions du Seuil. Paris, 1966-2002 .

GRANDI, R . (1997). Sémiotique au marketing .Milan : Ed. Franco Angeli.

GREENFIELD,P. et RETSCHITZKI,J. (1998). L'enfant et les médias. Les effets de la télévision, des jeux vidéo et les ordinateurs. Fribourg : Editions Universitaires Fribourg.

GREIMAS, A.J., FONTANILLE J. (1994). Semiótica de las pasiones .México Ed. Siglo X

GROUPE, U. (1998). L' image réfléchie. Sémiotique et marketing. Paris: Ed. L'Harmattan.

GUBERN, R. (2000). El Eros Electrónico. Madrid: Ed. Taurus.

HÉNAULT, A (1992) Histoire de la Sémiotique. Paris: Ed. PUF.

HÉNAULT, A et BEVAERT-GESLIN, A. (2004). (Editeurs) Ateliers de sémiotique visuelle. Paris: Ed. PUF.

HÉNAULT, A. (2012). Les enjeux de la sémiotique. Paris: PUF, coll. Quadrige.

INFURCHIA, C. (2014) La mémoire entre neurosciences et psychanalyse Paris : Ed. Eres.

JOST, F. (2005) Années 70: la télévision en jeu. Paris : Ed. CNRS.

JOST, F. (1998). Penser la Télévision. Paris: Ed. Nathan- INA.

JOST, F. (1999). Introduction à l'Analyse de la Télévision. Paris: Ed. Ellipses.

JOST, F. (1999). Introduction à l'Analyse de la Télévision. Paris: Ed. Ellipses.

JOST, F. (2001) “La televisión como vector de identidad”, en : Revista Comunicación y Medios, No 13, Año 13, Ed. Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación, Universidad de Chile, Santiago.

JOST, F. (2001). La télévision du quotidien. Paris: Ed. DeBoeck Université.

JOST, F. (2009). Comprendre la Télévision et ses Programmes. Paris: Ed. Armand Colin.

JOST, F. (2012). 50 fiches pour comprendre les médias. Paris: Ed. Bréal.

JOST, F. (2014). Sous le cinéma, la communication. Paris : Ed. Vrin.

JOST, F. (2005). Années 70: la télévision en jeu. Paris : Ed. CNRS.

JOST, F. (2001) La télévision du quotidien. Paris : Ed. De Boeck Université.

KRISTEVA, J. (1999). Mélanie Klein: le génie féminin. Paris : Ed. Fayard.



KRISTEVA, J. (1970) Le Texte du roman. Approche sémiologique d'une structure discursive transformationnelle. La Haye : Ed. Mouton.

LANDOW, G. (1997). Teoría del Hipertexto. Barcelona: Ed. Paidós.

LAZARFELD, BERELSON, B & H. GAUDET (1940). The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign, New York, Columbia University Press. 2<sup>e</sup> éd.

LEVI, P. (1993). As Tecnologias da Inteligencia. Sao Paulo: Ed. Editora 34.

LEVIS, D. (1997). Los video- juegos, un fenómeno de masas. Barcelona: Ed. Paidós.

LÉVI-STRAUSS, C. (1962). La pensée sauvage. Paris: Ed. Plon.

LÉVI-STRAUSS, C et ERIBON (1988) De Près et De Loin Paris: Ed. Odile Jacob.

LÉVI-STRAUSS, C (1973). Anthropologie Structurale Deux. Paris : Ed. Plon.

LÉVI-STRAUSS, C. (1958), Anthropologie Structurale. Paris : Ed. Plon

LÉVI-STRAUSS, C. (1962). La pensée sauvage. Paris : Ed. Plon.

LÉVI-STRAUSS, C. (1968), Trad. Cast. Antropología Estructural .Buenos Aires: Ed. Eudeba 1968). Mitológicas: Lo crudo y lo cocido. México, Ed. Fondo de Cultura Económica.

LÉVI-STRAUSS, C. (1973). Anthropologie Structurale Deux. Paris: Ed. Plon.

Lire chapitre 2.1 pages précédents : Conseil National de Télévision, 1999 échantillon 1176 enfants 7- 13 ans

LURCAT, L. (1994). Le Jeune Enfant Devant les Apparences Télévisuelles. Paris : Ed. Les Éditions ESF.

MARESCA, B. (2005) Les NTIC au service de la consommation culturelle en Nouvelles technologies et Modes de Vie. Paris: Ed. De L'Aube.

MARX, K (1987)- 1985 Le Capital. Livre I. Paris : Ed. Flammarion

MARX, K. (1857) “Introduction générale à la critique de l'économie politique « dans Œuvres de Karl Marx. Economie I. Ed. Bibliothèque de la Pléiade, ED. Gallimard, Paris, 1963. Traduction par M. Rubel et L'Evrard.

MEAD, M. Male and Female: The Classic Study of the Sexes, Ed. Harper Collins, Quill, (1949) 1998

MITCHEL, J. (1974). Psychanalyse et féminisme. Paris : Ed. Des Femmes.

NEL, N. (2001) Les enjeux du virtuel. Ed. L'Harmattan.  
No 5, Barcelona : Ed. Gedisa.

PETITOT-COCORDA. (1996). « Les modèles morpho dynamiques en perception visuelle », en Revue Visio, Volume I, numéro 1, Québec, Ed. Université Laval

PLASQUIER, F. ( 2000) Le vidéo numérique. Ed. L'Harmattan.

PNUD, “Desarrollo Humano en Chile. Las nuevas tecnologías: ¿un salto al futuro?”, Santiago, 2006 en <http://www.pnud.cl/publicaciones/IDH-2006.pdf>  
Potiers.

Projet de Recherche Fondecyt No 1120064 « Navigation par Internet: protocoles perceptifs, cognitifs, corporels dans la population adulte de Santiago”, Direction de Recherche : Rafael del Villar Muñoz, Santiago, 2012- 2014 <http://www.fondecyt.cl>

Projet de Recherche Fondecyt No 1030561 "Vidéo - Animation et construction d'identités", Direction de recherche : Rafael del Villar Muñoz, Santiago, 2003- 2004. <http://www.fondecyt.cl>

Projet Recherche Fondecyt No 1061166, Navigation par Internet: protocoles perceptifs, cognitifs, corporels”, Direction de Recherche : Rafael del Villar Muñoz, Santiago, 2006- 2008 <http://www.fondecyt.cl>

QUÉAU, P.(1995).Lo virtual. Barcelona: Ed. Paidós.

RALLET, A. (2005)“. La mobilité Urbain comme facteur structurant du commerce électronique” en: Nouvelles Technologies et Modes de Vie, Paris: Ed. De L’Aube.

ROUET, J. F. (1998). Hypermédiat et Apprentissages. Poitiers : Ed. Université de Poitiers.

SCOLARI, C.; DEL VILLAR, R. (Editores) (2004) Corpus Digital. En Revista deSignis

SEMPRINI, A (1993) .Marche et mondi possibili .Milan : Ed. Franco Angeli

SEMPRINI,A (1997) .Lui sguardo semiotico Milan :Ed. Franco Angeli.

SOULE,M.,RUFO,M. & GOLSE, B. (1999). Nés Avec la Télé. Paris: Ed. ESF Éditeur.

STIEGLER, B.(2012) Réseaux sociaux. Paris : Ed. FYP.

THOM, R (1987). Estabilidad estructural y morfogénesis. Barcelona: Editorial Gedisa.

TÖNNIES,F. Gemeinschaft und Gesellschaft. Grundbegriffe (1912) Ed. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt 2005.

TZE-YUE G. HU. (2010) Frames of Anime. Culture and Image- Building. Hong Kong University Press

VARELA,F.(2005) Conocer. Barcelona :Ed. Gedisa

VIGNAUX, W. SILVERSTEIN (2001)« Du Corpus à l’Hypertexte ». En Hypertextes hypermédiat.Paris : Edité par Balpe, Lelu- Mervial, Saleh, Laubin; Ed. Hermes.

WEBER, M. Économie et Société (1921), traduction du tome 1 par Julien Freund, Plon, 1971 ; édition de poche, Pocket, 1995 et 2003

WOLTON, D. (1999) Internet ¿y después? . Barcelona : Ed. Gedisa.

WOLTON, D. (2003). L'autre mondialisation. Paris : Ed. Flammarion.

## Annexes

Annexe 1 :

Grille de Programmation

L'information a été récoltée pendant le mois de juin de l'année 2000.

**Chaîne Télévision Televisión Pontificia Universidad Católica : Juin (6)<sup>182</sup> 2000**

Heures	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
7 à 7,30							
7,30 à 8							
8 à 8,30							
8,30 à 9							
9 à 9,30							
9,30 à 10							GARDIANS DE L'HISTOIRE (USA) 09:36:22 à 09:50:51 (4/6); (18/6); (25/6);
10 à 10,30	TOM Y JERRY KIDS (USA) 10:08:50 à 10:18:50 (19/6)						
10,30 à 11							
11 à 11,30	LAS AVENT.DE TIMON Y PUMBA (USA) 11:00:07 à 11:12:06 (26/6); FLASH GORDON (USA) 11:22:56 à 11:32:01 (26/6);					SNOOPER AND BLABBER (USA) 11:20:50 à 11:32:54 (3/6)	
11,30 à 12	TOM Y JERRY (USA) 11:46:58 à 12:16:28 (26/6);					LAS AVENT.DE TIMON Y PUMBA (USA) 11:32:54 à 11:45:57 (3/6); (24/6) TOM Y JERRY KIDS (USA) 11:41:25 à 11:51:25 (10/6)	-LES AVENTURES DES OURS GUMM (USA) 11:29:09 à 11:42:00 (4/6); (25/6); -LOS CUENTOS DE SHELLY * (USA) 11:42:30 à 11:58:26 (4/6); (18/6); (25/6);
12 à 12,30							LOS CAMPEONES

<sup>182</sup> Le chiffre entre parenthèse signifie le mois de recollection de l'information; c'est à dire le mois de juin.

Alors, dans le parcours descriptif nous avons nommé, par exemple (4/6), (9/6), cela veut dire que la série s'a donné par télévision les jours 4 y 9 de juin.

							(USA) 12:11:19 à 12:22:38 (4/6); (18/6); (25/6); TOM Y JERRY (USA) 12:26:47 à 12:36 (11/6)
12,30 à 13							AVENTURAS DE SUPER MARIO (USA) 12:37:03 à 12:50:59 (4/6); (18/6); (25/6);
13 à 13,30							LA MASCARA (USA) 13:03:51 à 13:17:41 (4/6); (18/6); (25/6);
13,30 à 14							
14 à 14,30							
14,30 à 15							GARFIELD (USA) 14:23:33 à 14:42:42 (3/6); (10/6); (17/6); (24/6);
15 à 15,30							
15,30 à 16							LA MASCARA (USA) 15:40:00 à 15:50:41; (11/6);
16 à 16,30							TOM Y JERRY (USA) 16:02:15 à 16:12 (25/6);
16,30 à 17							TOM Y JERRY (USA) 16:33:01à 16:43:01 (24/6); TOM Y JERRY KIDS (USA) 16:28:45 à 16:38:00 (4/6) ;(17/6)
17 à 17,30							
17,30 à 18							
18 à 18,30							
18,30 à 19							
19 à 19,30							
19,30 à 20							
20 à 20,30							
20,30 à 21							
21 à 21,30							
21,30 à 22							
22 à 22,30							
22,30 à 23							
23 à 23,30							
23,30 à 24							
24 à 24,30						LOS	



					SIMPSONS (USA) 00:14:58 à 00:32:14 (2/6); (9/6) ;(16/6); (23/6).		
--	--	--	--	--	---	--	--

\*Los Cuentos de Shelly (« Les contes de Shelly) ne sont pas des dessins animés. Les contes de Shelly sont des narrations classiques des contés de fées comme Rapunzel, Hansel et Gretel, Cendrillon présentés par et avec l'intervention de Shelly Duval.

Remarquons que les dates du lundi 19 juin 2000 et du lundi 26 juin 2000 sont des jours fériés, et c'est pour cela qu'il y a des programmations de dessins animés, cependant la règle est la présence de dessins animés seulement le samedi et dimanche.

### Chaîne de Télévision : Chilevisión (Canal 11 télévision hertzienne) Juin (6) 2000:

Heures	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
7 à 7,30							
7,30 à 8							
8 à 8,30							
8,30 à 9	SUEPRMAN (USA) 08:42:31 à 08:50:04 (5/6) TRES PEQUENAS FANTASMAS (USA) 08:51:04 à 9:03:34 (5/6); (12/6); ABBOTT Y COSTELLO (USA) 8:40:57 à 9:01:49; (19/6) ;(26/6);	TRES PEQUENAS FANTASMAS (USA) 08:41:48 à 8:55:05 (6/6); (13/6); ABBOTT Y COSTELLO (USA) 8:40:57 à 9:01:49; (20/6) ;(27/6);	TRES PEQUENAS FANTASMAS (USA) 08:52:48 à 9:17:05 (7/6); (14/6); ABBOTT Y COSTELLO (USA) 8:40:57 à 9:01:49; (21/6); LAS AVENTURAS DE GULLIVER (USA) 8:27:42 à 08:41:42 (28/6) EL SHOW DE UNDERDOG (USA) 08:53:21 à 9:08:24 (28/6)	LOONEY TUNES (USA) 08:40:32 à 08:47:06 (1/6) TRES PEQUENAS FANTASMAS (USA) 08:47:06 à 9:00:21 (1/6); (8/6); (15/6); ABBOTT Y LAS COSTELLO (USA) 8:40:57 à 9:01:49; (22/6); LAS AVENTURAS DE GULLIVER (USA) 8:27:42 à 08:41:42 (29/6) EL SHOW DE UNDERDOG (USA) 08:53:21 à 9:08:24 (29/6)	MERRIE MELODIES (USA) 08:40:07 à 08:47:25 (2/6) ABBOTT Y COSTELLO (USA) 08:50:47 à 09:11:07; (16/6) ;(23/6); TRES PEQUENAS FANTASMAS (USA) 08:47:26 à 9:00:21 (2/6) ;(9/6); LAS AVENTURAS DE GULLIVER (USA) 8:27:42 à 08:41:42 (30/6) EL SHOW DE UNDERDOG (USA) 08:53:21 à 9:08:24 (30/6)		
9 à 9,30	LAS AVENTURAS DE GULLIVER (USA) 9:15:08 à 9:28:48 (5/6); (12/6); (19/6); (26/6);	LAS AVENTURAS DE GULLIVER (USA) 09:06:29 à 9:20:46 (6/6); (13/6); (20/6); (27/6);	LAS AVENTURAS DE GULLIVER (USA) 09:12:08 à 09:28:21(7/6); (14/6); (21/6); GASPARIN (USA) 09:17:08 à 9:33:06 (28/6)	LAS AVENTURAS DE GULLIVER (USA) 09:12:08 à 09:28:21(1/6); (8/6); (15/6); (22/6); GASPARIN (USA) 09:17:08 à 9:33:06	LAS AVENTURAS DE GULLIVER (USA) 09:12:08 à 09:28:21(2/6) ;(9/6); (16/6); (23/6); GASPARIN (USA) 09:17:08 à 9:33:06		

9,30 à 10	EL SHOW DE UNDERDOG (USA) 09:38 à 10:01:0 (5/6); (12/6); (19/6); (26/6);	EL SHOW DE UNDERDOG (USA) 09:32 à 09:48:0 (6/6); (13/6); (20/6); (27/6);	EL SHOW DE UNDERDOG (USA) 09:38 à 10:01:0 (7/6); (14/6); (21/6); LAS TRES MELLIZAS (Europa) 09:39:49 à 10:00:49 (28/6)	(29/6) EL SHOW DE UNDERDOG (USA) 09:38 à 10:01:0 (1/6); (8/6); (15/6); (22/6); LAS TRES MELLIZAS (Europa) 09:39:49 à 10:00:49 (29/6)	(30/6) EL SHOW DE UNDERDOG (USA) 09:38 à 10:01:0 (2/6); (9/6); (16/6); (23/6); LAS TRES MELLIZAS (Europa) 09:39:49 à 10:00:49 (30/6)		MELO-TOONS (USA) (11/6); 09:50 à..
10 à 10,30	GASPARIN (USA) 10:06:15 à 10:18:14 (5/6); (12/6); (19/6); (26/6);	GASPARIN (USA) 10:06:15 à 10:18:14 (6/6); (13/6); (20/6); (27/6);	GASPARIN (USA) 10:06:15 à 10:18:14 (7/6); (14/6); (21/6);	GASPARIN (USA) 10:06:15 à 10:18:14 (1/6); (8/6); (15/6); (22/6);	GASPARIN (USA) 10:06:15 à 10:18:14 (2/6); (9/6); (16/6); (23/6);	LOONEY TUNES (USA) 10:24:01 à 10:30:01 (3/6)	Conta. MELO-TOONS (11/6); Jusqu'à...
10,30 à 11	LAS TRES MELLIZAS (Europa) 10:31:22 à 11:00 (5/6); (12/6); (19/6); (26/6);	LAS TRES MELLIZAS (Europa) 10:31:22 à 11:00 (6/6); (13/6); (20/6); (27/6);	LAS TRES MELLIZAS (Europa) 10:31:22 à 11:00 (7/6); (14/6); (21/6); LA PRINCESA SALLY (Asie) 10:39:54 à 10:55:42 (28/6)	LAS TRES MELLIZAS (Europa) 10:31:22 à 11:00 (1/6); (8/6); (15/6); (22/6); LA PRINCESA SALLY (Asie) 10:39:54 à 10:55:42 (29/6)	LAS TRES MELLIZAS (Europa) 10:31:22 à 11:00 (2/6); (9/6); (16/6); (23/6); LA PRINCESA SALLY (Asie) 10:39:54 à 10:55:42 (30/6)	SKY DANCERS (USA) 10:31:43 à 10:43:33 (3/6); (10/6); (17/6); (24/6);;	Conta. MELO-TOONS Jusqu'à... 11:00 (11/6);
11 à 11,30	LA PRINCESA SALLY (Asie) 11:01:17 à 11:09:0 (5/6); (12/6); (19/6); (26/6); POKEMON (Asie) 11:09: à 11:20 (26/6);	LA PRINCESA SALLY (Asie) 10:56:17 à 11:14:0 (6/6); (13/6); (20/6); (27/6); POKEMON (Asie) 11:09: à 11:20 (27/6);	LA PRINCESA SALLY (Asie) 11:01:17 à 11:29:0 (7/6); (14/6); (21/6); POKEMON (Asie) 11:09: à 11:20 (28/6)	LA PRINCESA SALLY (Asie) 11:01:17 à 11:29:0 (1/6); (8/6); (15/6); (22/6); POKEMON (Asie) 11:09: à 11:20 (29/6)	LA PRINCESA SALLY (Asie) 11:01:17 à 11:29:0 (2/6); (9/6); (16/6); (23/6); POKEMON (Asie) 11:09: à 11:20 (30/6)	EL SHOW DE UNDERDOG (USA) 10:54:06 à 11:04:36(3/6); (10/6); (17/6); (24/6); ALVIN Y LAS ARDILLAS (USA) 11:17:52 à 11:33:21 (3/6); (10/6); (17/6); (24/6);;	
11,30 à 12						LA PEQUENA LULU (USA) 11:43:08 à 12:03:57 (3/6); (10/6); (17/6); (24/6);	LA PEQUENA LULU (USA) 11:38:08 à 11:56:57 (4/6); (11/6); (18/6); (25/6);
12 à 12,30						LAS TRES MELLIZAS (Europa) 12:12:33 à 12:32:41 (3/6); (10/6); (17/6); (24/6);;	LAS TRES MELLIZAS (Europa) 12:03:56à 12:21:33 (4/6); (11/6); (18/6); (25/6);
12,30 à 13						SAILOR MOON (Asie) 12:42:31 à 12:57:36 (3/6); (10/6); (17/6); (24/6);;	SAILOR MOON (Asie) 12:42:31 à 12:57:36 (4/6); (11/6); (18/6); (25/6);;
13 à 13,30						SLAM DUNK (Asie) 13:08:51 à 13:23:1 (3/6);	SLAM DUNK (Asie) 13:08:51 à 13:23:1 (4/6);

						(10/6); (17/6); (24/6);	(11/6); (18/6); (11/6); (18/6); (25/6);
13,30 à 14							
14 à 14,30							
14,30 à 15							
15 à 15,30							
15,30 à 16	KITARO (Asie) 15:37:52 à 15:55:38 (5/6); (12/6); (19/6); (26/6);	KITARO (Asie) 15:42:52 à 15:57:38 (6/6); (13/6); (20/6) (27,6);	KITARO (Asie) 15:42:52 à 15:57:38 (7/6) (14/6); (21/6); (28/6);	KITARO (Asie) 15:42:52 à 15:57:38 (1/6); (8/6); (15/6); (22/6); (29/6)	KITARO (Asie) 15:42:52 à 15:57:38 (2/6); (9/6); (16/6); (23/6); (30/6)	SAMURAI X (Asie) (3/6) ;(10/6); (17/6); 15:34:29 à LOS JUSTICIERO S (Asie) 15:37:53 à (24/6);	
16 à 16,30	EL DETECTIVE CONAN (Asie) 16:07:14 à 16:23:40 (5/6); (12/6); (19/6); (26/6);	EL DETECTIVE CONAN (Asie) 16:07:14 à 16:23:40 (6/6); (13/6); (20/6) (27,6);;	EL DETECTIVE CONAN (Asie) 16:07:14 à 16:23:40 (7/6); (14/6); (21/6); (28/6)	EL DETECTIVE CONAN (Asie) 16:07:14 à 16:23:40 (1/6); (8/6); (15/6); (22/6); (29/6)	EL DETECTIVE CONAN (Asie) 16:07:14 à 16:23:40 (2/6); (9/6); (16/6); (23/6); (30/6)	Conta. SAMURAI X (Asie) jusqu'à 16:37:44 (3/6); (10/6); (17/6); Conta. LOS JUSTICIERO S (Asie) Jusqu'à 16:46 (24/6);	
16,30 à 17	DRAGON QUEST (Asie) 16:24:37 à 16:48:38 (5/6); (12/6); (19/6); (26/6);	DRAGON QUEST (Asie) 16:24:37 à 16:48:38 (6/6); (13/6); (20/6); (27,6);	DRAGON QUEST (Asie) 16:24:37 à 16:52:38 (7/6); (14/6); (21/6); (28/6)	DRAGON QUEST (Asie) 16:24:37 à 16:52:38 (1/6); (8/6); (15/6); (22/6); (29/6)	DRAGON QUEST (Asie) 16:24:37 à 16:52:38 (2/6); (9/6); (16/6); (23/6); (30/6)	POKEMON (Asie) (3/6); (10/6); (17/6); 16:50:30 à (24/6);	
17 à 17,30	SLAM DUNK (Asie) 17:02:14 à 17:16:44 (5/6); (12/6); (19/6); (26/6);	SLAM DUNK (Asie) 17:02:14 à 17:16:44 (6/6); (13/6); (20/6); (27,6);	SLAM DUNK (Asie) 17:02:14 à 17:16:44 (1/6); (14/6); (21/6); (28/6)	SLAM DUNK (Asie) 17:02:14 à 17:16:44 (1/6); (8/6); (15/6); (22/6); (29/6)	SLAM DUNK (Asie) 17:02:14 à 17:16:44 (2/6); (9/6); (16/6); (23/6); (30/6)	Conta. POKEMON (Asie) jusqu'à 17:29:17 (3/6); et 17:53, en; (10/6); (17/6); (24/6);	
17,30 à 18	POKEMON (Asie) 17:25:14 à 17:47:09 (5/6); (12/6); (19/6) (26/6);;	POKEMON (Asie) 17:25:14 à 17:47:09 (6/6); (13/6); (20/6) (27,6);;	POKEMON (Asie) 17:25:14 à 17:47:09 (1/6); (14/6); (21/6) (28/6)	POKEMON (Asie) 17:25:14 à 17:47:09 (1/6); (8/6); (15/6); (22/6); (29/6)	POKEMON (Asie) 17:25:14 à 17:47:09 (2/6); (9/6); (16/6); (23/6); (30/6)		
18 à 18,30							
18,30 à 19							
19 à 19,30							
19,30 à 20							
20 à 20,30							
20,30 à 21							
21 à 21,30							
21,30 à 22							
22 à 22,30							
22,30 à 23							
23 à 23,30							
23,30 à 24							
24 à 24,30							

### Chaîne de Télévision : Megavisión (Canal 9 télévision hertzienne)

Heures	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
7 à 7,30							

7,30 à 8							
8 à 8,30							
8,30 à 9							
9 à 9,30							
9,30 à 10							
10 à 10,30	Los Cazafantasmas (USA) 10:15 à 10:45 (5/6); (12/6); (19/6); (26/6);	Los Cazafantasmas (USA) 10:15 à 10:45 (6/6); (13/6); (20/6); (27/6);	Los Cazafantasmas (USA) 10:15 à 10:45 (7/6); (14/6); (21/6); (28/6);	Los Cazafantasmas (USA) 10:15 à 10:45 (8/6); (15/6); (22/6); (29/6);	Los Cazafantasmas (USA) 10:15 à 10:45 (2/6); (9/6); (16/6); (23/6); (30/6);		DELPHY (USA) 10:11:13 à 10:27:44 (4/6);(11/6), (18/6),(25/6)
10,30 à 11	Los Cazafantasmas (USA) ... à 10:45 (5/6); (12/6); (19/6); (26/6);	Los Cazafantasmas (USA) ... à 10:45 (6/6); (13/6); (20/6); (27/6);	Los Cazafantasmas (USA) ... à 10:45 (7/6); (14/6); (21/6); (28/6);	Los Cazafantasmas (USA) ... à 10:45 (1/6) (8/6); (15/6); (22/6); (28/6);	Los Cazafantasmas (USA) ... à 10:45 (2/6), (9/6); (16/6); (23/6);(30/6)	Zoolo TV: Los Pequeños Picapiedras (USA) 10:45 à 11:15 (3/6);(10/6); (17/6); (24/6)	Los Pequeños Picapiedras (USA) 10:30 à 11:00 (4/6);(11/6); (18/6);(25/6);
11 à 11,30	Los Picapiedras (USA) 11:15 à 11: 35 (5/6); (12/6); (19/6); (26/6);	Los Picapiedras (USA) 11:15 à 11: 35 (6/6); (13/6); (20/6); (27/6);	Los Picapiedras (USA) 11:15 à 11: 35 (7/6); (14/6); (21/6); (28/6);	Los Picapiedras (USA) 11:15 à 11: 35 (1/6),(8/6); (15/6); (22/6); (29/6);	Los Picapiedras (USA) 11:15 à 11: 35 (2/6),(9/6); (16/6); (23/6); (30/6);	Zoolo TV: Los Pequeños Picapiedras (USA) 10:45 à 11:15 (3/6);(10/6); (17/6); (24/6)	TICK LA GARRAPATA (USA) 11:04:43 à 11:24:08 (4/6);(11/6) (18/6); (25/6).
11,30 à 12	DR. SLUMP (Asie) 11:40 à 12: 00 (5/6); (12/6); (19/6); (26/6);	DR. SLUMP (Asie) 11:40 à 12: 00 (6/6); (13/6); (20/6); (27/6);	DR. SLUMP (Asie) 11:40 à 12: 00 (7/6); (14/6); (21/6); (28/6);	DR. SLUMP (Asie) 11:40 à 12: 00 (17/6),(8/6); (15/6); (22/6); (29/6);	DR. SLUMP (Asie) 11:40 à 12: 00 (2/6),(9/6); (16/6); (23/6); (30/6);		LOS PICAPIEDRAS (USA) 11:36:12 à 11:53:33 (4/6);(11/6) (18/6); (25/6).
12 à 12,30	DRAGON BALL (Asie) 12:10 à 12:40 (5/6); (12/6); (19/6);(26/6)	DRAGON BALL (Asie) 12:10 à 12:40 (6/6); (13/6); (20/6); (27/6)	DRAGON BALL (Asie) 12:10 à 12:40 (7/6); (14/6); (21/6); (28/6)	DRAGON BALL (Asie) 12:10 à 12:40 (1/6), (8/6); (15/6); (22/6); (29/6);	DRAGON BALL (Asie) 12:10 à 12:40 (2/6), (9/6); (16/6); (23/6); (30/6)	LOS PICAPIEDRAS (USA) 12:00 à 12:30 (3/6);(10/6); (17/6); (24/6)	CAT DOG (USA) 12:01:07 à 12:14:26 (4/6);(11/6) (18/6); (25/6)
12,30 à 13						DR. SLUMP (Asie) 12:30 à 13:00 (3/6);(10/6); (17/6); (24/6);	
13 à 13,30							
13,30 à 14						MAX STEEL (USA) 13:30 à 14:00 (3/6); (10/6); (17/6); (24/6);	
14 à 14,30							
14,30 à 15							
15 à 15,30							
15,30 à 16							
16 à 16,30							Tarzán (USA) 16:05 à 16:40 (11/6); (18/6), (25/6)
16,30 à 17							
17 à 17,30				DRAGON BALL Z (Asie) 17: 15 à 17:50 (29/6)			
17,30 à 18	ARNOLD (USA) 17:30:01 à 17:55:01 (5/6); (12/6); (19/6); (26/6);	ARNOLD (USA) 17:30:01 à 17:55:01 (6/6); (13/6); (20/6); (27/6);	ARNOLD (USA) 17:30:01 à 17:55:01 (7/6); (21/6); (28/6)	ARNOLD (USA) 17:30:01 à 17:55:01 (1/6),(8/6); (15/6); (22/6);	ARNOLD (USA) 17:30:01 à 17:55:01 (2/6),(9/6); (16/6); (23/6); (30/6);		

18 à 18,30							
18,30 à 19	DRAGÓN BALL Z (Asie) 18:30 à 19:00 (5/6); (12/6); (19/6); (26/6);	DRAGÓN BALL Z (Asie) 18:30 à 19 (6/6); (13/6); (20/6); (27/6);	DRAGÓN BALL Z (Asie) 18:30 à 19 (7/6); (21/6); (28/6);	DRAGÓN BALL Z (Asie) 18:30 à 19 (8/6); (15/6); (22/6);	DRAGÓN BALL Z (Asie) 18:30 à 19 (2/6), (9/6); (16/6); (23/6); (30/6);		
19 à 19,30							
19,30 à 20							
20 à 20,30							
22 à 23, 15					DRAGÓN BALL Z (Asie) 22 à 23:15 (2/6), (9/6); (16/6); (23/6); (30/6);		

### Chaîne de Télévision : Televisión Nacional de Chile (Canal 7 télévision hertzienne)

Heures	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
7 à 7,30							
7,30 à 8							
8 à 8,30							
8,30 à 9							
9 à 9,30							MERRIE MELODIES (USA) 09:07:42 à 09:24:32 (11/6)
9,30 à 10						MERRIE MELODIES (USA) 09:37:22 à 09:54:15 (3/6); (10/6)  FESTIVAL DE PORKY (USA) 09:38:03 à 09:50:34 (17/6); (24/6)	MERRIE MELODIES (USA) 09:37:22 à 09:54:15 (4/6) FESTIVAL DE PORKY (USA) 09:41:19 à 09:59:13 (11/6); (25/6);
10 à 10,30	FESTIVAL DE PORKY (USA) 10:11:13 à 10:20:37 (19/6); (26/6);					FESTIVAL DE PORKY (USA) 10:11:13 à 10:20:37 (3/6); (10/6); EL MUNDO FANTASTIC O DE RICHARD (USA) 10:06:13 à 10:28:59 (17/6); (24/6)	FESTIVAL DE PORKY (USA) 10:11:13 à 10:20:37 (4/6)
10,30 à 11	EL MUNDO FANTASTIC O DE RICHARD (USA) 10:40:04 à 10:59:31 (19/6); (26/6);					BATMAN (USA) 10:49:31 à 11:09:37 (17/6); (24/6)	EL MUNDO FANTASTICO DE RICHARD (USA) 10:28:04 à 10:47:31 (4/6); (11/6); (25/6); SPEEDY GONZALEZ (USA) 10:46:15 à

							11:04:32 (18/6)
11 à 11,30	BATMAN (USA) 11:16:52 à 11:31:00 (19/6); (26/6);					EL MUNDO FANTASTIC O DE RICHARD (USA) 11:04:43 à 11:24:08 (3/6); (10/6) SUPERMAN (USA) 11:18:05 à 11:34:40 (17/6); (24/6)	BATMAN (USA) 11:09:52 à 11:26:57 (4/6); (11/6) (18/6); (25/6);
11,30 à 12	SUPERMAN (USA) 11:45:41 à 12:05:00 (19/6); (26/6);					BATMAN (USA) 11:36:12 à 11:53:33 (3/6); (10/6);	SUPERMAN (USA) 11:38:41 à 11:52:54 (4/6); (25/6);
12 à 12,30	MERRIE MELODIES (USA) 12:15:40 à 12:38:28 (19/6); (26/6);					SUPERMAN (USA) 12:01:07 à 12:14:26 (3/6); (10/6);	LAS AVEN.DE SILVESTRE Y PIOLIN (USA) 12:05:35 à 12:21:44 (4/6)
12,30 à 13						LAS AVEN.DE SILVESTRE Y PIOLIN (USA) 12:39:16 à 12:59:21 (3/6)	
13 à 13,30						TINY TOON (USA) 13:13:22 à 13:33:14 (3/6); (10/6);	TINY TOON (USA) 13:18:42 à 13:37:08 (4/6)
13,30 à 14							
14 à 14,30							
14,30 à 15							
15 à 15,30							
15,30 à 16							
16 à 16,30							
16,30 à 17							
17 à 17,30							
17,30 à 18							
18 à 18,30							
18,30 à 19							
19 à 19,30							
19,30 à 20							
20 à 20,30							
20,30 à 21							
21 à 21,30							
21,30 à 22							
22 à 22,30							
22,30 à 23							
23 à 23,30							
23,30 à 24							
24 à 24,30							

## **Annexe 2**

### **Synthèses des séries**

## 2.1.- Synthèses des séries chaîne TV UC

### **Snooper & Blabber (USA): Monde diégétique ludique**

#### *Contenu Manifeste:*

Un chat et une souris (Snooper & Blabber) jouent les rôles de détectives à la manière de Sherlock Holmes et Watson. Ils acceptent différentes missions.

#### *Synthèse d'un Épisode:*

L'épisode présente une histoire qui commence dans un club d'explorateurs: il y a un sauvage capturé: Gaba-Gaba. On l'appelle ainsi, parce qu'il ne dit rien sauf Gaba-Gaba. L'histoire part d'un conflit initial: Gaba-Gaba s'échappe. A ce moment-là le club d'explorateurs demande les services de Snooper & Blabber pour le rechercher. Ils acceptent et ils capturent l'homme sauvage. Finalement Gaba-Gaba s'insère dans la civilisation et forme une famille.

### **Las aventures de Timón et Pumba (USA): Monde diégétique ludique**

#### *Contenu manifeste:*

Les personnages et les actions de cette série s'inspirent du film "Le Roi Lion". Dans ce film, on trouve les personnages Timón et Pumba: un malodorant mais très sympathique sanglier appelé Pumba et un suricate, son ami, qui mange des insectes, toujours souriant, appelé Timon. Ils vivent éloignés des Communautés de la forêt, puisque pour différentes raisons ils ont été mis en marge de celles-ci. Tous les deux accueillent Simba (le Roi Lion) quand il s'exile de son royaume, après le décès de son père - Mufasa - des mains de son oncle Skar. Simba se sent coupable de la situation, et il vaque dans la jungle pendant des semaines jusqu'à ce qu'il rencontre cette paire d'amis qui lui ont enseigné leur philosophie de vie qu'ils ont appelé "Hakuna Matata". Ce concept, inventé par eux quand ils décideront de vivre ensemble, c'est-à-dire vivre sans préoccupation, libéré et sans imposition sociale d'aucun type, d'où jamais ils ne sont rejetés. Cette philosophie de vie est un style qui est en correspondance avec les moments difficiles que Simba passait. Timon et Pumba le font valoir et ils le voient croître, sans savoir qu'il s'agit en réalité du Roi Lion. Les Aventures de Timón et Pumba montrent l'origine et toute l'évolution de cette amitié, ce qui permet de connaître beaucoup mieux les personnages sympathiques. La scène où ils se déplacent est la forêt et y apparaissent généralement d'autres personnages du film "le Roi Lion", y compris Simba, avec



la différence claire que maintenant l'histoire se centre sur le couple qui a rendu célèbre le Hakuna Matata.

*Synthèse d'un épisode* (Titre : « Il était une fois Timón et Pumba, Parties 1 et 2 ») :

L'histoire commence quand le conseiller légal de la forêt - un perroquet appelé Sasu - va converser avec le savant du royaume - un orang-outang appelé vétérinaire Raffigi - pour le questionner sur Timón et Pumba. Timón et Pumba ont une grande influence sur le Roi de la Forêt Simba. Le problème vient du fait que Timón et Pumba n'ont pas rempli le registre de la forêt et ils affichent les mots "Hakuna Matata". Le perroquet est préoccupé parce que la relation entre Simba et Timón et Pumba pourrait entraîner la perte de la réputation de Simba. En entendant cela, Raffigi décide de raconter à Sasu l'histoire de Timón: tout a commencé dans une colonie de suricates, une société stricte avec de l'efficacité, dans laquelle chaque membre a des tâches établies. Le rôle de Timón est d'être le gardien de la Porte arrière du palais, le devoir le plus fatigant parce qu'il n'y a personne qui s'aventure par là. Toutefois, cela lui confère une situation de privilège, puisqu'il avait une vue privilégiée sur la maison du duc suricate et sur la chambre de sa fille Tatiana, où Timón s'était rendu. Un ami a raconté à Timón que le duc était en voyage et que c'était son occasion de conquérir sa fille. Toutefois, Timón savait que cela serait difficile: elle voulait quelqu'un de courageux, risqué, intelligent. En plus, il est conscient qu'il ne peut pas laisser son poste, parce qu'il serait exilé. Devant l'élan que lui donne son ami et malgré les risques, Timón laisse son travail momentanément pour aller acheter des fleurs et de se mettre bien pour l'occasion. Malheureusement, à ce moment là un cobra géant arrive chez le Duc à travers une paroi qui donnait sur la porte que Timon devait garder et prend comme otage à Tatiana, que tous donnent pour morte. En s'informant de cette situation terrible, et en pensant que sa fille est morte, le Duc est déterminé à expulser Timón de la colonie. Mais, Sasu veut connaître toute l'histoire, et il questionne Raffigi sur l'origine de l'amitié entre Timón et Pumba. Raffigi lui demande s'il a le temps nécessaire pour écouter toute l'histoire. Le perroquet répond qu'il a le temps. Sasu continue l'histoire. Timón était seul dans la forêt, perdu et face à toutes sortes de situations dangereuses, par exemple la menace des hyènes. Les hyènes avaient fait prisonnier à un sanglier appelé Pumba - alors inconnu pour lui - qu'ils prétendaient manger pour le dîner. Timón signale à Pumba qu'il ne s'agit pas d'une invitation à dîner, comme il pourrait le croire en tant qu'innocent, mais qu'il servirait tous les deux comme soucoupe principale. En se rendant compte de ceci, Timón délie le jabali qui est amarré à une roche, et s'échappent tous les deux. Ils décident de partir séparément. Pumba suppose que Timón retournera à sa colonie et celui-ci ne fait rien pour le réfuter. Le destin s'insère de nouveau le jour suivant, en

consolidant une amitié qui durera pour toujours. Timón raconte à Pumba la vérité de sa situation, tandis que ce dernier admet qu'il est rejeté par le reste des animaux, à cause du parfum putréfié qu'il expulse. Le suricate arrive à la conclusion que la société peut être très cruelle avec certains de ses membres, en les isolant et en les discriminant totalement d'elle. En voyant que le monde les avait rejetés, ils génèrent l'idée de vivre ensemble. Et ainsi le font-ils, en renforçant une union basée sur l'aide mutuelle, le respect et la compagnie. Pour tous les deux, le plus important au monde est l'amitié. Tandis qu'ils marchent dans la forêt en indiquant que l'affection est belle, Timón entend un cri qui provient d'un trou profond: Tatiana n'était pas morte, mais enlevée par le serpent duquel elle était prisonnière. Timón pensait que s'il la libérait, il pourrait ensuite se marier avec elle et être accepté dans la Communauté. Ainsi, avec l'aide de Pumba il arrive à la dégager, en s'adressant ensuite à la colonie suricate, où ils sont reçus avec un grand bonheur par le Duc. Celui-ci offre à Timón tout ce dont il avait rêvé: la main de sa fille, une charge de pouvoir, toute la richesse qu'il possède, à condition que le sanglier doive partir. Timón devrait choisir. Finalement, Timón choisit d'être fidèle à leur amitié, et ils vivent sans souci la philosophie de Hakatuna Matata.

### **Tom y Jerry Kids (USA): Monde diégétique fiction**

#### *Contenu manifeste*

Il s'agit du classique de Tom et Jerry, pendant leur enfance.

#### *Synthèse d'un épisode.*

Cet épisode débute avec une lutte à coups de canon dans le vieil ouest entre une famille de souris et une famille de chats, et ce conflit dure depuis plus de vingt années sans repos. En prenant conscience de ceci, les chats proposent aux souris une trêve et décident de prendre des vacances: ils iront visiter à leur cousin Tom dans la grande ville. En se rendant compte de cela, les souris indiquent qu'elles n'auront personne avec qui combattre. Tandis que dans la maison de Tom celui-ci prépare un sandwich gigantesque qu'il se dispose à manger, juste avant que Jerry n'essaye désespérément de lui voler. Tom poursuit Jerry et quand il l'a enfin entre ses griffes, celui-ci entend que ses cousins de l'ouest appellent à la porte, et qu'en entrant, ils jettent Tom vers le bas de la porte, qui reçoit un grand coup. En entrant, les cousins lui demandent qui est le responsable de la situation, et Tom leur indique Jerry qui vient de terminer de manger le sandwich. Les cousins prennent Jerry et la jettent hors de la maison. Les cousins de Tom lui signalent que ses problèmes sont dorénavant terminés et que cette souris ne le tracassera pas à nouveau. Mais Tom prend des mesures de garantie et cloue

une série de planches en couvrant l'entrée de ce qui est l'habitat de Jerry, en s'assurant donc qu'il ne revienne pas, en partant se préparer un nouveau sandwich. Juste quand Tom prend une première bouchée de son sandwich, son cousin, le plus grand, lui dit qu'il n'a pas de temps pour cela, et lui donne une pomme. Le cousin dit à Tom: une partie de ton éducation a été oubliée, il faut connaître l'art sensible de la défense. Il est notre devoir de t'enseigner. Au rythme de la musique country, que le chef des cousins interprète, commence l'entraînement: Tom est lancé d'un côté et de l'autre, poursuivi avec une pelle, obligé de passer des essais de résistance dans lesquels il doit sauter une série de ratières, tandis qu'il est poursuivi, il est expulsé d'un repoussement hors de sa maison, exilé et formé dans le domaine de la fuite, en vainquant deux de ses cousins qui essaient de le capturer. Tout ceci est attentivement observé par Jerry depuis la fenêtre. Pour avoir bien appris la leçon, les cousins décident de récompenser le petit Tom avec un ragoût piquant exquis, mais dégoûté, il finit par le cracher. Pour les cousins c'est une offense, et ils décident d'expulser Tom de sa propre maison, comme ils l'ont fait avec Jerry. En voyant ce qui arrive, Jerry décide d'appeler ses cousins de l'ouest (rivaux des cousins de Tom), qui commencent à punir à Tom, en croyant qu'il est le problème. Face à la situation, Jerry explique que le problème n'est pas Tom, c'est la situation. Commence une dispute entre les deux groupes. Dans ce cadre, les chats prennent conscience qu'il n'y a pas d'alimentation, et donc les deux groupes décident de partir à l'ouest pour continuer le conflit. Chaque parti prend sa voiture et retourne chez soi pour y continuer le conflit. Tom et Jerry se félicitent d'avoir obtenu des chats leur départ de la maison, tandis qu'ils décident maintenant de faire une visite à leurs cousins de l'ouest, en préparant leur voyage.

### **Garfield (USA): Monde diégétique ludique**

#### *Contenu Manifeste:*

Garfield est né dans la cuisine d'un restaurant italien. A cause de cela, il aime les lasagnes, c'est son plat préféré. Le propriétaire du local se défait de Garfield, et quand il l'abandonne dans un magasin d'animaux, Jon le regarde et l'amène vivre chez lui. Gardfield doit partager l'espace avec le chien de Jon, Odie. Garfield apprécie la vie, pour lui la vie est comme un jeu, en jouissant au lit couvert avec sa couverture, en mangeant ou en regardant pendant des heures interminables la télévision.

#### *Synthèse d'un épisode:*

Un épisode de cette série nous montre que Garfield se repose le jour de Noël. Son maître lui donne des lasagnes, son plat favori, tandis qu'il va chercher le cadeau de Garfield. Garfield imagine que son maître lui donne une machine qui lui permet d'avoir le cadeau désiré: on met un chapeau, on pense fort à son souhait et la machine accorde ce cadeau. Mais tout est un rêve, Jon le réveille et lui dit que cette nuit est celle de Noël et qu'ils la passeront à la ferme de ses parents, ce qui ne plaît pas à Garfield. Ils partent donc à la ferme des parents de Jon avec Odie. Jon commence à se souvenir de ses expériences avec son frère Clavel. Ils arrivent à ferme où ils sont reçus par les parents de Jon, son frère et sa grand-mère. La mère de Jon commence à faire le repas, à préparer une sauce à la viande et la grand-mère sans qu'ils la voient lui jette sa sauce piquante. Garfield est touché par l'arôme de la sauce et ne résiste pas à le prouver, mais elle est superbement piquante. On passe tous ces événements, et ils sont tous réunis autour du dîner de Noël. Ils dînent et la grand-mère est envahie par la nostalgie du grand-père. Elle le signifiera à Garfield. Ensuite, Gardfield se met sur ses genoux

### **Tom y Jerry (USA): Monde diégétique fiction**

#### *Contenu manifeste:*

Cette série nous raconte l'histoire d'un chat appelé Tom qui guette sans arrêt une souris appelée Jerry. Tous les deux habitent la même maison, mais Jerry a sa petite grotte dans la maison qu'il partage avec Tom. Jerry arrive toujours à s'enfuir.

#### *Synthèse d'un épisode.*

Tom se trouve chez lui en écoutant à la radio une frissonnante histoire de terreur qui l'a plutôt alarmé. Depuis la porte, Jerry observe attentivement Tom qui est mort de peur par l'émission. Il se cache sous le drap. Jerry décide d'alarmer Tom et il commence à déplacer des objets dans la chambre pour ainsi faire croire à Tom la présence de fantômes. Il commence alors à allumer différents appareils, en obtenant la peur de Tom. Tom s'évanouit et, ensuite, Jerry le réveille avec un jet d'eau froide sur le visage. Il continue en l'alarmant et pour cela il utilise un séchoir avec lequel il déplace un bas blanc accroché dans le placard, tandis qu'il met en marche l'aspirateur pour absorber Tom. Avec tout l'effort possible, Tom arrive à s'accrocher dans l'escalier et évite ainsi d'être aspiré par cette force qu'il ne connaît pas, ce qui lui permet de découvrir que derrière tout ceci se cache Jerry. Tom poursuit Jerry partout dans la maison pour se venger de la panique qu'il lui a fait subir. Jerry tombe accidentellement dans une tasse de farine qui la recouvre de blanc. En sortant du récipient, Jerry se heurte à un vase

sur lequel est reflétée son image. Jerry est alarmé et vit la même expérience de panique que Tom.

### **Guardianes de la Historia (Gardiens de l'Histoire), USA : Monde Diégétique Ludique**

*Contenu manifeste:*

Un groupe d'enfants orphelins et désemparés est reçu par la famille d'un boulanger, Benjamin, Hélène, son épouse et leurs enfants. Monsieur le boulanger et les enfants découvrent un merveilleux secret qui fascine les enfants, les hommes, et les femmes : le récit biblique de Jésus. Tout se passe dans le contexte de l'Empire Romain qui interdit la religion chrétienne. La mission des personnages est de soutenir vivant la vie de Jésus, le personnage principal de la cosmovision chrétienne.

*Synthèse d'un épisode (titre: L'échappée)*

L'histoire commence dans un marché de produits divers dans lequel le boulanger vend son pain. Il annonce secrètement à ses clients la tenue d'une réunion chez lui. Apparaît un malabar, Ciro, qui joue avec ses pains, ce qui implique l'énervement de la famille et en même temps l'applaudissement du boulanger pour ses aptitudes, et il est invité à la réunion qui aura lieu chez le boulanger, pour écouter les enseignements de Jésus racontés par le boulanger. Pendant la réunion arrivent les soldats de Néron qui interdisent cette pratique religieuse. Ils font des prisonniers et les amènent pour les sacrifier jusqu'au Colisée face à Néron. Le boulanger s'organise avec sa famille pour délivrer les prisonniers. Il donne du pain aux soldats de la prison, et avec ce prétexte un des fils extrait d'un moule la clé de la prison. Ils retournent donc à la prison, ouvrent la porte et libèrent les prisonniers, mais ils se trompent de sortie et arrivent sur le sable du Colisée où ils doivent se battre contre un géant, et grâce aux malabars de Ciro, ils arrivent à s'échapper.

### **Las Aventuras de los Osos Gomi (Les aventures des ours Gomi), USA : Monde Diégétique Fiction**

*Contenu manifeste:*

Les ours Gomi sont une famille d'ours qui vit dans la forêt et possède un secret transmis de génération en génération, qui est le pouvoir du jus de Gomi Baya. Sous les effets de ce jus les ours Gomi ont un pouvoir qui provoque des balles de gomme et en outre acquièrent une force incroyable pour un court moment. Mais ils utilisent ce pouvoir seulement

pour aider celui qui est dépossédé du compromis plutôt que celui qui reçoit son aide et garde le secret de son existence.

*Synthèse d'un épisode (titre: Un nouveau début):*

L'action se déroule dans une forêt où vit un ogre qui poursuit des villageois. Gabin, un jeune au service du Roi, s'éloigne du groupe, et en s'enfuyant de l'ogre, il tombe par delà une crête. Là, inconscient, il est trouvé par les ours Gomi. On voit le médaillon des ours Gomi que Gabin porte. Les ours Gomi sont alarmés quand Gabin reprend connaissance et les poursuit jusqu'à leur cachette, où il leur promet de garder le secret de leur existence. Pendant ce temps, le mauvais duc veut s'approprier le château, où vit le roi Gregor. Les Gomi décident d'aider Gabin en mémoire de ce qu'ont fait les anciens Gomi. Ils donnent à Gabin du Jus de Gomi Baya qui le fortifie. Les ours Gomi sous les effets du jus de Gomi Baya essayent de sauver le roi Gregor et sa fille, la Princesse. Gabin et ses amis, les ours Gomi, arrivent à éviter la destruction du château et de leur Roi.

### **Les contes de Shelly (USA): Monde Diégétique Fiction**

*Contenu manifeste :*

Il ne s'agit pas de dessins animés. Les classiques contes de fées comme « Cendrillon va au bal », « Hansel et Gretel », « Raiponce » sont présentés par Shelly Duvall, dans lesquels elle est aussi actrice.

### **Les Champions (USA) : Monde Diégétique Fiction**

*Contenu manifeste*

Les Canards Puissants sont le nom de l'équipe locale de hockey de la ville d'Anaheim, composée de canards anthropomorphes d'origine extraterrestre, experts dans ce sport. Mais ce que personne ne sait, c'est que les installations de l'équipe dissimulent une base secrète, depuis laquelle les canards combattent secrètement contre des menaces dangereuses provenant de l'espace extérieur.

*Synthèse d'un épisode (titre:The first face-OF Partie 1)*

Les Canards Puissants luttent contre les sauriens. Wildwing Flashblade est un des personnages principaux, il sauve les Canards de l'attaque des sauriens sur le Puckworld, qui est le chef des Canards à l'intérieur et hors de la glace; il s'oppose à Lord Dragaunus, le chef des sauriens, ennemis galactiques des canards. Dragaunus est le personnage mauvais,

méchamment. Il s'oppose à Wildwing Flashblade, à Nosedive Flashblade, le frère meneur de Wildwing, à Mallory McMallard, entre autres. Le épisode pose le problème de la série: la contradiction entre le souhait de dominer le monde, et le souhait de sauver les Canards.

### **Les Aventures des Super Frères Mario (USA): Monde Diégétique Fiction**

*Contenu manifeste:*

Cette série nous raconte les aventures des frères Mario Superbe, qui sont deux plombiers possédant des pouvoirs spéciaux qui leur permettent d'aider des personnes en difficulté. Ces personnages prennent naissance dans le jeu- vidéo pour PC: Mario Bros.

*Synthèse d'un épisode* (titre: Les tricheurs et intrigants Ninjas géants):

Ils veulent recueillir le prince Hugo. Le prince Hugo demande aux frères Mario Superbe la protection des Kupas Ninjas par les Géants. Les frères Mario Superbe ont des supers pouvoirs. Le Ninja peut transformer les personnages à travers son sceptre du plus grand (géants) au plus petit. Apparaissent les frères Mario Superbe, un champignon et une princesse. Ils dégagent le prince Hugo et vainquent les Ninjas intrigants des Géants.

### **La máscara (Le Masque), USA: Monde Diégétique Fiction**

*Contenu manifeste:*

Cette histoire présente des situations liées à la vie de Stanley, qui découvre un masque et qui en l'utilisant, apparaît le plus réprimé du sujet. Sous les effets de ce masque il effectue des actions qu'il ne ferait pas sans porter le masque.

*Synthèse d'un épisode* (titre: Le côté le plus vert du masque)

Pour Stanley il est difficile de ne pas utiliser le masque c'est pourquoi il décide de l'utiliser pour sauver la Banque d'un vol. Sous les effets du masque qui le transforme il capture les voleurs et les remet à la police, mais il décide ensuite, de se débarrasser de lui et de le jeter sur une construction. Pendant ce temps, apparaît l'ambition d'un scélérat qui veut connaître l'identité du sujet qui utilise le masque pour se l'approprier et ainsi créer plusieurs masques et former une armée de sujets qui l'aident à ses fins, sous les effets de pouvoirs spéciaux accordés par le masque.

### **Les Simpson: Monde Diégétique Réel**

*Contenu latent:*

Cette série narre des histoires d'une famille typique de classe moyenne. Cette famille vit dans une ville qui appelée Springfield. Les membres de cette famille sont: Homer, le chef de famille, âgé de 36 ans, qui exerce comme inspecteur de la sécurité. Son repas favori: les beignets, les côtes de porc que prépare Marge et les hamburgers. Il aime s'asseoir sur le divan, jouer au bowling et aller à la taverne de Moe. *Marge*: âgée de 34 ans, nom célibataire de Marjorie Bouvier, profession: c'est une bonne maîtresse de maison qui essaye de maintenir une famille bien unie. Parmi ses autres occupations, elle exerce comme professeure substitut et femme de chambre. Elle est patiente et équilibrée. *Bart*: âgé de 10 ans, est écolier. Il est mauvais et incorrigible. Son idole est le clown Krusty. Son ennemi, Seymour Skinner. *Lisa*: âgée de 8 ans, profession écolière et saxophoniste par vocation. C'est l'enfant typique parfait, studieux, intelligent et instruit. Repas préféré: les légumes. Elle aime les poneys. *Maggie*: âgée de 1 an. Elle ne sait pas encore parler et ne peut pas marcher sans tomber. Goût: sucer sa tétine.

*Synthèse d'un épisode (titre: Lisa a obtenu un 10):*

L'épisode nous raconte la situation qui affecte directement Lisa. Elle a toujours été la plus douée dans le cours, mais arrive Allyson, qui change sa situation. Lisa essaye de maintenir sa position comme la plus intelligente du cours et vainc Allyson, mais ne le fait pas honnêtement et elle se repentit postérieurement de son action, parce qu'elle pense que l'amitié est plus important que le fait de gagner. Elle préfère garder l'amitié d'Allyson.



## 2.2.- Synthèses des séries Chaîne Chilevisión

### **Superman (USA) : Monde diégétique ludique**

#### *Contenu manifeste:*

Cette série raconte l'histoire d'un super-héros qui surgit d'une galaxie très lointaine : Krypton, planète détruite, qui était située à 50 années lumières de la terre. Krypton fut détruit par des explosions géologiques dans son noyau, et même lorsque ses habitants connurent le danger, ils ne purent rien faire, car abandonner leur planète aurait signifié leur mort. C'est alors qu'un scientifique, Kem-L, créa une machine appelée « l'éradicateur » qui modifia la structure génétique des habitants de Krypton afin qu'ils ne puissent vivre loin de leur planète mère. Alors que la destruction de la planète était imminente, un descendant de Kem-L, Jor-L s'unit à Lara et ils eurent un fils qu'ils appelèrent Kal-EL. Afin que ce fils survive au désastre, Jor-L modifia son ADN pour qu'il puisse vivre loin de Krypton, et quelques minutes avant que la planète n'explose, il l'envoya sur terre dans une fusée, laquelle atterrit dans la ferme de Smallville (Kansas), propriété des Kent, Jonathan et Martha, qui le trouvent et l'adoptent en le présentant aux autres comme leur fils. Le jeune homme développa des dons spéciaux et son père lui fit prendre conscience de ne pas utiliser ces dons pour ne pas se distinguer des autres. Le nom de ce jeune homme est Clark Kent. Ses parents l'aident à créer cet autre personnage, Superman, protecteur des faibles, tout en menant une vie normale comme reporter du journal El Planeta (Daily Planet), dans la ville de Métropole.

#### *Synthèse d'un chapitre :*

Episode intitulé Lo Mejor del mundo. Dans une boutique, El Arlequín et El Huason volent une statue de jade. Dans ce chapitre apparaît transversalement Batman, qui essaye d'enquêter sur les motifs du vol de la statue de jade représentant un dragon. Pendant ce temps, des terroristes kidnappent le Président, mais Superman arrive pour libérer les otages, parmi lesquels se trouve Luisa Laine. Superman, en se trouvant face à Kryptonita, peut perdre ses pouvoirs. El Huason veut vaincre Superman, mais ne réussit pas.

### **Looney Tunes (USA) : Monde Diégétique Fiction**

#### *Contenu manifeste :*

Tout au long d'une trajectoire reconnue de plus de 36 ans, les studios Warner Bros lancèrent une série de cartoons connus comme Looney Tunes et Merry Melodies. Dans ce show se rencontrent quelques-unes des figures de dessins animés les plus appréciées par tout

le monde, comme le lapin Bugs Bunny, le canard Lucas, Elmer Fudd, Porky, Silvestre, Piolin, Bip Bip et Coyote. Looney Tunes réunit tous ces personnages en un lieu commun et leur offre une scène où ils pourront s'amuser, se divertir et faire rire le public.

*Synthèse d'un chapitre :*

Dans le chapitre intitulé Le conte de Noël de Bugs Bunny, l'histoire débute une nuit froide d'hiver dans le bureau de Crush (incarné par Barbarroja). L'employé (Porky) lui demande un morceau de charbon que Crush lui refuse. Lui ne fait que compter l'argent et c'est seulement cela qui l'intéresse. Bugs apporte un morceau de charbon à l'employé, mais le chat Sylvestre dénonce Porky auprès de Crush. Bugs essaye d'apitoyer Crush en lui disant que c'est Noël et en chantant, mais n'y parvient pas. Crush renvoie son employé, lequel invite Bugs chez lui. Puis commencent à débarquer les créanciers de l'employé, envoyés par Crush. C'est alors que Bugs décide de donner une leçon à Crush l'avare, et il se déguise en fantôme. Il se fait passer pour le fantôme de Noël. Il l'effraie et lui demande de changer, et Crush change : il distribue l'argent aux pauvres et fait de son employé son associé, au grand plaisir de tous.

**Merry Melodies (USA) : Monde diégétique Fiction, Ludique**

*Contenu manifeste*

Merry Melodies n'est pas une série comme telle, mais constitue une plateforme dans laquelle est présentée une pluralité de fantaisies animées d'hier et d'aujourd'hui, provenant de différentes productions télévisées comme la Warner Brothers ou la Metro Goldwyn Mayer. Dans leur programmation, qui consiste habituellement en trois histoires courtes, nous pouvons trouver aussi bien des figures classiques de la WB comme Bugs Bunny, le lapin de la chance, Porky, le canard Lucas, et d'autres, que des petits récits dont les protagonistes sont des personnages inconnus et qui n'apparaîtront que dans ce programme, sans parvenir à constituer une série propre. Cette tribune accueille des histoires totalement variées, qui vont depuis les fables animées jusqu'aux représentations les plus proches de la vie réelle, dont les protagonistes sont des personnages archétypiques de la société nord-américaine.

*Synthèse d'un chapitre*

Le chapitre suivant comprend trois histoires courtes :

1. « Wild life »

L'histoire narre la discussion entre un couple dans leur cuisine, qui tourne autour d'aspects quotidiens de leur vie. Le mari critique précisément son épouse de ne pas avoir accompli les obligations qui incombent à une femme chez elle. Provoquant la gêne de la femme devant l'attitude de son mari : elle lui énumère toutes les tâches qu'elle a eu à réaliser. Après l'avoir écouté, le mari demande à son épouse si elle n'a fait que cela pendant toute la journée. Elle, sur un ton ironique, lui dit qu'elle a fait quelque chose de plus : elle lui a acheté un petit cadeau. Et elle sort d'une boîte un imposant rouleau à pâtisserie avec lequel elle le frappe, lui disant sur le mode sarcastique: « Au cas où tu douterais encore de ma journée bien remplie ! »

## 2. "What's Buzzin Buzzard" / "Qui a trop faim?"

On montre un couple de vautours qui discutent au sommet d'une montagne : tous deux sont affamés, et cela fait des jours qu'ils ne mangent pas. L'un d'eux regarde vers la plaine avec des jumelles, essayant de chercher quelque proie, car même son estomac réclame à manger. Ouvrant son bec, depuis le plus profond de son appareil digestif, une voix prend commande de hamburgers. Son ami ouvre la bouche, couverte de toiles d'araignées, un panneau indiquant: « fermé pour manque d'usage ». En regardant vers la terre, ils découvrent un lapin insouciant sautant dans le bois. En surimpression, apparaissent des messages sur l'écran qui désignent le petit animal en se référant à lui comme : « REPAS ». Les vautours ne perdent pas une seconde et se lancent sur le lapin, mais ne réussissent pas à le manger. Puis tous deux hallucinent, chacun s'imaginant manger l'autre. Ils entament alors une course folle autour d'un rocher, au cours de laquelle les deux rapaces se poursuivent mutuellement, munis d'armes les plus diverses (poteaux, machettes, canons). Tout à coup ils voient le lapin, le chassent et s'apprêtent à le manger. La table mise et les serviettes autour du cou, les vautours recommencent à se disputer, pour savoir qui mangera le lapin. Au milieu de la discussion, le lapin se lève et leur demande s'ils connaissent la date du jour. Devant la mine abasourdie des vautours, le petit animal sort un calendrier où on lit : « Interdit de manger de la viande. MARDI 13 », ce qui provoque les pleurs inconsolables des rapaces qui voient tous leurs efforts gâchés et leurs possibilités de manger absolument perdues.

## 3. Bugs Bunny dans "Widom Video"/ "Un conejo despistado"

L'histoire commence dans le bois où vit, très heureux, Bugs Bunny. Il boit une canette de jus de carotte et lit le journal. Il s'arrête sur l'annonce suivante : « Recherchons lapin pour présentations personnelles à la TV. Opportunité pour faire carrière à la télévision ». Le lendemain, il se présente pour l'embauche, et est reçu par le directeur qui lui dit qu'il est

parfait pour le rôle. Le directeur demande à Bugs Bunny de monter en haut d'une échelle et de s'asseoir sur un coussin qui se trouve au pied. La caméra montre que, caché sous le coussin, se trouve un dispositif à haute tension ; fait que le lapin n'aperçoit pas. Le directeur lui dit que tous les acteurs partent depuis le bas de l'échelle, mais que lui le fera depuis le haut. La caméra remonte jusqu'à l'étage juste au-dessus et montre le tournage de la série « l'heure de la chasse, avec Elmer Fudd », à laquelle Bugs ignore qu'il participera. Elmer salue le public et présente la thématique de son programme qui traitera de conseils pratiques sur la chasse. Dans le chapitre d'aujourd'hui : procédés pour trouver, suivre et faire voler en éclats un vrai lapin. Elmer donne un signal et Bugs saute intempestivement de l'échelle, effet de la décharge de courant provoquée par le dispositif situé sur l'estrade où il était assis. Bugs se trouve au milieu du set face à un chasseur qui essaye de lui tirer dessus. Le lapin réussit à esquiver les balles. Elmer, furieux de ce qui se passe, lui crie qu'il ruine son programme, en lui tirant dessus à diverses reprises. Observant qu'Elmer est sur sa piste, Bugs décide de se cacher dans un autre studio. Déguisé en présentateur télé, il entame une conversation avec le chasseur, qui le démasque en voyant sa queue, sous la veste qu'il porte... mais sans réussir à l'attraper. Le lapin décide alors de se cacher derrière la porte d'un autre studio d'enregistrement. Il change ainsi successivement de studio et réussit à éviter Elmer, jusqu'à ce que finalement Bugs se déguise en producteur, en prenant Elmer par surprise, qu'il oblige à se déguiser en lapin, pour ensuite enfiler ses vêtements. Ainsi vêtus, ils retournent au studio de « L'heure du chasseur », en inversant cette fois les rôles, le chasseur étant celui qui sort du trou et Bugs celui qui tire dessus. Dans cette position, le lapin finit par se moquer d'Elmer, qui termine humilié, et obtient en plus le rôle vedette qu'il voulait tant.

### **Abbott et Costello (USA) : Monde Diégétique réel<sup>183</sup>**

*Contenu manifeste :*

*Abbot (1897) et Costello (1906)* sont deux comédiens qui commencent leur production dans des programmes radio, plus tard ils passent au cinéma (Hollywood) où ils filment “In the Navy”, “Buck Privates”, etc. Ils obtiennent un grand succès auprès du public américain pendant la seconde guerre mondiale. En 1950, ils commencent à faire de la télévision, et parallèlement des revues qui deviennent des dessins animés dont les thèmes sont des variations de leurs films. Par exemple dans « Abbott et Costello contre les fantômes ». Les

---

183 Note: nous n'avons pas trouvé d'archive visuelle d'un chapitre de la série télévisée de dessins animés, mais des informations sur internet.

dépouilles du Comte Dracula et du monstre de Frankenstein arrivent aux Etats-Unis pour être exhibées. Mais pendant la traversée en bateau, deux marins découvrent que Dracula est revenu à la vie et qu'il s'est enfui en compagnie du monstre qui est très faible. Afin de lui faire recouvrer toute son énergie, le vampire planifie de lui trouver un nouveau cerveau. Pour l'aider à le redresser, Larry Talbot arrive depuis Londres, mais c'est la pleine lune et Larry se transforme en... un nouveau problème.

### **Los Viajes de Gulliver (Les voyages de Gulliver), USA : Monde diégétique Ludique**

#### *Contenu manifeste*

La série est inspirée du roman de Jonathan Swift, publiée sous forme anonyme en 1726. Conçue en son temps comme une satire contre la vanité et l'hypocrisie des cours, les gouvernements, la classe politique et les partis. Le roman constitua une dénonciation de la société anglaise du XVIIIème siècle et une attaque frontale contre l'humanité civilisée. La série télévisée raconte l'histoire de Lemuel Gulliver, un chirurgien qui, voyageant à bord d'un navire marchand, fait naufrage au milieu d'une grande tempête. La force des vagues le jette hors de l'embarcation, le traînant jusqu'à l'île de Lilliput, dont les habitants ne dépassent pas les 15 centimètres de hauteur. Avec eux et leurs voisins, les Blefusciens, il vivra de multiples aventures jusqu'à ce qu'il décide de prendre le chemin du retour vers son foyer... mais ce ne sera pas si facile. En chemin il connaîtra de nouveaux royaumes qui ouvriront son esprit, à commencer par le pays de Brodbingag, habité cette fois par des géants.

#### *Synthèse d'un chapitre*

Gulliver raconte à des enfants un de ses voyages, les motivant à croire au monde de la fantaisie, car tout est possible : le premier avril 1978 le navire fait naufrage, le jetant en pleine mer. Il arrive sur l'île de Lilliput habitée par des êtres très petits. Ceux-ci entretiennent une grande rivalité avec l'île voisine de Lafusco. Cela constituait un grave problème pour Pesto, prince des Lilliputiens qui était profondément amoureux de Marianara, la princesse de Lafusco, avec qui il maintenait une relation secrète. Pesto découvre Gulliver allongé sur la plage, là où il avait été poussé par le courant, après le naufrage. Le roi hésite quant à ce qu'il doit faire avec ce "géant", ce pourquoi il demande à ses conseillers de l'aider à décider. Ceux-là le convainquent qu'il peut s'agir d'un espion de l'île voisine, c'est pourquoi ils décident de le faire prisonnier, et l'emmène au palais Royal. Gulliver se réveille et remarque que tous les gens autour de lui ne sont pas plus grands que son poing. Se voyant attaché, il rompt les cordes. Le roi Basil, la plus haute autorité des Lilliputiens, l'interroge sur ses intentions, lui

demandant directement quels sont ses liens avec l'île de Lafuscoe. Gulliver raconte à sa Majesté les raisons qui l'ont amené à échouer sur la plage, conversation qui s'achève par une belle amitié entre eux. Devant un incendie au château, Gulliver prend une grande gorgée d'eau dans une grande source et la recrache sur les flammes, éteignant le feu. Le roi le célèbre comme un héros, mais Escaide, qui veut battre Gulliver, le considérant comme un ennemi, dit au roi que Gulliver a craché sur le palais royal, ce qui est puni par la loi. Les deux peuples voisins entrent en guerre. Au milieu de la guerre, les navires de Pesto et de Marinara (les enfants des rois) vont se rencontrer, mais une bombe les casse en deux. Les rois, chacun de leur côté, se lancent à la rescousse de leurs enfants, chacun sauvant l'enfant de l'autre. Ceci leur fait signer la paix. Après la noce, Gulliver demande aux deux rois de l'aider à construire un radeau, tandis que les deux royaumes vivent en paix et en harmonie pour toujours. Gulliver finit de raconter l'histoire à un enfant qui se voyait très petit, et lui livre la leçon suivante : « Peu importe ta petite taille, car tu peux avoir le cœur plus grand qu'une montagne. » Cependant, l'enfant croit que l'histoire que lui raconte Gulliver n'est pas vraie, et s'en va. A la fin, Gulliver sort de sa poche les deux conseillers d'Escaide et leur dit que l'enfant ne les a pas crus.

### **El Show de Underdog (USA): Monde Diégétique Fiction**

#### *Contenu manifeste :*

Cette série nous raconte les aventures d'un super-héros, mais il se trouve que ce super-héros est un chien qui, déguisé avec une cape rouge, se transforme en paladin de la justice. Sur son poitrail sont gravées les lettres A U A qui sont son signe distinctif. Ce Super-chien va à l'aide des plus démunis, dans diverses situations.

#### *Synthèse d'un chapitre :*

Chapitre intitulé: La douce Poly. Dans la planète des Sorciers Volants, l'esclave aide-pâtissière nommée Poly est tombée dans un grand pétrin. Désespérée, elle demande de l'aide et appelle Underdog qui au même moment est transformé en ballon sur un terrain de basket. Mais ses ultra sons entendent les cris de Poly. Underdog utilise ses pouvoirs de concentration et brise le sortilège qui l'a transformé en ballon de basket pour venir en aide à Poly. Underdog parvient à arracher Poly du grand pétrin qui est sur le point de broyer Poly, la sauvant de ce terrible destin qui l'attendait. Underdog est épuisé devant un tel effort et voyant que les Sorciers Volants sont à ses trousses, il prend une pilule de vitamines énergétiques qui est dans sa bague, il lutte contre les Sorciers Volants qu'il parvient à vaincre difficilement, et dit au roi

de ne faire du mal à personne et qu'il n'aura plus besoin de Poly pour enfourner les gâteaux car lui peut les faire en suivant la recette. Le roi est convaincu que Underdog peut effectivement accomplir cette tâche, et c'est ainsi que Underdog libère Poly de son statut d'esclave qui enfournait les gâteaux.

### **Gasparín (USA) : Monde Diégétique Fiction**

#### *Contenu manifeste :*

Il s'agit d'un petit fantôme qui ne prend pas plaisir à effrayer les gens, mais au contraire, qui aime aider, faire le bien.

#### *Synthèse d'un chapitre :*

Dans un épisode, Gasparin rencontre un autre fantôme appelé Puky. Celui-ci décide ce jour-là d'effrayer les gens, parce que c'est le jour des Innocents. Mais Gasparin n'est pas d'accord et aide les personnes effrayées par son ami espiègle. Il décide de donner une leçon à Puky et de l'effrayer à son tour, afin qu'il apprenne ce que l'on ressent et qu'il retienne la leçon. Puky se repent et Gasparin à la fin l'effraye en lui donnant comme raison que c'est le jour des Innocents.

### **Las tres Mellizas (España) : Monde diégétique ludique**

#### *Contenu manifeste:*

Trois sœurs jumelles: Elena, Anna et Karina sont protagonistes de diverses histoires où elles s'affrontent toujours à une sorcière, qui s'oppose sans cesse à leurs désirs. Cette sorcière se nomme Aburrida (Ennuyeuse), mais les bonnes actions des trois jumelles triomphent toujours.

#### *Synthèse d'un chapitre (titre : Les trois jumelles au cirque) :*

Dans cette histoire, les trois jumelles (Elena, Anna et Karina) désirent participer à une convocation pour un concours de marionnettes, dont le prix sera des entrées pour le cirque. La sorcière Aburrida (Ennuyeuse) décide d'y participer également. Les trois jumelles préparent leur numéro de marionnettes et le titre de leur représentation est : Ce monde est fou. Dans l'histoire qu'elles présentent elles se moquent de la sorcière Ennuyeuse qui se fâche et, indignée, les déplace dans un autre lieu. Elles arrivent en un endroit dévasté par la guerre et la faim, où les gens n'attendent que l'arrivée du **Cirque sans Frontières** pour sortir de la tristesse dans laquelle ils baignent. Les trois jumelles décident d'aider la population en voyant

pourquoi le cirque n'est pas arrivé et découvrent que la sorcière Ennuyeuse en compagnie du général Tirano (Tyran) ont kidnappé le Directeur du Cirque (Payaso : Clown) afin qu'il n'arrive pas à destination, et veulent que le Cirque donne un spectacle seulement pour eux. Les trois jumelles découvrent où ils détiennent le Directeur et sa troupe et les sauvent de la Sorcière et du Général. Grâce à quoi la population retrouve la joie et récupère les aliments et les médicaments que le Général avait cachés. Finalement, les réfugiés du village participent à la représentation du Cirque. Face à cela, la Sorcière Ennuyeuse, indignée par tant de joie, transporte les trois jumelles vers un autre lieu, et elles apparaissent dans leur lit le matin au réveil, quand entre leur père dans leur chambre pour les réveiller, et elles sentent que tout cela n'était qu'un rêve.

### **La Princesa Sally (Sally, la petite sorcière), Japon : Monde Diégétique Ludique**

#### *Contenu manifeste :*

La série narre l'histoire de la Princesse Sally. Il y avait deux Royaumes, le Royaume de l'Enfer et le Royaume du Ciel, mais le Prince de l'Enfer était marié avec la Princesse du Ciel, ainsi régnait la Paix entre les deux Royaumes. De l'amour dans le couple naquit Sally et son frère. Dans la vie quotidienne, dans le monde de Sally, les pouvoirs magiques sont normaux. Sally voyage sur Terre pour acquérir de nouvelles dimensions dans sa vie, puis elle retourne au Ciel et sa mémoire est effacée, mais elle se souvient de quelques fragments. À partir de cela, elle et ses amies font le choix de partir sur Terre, où elle récupérera sa mémoire et pourra vivre de nouvelles aventures. Ainsi, elle utilise sa magie pour mettre un terme aux voleurs, et elle se mélange à deux jeunes scolaires. Elle se lie immédiatement d'amitié avec Yoshiko Hanamura (auquel on donne le nom affectueux de\_"Yotchan") et de Sumire Kasugano. Sally décide de rester sur Terre pour une période indéfinie, en réalisant plusieurs tâches et en cachant toujours ses pouvoirs de sorcière, car elle veut paraître comme une fille humaine.

#### *Synthèse d'un chapitre :*

Dans le dernier épisode, la grand-mère de Sally l'informe qu'elle doit retourner au royaume magique. Mais auparavant, Sally raconte à ses amis sa véritable origine bien qu'aucun ne la croit. Alors son école est entourée de flammes, et Sally utilise ses pouvoirs magiques pour éteindre le feu. Ses pouvoirs sont exposés, et l'heure du départ de Sally se rapproche. Elle est écartée de ses amis, et retourne au Royaume Magique.



## **Pokémon (Japon): Monde Diégétique Ludique**

### *Contenu manifeste*

L'histoire commence dans un village appelé Paleta, où vivait un jeune homme qui rêvait d'être l'entraîneur Pokémon le plus célèbre du monde. Pour accomplir son rêve, l'une des conditions requises est d'obtenir un Pokémon de poche. Il apparaît dans une scène Pikachu. Ensemble ils commencent à chercher Pokémon autour du monde, et c'est là où commencent les aventures. Le Pokémon protagoniste est une souris sympathique jaune qui émet des décharges électriques. Il accompagne Ash, un enfant de huit ans qui rêve d'être le meilleur entraîneur de Pokémon du monde et de surpasser son rival Gary, le petit-fils du professeur Oak. Les amis avec qui Ash suit son aventure sont Misty, experte dans Pokémon aquatiques, et Brook; de plus des indispensables et des vilains classiques frustrés, l'équipe Rocket : Jessie et James, accompagnés du Pokémon méfiant Meowth. Les Pokémon sont des créatures qui vivent dans les herbes, les bois, les cavernes et les lacs. Ils existent dans tout le monde. Il y en a plus de 300, certains sont très rares, d'autres difficiles à attraper. Ils sont uniques avec des caractéristiques particulières. Si on les attrape, ils permettent de se battre avec les autres entraîneurs, et ils aideront à attraper les Pokémon sauvages. Quand ils ont été capturés, les usagers doivent les entraîner, pour arriver à être le meilleur entraîneur de Pokémon du monde. Pour cela un match est organisé contre d'autres Pokémon ou contre d'autres entraîneurs. En même temps qu'on les entraîne ils deviennent plus forts, pouvant évoluer et changer de forme, apprendre de nouvelles attaques et acquérir de nouveaux pouvoirs.

Les contenus qui se manifestent dans le récit sont écologiques, il s'agit de sauver la planète, dans un univers où le métal s'oppose à ce qui est naturel, et où se posent les conflits qui sont dans une virtualité latente.

Pokémon n'est pas seulement une série télévisée, c'est un jeu-vidéo, des films, des revues, du merchandising, un club de Pokémon (où les joueurs peuvent échanger Pokémon) et ils impliquent une interactivité, tant sur l'échange de Pokémon à travers des consoles de jeux-vidéo traditionnels comme portables (game boy), comme de l'information sur les caractéristiques de chaque Pokémon, et les stratégies impliquées.

### *Synthèse d'un chapitre ("Le fantôme de Maiden Peak") :*

Les protagonistes de la série continuent leur voyage dans un ferry-boat et sont suivis par « l'Équipe Rocket » dans un baril accroché à une embarcation. Après une navigation sans sursauts Ash, Misty, Brook et Pikachu arrivent au festival du Maiden's Peak. À peine

descendus de l'embarcation, Brook distingue au loin une très belle fille, qui est en même temps l'objet du regard de James. Comme une apparition, une femme s'approche de Brook et le prévient que cette fille lui causera des problèmes. Comme dans un miroir, à l'instant dans lequel James trouvait une monnaie, la même femme s'approche et chuchote les mêmes mots qu'à Brook. L'une des distractions du festival est l'exposition d'un tableau qui a été conservé durant des siècles. Pour les surprendre tous, la peinture montre la même fille que Brook et James ont vue, alors que le présentateur explique qu'il s'agit d'une jeune femme qui a vécu environ 2000 ans et dont sa plus grande passion a été d'attendre le retour de son amour, un jeune guerrier. La légende dit que c'était le temps que la fille a attendu avant de se convertir en roche. Brook et James sont éperdument tombés amoureux de la fille. Par conséquent, afin d'apprécier la statue dans toute sa dimension, Ash et son groupe dirigent leurs pas vers Maiden's Peak. A la tombée de la nuit, tous décident de revenir au centre Pokémon, mais Brook dit qu'il y reviendra plus tard. Comme Brook n'accomplit pas ce qui a été promis, Ash et Misty partent à sa recherche. Quand ils arrivent à la statue, ils se heurtent avec Jessie et Meowth qui accomplissent le même rôle mais par rapport à James. En même temps que Jessie est sur le point de commencer sa phrase archi-connue, elle est interrompue par James et Brook qui déclarent en criant être amoureux de la jeune mystérieuse. Aussitôt, la vieille réapparaît pour offrir une explication à l'attitude des garçons : le fantôme de la jeune femme séduit les hommes et les tue instantanément. Vu le danger qu'ils courent, Pikachu n'a pas de meilleure idée qu'électrocuter Brook et James pour revenir à la normalité. Au moins il semble l'avoir obtenu avec le premier, puisque le second ne réagit pas. La vieille apparaît à nouveau qui précise que l'unique manière de sauver les garçons est de les enfermer dans le temple et d'appliquer des stickers de d'anti fantômes - pour éloigner celui de la jeune femme - qu'elle-même se charge de commercer. Comme il ne semble pas y avoir de meilleure solution, Ash et les autres portent en avant le rituel suggéré par la vieille. Le problème surgit quand la nuit bien avancée, un vent fort décolle les stickers qui étaient collés dans le temple, la porte s'ouvre et les stickers que Brook avait collés dessus s'envolent également. A ce moment-là, l'esprit de la jeune femme apparaît et emporte Brook et James les poussant vers une dangereuse falaise. Conformément à son caractère impulsif, Jessie n'hésite pas à tirer un bazooka sur le fantôme, ce qui provoque le départ de James sur la mer. Ainsi, celui-ci réussit à escalader la falaise et l'esprit de la jeune femme recommence à apparaître accompagné cette fois-ci par un groupe de squelettes. Ayant recours au Pokédex, les garçons se rendent compte que les squelettes ne sont pas enregistrés, mais que l'esprit de la jeune femme l'est. C'est une Gastly, un Pokémon fantôme qui a des pouvoirs hypnotiques. Tant Ash que les siens comme l'Équipe Rocket envoient leurs Pokémon pour finir d'un seul coup avec Gastly, mais tous sont

confondus par les artifices psychiques du Pokémon. Misty qui semble être un peu influencé par les films de Hollywood, pense que, pour arriver à vaincre le fantôme seul, il faut utiliser une croix, un collier d'ail et quelques pieux en bois, en mettant en évidence le fait de le confondre avec un vampire. Peu après, l'aube s'approche et Gastly finit par fuir à peine apparus les premiers rayons du soleil au bord de la falaise. Cette nuit tous assistent à un rituel en s'habillant avec des vêtements japonais et en dansant au son profond d'énormes tambours. Alors que Pikachu chante, Ash et Misty exécutent une danse. Ainsi, l'esprit réel de la jeune femme remercie Gastly pour ce qu'elle a fait et le Pokémon part très content, puisqu'il a gagné de l'argent ... en commercialisant les stickers anti-fantômes!

### **Kitaro (Japon) : Monde Diégétique Fiction**

#### *Contenu manifeste :*

Cette série japonaise nous introduit dans un monde à l'atmosphère en partie fantasmagorique et irréaliste dont le personnage principal est Kitaro, un enfant qui vit avec son père qui est un œil posé sur la tête de Kitaro. Cet enfant est impliqué dans des situations où il doit toujours aider les autres.

#### *Synthèse d'un chapitre :*

Dans le chapitre intitulé El demonio Necio (le Démon naïf), on nous montre un monde irréel où vivent des êtres étranges comme l'Homme Rat qui reçoit l'enfant Kitaro venu en compagnie de son amie. Kitaro se guide grâce à l'œil qu'il porte sur ses cheveux et qui parle, qui est son père. A un certain moment la police arrive et les fait prisonniers pour être allés dans cette demeure sans autorisation, les accusant d'enlèvement. Eux disent qu'ils n'ont rien à voir avec un quelconque enlèvement. Surgit du bois un monstre qui ébranle le poste de police. Ce monstre, le démon naïf, est envoyé par l'homme rat afin qu'il les libère de la police. Le démon naïf emmène Kitaro et son amie dans le bois, jusqu'à une grotte où se trouve l'homme rat. Apparaît la fille du millionnaire qui cherche la police. Le démon naïf la tenait cachée. Kitaro tente d'aider la fille du millionnaire, mais le démon naïf dit qu'il les mangera tous car cela fait des années qu'il ne mange plus. La police découvre la cachette du démon naïf et lutte contre lui. La fille du millionnaire collabore avec Kitaro et ses amis pour sortir de la grotte où les tenait enfermés le démon naïf, qui se fait à nouveau emprisonné. Ils sont tous libérés, mais quand la fille du millionnaire se voit libre, elle ne veut pas retourner chez son père mais préfère rester avec Kitaro et son amie.

### **Le Détective Conan (Japon): Monde Diégétique Ludique**

*Contenu manifeste :*

Le détective Conan raconte l'histoire de Shinichi Kudo (Bobby Jackson dans la version en espagnol), un étudiant du secondaire âgé de 17 ans, qui, dans ses heures libres aide la police à résoudre les cas criminels les plus compliqués. L'histoire débute avec l'empoisonnement de Shinichi par deux hommes qui font partie d'une dangereuse bande de trafic qu'il recherche. Au lieu tuer Bobby les deux malfaiteurs réduisent sa taille jusqu'à obtenir l'apparence d'un enfant de six ans. Face à cette nouvelle condition, Shinichi décide d'adopter une nouvelle identité qui lui permettra de rester vivant, jusqu'à ce qu'il retrouve les deux personnes qui l'ont attaqué. Il se fait appeler Conan Edogawa inspiré par Arthur Conan Doyle, l'auteur de Sherlock Holmes et Rampo Edogawa, un écrivain japonais très célèbre de romans de mystère. Malgré son apparence présente d'enfant, Shinichi conserve l'intelligence et la mémoire de ses 17 ans, bien qu'il ait perdu quelques attributs physiques. Pour cette raison Shinichi/Conan se rend chez le docteur Agasa (docteur Carvillo), qui lui conseille de cacher son identité à tous ceux qui le connaissent, même à Ran Mouri (Claudia Guzmán) – sa meilleure amie et son grand amour – dont le père, Kogoro Mouri (Carlos Guzmán) a décidé de tenter sa chance dans une agence de détectives. C'est de cette manière qu'Agasa (professeur Carvillo) l'amène à habiter chez Mouri, qu'il accompagne dans plusieurs cas, en l'aidant à les résoudre et en lui accordant tout crédit. De cette façon, bien qu'il soit un très mauvais détective, il obtient une grande réputation et du respect, tandis que Conan continue la recherche discrète des victimes sans suspecter qui que ce soit d'autre. En vertu d'augmenter ses aptitudes, le professeur Agasa crée une d'objets qui aideront Conan à mieux se développer malgré sa taille actuelle. Entre autres des baskets de haute intensité qui augmentent la vitesse, et donnent plus de force à ses coups de pieds. De plus, Conan porte une montre à fléchettes somnifères et un microphone imitateur de voix (caché derrière son nœud-papillon qu'il porte toujours) ; ceux-ci lui permettent d'endormir le détective Kogoro et de lui communiquer les déductions des enquêtes en se parlant à lui-même, afin de protéger sa véritable identité.

*Synthèse d'un chapitre (Titre : « Le cas de la recherche frustrée »):*

Conan lit dans le journal un article sur le vol d'une banque d'une valeur de 100 millions de dollars. Le petit détective se trouve dans le laboratoire du professeur Carvillo, qui lui donne sa nouvelle création : des lunettes avec un dispositif spécial pour tracer les criminels. De retour chez lui, il s'aperçoit que le détective Guzmán se trouve avec une cliente, qui pleure angoissée à cause de la disparition de son père (Lorenzo Plana), dont elle n'a plus

de nouvelles depuis un mois. Le détective Guzmán accepte le cas et la demoiselle lui montre la photo de son père, portant une chatte dans ses bras appelée Dalila. La demoiselle ajoute que son père avait encore trois chats : Clara, Chaos et Corky. Conan pense à mettre en marche son nouvel appareil le traceur, en fixant le transmetteur sur le sac à main de Claudia. Au moment de le faire, il trébuche sur une table et sans le vouloir fixe le traceur sur la montre de la fille du disparu. La télévision montre des courses à cheval à l'hippodrome et donne comme gagnant Dalila. « Ça y est ! », crie Conan, dès qu'il se rend compte que les noms des chats se correspondent à ceux des chevaux de course. Claudia s'approche vers Conan qui lui écrit sur un papier les noms et tous les deux partent à l'hippodrome. Là, ils y voient l'homme qu'ils recherchaient, sain et sauf. Claudia essaie de s'approcher, mais son père la convainc en lui disant que c'est mieux d'aller chez l'homme, pour empêcher sa fuite. Puis, ils voient qu'il s'approche de chez lui avec des sacs de supermarché, et que la jeune fille qui leur avait passé le contrat pour rechercher son père l'attendait à la porte. Mais il se passe quelque chose de bizarre. Le visage de l'homme suscite la surprise et le désespoir au moment où la jeune fille l'embrasse. Conan, Claudia et d'autres passants observent la scène depuis le trottoir d'en face. Quand ils partent, ils aperçoivent un homme vêtu d'un imperméable et portant des lunettes qui surveille la scène et s'enfuit rapidement dès qu'il est aperçu par les autres. Nous voyons Monsieur Plana mort par pendaison dans son appartement. Le lendemain matin, la propriétaire de l'appartement leur raconte que le Monsieur Plana avait été assassiné dans sa propre maison. La police pense que sa mort n'est pas un suicide, mais d'un assassinat. Sa fille avait disparu. Conan réfléchit sur le cas où la jeune fille aurait été kidnappée; il allait se servir du transmetteur laissé par lui sur sa montre pour trouver sa localisation. Au moment d'actionner l'appareil, il observe que celui-ci est encore en mouvement, et qu'il y a encore de l'espoir de trouver la jeune fille vivante, et il part en courant, en suivant les traces du transmetteur. Le signal s'arrête face à un casino de jeux. Le petit détective Conan décide d'y entrer, mais dans le couloir il se trouve face à face avec un individu qui l'expulse du lieu. Les batteries de son appareil sont épuisées, et il doit donc suspendre la recherche. Rapidement Conan se dirige vers le laboratoire du professeur Carvillo pour lui demander de nouvelles batteries pour l'appareil, et en profite pour lui raconter le cas. Le scientifique pense qu'il s'agit d'un sujet très bizarre et il l'avertit qu'il peut y avoir plus d'une personne impliquée dans les faits. De retour chez lui, Conan retrouve Claudia très frustrée à cause de tout ce qu'il lui était arrivé. Ils se rendent alors compte que dans un des coins se trouve l'homme à l'imperméable et aux lunettes qui espionnait le jour précédent l'assassinat. Claudia fait ce commentaire à son père en concluant qu'il s'agissait de l'assassin de Monsieur Plana et qui avait kidnappé sa fille. Claudia, sans beaucoup réfléchir, saute par la fenêtre du deuxième

étage et arrête l'homme qui essaie de s'enfuir sans succès, et lui donne un coup de pied au visage. Après quelques secondes il arrive le détective Guzmán, qui l'affronte en l'accusant des deux crimes, mais l'homme dit qu'il est innocent en argumentant qu'il avait été contacté pour trouver Monsieur Plana par son frère Santiago de la Cruz, supposé être le frère de la victime, dont il porte une photo. Quand Conan la voit, il comprend qu'il s'agit du même individu qui l'avait expulsé du casino. Le petit détective actionne de nouveau le traceur, qui lui indique cette fois l'adresse d'un hôtel. Quand Conan, Claudia et le détective Guzmán arrivent à l'hôtel le concierge leur confirme que l'homme qui disait être le frère de Plana s'y trouvait comme hôte. Conan court vers l'ascenseur en direction de la chambre du suspect en se cognant à une demoiselle habillée en hôtesse de l'air qui sortait de la chambre, avec trois grandes valises en métal. La demoiselle s'étonne beaucoup de voir le petit détective en laissant tomber ses valises par terre. Immédiatement, les autres détectives arrivent et l'aident à ramasser son bagage. Dès qu'ils ouvrent la porte de la chambre du suspect, ils préviennent que l'homme est mort allongé par terre, avec une canette de bière dans la main et avec des tâches visibles de sang au niveau de la poitrine. Guzmán sent la bière et reconnaît l'odeur du cyanure, poison qui lui avait provoqué une hémorragie interne, ce qui expliquait le sang. A ce moment-là, Conan observe que le cadavre portait la montre de la fille de Plana. Le petit détective réfléchit sur tout ce qui s'était passé : les valises, l'hôtesse de l'air, le crime et il signale que la demoiselle qu'il avait cogné dans la porte de l'ascenseur, n'est autre que la fille de Plana déguisée. Ensuite, il fait le lien entre ce fait et le vol à la banque de la semaine précédente en concluant qu'il s'agissait du chef de la bande que la police recherchait et que les trois valises contenaient les 100 millions de dollars correspondant au butin du vol. A cet instant, une nouvelle donnée vient confirmer les suspects : le chef de police confirme à l'inspecteur Guzmán que Monsieur Plana n'avait ni fille ni frère et qu'il ne travaillait pas non plus comme chauffeur de taxi. Avec cette information, Conan court à la recherche de la femme. Il la voit monter dans un taxi et la suit. Le taxi de la femme s'arrête dans un port abandonné, où l'attend un homme qui lui demande l'argent. Conan observe la scène à 20 mètres d'eux. A ce moment-là il imagine plus clairement le délit: Monsieur Plana avait aussi participé au vol comme chauffeur et s'était enfui avec l'argent en laissant les autres voleurs (Santiago de la Cruz et la jeune fille) les mains vides. Cette situation serait la raison pour laquelle les deux détectives Conan et Guzman avaient engagé des détectives privés pour rechercher Plana. Une fois trouvé, de la Cruz l'avait étranglé et avait volé l'argent; il est peu après assassiné par la femme. A ce moment-là la discussion entre la jeune fille et l'autre personnage (appelé Fernando García s'envenime et Conan comprend que cet homme était le vrai « cerveau » du vol. García menace de mort la jeune fille et l'avertit qu'il ne sert à rien de ne pas vouloir

rendre les valises, parce qu'il sait déjà où se trouve le butin. A ce moment-là, il sort une arme de sa poche et la pointe sur la jeune fille. Dès que Conan voit cela il met en marche ses baskets en jetant une brique contre un extincteur qui tombe juste sur la tête de García en le laissant inconscient. La jeune fille reçoit également un impact au niveau des épaules et tombe par terre. A ce moment-là, Conan la reconnaît et elle finit par tout confesser, de même que le lieu où se trouve l'argent : l'accueil de l'hôtel. Sur ce fait arrive la police, et la jeune fille visiblement désespérée dit au revoir à Conan en lui disant « au revoir petit détective », ce qui étonne le détective Guzmán ainsi que le policier, qui sont encore convaincus qu'il s'agit d'un enfant comme les autres.

### **Dragon Quest (Les Aventures de Fly), Japon, Monde Diégétique Fiction**

#### *Contenu manifeste*

Fly a été abandonné et recueilli par Blas, anciennement au service du roi du mal, mais il devint bon lorsque le roi du mal fut destitué par Aban, ce qui impliqua que tous les serviteurs dudit roi se transformèrent en gentils, car le mal avait été éradiqué. On retrouve, alors, un Blas gentil et sage qui veille sur Fly et le nourrit de ses enseignements jusqu'à prendre la place d'un grand-père. Fly voulait être un combattant au service de la justice alors que son grand-père Blas voulait qu'il devienne sorcier. Alors qu'un jour Blas se trouve sur la plage, il voit approcher un bateau duquel débarquent quatre vaillants héros. Cependant, leur bonté n'est qu'apparence, il s'agit en réalité de quatre méchants qui veulent s'emparer de l'oiseau de métal doré Gome. Les faux héros attaquent les insulaires, et Fly, enragé, les combat, les évince et les démasque devant le roi du pays de Loomos. Peu après, arrive la princesse Leona qui devait accomplir un rituel pour se transformer en l'héritière officielle du règne de Papunika. Deux de ses vassaux manigançaient de la tuer à l'aide de la machine meurtrière du roi du mal, mais sans succès grâce à l'intervention de Fly. La princesse est très impressionnée par le courage de Fly et devient son amie. Un jour Fly trouve son grand-père Blas très affaibli par la présence ressentie du roi du mal. Celui-ci convoquait sans doute tous les monstres et fauves, y compris Blas lui-même, ce qui impliquait que tous deviendraient méchants et essaieraient de tuer toute vie aux alentours. Blas demande alors à Fly de quitter l'île avant qu'il ne soit trop tard et que lui-même le tue. Fly ne veut pas abandonner son grand-père malgré les monstres qui commencent à envahir l'île. L'arrivée d'un inconnu à lunettes et d'un jeune sur l'île change le cours des événements : il dit à Fly qu'il n'a pas besoin de partir. L'homme avec des lentilles porte une épée, il l'enterre dans le sable, et il trace un cercle sur le sable. Puis il attaque les monstres sans épée et seulement avec sa vitesse, en

ayant un impact sur eux avec son corps, et en les faisant voler de tous côtés. Il vole ensuite au-dessus de l'île mettant en échec tout ennemi. Quand il eut terminé, il retourna à l'endroit où Fly et Blas se tenaient, et invoqua des mots dont le but était de produire une bulle de pouvoir qui entourerait toute l'île en la protégeant du mal. L'homme qui déracinera le mal sera rien de moins qu'Abán, un Grand Tuteur et un Enseignant qui avait déjà mis en échec le Roi du Mal. Abán, agé, voyageait déjà de par le monde pour former des disciples (l'un d'eux l'accompagnait sur l'île). Et Fly deviendra l'un de ses disciples, puisqu'il avait entendu parler de lui par la Princesse Leona. Fly suivra une formation : lutte, résistance physique et sorcellerie. Le Roi du Mal s'informe de la situation et arrive lui-même sur l'île. Hadler, représentant du Roi du Mal fait face à Aban sur l'île, qui meurt en ayant protégé Fly, POP et Blas avec des sorcières, qui retournent immunisés des attaques de Hadler. Hadler est plus tard mis en échec par Fly et abandonne l'île. Dorénavant Fly souhaite seulement finir ses études et détruire Hadler pour venger son enseignant. Il est accompagné par POP et sa mascotte Gome. A partir de là, sont créées une grande quantité de missions et d'aventures.

*Synthèse d'un chapitre:*

Nous voyons Fly jouant au guerrier sur l'île chevauchant un mouton. Par des données insérées nous savons premièrement que le Roi du Mal a été mis en échec et que les monstres qui opéraient sous son pouvoir ont été libérés du mal et vivent en paix dans une petite île, donc cette introduction nous permet de comprendre où Fly joue. Il veut être demain un grand héros, un guerrier qui protégera cette île, parce qu'il est le seul homme qui y vit. Apparaît son grand-père (non-homme) qui lui dit qu'il doit pratiquer la magie au lieu de jouer au guerrier. Fly triste à cause de cela, voit arriver un bateau et pense que le bateau lui permettra d'être un guerrier. Nous voyons parallèlement ce qui arrive dans le bateau: un être mauvais qui prétend se faire passer pour bon et vole un animal. D'une valeur incalculable. Fly se déplace jusqu'au bateau où ils le trompent conformément à la présupposition de Fly qu'ils sont de bons héros. Le grand-père se rend compte qu'ils sont mauvais, et Fly comprend que ce qu'ils cherchent est sa mascotte et il essaye d'interférer avec ceux qui la portent, mais ils l'attaquent. Son grand-père lui transmet des pouvoirs que Fly utilisera pour récupérer sa mascotte, ce qu'il fera avec succès.

**Slam Dunk (Japon) : Monde Diégétique Réel**

*Contenu manifeste*



Le dessin animé télévisé et le comics (manga) racontent l'histoire de l'équipe de basket-ball de l'école secondaire Shohoku dans le but de se consolider comme étant la meilleure de la ligue des étudiants. La série propose un héros/anti-héros, Sakuragi, un jeune roux d'une taille imposante et d'un très mauvais caractère, ce qui lui cause souvent des problèmes. Mais cela n'est pas tout. Sakuragi est triste d'avoir été rejeté par 50 filles de l'école, situation qui l'a plutôt frustré et que ses amis ne perdent pas l'occasion de lui rappeler. Il connaît Haruko. Elle lui demande s'il aime le basket. Ces mots ont seulement suffi pour que Sakuragi tombe aux pieds de la jeune fille: il dit « oui, cela m'enchant. Je suis un sportif né ». Ce qui était très éloigné de la réalité, mais qu'il était disposé à matérialiser pour conquérir le cœur de Haruko. D'autant plus qu'elle était la sœur du capitaine de l'équipe de basket. Tout en pensant à la possibilité certaine d'entrer dans l'équipe de basket, il soutient une discussion avec des élèves plus grands ce qui se termine, comme d'habitude, par un défi, un duel. Un duel commence entre Sakuragi et des élèves plus âgés. Il y a aussi, par hasard, l'intervention de Rukawa, l'étoile de l'équipe de basketball. Rukawa est brutalement frappé par ces thématiques. Quand tout est fini, arrive Sakuragi et derrière lui Haruko. Haruko interprète mal la situation. Elle pense que Sakuragi a blessé Rukawa, mais les amies de Sakuragi expliquent à Haruko la situation réelle. Toutefois Sakuragi sent le rejet de Haruko, et il commence à ressentir le rejet pour le basket. Sakuragi se bat avec le capitaine sans savoir qu'il s'agit du frère de Haruko. Grâce à l'inspiration que signifie pour Sakuragi la figure de Haruko, il gagne et obtient finalement l'approbation du capitaine pour entrer dans l'équipe de basket. La série sera témoin alors de l'évolution de Sakuragi tant au niveau professionnel que personnel, basée sur le désir du dépassement, de l'effort et du travail dur. Ainsi, ce qui commencerait comme un simple je dois séduire une fille, se transforme pour Sakuragi dans la passion de sa vie et il se transforme aussi pour devenir un meilleur être humain.

### *Synthèse d'un chapitre*

L'équipe de Sohoku s'adresse à la ville d'Hiroshima où aura lieu un championnat national. Le jeu ne commence pas très bien pour Sohoku, parce que sans en avoir pris conscience ses adversaires arrivent à obtenir un avantage de neuf points contre zéro. À la recherche d'un fixe le but avec Rukawa, Minami le frappe dans l'œil avec le coude, faisant en sorte que le parti se retourne très violemment, parce qu'après cette action Akagi et Ryiota sont fortement attaqués. La première moitié du match se termine, Sakuragi est frustré de ne pas avoir pu mettre un but, mais est prêt à démontrer ses habilités, et dans la seconde moitié de la rencontre, Sakuragi causera aux spectateurs plus d'une surprise.

## **Sky Dancers (Danseuses d'étoiles) USA- France : Monde Diégétique Fiction**

### *Contenu manifeste :*

Il s'agit d'une série télévisée qui prend sa source dans le merchandising des jouets (Toys) qui deviennent les personnages de «Danseuses d'étoiles». Les personnages sont les danseurs d'une scène proche d'un studio de télévision, l'académie de danse, toutefois au cours de l'histoire ils ont accès à des pouvoirs magiques, et les spectateurs s'insèrent proprement dans un espace de contes de fées, de forêts, d'extraterrestres et en général d'images proches du manga japonais. L'histoire qui est fabriquée à la base est très éloignée de notre Terre, c'est un royaume merveilleux peuplé de créatures ailées extraordinaires: le Monde des Nuages. Sous la protection des "Gardiens", les habitants de ce monde pacifique vivent à travers la musique et la danse dans la paix jusqu'à ce que Sky-Clone apparaisse, avec l'intention de prendre le pouvoir. C'est un personnage maléfique qui revient d'un exil prolongé. La Reine Skyla est la dernière Gardienne du Monde des Nuages. En dépit des pouvoirs que lui confère sa Pierre Magique, elle ne peut résister seule à Sky-Clone et doit chercher de l'aide sur Terre. Dans la célèbre Académie de Danse, elle forme cinq danseurs exceptionnels, trois filles et deux garçons, pour l'aider à combattre Sky-Clone et ses lutins maléfiques. Elle confie à chacun un médaillon qui leur permet de voler et d'utiliser des pouvoirs magiques. Ils seront ses Sky Dancers! Ces jeunes adolescents vont vivre plusieurs aventures.

### *Synthèse d'un chapitre :*

Les cinq adolescents dansent devant un public qui semble moins impressionné par leurs aptitudes. A la fin de la danse, Slam dit qu'il est heureux parce qu'ils ne se sentaient pas très sûr d'eux-mêmes, que ce fut une performance libre. Dame Skyla apparaît et les informe qu'ils vont être formés par Rudolph Fareev, un danseur de renom. Les adolescents se transforment en danseurs et voyagent à Wingdom dans le domaine de Rudolph. Rudolph raconte aux danseurs que s'ils dansent bien il les laissera s'exécuter dans Skyridium . Une danseuse, Breeze, s'aperçoit que la directrice, Dame Skyla a disparu. Le groupe la retrouve dans un étage supérieur du bâtiment de l'Académie de Danse, couverte de boîtes à musique. Dame Skyla révèle qu'il y a un grand danger appelé Sky Clone. Il est revenu attaquer le Wingdom. Les adolescents sont sceptiques, mais Dame Skyla leur parle de l'origine de Sky Clone: c'est le frère du mari de Dame Skyla, le roi Skyler, qui cherche à reprendre le Wingdom. Skyla recrute les adolescents pour devenir ses Sky Dancers. Elle leur donne le pouvoir de voler, après avoir prononcé la phrase: «Si elle veut être, il est à moi!" Après cette transformation, les danseurs volent dans le ciel du Wingdom pour trouver le palais

de Dame Skyla saccagé par les partisans de Sky Clone. Pendant ce temps, Sky Clone crée un lot d'Hurricanes pour l'aider dans ses mauvaises actions. Dame Skyla raconte aux Sky Dancers que chacun d'entre eux a ses propres pouvoirs spéciaux. Slam est le premier à se rendre compte de son pouvoir, en utilisant son contrôle sur la gravité. Camille a le pouvoir de créer des objets hors des nuages. Jade essaie d'appeler son pouvoir, mais est incapable de croire en la magie, depuis que son père est devenu un scientifique. Skyla leur dit qu'ils doivent croire si l'on veut vaincre Sky Clone. Au final les Danseuses d'étoiles ont gagné la bataille. Cela oblige Sky Clone à se retirer après que ses sbires ont été détruits. Skyla félicite les danseurs Sky, mais leur dit qu'ils ont beaucoup plus à apprendre; elle s'envole, avec ses élèves la suivant de près.

### **Alvin y las ardillas (Alvin et les écureuils), USA : Monde Diégétique Ludique**

#### *Contenu manifeste :*

Cette série narre l'histoire des Chipmunks et des Chipettes qui sont des écureuils. Les écureuils enfants habitent avec David qui se comporte avec eux comme leur parent. Il les confie à une nounou, la demoiselle Muller, quand il part au travail. Les écureuils masculins s'appellent Chipmunk et ils ont comme amies les Chipettes, nom qui est donné aux écureuils féminins.

#### *Synthèse d'un chapitre :*

Cette histoire raconte la préparation de David pour son départ pour l'Europe. Alvin souhaite voyager avec lui, mais David dit qu'il doit rester avec la demoiselle Muller. David part et les garçons et les filles se retrouvent dans un café avec les frères Claudia et Klaus qui sont des voleurs de diamants, mais ça ils ne le savent pas. Ces malfaiteurs n'ont personne pour livrer leurs quelques diamants et dès qu'ils voient les enfants ils décident de les utiliser comme dealers, étant donné que personne ne suspecterait les enfants. Ils disent aux enfants qu'ils pourront gagner une croisière autour du monde dont le coût s'élève à un million de dollars. Les enfants acceptent, et ils trompent David et mademoiselle Muller et partent pour Paris. Les malins leur donnent des instructions et leur disent que chacun devra prendre une route différente. Il y aura deux équipes pour déposer une poupée dans douze lieux différents. Le premier revenu recevra cent mille dollars. Le serveur de Claudia transmet l'information par téléphone à un inspecteur de police sur ce que Klaus et Claudia planifient. Finalement, les deux équipes réussissent à déposer les poupées, ce qui leur permet de visiter plusieurs pays. Les Chipettes sont les premières à découvrir qu'elles ont été utilisées pour un délit de vol de

diamants et le racontent à leurs amis, et elles décident ensemble de démasquer les malins. Les malins Claudia et Klaus arrivent à l'aéroport pour récupérer le butin, mais Alvin et ses amis leur disent qu'ils ont découvert la vérité, qu'ils ont été utilisés et qu'ils ne vont rien leur donner. Claudia et Klaus s'énervent, les pourchassent et les kidnappent. Le même jour, David arrive au même aéroport de Paris, il voit Alvin et comment il est kidnappé, puis il appelle la police. Ils attrapent les voleurs en libérant Alvin et ses amis, et rentrent à la maison heureuse (avec David).

### **La pequeña Lulú (Petite Lulu), Canadá : Monde Diégétique Réel**

#### *Contenu manifeste :*

Cette série raconte l'histoire d'une fille unique qui est toujours mêlée à des aventures auxquelles participent également ses amis les plus proches, Anita, Memo, Toby. Elle interagit également avec d'autres personnages, mais qui sont seulement ses compagnons de collège.

#### *Synthèse d'un chapitre :*

Dans cette histoire, Lulu apparaît en prononçant un discours sur la branche d'un gui, face à ses camarades. Noël est proche. Lulu interroge sa mère à propos du cadeau de Toby. La mère l'ignore mais voici que tombe une boîte dans laquelle se trouve le cadeau de Toby, une balle, qui rebondit dans la nourriture préparée par la mère, gâchant tout le repas. La femme désespérée appelle son mari Jorge afin qu'il emmène Lulu de façon à être tranquille. Le père dit à Lulu qu'ils vont chercher un arbre de Noël. Ils partent choisir l'arbre, en ignorant que l'endroit où ils pénètrent et où ils voient de nombreux sapins est en fait une propriété privée. Ils sont attaqués par le chien du propriétaire jusqu'à l'arrivée du maître, qui a pitié d'eux et les laisse repartir avec un sapin de Noël, qu'ils doivent cependant payer.

### **Sailor Moon (Japon) : Monde Diégétique Fiction**

#### *Contenu Manifeste*

Sailor Moon est une série de 200 chapitres, de plusieurs mangas, et de trois films. Elle comprend cinq sous-ensembles : Sailor Moon, Sailor Moon R, Sailor Moon S, Sailor Moon Super S et Sailor Moon Stars.

*Sailor Moon* : Il y a mille ans existait sur la lune un empire dénommé « Le Millénium d'Argent » régi par la Reine Sérénité, et où le peuple vivait en harmonie. Puis, arrivent les forces d'une dimension mauvaise appelée Méga Inverse, régie par la Reine Beryl et ses

guerrières. Elles décident d'attaquer et de s'approprier l'Empire. La Reine Sérénité peut les arrêter et les restitue à leur dimension. Elle clôturera l'entrée à notre dimension, la dimension humaine. Mais, l'événement eut lieu en se sacrifiant elle-même, et en tous les gardiens dans le futur pour qu'ils soient réincarnés sur terre. Dorénavant, Sailor Moon est la réincarnation de la Reine Sérénité et les Sailor Scouts sont la réincarnation des gardiens de l'Empire de la Lune. Puis, sur Terre, les forces doivent se réunir parce qu'elles doivent lutter contre les forces de Méga Inverse qui souhaitent conquérir la terre. C'est pour cela qu'elles doivent trouver le Cristal d'Argent Sacré pour éliminer Méga Inverse, même s'il faut pour cela mourir.

*Sailor Moon R:* suite à l'élimination de Méga Inverse, arrive une paire d'extraterrestres appelés Alan et Ail, dans le but de voler l'énergie des habitants de la terre, de nourrir un arbre appelé "l'arbre de la Vie", et de s'établir sur terre pour la reproduction de leur espèce. Sailor Moon fait l'usage de son Cristal d'Argent pour raviver l'arbre et les aider à comprendre la signification de l'amour afin qu'ils puissent trouver un autre monde où ils peuvent s'établir. Il y aura toujours la une liaison des espaces- temps différents. Par exemple, Reeni vient de l'avenir, et elle ne sait pas que Sailor (avant Sérénité) est sa mère.

*Sailor Moon S:* le professeur Tomoe fait une recherche scientifique, mais il y a une explosion et sa fille meurt. Apparaît un envoyé du mal qui propose au professeur de redonner à la terre sa fille, par son âme. Le professeur accepte sans savoir qu'il s'agit d'une âme du mal. L'intérêt est de couvrir le monde de silence et d'obscurité. Seulement le pouvoir de quatre talismans peut faire l'arrêt des mauvaises personnes de la dimension du mal. Apparaissent alors deux Sailors, Neptune Sailor et Uranus Sailor. Leur mission est de trouver les talismans et de les envoyer dans le domaine du bien, avant que le professeur Tomoe et ses alliés les trouvent. Ainsi, le monde sera sauvé et le professeur Tomoe, sera un homme de bien.

*Sailor Moon Super S:* pendant que Reeni dormait, surgit dans son rêve un cheval avec des ailes qui est persécuté par Le Cirque Dead Moon. Le cirque est situé sur terre lors d'une éclipse. Son objectif est que la reine du mal, Neherenia, vole à Sailor le Prince Darien qu'elle se marie avec lui, pour ainsi gouverner la Terre. Alors, les forces du mal doivent le combattre parce qu'elles peuvent s'insérer dans les rêves et dominer les autres.

*Sailor Moon Stars:*

Sailor Galaxie, une Sailor Scout maligne, vêtue d'un vêtement doré, est arrivée dans ce monde depuis un système solaire très éloigné. Son objectif est de régir l'univers tout entier, et

elle domine déjà 80 % de l'univers. Maintenant elle souhaite dominer notre système solaire, et pour cela elle a besoin du brillant de la Semence Stellaire qui se trouve dissimulé à l'intérieur d'un être humain. Alors débute une nouvelle bataille pour les Sailors Moon.

*Synthèse d'un chapitre:*

L'image montre un enfant (Fiore), dans un pyjama, en train de courir, et qui donne une rose rouge à un autre garçon par une nuit froide. Il dit : "un certain jour je reviendrai pour te donner plus de fleurs", puis il disparaît en pleurant et en laissant son (Darien). Il s'agit d'une construction d'un retour en arrière, où nous voyons Darien, déjà grand, avec sa petite amie Serena. Darien embrasse Serena, mais il est intimidé par les regards des amies de Serena. Darien, observe les fleurs du jardin botanique, et on voit tomber les pétales dans toute la ville. Apparaît un autre jeune (Fiore) devant lui, quand les pétales cessent de tomber. Celui-ci dit "combien de temps sans te voir Darien, à la fin j'ai trouvé une fleur que tu aimeras". Fiori prend la main de Darien. Sérénade est altérée et lui dit que Darien est son fiancé.

Les autres filles discutent sur le type de relation qui existe entre Darien et Fiore. Elles spéculent sur la possibilité que le garçon soit gay. Elles se trouvent parmi un groupe de personnes qui sont tirées vers le sol.

« Quelque chose leur a enlevé l'énergie ». En vitesse, ces personnes se lèvent et commencent à s'attaquer aux filles. La plante tombée du ciel se transforme en monstre et commence à les attaquer. "La plante cherche à nous enlever notre énergie", dit Sailor Mercury. Pendant la lutte, la plante est détruite. Apparaît ensuite Fiore, transformé en guerrier redoutable qui porte la fleur détruite (Xénia) adossée à sa poitrine. Fiore dit à Darien "pourquoi te conformes-tu à un petit idiot comme Sailor Moon, il te trahira et ensuite t'abandonnera". Darien lui répond avec des coups qu'il donne à Fiore. Darien est blessé, Fiore le conduit jusqu'à sa planète en le téléportant. Dans une construction de retour en arrière, nous regardons la mémoire de Darien. Ses parents meurent dans un accident, les terriens laissent Darien seul. De là s'établit l'amitié de Fiore et Darien. Les chats de Sailor leur disent que la plante avec laquelle ils ont récemment lutté absorbe l'énergie de tout ce qu'elle touche. Les filles décident de détruire la plante (Xénia). Les filles prennent leurs mains et convoquent leurs pouvoirs de téléportation, en se dirigeant vers la planète de Fiore et ainsi dégager à Darien et sauver le monde. La plante meurt (Xénia), ainsi que Serena. Fiore donne à Darien "la fleur de la vie" qui servira à ressusciter son aimée. En l'embrassant elle ouvre effectivement les yeux et retourne à la vie. Enfin, Fiore retourne à sa planète heureuse. En se

réveillant, Sailor Moon dit littéralement : "Je serai toujours à son côté pour les protéger (l'univers)".

### **Samuray X (Kenshin), Japon : Monde Diégétique Ludique**

#### *Contenu Manifeste:*

La série se développe au cours du moyen âge japonais, dans la période féodale. C'est la fin de la guerre civile qui termine la période Tokugawa et qui s'ouvre sur l'Ère Meiji (1868). C'est l'époque des samurais. *Commence la modernisation du pays, et en même temps, le temps des conflits*, des situations limites, des marginaux, des personnes marquées par la guerre. C'est dans ce contexte que naît Kenshin (le 20 juin 1849). Ses parents sont assassinés, et il habite avec des ami(e)s, également assassiné(e)s par des voleurs. Son maître Seijuro lui enseigne les arts martiaux. Tout se passe en 1863, et la guerre civile est imminente. Son enseignant l'incite à se concentrer sur l'entraînement, mais Kenshin croit que ce n'est pas le moment pour s'isoler du monde: son épée peut plus contribuer à une époque meilleure et juste, même si elle doit tuer pour cela. Kenshin s'insère dans le mouvement révolutionnaire qui veut renverser le gouvernement. Kenshin commence à travailler comme un assassin politique. Il reçoit la mission de tuer à l'administrateur de Kyoto. Au cours du chemin de la vie, cette fois dans une taverne, il est attaqué par une patrouille de samourais responsables de la sécurité de Kyoto, et opposés aux rebelles. Dans cette lutte, il sort victorieux et sauve une fille appelée Tomoe. Les révolutionnaires de l'Ishinshisi, groupe auquel il appartient, communiquent avec lui et lui indiquent qu'il y a un traître dans le groupe, qui doit avoir dit que Kenshin était dans la taverne, c'est pourquoi on lui conseille de disparaître pendant un certain temps et d'aller dans l'île d'Otsu accompagné de Tomoe, à cause de l'affection née entre eux, et ils devront se comporter comme mari et femme, de façon à passer inaperçus. Peu à peu la relation entre Kenshin (15 ans) et Tomoe (18 ans) se développe jusqu'à ce qu'ils contractent le mariage. Kenshin indique à Tomoe qu'il est incapable de lui faire du mal même s'il était armé. Ils vivent comme mari et femme pendant cinq mois, et Tomoe découvre que derrière le redoutable assassin se trouve un jeune homme au passé triste et au grand cœur, parce que tout avait commencé en voulant aider les gens avec son épée, mais que dans le fond il n'aimait pas tuer les gens mais il croyait qu'ainsi il construisait un monde meilleur pour tous. Tomoe n'est pas d'accord qu'il puisse y avoir du bonheur chez quelqu'un à travers le décès d'une autre personne, et elle obtient qu'en Kenshin commencent les intentions de vivre pacifiquement. Tomoe garde un secret terrible qu'elle dit à Kenshin: elle était la promise d'Akira Kiyosato (personnage assassiné par Kenshin) et que ses premières intentions étaient

d'être mise au service des ennemis de Hitokiri Battousai (Kenshin) pour l'assassiner et se venger de lui. Tomoe sera convoqué par les ennemis de Kenshin pour qu'elle parle de son point faible. Elle part seule et finit par être kidnappée. Kenshin part pour sauver sa conjointe et fait face l'un après l'autre à ses ennemis. À la fin, Kenshin se bat contre le chef de ses ennemis, mais il est faible. Tomoe, croyant qu'ils vont le tuer par sa faute, s'interpose, et meurt dans le combat, tuée par Kenshin lui-même. Kenshin pensera qu'en dépit de son souci de protéger les gens il n'a pas pu sauver la personne qu'il voulait le plus protéger. Quand la restauration triomphe, Kenshin disparaît, en voyageant à travers le Japon comme un vagabond. Il décide de ne tuer pas personne et il fait le choix de ne pas utiliser son épée, il va seulement aider les personnes les plus nécessiteuses. L'histoire reconstruite dans les lignes précédentes est donnée à travers des hypertextes tant dans les séries télévisuelles que dans les revues (manga), tant dans l'internet qu'en CD Rome, Vidéos VHS, y compris le seul film de la série. Les séries racontent différents épisodes, où à la fin Kenshi trouve son équilibre avec Karou, et il ne brise pas la promesse qu'il a faite de ne tuer personne. Il donnera son épée et ses savoirs à Yahiko, âgé seulement de 15 ans, son petit Kenji qui sera le futur possesseur de son épée et de sa technique.

#### *Synthèse du chapitre:*

Kenshin arrive comme samouraï nomade à la nouvelle capitale de Tokyo. Il aide une fille à démasquer un imposteur qui assassine au nom du dojo (une école de pensée et de techniques de Kendo) qu'elle dirige. Cette fille est appelée Kaoru Kamiya, et son père était un samouraï qui était mort dans une guerre récente et qui lui avait enseigné la technique Kamiya Kasshin (Kendo), dont elle était l'unique porteur et qu'elle enseignait dans cette académie. Kenshin découvre qu'un de ses collaborateurs avait construit la représentation de la situation au dojo, à savoir que l'assassin était attaché à l'école de Kendo pour ainsi éloigner les élèves, les effrayer, et déclenche une crise économique pour qu'elle vende le terrain à bas prix.

Kenshin reçoit les remerciements de Kaoru, qui lui enseigne cette technique, et qui l'invite à vivre dans son dojo. Il naît une relation amoureuse entre les deux, et ils se marient. Mais son passé le poursuit, et dans différentes séries apparaissent ses anciens ennemis, comme Hajime, Shigamore, le frère cadet de Tomoe, etc. En ce qui concerne le frère cadet de Tomoe, il prétend venger sa sœur. Le frère de Tomoe se bat contre Kenshin qui gagne, mais en même temps, il lui démontre que ce que Tomoe souhaitait n'était pas une vengeance mais que tous vivent en paix et équilibre.

#### **Los Justicieros/ Slayers (Japon) : Monde Diégétique Fiction**



*Contenu manifeste*

La série remonte à la période médiévale de magie et de dangers où une jeune sorcière détient dans ses mains le pouvoir de protéger la race humaine des forces du mal. Cette jeune fille d'à peine 16 ans, jolie, au mauvais caractère et, surtout, avide d'argent, se prénomme Lina.

Trois sous-ensembles ou Sagas se dégagent dans la série.

Le premier sous-ensemble est intitulé "Slayers". Il commence avec le décès et la destruction de la bande de voleurs du "Tusk de Dragon" par Lina. Elle prend comme récompense le butin que ceux-ci venaient de voler. La jeune magicienne s'adresse au peuple le plus proche pour vendre ses reliques, mais sur le chemin elle est stoppée par les survivants de la bande. Apparaît Gourry (Gaudi), un épéiste itinérant qui, en la croyant impuissante, décide de l'aider, en vainquant ses agresseurs. Ils entreprennent ensemble une série d'aventures inimaginables. Ils rencontrent Zelgadis, un guerrier mystique, dont la peau a l'aspect d'une roche bleue, qui souhaite s'approprier la statue de la déesse que Lina possède; la statue l'aidera à guérir du mal dont il souffre, produit d'un maléfice lancé sur lui par Rezo, le moine rouge. Le moine rouge meurt. Ensuite, Lina et Gourry vont à la recherche d'aventures par le monde. Ainsi, ils font la connaissance de la princesse Ameria et d'une prêtresse Selfin, et tous doivent se mettre en face du clone de Rezo.

La deuxième saga est intitulée "Slayers Next". Il s'agit des aventures de Lina et de son groupe qui cherchent un important document appelé "la Bible de Klerc", qui contient les sorts les plus puissants et anciens de l'histoire. Lina doit combattre contre une série de démons qui essayent de saisir la Bible de Klerc, et ainsi dominer le monde. Au début de leur recherche, Lina et Gourry arrivent au royaume de Soana. Réapparaît ici la figure de Zelgadis, également à la recherche du livre, car il voit dans celui-ci une possibilité de trouver le prêtre pour guérir son mal. La bible n'est pas là. De retour à Seilun, le royaume d'Ameria, Lina doit faire face à un puissant démon, appelé Mario Garsu. Il lui tend un piège en lui volant ses pouvoirs. Des facultés qui non seulement seraient récupérées, mais augmenteraient en le détruisant. Ici se déroulent plusieurs actions avec plusieurs personnages. Fibriso, un personnage du mal s'empare du corps de Lina, mais Gourry voit son amour pour Lina, il obtient qu'elle retourne en utilisant son épée de lumière, et il exprime son amour à Lina par un baiser, mais ils ne se souviennent de rien.

La troisième saga de cette série appelée "Slayers Try", raconte la dernière aventure de Lina et de ses amis sur le petit écran. Il y a des milliers d'années, les démons les plus puissants avaient isolé la portion de la Terre dans laquelle vivaient les Stayers, en la séparant du reste du monde avec une couche qui, avec le décès de Fibriso, disparaît. Ainsi tous les royaumes de cette partie du monde décident de former des bataillons qui auront pour mission d'explorer cette partie du monde qu'ils ne connaissent pas. Au milieu des croisades, ils rencontrent une déesse dragonne appelée Filia, qui explique que la fin du monde s'approche, et qui leur demande leur aide pour l'éviter. Ainsi Lina et ses amies se battent contre l'Etoile Obscure et Valgaraf, et évitent ainsi que l'obscurité envahisse le monde.

*Synthèse d'un chapitre (titre: « Je suis une belle sorcière »).*

Le sujet de ce chapitre est la synthèse de la première saga. Dans les paragraphes précédents nous savons que Lina a rendu sa liberté au peuple parce que le Dragon est mort. Mais ils entendent une grande explosion. Ils regardent par la fenêtre et la scène qu'ils découvrent est terrible: un énorme dragon noir détruit tout le peuple. Après une série de marchandages sur le paiement (quelque chose de très important pour Lina) pour détruire le dragon, Lina et son nouvel ami partent à sa chasse. Commence ici un combat entre Lina et le reptile; au début ce dernier semble rapporter la victoire. Alors, Lina décide qu'il est nécessaire d'utiliser un de ses shorts les plus puissants. En utilisant Gourry pour tromper l'animal, il se dispose à préparer un rayon d'une telle puissance qu'il détruit le dragon noir et ne tue pas tout le village. Face à cette situation, les habitants de la ville refusent de payer Lina pour ses services, et lui donnent en plus des coups pour avoir détruit le village. Vue la réaction des villageois en fureur, Lina et Gourry s'enfuient du lieu. Les habitants doivent rebâtir la ville.

## 2.3. Synthèses des séries, chaîne de télévision Megavisión

### Los Cazafantasmas (SOS Fantômes) (USA): Monde Possible Diégétique Ludique

#### *Contenu manifeste :*

Cette série est basée sur le film du même nom. Elle narre l'histoire de quatre scientifiques qui créent des machines pour chasser des fantômes. Ils créent une société entre eux avec un bureau, un secrétariat où est faite la sélection des cas pris en charge, puis ils partent avec un uniforme spécial au secours d'une ou plusieurs personnes qui ne sont pas à l'aise avec ce type d'êtres. Ils doivent pourchasser et capturer une grande fourchette de coloris fantômes et monstres, pendant qu'ils conduisent dans la ville de New York dans leur voiture spéciale.

#### *Synthèse d'un chapitre :*

Tous les chapitres sont identiques, ils montrent toujours une situation spécifique qui arrive dans un lieu. Dans ces chapitres, on retrouve Gluant, qui est un fantôme qui avait plus peur que les autres fantômes, et les chasse-fantômes de SOS Fantômes qui lui permettent de rester avec eux pour attirer d'autres fantômes. Ils vont à une exposition, ils voyagent sur la neige. Ils arrivent dans un hôtel en ruine qui s'appelle Boudreaux, et sont accueillis par une jeune dame qui s'appelle Marie Gauthier. Elle conduit les visiteurs à leurs chambres. À minuit le réveil sonne et dans la pergola de la terrasse un orchestre de jazz se met à jouer. Ray se réveille et dans un état hypnotique il marche en direction du lieu d'où provient la musique. Les autres chasse-fantômes suivent Ray et se retrouvent face à un phénomène où le temps change. L'horloge revient en arrière, Marie explique que le chef de l'orchestre de jazz veut contrôler les personnes. S'il crée suffisamment de musique, il est capable de revenir dans le temps. Marie leur dit qu'elle est une Mambó, une prêtresse vaudou ; Malaqui le malin, c'est le chef d'orchestre de jazz. Il a chaque fois plus de pouvoir et elle ne peut pas l'arrêter avec sa magie, donc les chasse-fantômes lui disent qu'ils vont l'aider à se libérer du fantôme. Face à cette situation très urgente, ils appellent leur secrétariat à New York et lui demandent qu'il leur envoie l'équipe de SOS Fantôme là où ils se trouvent. Malaqui revient en jouant de sa trompette et le temps part en arrière. Ils se retrouvent dans une époque passée aux États-Unis puis ils remontent à une autre époque plus ancienne au milieu de la mer où ils sont pourchassés par une espèce de requin, ils nagent pour échapper à l'animal et arrivent à

l'époque actuelle. Ils attendent l'équipe en provenance de la Nouvelle Orléans, mais ils se trompent et l'entreprise de délivrance envoie l'équipe à Hawaï par erreur. Mais Egon dit qu'ils doivent recueillir des pièces de l'exposition de Tulein pour les assembler et former une trappe. Ils arrivent à l'exposition et commencent à travailler. Ils construisent une équipe de remplaçants et vont l'utiliser contre Malaqui, en lançant un rayon contre le fantôme qui arrive au début et qui explose l'appareil. Ils essaient un autre plan pour vaincre Malaqui : ils vont neutraliser la musique avec un rythme qu'ils joueront : RockandRoll. Ils commencent à jouer et finissent par vaincre Malaqui avec un rock très fort. Après avoir terminé cette mission, c'est-à-dire vaincre Malaqui, Peter décide d'aller au Mardi gras, mais il ne sait pas que le carnaval est déjà terminé, donc les autres membres de l'équipe partent pour Hawaï afin de récupérer l'équipe. Ils voyagent avec toutes les charges comprises par l'entreprise de délivrance, car celle-ci leur envoie les billets pour s'excuser d'avoir envoyé leur équipe à Hawaï par erreur.

### **Los Picapiedras (Les Pierrafeu) (USA) : Monde Diégétique Ludique**

#### *Contenu manifeste:*

Cette série raconte des situations survenant à la famille Pierrafeu, laquelle est représentée par Fred Pierrafeu, sa femme Wilma et la toute petite fille Petite Pierrafeu. Ils ont comme voisins les Laroche, une famille représentée par Barney Laroche, sa femme Betty, et leur fils, le petit Bam-Bam. Ce fils possède une force hors du commun et il est toujours en train d'attirer l'attention de Petite Pierrafeu avec sa force. Tous habitent dans un village à l'ambiance préhistorique : Caillouville, mais la structure visuelle est celle d'une ville contemporaine avec une technologie avancée, pourtant elle est construite avec des matériaux primitifs (tels que des arbres, des pierres, etc.).

#### *Synthèse d'un chapitre :*

Dans la maison de « Les Pierrafeu » Wilma cuisine un grand ossobuco de Stégosaure pour le dîner, au moment où Fred arrive avec une boîte. Elle lui demande s'il s'agit d'un cadeau pour elle et il lui répond que d'une certaine façon oui. La boîte contient un nouveau chapeau de « Buffle Mouillé » que Fred vient d'acheter. Wilma déçue essaie de lui faire comprendre que ça n'est pas du tout un cadeau pour elle. Fred lui dit qu'il ne s'agit pas d'un cadeau pour elle, mais pour lui, afin qu'il puisse être mieux vu lors de la prochaine réunion de la Loge. Barney Laroche également acheté un chapeau, mais la femme de Barney Betty a mieux réagi que Wilma, qui avait culpabilisé Fred pour avoir dépensé tellement d'argent

inutilement. Fred finit vite de manger et dit à Wilma qu'il part à la réunion de la Loge. Cette situation oblige Wilma à laisser tomber son idée d'aller au cinéma. Wilma montre à Fred son mécontentement en lui disant qu'elle est fatiguée et que chaque fois qu'il va à la Loge, elle doit rester à la maison et s'ennuyer. Fred lui répond en lui demandant comment elle pouvait s'ennuyer quand il y avait toujours tant à faire dans la maison et qu'il aurait désiré avoir tant de choses à faire pendant ses heures libres. Wilma veut aller à la réunion, mais le règlement des « Buffles Mouillés » interdit l'entrée aux femmes, quelque chose que Wilma a tout simplement du mal à comprendre. Pendant la discussion de Barney, qui vient d'avoir un échange similaire avec Betty, arrive Fred qui vient le chercher. Avant de partir à la réunion Wilma demande à Fred de lui faire promettre de proposer à la Loge la présence des femmes à ces réunions. Au cours de la réunion de la Loge, Fred essaie de proposer la suggestion de Wilma, mais un autre camarade le devance: l'opposition à la proposition reste toutefois généralisée. Fred amène les os de la nourriture au broyeur de déchets - un dinosaure vert qui effectue cette fonction – mais Wilma réagit en disant que l'appareil n'est pas en bon état. Le même dinosaure dit, depuis sa position, qu'il a besoin d'un plombier. Wilma fait part à son mari de ses envies de sortir pour danser, mais Fred lui dit qu'il a une nouvelle réunion avec la Loge. Wilma s'énerve. A ce moment entrent Barney et Betty ; et le regard entre les deux amies les fait se rendre compte qu'elles vivent la même situation. Wilma et Betty face à cette situation d'abandon par les maris à cause des réunions de la Loge décident de jouer aux cartes. A la tombée de la nuit, les deux femmes se demandent ce que font leurs maris à cette heure. Elles donneraient tout pour le savoir, raison pour laquelle elles décident de se déguiser en « Buffles Mouillés ». Avec les chapeaux laissés de côté par leurs maris et un déguisement improvisé, elles partent voir de quoi il s'agit à la réunion. Quand elles arrivent sur le lieu de la Loge, le portier demande à Wilma un mot de passe qu'elle ne connaît pas, mais que par chance elle arrive à entendre de la part d'un autre membre et qu'elle réussit à répéter. À l'intérieur Betty souffre d'un petit incident: sa moustache se décolle, et elle part désespérément à la recherche des toilettes pour la recoller. Au cours de cette situation elles sont très proches de Fred, mais elles réussissent à l'éviter. Dès qu'elles se rendent compte de ce pourrait arriver si quelqu'un les découvrait, elles décident de partir, mais elles sont retenues par le portier ; finalement elles réussissent à s'échapper de la réunion sans être découvertes. Quand Fred arrive à la maison, Wilma lui dit qu'elle n'est plus intéressée à aller aux réunions.

### **Dr. Slump (Japon): Monde Diégétique Fiction**

*Contenu manifeste*

L'histoire se déroule dans un petit village situé dans le "Japon Profond" dénommé Ville Pingouin. Les animaux parlent, marchent, chantent et pensent (entre autres habilités) tout comme les hommes. Les excréments ont des mains et des têtes et ont en plus la capacité de communiquer et de se déplacer par eux-mêmes. Le soleil, en plus de parler, se brosse les dents et transpire quand il fait chaud. C'est un astre très poli, quand il se réveille il salue tout le monde, puis il dit bonne nuit. Dans le zoo de Ville Pingouin se trouve également une grande variété de monstres. Des extraterrestres se promènent dans les rues, et marchent comme si de rien n'était. Les corbeaux s'amuse en criant "imbécile" aux passants. Dans la ville habite le Dr. Sembee Norimaki, un scientifique un peu fou, mais très intelligent. Sembee décide de fabriquer un robot, dont l'aspect correspond parfaitement à celui d'un enfant de 13 ans, doté d'une force incroyable et d'une ingénuité à tout essai, et qui s'appelle Arale. Arale est une femme et la protagoniste de l'histoire. Non seulement sa grande capacité physique la distingue d'une petite androïde mais elle est aussi très rapide. Sa faculté la plus caractérisée est celle qui lui permet de cracher du feu par la bouche, ce qui est connu comme le rayon Ncha. Malgré sa nature mécanique, Arale est une enfant au bon cœur. Sembei fera en sorte qu'Arale, en dépit de ses capacités extraordinaires, ait une vie la plus normale possible, en passant inaperçue aux yeux des habitants du village. Elle travaillera comme professeure à l'école secondaire. Arale rapporte du passé un œuf de dinosaure; mais il s'agit d'une erreur: ce n'est pas un dinosaure, il s'agit d'un être très amusant qui ne parle qu'avec elle, et qui s'appelle Gatchan. Gatchan est touché par un rayon d'un duplicateur inventé par Sembei, et qui produit deux Gatchans. L'histoire comprend aussi des mauvais garçons. Mashirito est semblable au Docteur Sembei, mais il veut dominer le monde. C'est pour cela qu'il crée plusieurs androïdes pour en terminer avec Arale. ... avec une telle malchance que l'un d'eux, Obocaman, tombe amoureux d'Arale, et se transforme en une personne meilleure qu'elle. Il y a aussi des extraterrestres, et des personnages qui sont une critique des personnages des dessins animés américains : Superman, Tarzan, Ultramar, Star Trek entre autres.

### *Synthèse d'un chapitre*

Le docteur Sembee salue le public et raconte qu'il est très heureux, parce qu'il va inviter Mademoiselle Yamabuki, dont il est amoureux, dans sa machine qui remonte le temps pour faire un voyage. Et il commence à imaginer quelle tournure prendra le voyage: une vache en volant dans une effiloche, un dinosaure en surveillant les pieds d'un volcan: elle et lui absolument seuls. Mais Arale et Gatchan font l'usage de la machine à remonter le temps pour se rendre dans une époque ancienne. Le Docteur Sembee ne pourra pas voyager avec Mademoiselle Yamabuki. Ils se retrouvent avec un samouraï qui court et ils lui demandent

son autographe. Aussitôt, l'homme se rappelle qu'il a une lutte programmée et qu'il ne peut pas perdre de temps, il part donc en vitesse. En écoutant les commentaires des enfants qui mettaient en doute sa force et habilité, il décide de retourner pour démontrer sa compétence. Il dit "depuis que j'ai 13 ans je n'ai pas connu la défaite". Alors, Arale décide de se battre dans le jeu en le vainquant dès la première occasion. Sans vouloir reconnaître sa défaite, le samouraï dit à Arale qu'il s'est laissé gagner pour distraire l'ennemi, ce pourquoi ils décident de jouer une seconde fois, où Arale gagne à nouveau. La même situation se reproduit. Devant cette situation identique, Miyamoto demande à Arale d'être son disciple, ce qu'elle accepte. De cette manière, ils décident de retourner tous ensemble au présent, y compris le samouraï.

### **Dragon Ball (Japon) : Monde Diégétique Fiction**

#### *Contenu manifeste:*

Dragon Ball constitue la première de trois générations de la série (parmi lesquelles figurent Dragon Ball Z et Dragon Ball GT). L'histoire traite d'un enfant de six ans appelé Goku, qui vit seul dans une forêt parce que son grand-père adoptif Gohan est décédé et qui, surveillant la lune, se transformera en singe gigantesque au pouvoir destructif incontrôlable. L'explication est son origine extraterrestre, c'est pour cela qu'il a une longue queue brune qui lui confère cette faculté de se transformer en singe, chaque fois qu'il observe la lune. Au début de l'histoire Goku est écrasé par une moto conduite par Bulma, une jeune de 14 ans, fille du propriétaire de l'entreprise technologique la plus importante du monde: CAPSULE. Elle sera la plus grande amie de Goku. La jeune fille a comme objectif de réunir les sept sphères qui, comme le dit la légende, lorsqu'elles sont rassemblées par plusieurs personnes, attribuent le pouvoir d'accorder un souhait. Goku se joint à Bulma dans cette recherche passionnée, où il jouera un rôle très important, en vertu de l'immense force qu'il possède. Plus tard, Goku décide d'aller se former auprès de l'enseignant Roshi, le guerrier le plus puissant du monde et le champion mondial des arts martiaux. Cet homme est une personne qui a plus de 800 ans, mais feint seulement quelques 70 ans grâce à l'eau de vie qu'il a bu quand il était jeune et qui accorde le pouvoir de longévité.

La seconde phase de la saga est marquée par la Patrouille Rouge, qui part aussi à la recherche des sphères du dragon, tout comme Pilf qui retourne dans cette phase. Le Réseau Ribbon, tel qu'on le connaît, était composé de multiples assassins qui font face à Goku, mais qui sont finalement mis en échec. La Patrouille Rouge donne à Tao-Pai-Pai la mission de tuer. Au cours des événements Goku fait la connaissance de Karin. Karin administre les semences de l'ermite, qui permettent aux guerriers de récupérer de toutes leurs blessures et aussi l'eau de

la vie qui confère la longévité à tous ceux qui la boivent. Goku, formé par Karin, boit de l'eau de vie, puis blesse et met en échec Tao-Pai-Pai. Goku et ses amis réunissent les boules du dragon et demandent que Bora retourne à la vie. Plus tard, Goku fera la connaissance de Lunch, une fille qui à chaque éternuement change de personnalité et de couleur de cheveux (du de bleu elle vire blonde) et redevient mauvaise. Ensuite, Goku passe un bon moment seul et il se forme par lui-même. Puis il retourne au tournoi des arts martiaux qui avait lieu tous les cinq ans. A cette étape, Goku fait la connaissance d'Ox-Satán (Gyumaoh) et de sa fille Milk (Chi Chi) à qu'il promet le mariage quand ils seront plus grands, ce qui arrivera effectivement à la fin de cette saga. Goku fait alors face à un nouveau danger: un extraterrestre de la planète Namek, libéré de sa captivité, veut s'approprier les sphères du dragon pour récupérer retrouver sa jeunesse. Goku doit faire face à plusieurs luttes. Ainsi, il se bat avec Piccolo et gagne, mais, avant de mourir Piccolo a expulsé un œuf par la bouche, duquel naîtra le nouvel ennemi de Goku, Piccolo Jr. Le combat qui mettra face à face ces deux rivaux a eu lieu dans le tournoi d'arts martiaux, où l'ennemi a fait des actions de pouvoirs très supérieurs à ceux de son père.

### *Synthèse d'un chapitre*

Le jeune enfant de six ans vit seul dans une petite maison au milieu des montagnes. Le jour est ensoleillé et il s'habille rapidement. Avant de sortir de chez lui, il s'adresse à un petit autel où il trouve la seule mémoire que lui a laissé son grand-père avant de décéder et son trésor le plus précieux: la sphère magique de quatre étoiles. Après avoir fait une prière à son grand père, il sort de sa maison à la recherche d'aliments. Il sait qu'il doit déjeuner tôt, et décide aller à la rivière chercher un poisson. Dans l'eau, il regarde s'il y a un certain prisonnier disponible, tandis qu'un poisson énorme décide de l'attaquer. L'image change brusquement, et à ce moment Goku sort nu de l'eau, en tenant la queue d'un poisson énorme dont il fera son déjeuner. Nous voyons que Goku est écrasé par la moto de Bulma, une jeune fille de 14 ans. Goku prend conscience qu'elle était la première personne qu'il voyait dans sa vie (après son grand-père,) ce à quoi elle répond qu'elle est une femme. Bulma part à la recherche des "sphères du dragon", sept au total, et prend conscience que Goku en possédait une qu'il avait accrochée à son col. C'était la boule de quatre étoiles. Goku dit à Bulma que la boule lui a été donnée par son grand- père. La fille convainc Goku de se joindre à elle pour trouver le reste des sphères. Le motif est qu'en réunissant les sphères, ceci permettrait la sortie d'un dragon, appelé Sheng Long (à) auquel on pourrait demander d'accorder un souhait. Afin de le trouver, Bulma avait construit un radar qui permettait de le détecter. À partir de cela, ils vont avoir plusieurs des aventures en ensemble pour saisir les sphères du dragon.



## **Dragon Ball Z (Japon): Monde Diégétique Fiction**

### *Contenu manifeste*

Il s'agit de la deuxième saga de la série Dragon Ball. Elle commence après le dernier tournoi des arts martiaux durant lequel Goku avait vaincu Pikolo Jr. C'est la première fois qu'il atteignait le titre. Goku est maintenant un homme heureux, marié avec Chi Chi et père d'un fils, Gohan (deux ans). Goku et ses amis, les guerriers Z (Piccolo, Krilin, Yamcha, Chaos, l'enseignant Roshi et plus tard Trunx et Vegeta) ne focalisent pas la recherche des sphères du dragon comme dans la première partie. Leur mission est de protéger la Terre des invasions continues des extraterrestres qui essayent, par tous les moyens, de la conquérir et mettre fin à la race humaine. Ils peuvent voler, se téléporter, lancer des rayons destructifs. Dans cette tâche, plusieurs vont mourir et ils devront recourir plus d'une fois aux sphères de Sheng Long pour ressusciter les morts et continuer la lutte, et devenir chaque fois des guerriers plus puissants. Mais toute cette tranquillité apparente est destinée à disparaître quand apparaît Raditz, un guerrier extraterrestre à l'aspect d'un humain. Il possède une queue comme Goku, finalement nous saurons qu'il s'agit de son frère, qui lui révèle son origine Saiyayin (d'une autre planète) et son véritable nom: Kakaroto. Raditz lui demande de se joindre à lui pour détruire la planète, mais celui-ci refuse. Devant ceci, Raditz décide d'enlever Gohan et dit à Goku que s'il veut le récupérer il devra le combattre. Face à cette situation arrive Picolo Jr., l'ancien ennemi de Goku, qui lui propose de joindre ses forces pour se battre contre Raditz. À la fin, ils arrivent à le vaincre, mais Goku meurt. Goku ressuscitera plus tard, grâce à un nouveau désir que ses amis demandent à Sheng Long, le dragon qui dissimule les sphères lesquelles, en se réunissant, produisent leur apparition. De nouveau Goku se trouve dans le monde vivant. Avec Gohan et Piccolo, Goku arrive à mettre en échec Vegeta, mais Piccolo et ses autres amis (Ten Shin Ont, Yamcha et Chaos) perdent la vie. La seconde phase de l'histoire se déroule principalement sur la planète Namek (les namekuseyi sont la seule race capable de construire les sphères du dragon) d'où vient Piccolo. Vegeta s'est remis de ses blessures et prend conscience que sur cette planète existe aussi des sphères du dragon, alors, il décide d'aller à leur recherche, pour ainsi se retrouver immortel et vaincre Goku et tous les habitants de la Terre. Après plusieurs événements, Gohan arrive à réunir les sept sphères et fait le souhait de ressusciter Piccolo. Dans cette bataille, Goku obtient pour la première fois le stade de Saiyain Superbe, un niveau évolutif du pouvoir, considéré comme une légende par les habitants de sa planète.

La troisième partie de la série est marquée par la confrontation avec le personnage de Cell. Cell est un androïde (une espèce d'homme libellule avec une petite queue semblable à un frelon). Cell peut effectuer différentes transformations, jusqu'à arriver au Cell Parfait. Un état qu'il obtient en absorbant deux autres androïdes, tous créés par le docteur Maki Gero, un génie fou qui hait Goku et souhaite la destruction de la race humaine. Après plusieurs luttes, Goku décède entre les mains de Cell et Gohan dépasse les pouvoirs de son père et atteint un niveau de lutte très supérieure à celui de son géniteur.

La quatrième et dernière saga de Dragon Ball Z raconte la lutte contre Magin Boo. A cette occasion, Goku revient récemment à la vie grâce au fait qu'un Kaiosama suprême (peut-être la plus grande déité de tout l'univers) lui donne la possibilité d'une nouvelle vie pour en faire un guerrier redoutable. Dans cette phase, Goku arrive à se fusionner avec d'autres guerriers Z, de manière à réunir les pouvoirs de tous dans un seul corps, en atteignant parallèlement une nouvelle transformation appelée Superbe Saiyan 3. Toutefois, ce corps sera le pouvoir de tous les êtres de la Terre et de Namek réunis, ceux qui arriveront à détruire Magin Boo, avec la technique de liaison des pouvoirs et celle de fusionner leurs corps. A la suite du décès de Magin Boo apparaît des années plus tard un enfant qui est sa bonne réincarnation, chose que Goku a demandée quand il a tué le monstre. Goku se propose de former l'enfant appelé Oob, pour que ses pouvoirs soient utilisés pour le bien, fait qui met fin à la série.

#### *Synthèse d'un chapitre*

Alors que Goku meurt pour une seconde fois, la Terre se trouve en situation de danger parce qu'elle dépend du pouvoir de Cell. Les guerriers Z se trouvent énormément affaiblis. De son côté, Gohan est responsable de la situation, parce qu'étant donné sa persistance à faire que le décès de Cell soit le plus pénible possible, il a généré une situation grave donnant l'occasion d'activer son dispositif d'autodestruction. Goku, en voyant la destruction de la Terre comme quelque chose d'imminent, décide de se sacrifier en transportant Cell avec lui sur la planète Kaio, où tous les deux meurent. Gohan (le fils de Goku) est le seul capable de vaincre Cell et, étant gravement blessé, ils voient tous leurs espoirs de survivre réduits à néant. Cell se vante de ses nouveaux pouvoirs et il rie de la situation. Gohan regrette de ne pas pouvoir vaincre l'assassin de son père et tous ses espoirs paraissent s'évanouir.

## **Arnold (Hey Arnold) (USA): Monde Diégétique Réel**

### *Contenu manifeste :*

Arnold est un enfant qui aime le football, il aime sa chemise et jouer au baseball dans la rue. Il est admiré pour sa façon de voir et pour les expériences qu'il doit appréhender dans son processus de croissance. Arnold habite dans la maison d'hôtes de ses grands-parents, avec un groupe d'enfants excentriques comme lui, qui ne sont pas tout le temps en harmonie entre eux et à qui il n'arrive pas souvent d'être en accord avec les situations. Son meilleur ami est Gérald, dont la personnalité est celle d'un être froid ; Helga possède un caractère dur, et tous les deux s'aiment et se détestent à la fois, accompagnés du reste de la bande du voisinage, Arnold fait face à une série de situations avec la maturité d'un enfant qui n'est qu'au début du secondaire. Les personnages de cette série sont : Arnold, le protagoniste; Helga qui aime Arnold et qui fait tout pour s'approcher de lui et lui manifester ses sentiments. Pour atteindre son but elle compte sur trois choses : Le Petit Livre Rose, Les Cinq Vengeurs et la Vieille Betsy. Le Petit Livre Rose est son journal intime, dans lequel Helga dévoile son côté plus sensible, puisqu'il est plein de poèmes d'amour dédiés à Arnold. Les Cinq Vengeurs et la Vieille Betsy reflètent son côté plus dur, puisque ce sont les noms qu'elle a donné à ses poignets droit et gauche. Gérald, le meilleur ami d'Arnold, est connu comme le Grand Narrateur des Légendes Urbaines. Gérald a une habilité spéciale qui est celle d'entraîner son ami dans toutes sortes de situations embarrassantes, même s'ils trouvent souvent une manière de s'en sortir. Grand-Mère est une bibliothécaire à la retraite avec une grande énergie qui dramatise tout. Grand-Père, sage et réaliste, a tendance à oublier de quoi il parle au milieu d'une conversation, ce qui n'aide pas beaucoup à le comprendre, ni à l'entendre, et encore moins à suivre ses conseils.

### *Synthèse d'un chapitre :*

Dans le chapitre de la série intitulée « Fausse Alarme », la situation est la suivante : l'alarme d'incendie se déclenche dans l'école où Arnold étudie, et tous les enfants se mettent à crier, ce qui motive la sortie du directeur qui leur dit qu'il s'agit d'une fausse alarme, que quelqu'un a mis en route le système intentionnellement. Ainsi, il se dirige vers l'alarme pour découvrir le coupable et avertit que celle-ci est tachée. Caché dans l'armoire du concierge, endroit où sont rangés les produits de nettoyage, le directeur tombe sur Jugin Horovitz, qui surgit comme le principal suspect. Selon les lois internes de l'établissement scolaire le responsable ne pourra être renvoyé qu'après avoir été déclaré coupable par un jury sélectionné parmi des élèves.

Jugin Horovitz est soumis au jury interne avec Helga à la tête. Pour en finir rapidement avec cette situation le jury décide de le déclarer coupable, à l'exception d'Arnold dont le vote s'oppose à la décision. En effet, il croit dans l'innocence de l'enfant et dit à ses camarades qu'ils doivent voter en toute responsabilité. Ils rendent le jugement suivant annoncé par Gérard qui finit par dire : nous concluons que Jugin n'a pas une mentalité de criminel, mais comme il a été surpris en train de s'enfuir il est déclaré coupable. Arnold insiste sur l'innocence de l'enfant, et argumente qu'il est déjà arrivé qu'il soit découvert dans l'armoire et qu'il n'y a pas de preuves suffisantes pour l'accuser. Dès qu'il entend la défense de l'accusé, un autre membre du jury, Carly, confesse sa culpabilité. Elle avait tout planifié pour sa vengeance, car après lui avoir prêté son stylo préféré – celui qui avait été acheté à Wankilands – il lui avait rendu complètement mordu et réduit jusqu'à la partie en métal. Grâce à la gestion d'Arnold, Jugin est acquitté par le tribunal d'élèves, tandis que le vrai coupable reçoit la punition appropriée.

### **Delfy (Delfy et leurs amies), USA- Espagne : Monde Diégétique Ludique**

#### *Contenu manifeste :*

Le personnage principal est Delfy, un dauphin courageux, intelligent et convivial. A côté, il y a Cheese. Cheese est un dauphin femelle qui est amoureuse de Delfy. Les autres personnages stables sont : Rudy, un crabe qui fait l'usage des lunettes de plongée parce qu'il ne voit pas sans elles ; Fasty, un crabe ermite qui est très curieux ; Baby-Whale, une baleine aventureuse toujours impliquée dans de multiples problèmes ; Caraspo, une baudroie qui est créative et toujours déguisée ; Dan, le morse qui est connu comme le Gardien du Phare ; Mick, un chien très aimable et bon ; Gigi, la sœur de Mick ; le Capitaine Vinaigre, un corbeau malveillant ; Sharky, un requin féroce et le chef du Capitaine Vinaigre ; et Sharko, l'amie de Sharky, qui prédit toujours que les choses ne fonctionneront pas. C'est une série basée sur les aventures d'un groupe de poissons et d'animaux terrestres autour du monde, qui décident de sauver leur océan, et les espèces en danger d'extinction, de pollution, de chasse à la baleine, de marée noire ou de guerre, avec les mêmes personnages aux caractéristiques décrites plus haut.

#### *Synthèse d'un chapitre :*

Le Gardien du Phare regarde les enfants (Mick et Gigi) nager dans la mer et leur annonce qu'il a vu des requins, s'approcher d'eux, mais ils ne l'écoutent pas. Le gardien allume la lumière du phare. Les enfants prennent conscience du danger. Au même instant, l'un des

requins dit qu'il sera heureux de manger des chiens chauds. Commence une lutte, où Mick empêche le requin de manger sa sœur. Apparaît ensuite Delfy qui demande à l'un des requins son autorisation de chasse. Ne l'ayant pas obtenue, Delfy décide de repartir fâché, mais un autre requin continue d'essayer de manger Gigi, tandis que Mick essaye de l'en empêcher. Intervient Delphi et qui, avec un mixeur, expulse le requin du lieu. Les enfants remercient Delfy, qui leur dit qu'il est dangereux de se baigner là, parce que les requins peuvent réapparaître en quelques minutes. Les enfants décident de s'en aller jouer dans la forêt.

### **The Tick (La Tique) (USA): Monde Diégétique Fiction**

*Contenu manifeste :*

Tick est un super-héros de New York avec comme attributs la persévérance et la force, mais il est en même temps un peu bête. Il lutte avec force contre ses ennemis. Il possède un déguisement fait avec une maille en silicone. Le déguisement fait ressortir sa musculature, il est couronné par des antennes qui le font voir comme une tique et qui lui donnent un caractère distinctif (en réalité on ne sait pas très bien si ces petites tentacules font partie de son corps ou s'il s'agit d'un détail attaché à ses vêtements). Il a un ami appelé Arthur qui porte un vêtement de libellule avec des ailes. Les ailes l'aident dans sa mission de sauver le monde de l'attaque des horribles monstres et des extraterrestres. Ces monstres veulent conquérir la terre. Mais ces héros intrépides et bêtes ne sont pas seuls, ils comptent avec plus d'alliés ceux qui partageront leurs aventures. Parmi ces derniers, un homme chauve-souris et une super-femme qui ont les attributs des alcooliques, impétueux, paresseux et pas trop intelligents. Il s'agit d'une critique implicite de Batman et de la Femme Merveille.

*Synthèse d'un chapitre (titre : « Un rhume hors du commun »)*

Tick a un rhume et il demande à son camarade Arthur de lui apporter des médicaments de la pharmacie, parce qu'il veut dormir pendant la matinée pour récupérer des forces. Alors qu'Arthur sort de son appartement il est intercepté par un ennemi nouveau. Il s'agit d'un monstre d'une autre dimension d'une apparence répugnante : une masse verte qui a sur la pointe de la langue une autre bouche avec des yeux et qui parle. Ses mœurs sont raffinées, ce qui ne le dérange pas pour capturer Arthur. Le monstre planifie la domination du monde, il va couper l'ongle d'Arthur qui lui sera utile comme base pour créer un clone. Le clone aura comme mission d'éliminer Tick, le principal obstacle à la réussite de son objectif. Le clone se dirige vers l'appartement de Tick, mais tous les essais du clone pour éliminer le héros

s'effondrent. Face à cette situation, le monstre décide de faire un clone de Tick, en prenant un échantillon de ses mucus, car il croit qu'il s'agit de l'unique moyen de le vaincre. Après plusieurs combats entre des clones et des personnages réels, Arthur réussit à sortir de l'appartement du monstre extraterrestre la machine qui est capable de faire retourner les individus à leurs dimensions d'origine. Dès qu'il tient la machine dans ses mains, il fait un signe à Tick pour se libérer de son clone. Tick l'absorbe par le nez lors d'une profonde inspiration, pour ensuite éternuer, jeter le monstre extraterrestre et le clone d'Arthur dans la machine qui les fait disparaître. De retour à l'appartement, Tick est déjà guéri de son rhume, et c'est maintenant au tour d'Arthur d'être enrhumé.

### **Catdog (USA) : Monde Diégétique Fiction**

#### *Le contenu manifeste*

Catdog raconte l'histoire de Chat et Chien, deux frères "siamois", qui se sont vus obligé pendant toute leur vie de partager le même corps. La tâche n'est pas facile, puisque, comme chien et chat, ils sont totalement différents. Chacun a ses goûts et son caractère et, bien qu'ils ne soient pas souvent d'accord, l'un ne peut pas vivre sans l'autre ... en réalité, même ne l'avaient pas voulu.

Chat est intelligent et adore se cultiver dans tous les domaines, chaque fois qu'il n'a pas l'obligation de se passer de la commodité de son foyer. Quant à lui, Chien est un sportif net, un peu distrait et, parfois même, un peu sot. Au contraire du Chat, il est très naïf et a peur facilement, ce qui le fait tomber plusieurs fois dans le jeu de son frère félin. Chat déteste se baigner et adore se reposer, Chien au contraire, n'endure pas d'être une seconde assis et adore l'eau. Mais malgré toutes ces différences et plusieurs autres, Chien et Chat s'aiment ... et parfois aussi ... veulent se tuer. Néanmoins, Chien et Chat ne sont pas seuls. Leur existence conflictuelle fait face à des problèmes générés par Tito, leur voisin, par un groupe de chiens, par Rancio, le lapin, par Eddie, et par Radiante, parmi d'autres. Près de ceux-ci, Catdog dans son apprentissage à vivre ensemble, éprouvera les plus folles et amusantes aventures, malgré toutes les différences.

#### *Synthèse d'un chapitre ("La fièvre du diamant")*

Chat soigne le jardin, quand soudainement une taupe l'interrompt et il mange une fleur. Après avoir vu cela, Chien essaie de l'aider, en poursuivant le rongeur dans le jardin, ce qui a pour conséquence la destruction du jardin. Alors, Chat le critique. Tout d'un coup, il voit que le nez de Chien est fermé par deux petits cristaux. Il réfléchit et dit : "Nous nous

sommes arrêtés sur une mine de diamants. Creusons!". Ainsi Chien et Chat se mettent à exploiter- le pilori à la main - le gisement, et décident d'installer des rails pour pouvoir tirer les diamants à la surface. Dès lors, Chien adopte une relation d'amitié avec les diamants qu'il extrait (en arrivant à converser avec eux), tandis que Chat ne pense qu'à savoir comment obtenir plus et plus d'argent avec la vente. Le lendemain, Chien se rend compte que l'un de ses diamants a disparu, en inculquant son frère félin de l'avoir dérobé. Aussitôt ils se rendent compte que la taupe est la voleuse. Ils réussissent à récupérer les diamants. Ils se disputent. Chat pense qu'aujourd'hui ils ont appris une grande leçon : ne jamais permettre que l'avarice s'interpose entre eux. La bataille que vivent Chat et Chien à toute vitesse provoque un écroulement généralisé dans la mine, d'où ils se sauvent miraculeusement étant expulsés à la surface par la grande vitesse atteinte par les voitures dans lesquelles ils étaient montés. Une fois dehors Chat se lamente d'avoir perdu ses diamants, alors que Chien remercie le fait d'être vivant.

### **Tarzan (USA): Monde Diégétique Ludique**

#### *Contenu manifeste:*

Au fin fond de la jungle africaine, une mère Gorille baptise un enfant orphelin du prénom de Tarzan. Elle l'adopte comme si c'était son fils, car elle avait perdu de façon tragique son bébé gorille sous les griffes d'un léopard. Tarzan est élevé avec Terk, un singe blagueur et Tantor, un éléphant névrotique, avec lesquels il développe tous les instincts et capacités d'un animal de la jungle. Avec l'apparition soudaine de membres de sa propre espèce, dont la belle Jane, se produit la fusion de deux mondes opposés.

#### *Synthèse d'un chapitre :*

L'histoire débute avec Tarzan bébé et ses parents, survivants d'un naufrage qui échouent sur une île. Ses parents construisent une maison dans la jungle. Parallèlement on nous montre la manière dont le gorille femelle perd son bébé sous les griffes d'un léopard. Après cet événement tragique, le gorille femelle entend les pleurs d'un bébé dans la jungle et arrive à l'endroit d'où proviennent les pleurs. Elle découvre dans une cabane les parents du bébé morts sous les griffes du même léopard. Le bébé est vivant, mais le léopard traque la cabane, toutefois, le gorille femelle réussit à s'échapper du léopard avec le bébé. Le gorille femelle Kala raconte au chef du groupe qui est son conjoint, Kerchac comment elle a trouvé le bébé. Au début tous sont surpris de voir ce bébé et Kerchac nie son acceptation dans le groupe, et il demande à Kala si effectivement il n'avait pas de parents, ce à quoi Kala lui

assure qu'il est orphelin, car ses parents sont morts. Finalement Kerchac accepte le bébé, mais il ne remplacera pas le fils qu'ils ont perdu. Kala le baptise Tarzan. Après quelque temps, Tarzan grandit parmi les gorilles, mais les autres membres ne l'acceptent pas dans leurs jeux à cause de sa différence, à part le blagueur Terk. Terk lui dit que pour rester avec eux il doit trouver un poil d'éléphant. Tarzan est courageux et essaie de passer l'épreuve pour être accepté par les gorilles. Il s'approche d'un groupe d'éléphants mais ceux-ci paniquent car ils croient qu'il s'agit d'un piranha, ce qui provoque une débandade parmi les éléphants avec une grande agitation dans la jungle et entre les bandes de gorilles. Tarzan admet devant le chef de la bande de gorilles que tout est de sa faute, car il voulait avoir un poil d'éléphant pour être accepté dans le groupe de jeux, ce qu'il a réussi à faire, mais Kerchac s'énerve et lui dit qu'il ne fera jamais partie de la famille. Puis Tarzan s'enfuit et se retrouve seul et déprimé. Il regrette d'être comme il est, mais sa mère gorille Kala le soutient, et Tarzan lui dit qu'il va devenir le meilleur singe pour être accepté par Kerchac. De cette manière Tarzan est chaque fois le plus rapide et habile d'entre les singes en ce qui concerne ses compétences. Puis, tout à coup apparaît le léopard et Tarzan lutte contre lui pour sauver Kerchac du léopard. Tarzan le vainc et émet un fort cri de triomphe qui est entendu dans toute la jungle. Il amène le corps du léopard à Kerchac comme un trophée. Ensuite, Tarzan entend des tirs de fusil de chasse et il découvre les chasseurs ; et ce groupe est formé d'un professeur, de sa fille et d'un chasseur qui sont à la recherche des gorilles. La fille du professeur s'éloigne du groupe et elle trouve un petit singe. A ce moment-là apparaissent des mandrins énervés qui essaient de la pourchasser, mais Tarzan entend les cris de la jeune fille et la sauve. La jeune fille a peur de voir Tarzan, et Tarzan découvre qu'elle lui rassemble. Elle lui dit qu'elle s'appelle Jane et il lui répète son prénom Tarzan. Pendant ce temps, en le recherchant, ses amis Terk et Tantor arrivent au campement des explorateurs avec le groupe de singes, et dérangent tout en jouant avec les divers objets qu'ils trouvent. De loin, le professeur, sa fille et le chasseur entendent le bruit et trouvent leur campement tout en désordre. Jane raconte à son père sa rencontre avec Tarzan, et le professeur est intrigué par son histoire. Tarzan rentre au campement et Jane lui montre des images d'autres êtres humains, pour lui apprendre qu'il existe d'autres êtres humains comme lui. Tarzan montre à Jane les êtres qui habitent dans la jungle, mais il ne l'amène pas au campement des gorilles. Tarzan demande à Jane de ne pas partir. Plus tard, Tarzan décide de montrer aux chasseurs le lieu où se trouvent les gorilles. Jane, le professeur et Clayton arrivent au campement, mais le chef de la bande, Kerchac, découvre que c'est Tarzan le responsable de l'arrivée des étrangers chez lui; il le prend comme une trahison, et s'énerve après Tarzan. Tarzan est confus et Kala, la gorille femelle en voyant son état l'amène à l'endroit où elle l'a trouvé, et lui montre le portrait de ses parents, et c'est comme ça que



Tarzan découvre sa véritable origine. Il s'habille avec les vêtements de son père et prend la décision de partir avec Jane. Les amis de Tarzan sont tristes à cause de son départ, mais lui a décidé de retourner dans son monde. Cependant, Clayton se soulève et avec un groupe d'hommes il décide de capturer les gorilles pour obtenir de l'argent, et pour réussir son plan il enferme Tarzan, Jane et son père. Tarzan émet un cri pour être entendu par ses amis de la jungle. Ses amis libèrent Tarzan et ils partent sauver la bande de gorilles de l'ambition des chasseurs. Tarzan lutte contre Clayton et le vainc, mais dans cette bataille Clayton blesse Kerchac. Dans son agonie, ce dernier demande à Tarzan de garder la bande et finalement dans cet état, Kerchac accepte Tarzan comme l'un d'entre eux. Tarzan reste à la charge et il dit au revoir à Jane et son père. Mais le père de Jane voit sa fille tellement amoureuse de Tarzan, qu'il lui demande de rester avec lui dans la jungle, et Tarzan reste dans la jungle en commandant la bande en compagnie de Jane et son père.

## 2.4. Synthèses des séries, chaîne Televisión Nacional de Chile (TVN)

### Merry Melodies (USA) : Monde diégétique Fiction, Ludique et Réel

#### *Contenu manifeste*

Merry Melodies n'est pas une série comme telle, mais constitue une plateforme dans laquelle est présentée une pluralité de fantaisies animées d'hier et d'aujourd'hui, provenant de différentes productions télévisées comme la Warner Brothers ou la Metro Goldwyn Mayer. Dans sa programmation, qui consiste habituellement en trois histoires courtes, nous pouvons trouver aussi bien des figures classiques de la WB comme Bugs Bunny, le lapin de la chance, Porky, le canard Lucas, et d'autres, que des petits récits dont les protagonistes sont des personnages inconnus et qui n'apparaîtront que dans ce programme, sans parvenir à constituer une série propre. Cette tribune accueille des histoires totalement variées, qui vont depuis les fables animées jusqu'aux représentations les plus proches de la vie réelle, dont les protagonistes sont des personnages archétypiques de la société nord-américaine.

*Synthèse d'un chapitre.* Le chapitre suivant comprend trois histoires courtes :

#### 1. « Wild life »

L'histoire narre la discussion entre un couple dans leur cuisine, qui tourne autour d'aspects quotidiens de leur vie. Le mari critique précisément son épouse de ne pas avoir accompli les obligations qui incombent à une femme chez elle. Provoquant la gêne de la femme devant l'attitude de son mari : elle lui énumère toutes les tâches qu'elle avait eu à réaliser. Après l'avoir écouté, le mari demande à son épouse si elle n'avait fait que cela pendant toute la journée. Elle, sur un ton ironique, lui dit qu'elle a fait quelque chose de plus : Elle lui a acheté un petit cadeau. Et elle sort d'une boîte un imposant rouleau à pâtisserie avec lequel elle le frappe, lui disant sur le mode sarcastique: « Au cas où tu douterais encore de ma journée bien remplie ! »

#### 2. “What’s Buzzin Buzzard” / “Qui a trop faim?”

On montre un couple de vautours qui discutent au sommet d'une montagne : tous deux sont affamés, et cela fait des jours qu'ils ne mangent pas. L'un d'eux regarde vers la plaine avec

des jumelles, essayant de chercher quelque proie, car même son estomac réclame à manger. Ouvrant son bec, depuis le plus profond de son appareil digestif, une voix prend commande de hamburgers. Son ami ouvre la bouche, couverte de toiles d'araignées, un panneau indique: « fermé pour manque d'usage ». En regardant vers le bas, ils découvrent un lapin insouciant sautant dans le bois. En surimpression, apparaissent des messages sur l'écran qui désignent le petit animal en se référant à lui comme : « REPAS ». Les vautours ne perdent pas une seconde et se lancent sur le lapin, mais ne réussissent pas à le manger. Puis tous deux hallucinent, chacun s'imaginant manger l'autre. Ils entament alors une course folle autour d'un rocher, au cours de laquelle les deux rapaces se poursuivent mutuellement, munis d'armes les plus diverses (poteaux, machettes, canons). Tout à coup ils voient le lapin, le chassent et s'appêtent à le manger. La table mise et les serviettes autour du cou, les vautours recommencent à se disputer, pour savoir qui mangera le lapin. Au milieu de la discussion, le lapin se lève et leur demande s'ils connaissent la date du jour. Devant la mine abasourdie des vautours, le petit animal sort un calendrier où on lit : « Interdit de manger de la viande. MARDI 13 », ce qui provoque les pleurs inconsolables des rapaces qui voient tous leurs efforts gâchés et leurs possibilités de manger absolument perdues.

### **3. Bugs Bunny dans “Widom Video”/ “Un conejo despistado”**

L'histoire commence dans le bois où vit, très heureux, Bugs Bunny. Il boit une canette de jus de carotte et lit le journal. Il s'arrête sur l'annonce suivante : « Recherchons lapin pour présentations personnelles à la TV. Opportunité pour faire carrière à la télévision ». Le lendemain, il se présente pour l'embauche, et est reçu par le directeur qui lui dit qu'il est parfait pour le rôle. Le directeur demande à Bugs Bunny de monter en haut d'une échelle et de s'asseoir sur un coussin qui se trouve au pied. La caméra montre que, caché sous le coussin, se trouve un dispositif à haute tension ; fait que le lapin n'aperçoit pas. Le directeur lui dit que tous les acteurs partent depuis le bas de l'échelle, mais que lui le fera depuis le haut. La caméra remonte jusqu'à l'étage juste au-dessus et montre le tournage de la série « l'heure de la chasse, avec Elmer Fudd », à laquelle Bugs ignore qu'il participera. Elmer salue le public et présente la thématique de son programme qui traitera de conseils pratiques sur la chasse. Dans le chapitre d'aujourd'hui : procédés pour trouver, suivre et faire voler en éclats un vrai lapin. Elmer donne un signal et Bugs saute intempestivement de l'échelle, effet de la décharge de courant provoquée par le dispositif situé sur l'estrade où il était assis. Bugs se trouve au milieu du set face à un chasseur qui essaye de lui tirer dessus. Le lapin réussit à esquiver les balles. Elmer, furieux de ce qui se passe, lui crie qu'il ruine son programme, en lui tirant dessus à diverses reprises. Observant qu'Elmer est sur sa piste, Bugs

décide de se cacher dans un autre studio. Déguisé en présentateur télé, il entame une conversation avec le chasseur, qui le démasque en voyant sa queue, sous la veste qu'il porte... mais sans réussir à l'attraper. Le lapin décide de se cacher alors derrière la porte d'un autre studio d'enregistrement. Il change ainsi successivement de studio et réussit à éviter Elmer, jusqu'à ce que finalement Bugs se déguise en producteur, en prenant Elmer par surprise, qu'il oblige à se déguiser en lapin, pour ensuite enfiler ses vêtements. Ainsi vêtus, ils retournent au studio de « L'heure du chasseur », en inversant cette fois les rôles, le chasseur étant celui qui sort du trou et Bugs celui qui tire dessus. Dans cette position, le lapin finit par se moquer d'Elmer, qui termine humilié, et obtient en plus le rôle vedette qu'il voulait tant.

### **Festival de Porky (Porky Pig) (USA): Monde Diegétique Fiction**

#### *Contenu manifeste:*

Cette série nous raconte une succession de situations qui touchent Porky, personnage créé par les Studios Warner Bros, et qui fait partie de la série de personnages de Looney Tunes. Porky est un cochon qui a des difficultés à s'exprimer, étant donné qu'il est bègue; il vit seul mais est toujours confronté à des faits qui l'affectent dans sa vie quotidienne.

#### *Synthèse d'un chapitre:*

Dans l'épisode intitulé: **Notas para ti**, Porky est épuisé et décide de se coucher car il est tard et la nuit est tombée. Mais il ne s'attend pas à ce que son sommeil soit perturbé, or arrive un chat qui commence à jouer de l'harmonica sous sa fenêtre, et le réveille avec tout ce bruit. Outré, Porky lui demande de s'en aller, mais le chat ne comprend pas; Porky lui jette alors un vase qui brusquement fait tomber le chat de la grille d'où il chantait. Mais après avoir récupéré, il retourne au même endroit pour chanter. Porky lui lance un livre pour le faire taire, mais le chat fait la sourde oreille et ne le laisse pas dormir. Désespéré, Porky essaye d'attraper le chat mais, épuisé par sa tentative, il s'endort. Le chat continue à faire du vacarme et Porky décide d'en finir avec lui et prend un fusil, et lorsqu'il parvient à se saisir du chat et va lui tirer dessus, le chat lui chante une berceuse et Porky s'endort. Alors le chat le porte jusqu'à sa chambre et le laisse profondément endormi. Le chat s'installe en face de la radio, met le volume à fond et mime la direction d'orchestre. Tout ce vacarme réveille Porky qui devient furieux; le chat s'enfuit, Porky ferme sa porte à clé, mais le chat revient chanter face à la fenêtre de sa chambre. En voyant le chat juché sur le grillage face à la fenêtre, Porky se fâche et est au désespoir car il ne peut plus supporter ce vacarme. Alors il lui tire dessus. Le chat est touché, et chante encore mais en agonisant. Il tombe du grillage et meurt. Porky est désespéré,

disant qu'il ne voulait pas le tuer, mais qu'il n'en pouvait plus du scandale provoqué par ce chat avec son chant. Mais alors qu'il retourne à ses occupations domestiques, il entend à nouveau des chants à l'extérieur. Il voit alors plusieurs chats à l'aspect fantomatique qui chantent sur la grille. C'était les esprits du chat qu'il avait tué.

### **Batman (USA): Monde Diégétique Ludique**

#### *Contenu Manifeste:*

Ce personnage naît lors d'une situation tragique qui eut lieu dans son enfance alors qu'il rentrait chez lui avec ses parents la nuit, après avoir vu un film. La famille décide de rentrer à pied mais se fait agresser par un voleur qui vole ses bijoux, tue les parents sous les yeux de l'enfant Bruce Wayne. Plus tard, à l'âge adulte, Bruce Wayne pratique les arts martiaux et s'intéresse au métier de détective. Puis, il décide de devenir un protecteur de la ville Gothique sous le déguisement d'une chauve-souris pour combattre les malfaiteurs. C'est ainsi qu'il devient Batman.

#### *Synthèse d'un chapitre :*

Ce chapitre retrace l'histoire d'un camp d'entraînement militaire, dans lequel Le Pingouin prend les avions et l'équipe de guerre d'assaut. Il demande de l'argent à la police comme condition de ne pas attaquer. Batman décide d'aller défendre la ville Gothique en portant un casque spécial qui lui permet de distinguer des nuances, puisqu'après l'attaque du Pingouin, Batman était devenu aveugle momentanément. Face à sa condition d'aveugle temporaire, le Maire convainc Le Pingouin qu'il lui paiera s'il se fait attraper par Batman. Le Pingouin attaque Batman et l'avion de Batman commence à basculer et tombe en perdant son énergie dans le casque qui lui permettait de voir. Finalement, il capture Le Pingouin.

### **Superman (USA) : Monde diégétique ludique**

#### *Contenu manifeste:*

Cette série raconte l'histoire d'un super-héros qui surgit d'une galaxie très lointaine : Krypton, planète détruite, qui était située à 50 années lumières de la terre. Krypton fut détruite par des explosions géologiques dans son noyau, et même lorsque ses habitants connurent le danger, ils ne purent rien faire, car abandonner leur planète aurait signifié leur mort. C'est alors qu'un scientifique, Kem-L, créa une machine appelée el Erradicador (l'éradication) qui modifia la structure génétique des habitants de Krypton afin qu'ils ne puissent vivre loin de leur planète mère. Alors que la destruction de la planète était imminente, un descendant de

Kem-L, Jor-L s'unit à Lara et ils eurent un fils qu'ils appelèrent Kal-EL. Afin que ce fils survive au désastre, Jor-L modifia son ADN pour qu'il puisse vivre loin de Krypton, et quelques minutes avant que la planète n'explose, il l'envoya sur terre dans une fusée, laquelle atterrit dans la ferme de Smallville (Kansas), propriété des Kent, Jonathan et Martha, qui le trouvent et l'adoptent en le présentant aux autres comme leur fils. Le jeune homme développa des dons spéciaux et son père lui fit prendre conscience de ne pas utiliser ces dons pour ne pas se distinguer des autres. Le nom de ce jeune homme est Clark Kent. Ses parents l'aident à créer cet autre personnage, Superman, protecteur des faibles, tout en menant une vie normale comme reporter au journal El Planeta (Daily Planet) (La Planète quotidienne), dans la ville de Metropolis.

*Synthèse d'un chapitre :*

Episode intitulé **Lo Mejor del mundo**. Dans une boutique, El Arlequín et El Huason volent une statue de jade. Dans ce chapitre apparaît transversalement Batman, qui essaye d'enquêter sur les motifs du vol de la statue de jade représentant un dragon. Pendant ce temps, des terroristes kidnappent le Président, mais Superman arrive pour libérer les otages, parmi lesquels se trouve Luisa Laine. Superman, en se trouvant face à Kryptonita, peut perdre ses pouvoirs. El Huason veut vaincre Superman, mais ne réussit pas.

**Las aventuras de Sylvestre y Piolón (Les aventures de Titi et Grosminet), USA, Fiction**

*Contenu manifeste*

« Les Aventures de Titi et Grosminet » retracent les histoires des personnages classiques de la Warner Brothers : le petit canari Titi (Tweety) et son chasseur inconditionnel, Sylvestre dit Grosminet le chat, qui en l'occurrence aident la grand-mère (Granny), leur propriétaire, à résoudre les mystères afférents au monde. Des cas complexes tiennent la vieille dame très occupée, il est donc préférable de s'entourer aussi d'Hector, le bulldog, pour s'assurer de cette manière que Grosminet tiendra ses griffes à distance du petit canari sans défense. Ainsi, Granny et ses mascottes pourront vivre une série de distrayantes aventures qui, bien qu'elles intègrent comme élément central le travail d'enquête, n'écartent pas l'infatigable combat que livre Grosminet pour capturer et manger Titi.

*Synthèse d'un chapitre*

Titi – à sa propre initiative – décide de découvrir d'où provient le son de la musique, ce qui finalement le conduira à percer le mystère de la disparition des tartans. Ce seront au

final les mascottes qui fourniront tous les indices à la grand-mère pour élucider le mystère. Ainsi l'enquête policière du vol de tartans (le genre d'article volé annonce d'emblée une sorte d'absurde et au-delà d'élément ludique) acquiert des bribes de fiction lorsqu'on découvre que les responsables sont en fait des monstres qui fabriquent des bombes avec ces mêmes tartans. A posteriori la bombe explose et tout se teint d'une couleur écossaise.

### **Tiny Toons (Les Aventures de Tiny Toons), USA : Monde Diégétique Fiction**

*Contenu manifeste:*

Les Tiny Toons sont les fils des Looney Tunes. Tous vont à l'Université Acme où plusieurs personnages générés par les Studios Warner Bros travaillent comme professeurs: le lapin Bugs Bunny, le Canard Lucas, Elmer Gruñón, Porky, le petit canari Titi (Tweety) et son chasseur.

### **Speedy Gonzáles (USA): Monde Diégétique Fiction**

*Contenu manifeste :*

C'est l'histoire de Speedy Gonzáles, la souris la plus rapide de tout le Mexique. Elle aime le fromage et il protège les souris. Dans la série participent les personnages d'autres séries des Studios Warner Brothers: le chat Sylvestre, le canard Lucas et le Correcaminos qui montre son habileté dans la vitesse et Speedy à perfectionner la sienne. Dans tous les épisodes, Speedy dévoile ses compétences. Ainsi Sylvestre est toujours humilié, il est mis en échec par Speedy, et subit un grand nombre d'accidents dus à des pièges de souris ou de la sauce piquante. Dans plusieurs chapitres Speedy est en compagnie de sa cousine, la lente Rodriguez (aussi appelé Tranquilo), "la souris la plus lente du Mexique". A cause de elle a toujours des problèmes et son cousin Speedy doit la délivrer.

*Synthèse d'un chapitre (Titre : L'agent divergeant AGS)*

L'histoire commence dans le laboratoire d'un scientifique qui crée une formule pour un fromage qui, mangé par une souris attribue la puissance de dix chats ; d'autre part, son parfum est très fort. Speedy est proche de lui. Le scientifique souhaite tester son invention. Il donne à Speedy un morceau du fromage et le fait entrer en interaction avec un robot programmé pour détruire les souris. Avec la formule, Speedy détruit le robot. Le scientifique demande à Speedy d'amener la formule à la fabrique de fromage pour qu'elle serve à toutes les souris du monde. Il s'agit d'une formule secrète. Mais, elles ne savent pas qu'elles sont écoutées par une agence d'espionnage des Chats. Les chats disent au Canard Lucas (00Lucas) que sa

mission est d'attraper Speedy et leur demandent d'apporter la formule. Il arrive chez Speedy, mais cette dernière court très vite et Lucas ne peut pas l'attraper. Lucas prépare une fusée qui suit la trace de la souris mais Speedy est plus rapide que Lucas et change la direction de la fusée. La fusée suit la trace du canard au lieu de Speedy. Lucas court tout en étant poursuivi par la fusée qui arrive au bureau où se trouvait le chat qui avait confié la mission et la fusée explose dans le bureau avec le Canard Lucas et le chat. Sur ces entrefaites arrive Speedy qui dit : « "Nous qui sommes bonnes gagnons toujours" ».



## **Annexe 3**

### **L'Audience des dessins animés**

### 5.2.1 Pourcentage d'audience Réseaux Université Catholique de Télévision :

Date	Heure	Durée		Homme	Homme	Homme	Homme	Femme	Femme	Femme	Femme	total %
				eABC1	C2	me C3	me D	eABC1	me C2	C3	eD	
				rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	
<b>Offre télévisuelle pour enfants</b>												
Les Simpson	13:15:27	0:29:02	35 a 39	0.3	1.0	1.0	1.1	0.5	1.6	1.6	2.1	1.2
Univ. Catholique USA			30 a 34	6.9	5.7	2.8	6.4	5.3	6.4	5.3	3.0	5.2
Réel			25 a 29	4.6	3.5	5.3	6.7	0.9	10.4	5.7	7.5	5.6
			20 a 24	7.9	8.8	2.3	5.7	5.7	8.3	13.0	9.9	7.7
			15 a 19	4.1	7.4	4.1	6.0	2.4	6.3	4.6	6.5	5.2
			10 a 14	7.9	14.8	16.5	6.4	3.3	6.0	10.6	2.5	8.5
			4 a 9	0.8	2.2	2.0	4.5	0.5	6.3	4.5	2.4	2.9
			total%	4.6	6.2	4.9	5.3	2.7	6.5	6.5	4.8	5.2
Garfield	14:27:31	0:30:06	35 a 39	2.1	2.7	1.0	1.4	1.9	6.7	3.4	3.2	2.8
Ludique Univ. Católica États-Unis			30 a 34	2.2	0.5	0.5	3.6	2.0	1.3	2.7	2.2	1.9
			25 a 29	1.5	1.2	2.3	1.7	0.8	1.8	1.8	2.3	1.7
			20 a 24	0.7	1.4	1.7	1.7	2.6	2.7	3.6	2.6	2.1
			15 a 19	1.6	1.9	1.5	2.6	1.1	4.7	3.5	3.8	2.6
			10 a 14	2.8	4.8	3.1	2.1	2.7	3.4	3.2	3.0	3.1
			4 a 9	0.4	2.3	2.9	4.9	3.0	3.9	3.0	2.6	2.9
			total%	1.6	2.1	1.9	2.6	2.0	3.5	3.0	2.8	2.4
Tom and Jerry Fiction	16:45:15	0:20:30	35 a 39	1.7	3.9	1.3	0.9	0.1	4.8	2.1	1.7	2.1
Univ. Catholique États-Unis			30 a 34	1.7	0.1	2.0	0.2	1.0	1.0	2.2	0.2	1.1
			25 a 29	1.6	0.6	0.0	0.4	0.0	2.5	1.4	1.8	1.0
			20 a 24	0.9	0.8	0.9	1.1	1.7	2.3	2.2	2.5	1.6
			15 a 19	0.3	1.2	1.3	1.4	0.6	1.1	0.6	1.3	1.0
			10 a 14	1.0	2.6	1.9	2.3	0.7	1.9	1.4	1.2	1.6
			4 a 9	1.1	3.9	2.8	5.6	0.7	3.9	3.0	2.2	2.9
			total%	1.2	1.9	1.5	1.7	0.7	2.5	1.8	1.6	1.6
Tom and Jerry Kids Fiction	15:21:38	0:18:32	35 a 39	1.0	3.5	2.1	1.9	1.0	5.4	3.4	3.7	2.8
Univ. Catholique États-Unis			30 a 34	1.1	0.5	1.3	2.7	2.3	1.4	2.0	3.0	1.8
			25 a 29	1.0	0.5	1.7	2.0	0.6	1.3	1.3	3.6	1.5
			20 a 24	0.6	1.2	0.8	1.5	2.2	2.7	1.5	2.7	1.7
			15 a 19	0.7	1.8	1.3	1.8	0.7	0.9	1.6	2.4	1.4
			10 a 14	1.6	2.9	3.8	2.0	1.9	2.0	4.2	3.2	2.7
			4 a 9	0.7	2.2	3.4	5.8	2.5	5.0	3.9	3.7	3.4
			total%	1.0	1.8	2.1	2.5	1.6	2.7	2.6	3.2	2.2
Los Campeones (Les	13:32:53	0:26:06	35 a 39	1.3	5.2	1.2	0.4	1.6	8.5	2.7	1.0	2.7

<b>Champions)</b>												
<b>Univ. Catholique États-Unis</b>			<b>30 a 34</b>	<b>0.6</b>	<b>0.2</b>	<b>0.0</b>	<b>1.7</b>	<b>1.1</b>	<b>0.2</b>	<b>1.4</b>	<b>0.9</b>	<b>0.8</b>
			<b>25 a 29</b>	<b>0.1</b>	<b>0.2</b>	<b>1.8</b>	<b>0.2</b>	<b>0.0</b>	<b>0.9</b>	<b>1.9</b>	<b>1.2</b>	<b>0.8</b>
			<b>20 a 24</b>	<b>3.0</b>	<b>0.8</b>	<b>0.6</b>	<b>2.8</b>	<b>1.4</b>	<b>0.5</b>	<b>1.9</b>	<b>0.0</b>	<b>1.4</b>
			<b>15 a 19</b>	<b>0.2</b>	<b>1.2</b>	<b>0.7</b>	<b>1.6</b>	<b>0.9</b>	<b>0.6</b>	<b>0.2</b>	<b>1.2</b>	<b>0.8</b>
			<b>10 a 14</b>	<b>1.0</b>	<b>1.5</b>	<b>2.9</b>	<b>1.0</b>	<b>0.2</b>	<b>1.0</b>	<b>1.9</b>	<b>2.1</b>	<b>1.5</b>
			<b>4 a 9</b>	<b>0.2</b>	<b>1.0</b>	<b>2.8</b>	<b>3.8</b>	<b>1.5</b>	<b>2.7</b>	<b>4.1</b>	<b>1.3</b>	<b>2.2</b>
			<b>total%</b>	<b>0.9</b>	<b>1.4</b>	<b>1.4</b>	<b>1.6</b>	<b>1.0</b>	<b>2.1</b>	<b>2.0</b>	<b>1.1</b>	<b>1.4</b>
<b>La Máscara (Le masque)</b>	<b>16:01:42</b>	<b>0:25:07</b>	<b>35 a 39</b>	<b>0.9</b>	<b>3.8</b>	<b>0.6</b>	<b>1.6</b>	<b>0.2</b>	<b>5.5</b>	<b>2.7</b>	<b>2.1</b>	<b>2.2</b>
<b>Fiction</b>												
<b>Univ. Catholique</b>			<b>30 a 34</b>	<b>1.0</b>	<b>0.1</b>	<b>1.0</b>	<b>1.1</b>	<b>1.2</b>	<b>0.8</b>	<b>1.9</b>	<b>1.0</b>	<b>1.0</b>
			<b>25 a 29</b>	<b>1.1</b>	<b>0.5</b>	<b>1.5</b>	<b>1.5</b>	<b>0.9</b>	<b>0.7</b>	<b>1.8</b>	<b>1.7</b>	<b>1.2</b>
			<b>20 a 24</b>	<b>1.2</b>	<b>0.2</b>	<b>1.2</b>	<b>1.4</b>	<b>1.3</b>	<b>1.9</b>	<b>1.3</b>	<b>1.7</b>	<b>1.3</b>
			<b>15 a 19</b>	<b>0.4</b>	<b>1.4</b>	<b>2.1</b>	<b>1.9</b>	<b>0.6</b>	<b>1.3</b>	<b>0.9</b>	<b>2.7</b>	<b>1.4</b>
			<b>10 a 14</b>	<b>1.4</b>	<b>2.6</b>	<b>2.7</b>	<b>2.4</b>	<b>1.9</b>	<b>2.4</b>	<b>2.8</b>	<b>2.1</b>	<b>2.3</b>
			<b>4 a 9</b>	<b>1.6</b>	<b>1.7</b>	<b>1.5</b>	<b>4.5</b>	<b>0.5</b>	<b>2.8</b>	<b>2.7</b>	<b>1.4</b>	<b>2.1</b>
			<b>total%</b>	<b>1.1</b>	<b>1.5</b>	<b>1.5</b>	<b>2.1</b>	<b>0.9</b>	<b>2.2</b>	<b>2.2</b>	<b>1.8</b>	<b>1.6</b>
<b>Los Osos Gummis (Les ours Gummis)</b>	<b>11:23:26</b>	<b>0:20:46</b>	<b>35 a 39</b>	<b>0.1</b>	<b>5.8</b>	<b>1.3</b>	<b>0.5</b>	<b>0.0</b>	<b>11.9</b>	<b>3.8</b>	<b>1.3</b>	<b>3.1</b>
<b>Fiction</b>												
<b>Univ. Catholique</b>			<b>30 a 34</b>	<b>2.7</b>	<b>1.2</b>	<b>1.0</b>	<b>2.2</b>	<b>2.0</b>	<b>1.0</b>	<b>0.8</b>	<b>3.3</b>	<b>1.8</b>
			<b>25 a 29</b>	<b>2.0</b>	<b>0.5</b>	<b>1.6</b>	<b>1.6</b>	<b>0.1</b>	<b>0.4</b>	<b>0.7</b>	<b>0.4</b>	<b>0.9</b>
			<b>20 a 24</b>	<b>1.6</b>	<b>0.0</b>	<b>0.8</b>	<b>0.6</b>	<b>1.1</b>	<b>3.4</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>1.0</b>
			<b>15 a 19</b>	<b>0.4</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.5</b>	<b>0.3</b>	<b>1.0</b>	<b>2.3</b>	<b>1.4</b>	<b>0.7</b>
			<b>10 a 14</b>	<b>0.9</b>	<b>1.4</b>	<b>2.2</b>	<b>0.8</b>	<b>0.8</b>	<b>0.9</b>	<b>0.6</b>	<b>2.3</b>	<b>1.2</b>
			<b>4 a 9</b>	<b>0.0</b>	<b>0.5</b>	<b>3.0</b>	<b>2.5</b>	<b>0.1</b>	<b>3.6</b>	<b>3.8</b>	<b>2.0</b>	<b>1.9</b>
			<b>total%</b>	<b>1.1</b>	<b>1.3</b>	<b>1.4</b>	<b>1.2</b>	<b>0.6</b>	<b>3.2</b>	<b>1.7</b>	<b>1.5</b>	<b>1.5</b>
<b>Super Mario Bros</b>	<b>11:43:42</b>	<b>0:25:42</b>	<b>35 a 39</b>	<b>0.1</b>	<b>3.7</b>	<b>3.3</b>	<b>1.4</b>	<b>0.0</b>	<b>6.8</b>	<b>3.0</b>	<b>0.6</b>	<b>2.4</b>
<b>Fiction</b>												
<b>Univ. Catholique États-Unis</b>			<b>30 a 34</b>	<b>2.5</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>1.4</b>	<b>1.9</b>	<b>0.3</b>	<b>1.7</b>	<b>2.5</b>	<b>1.3</b>
			<b>25 a 29</b>	<b>0.2</b>	<b>0.0</b>	<b>3.1</b>	<b>2.2</b>	<b>0.2</b>	<b>0.7</b>	<b>1.5</b>	<b>0.5</b>	<b>1.1</b>
			<b>20 a 24</b>	<b>0.3</b>	<b>0.2</b>	<b>0.1</b>	<b>1.3</b>	<b>2.6</b>	<b>1.1</b>	<b>0.4</b>	<b>1.1</b>	<b>0.9</b>
			<b>15 a 19</b>	<b>0.2</b>	<b>0.9</b>	<b>0.0</b>	<b>1.3</b>	<b>0.5</b>	<b>1.9</b>	<b>0.6</b>	<b>1.3</b>	<b>0.8</b>
			<b>10 a 14</b>	<b>1.4</b>	<b>0.6</b>	<b>4.4</b>	<b>3.5</b>	<b>1.5</b>	<b>1.7</b>	<b>4.5</b>	<b>4.2</b>	<b>2.7</b>
			<b>4 a 9</b>	<b>0.2</b>	<b>2.0</b>	<b>4.6</b>	<b>6.1</b>	<b>4.0</b>	<b>5.7</b>	<b>3.8</b>	<b>4.2</b>	<b>3.8</b>
			<b>total%</b>	<b>0.7</b>	<b>1.1</b>	<b>2.2</b>	<b>2.5</b>	<b>1.5</b>	<b>2.6</b>	<b>2.2</b>	<b>2.1</b>	<b>1.9</b>
<b>Flash Gordon</b>	<b>13:59:53</b>	<b>0:29:46</b>	<b>35 a 39</b>	<b>0.1</b>	<b>2.5</b>	<b>1.9</b>	<b>2.0</b>	<b>0.0</b>	<b>5.4</b>	<b>1.8</b>	<b>0.8</b>	<b>1.8</b>
<b>Fiction</b>												
<b>Univ. Catholique États-Unis</b>			<b>30 a 34</b>	<b>1.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.6</b>	<b>0.4</b>	<b>1.1</b>	<b>0.5</b>	<b>1.4</b>	<b>1.6</b>	<b>0.8</b>
			<b>25 a 29</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>1.9</b>	<b>0.8</b>	<b>0.2</b>	<b>1.3</b>	<b>0.9</b>	<b>1.7</b>	<b>0.9</b>
			<b>20 a 24</b>	<b>1.1</b>	<b>2.3</b>	<b>2.2</b>	<b>0.0</b>	<b>0.5</b>	<b>2.1</b>	<b>0.9</b>	<b>2.2</b>	<b>1.4</b>
			<b>15 a 19</b>	<b>0.1</b>	<b>1.7</b>	<b>0.9</b>	<b>1.6</b>	<b>0.3</b>	<b>0.9</b>	<b>0.9</b>	<b>1.7</b>	<b>1.0</b>
			<b>10 a 14</b>	<b>0.6</b>	<b>2.2</b>	<b>2.2</b>	<b>1.0</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.7</b>	<b>0.9</b>	<b>1.0</b>
			<b>4 a 9</b>	<b>0.3</b>	<b>0.4</b>	<b>1.8</b>	<b>3.3</b>	<b>0.5</b>	<b>1.8</b>	<b>2.5</b>	<b>2.2</b>	<b>1.6</b>
			<b>total%</b>	<b>0.5</b>	<b>1.3</b>	<b>1.6</b>	<b>1.3</b>	<b>0.4</b>	<b>1.7</b>	<b>1.3</b>	<b>1.6</b>	<b>1.2</b>
<b>Timon et Tumba</b>	<b>11:16:12</b>	<b>0:24:24</b>	<b>35 a 39</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>2.2</b>	<b>0.0</b>	<b>12.1</b>	<b>4.0</b>	<b>0.0</b>	<b>2.3</b>

## Ludique

Univ. Catholique	30 a 34	3.3	1.1	0.2	0.0	2.0	2.2	1.5	2.8	1.7		
USA	25 a 29	1.1	2.0	3.2	3.6	2.2	5.9	1.4	3.1	2.8		
	20 a 24	1.7	0.2	1.1	0.9	1.0	5.3	2.4	0.9	1.7		
	15 a 19	1.2	0.4	0.0	2.2	0.3	2.6	0.5	0.8	1.0		
	10 a 14	3.1	1.3	3.5	2.0	2.4	0.2	1.9	3.5	2.2		
	4 a 9	2.4	1.6	1.3	4.5	0.0	3.2	1.7	1.1	2.0		
	total%	1.8	0.9	1.3	2.2	1.1	4.5	1.9	1.7	1.9		
<b>Guardianes de la Historia (Les gardiens de l'histoire)</b>	<b>9:31:20</b>	<b>0:28</b>	<b>35 a 39</b>	<b>0.0</b>	<b>0.3</b>	<b>0.0</b>	<b>3.7</b>	<b>0.0</b>	<b>3.2</b>	<b>2.3</b>	<b>4.4</b>	<b>1.7</b>
Univ. Catholique	30 a 34	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	0.0	0.1	3.8	0.7		
	25 a 29	0.0	0.1	1.7	2.6	0.0	0.2	2.2	2.3	1.1		
	20 a 24	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2	0.4		
	15 a 19	0.0	0.8	0.1	0.4	0.0	0.9	2.1	0.0	0.5		
	10 a 14	0.0	1.6	4.5	4.3	0.0	0.0	1.2	5.5	2.1		
	4 a 9	0.0	0.0	0.0	1.2	0.1	2.2	0.0	1.6	0.6		
	total%	0.0	0.4	0.9	1.7	0.2	0.9	1.1	3.0	1.0		
<b>Dessins animés</b>	<b>11:50:00</b>	<b>0:23</b>	<b>35 a 39</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>8.3</b>	<b>2.1</b>	<b>0.0</b>	<b>1.3</b>
Univ. Catholique	30 a 34	0.0	1.3	2.6	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6		
	25 a 29	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	13.0	0.0	2.0		
	20 a 24	0.0	0.8	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8		
	15 a 19	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
	10 a 14	0.5	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	5.0	1.5		
	4 a 9	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	3.7	0.5		
	total%	0.5	0.3	1.1	1.1	0.0	1.2	2.2	1.2	1.0		
<b>Snooper and Blabbe Ludique</b>	<b>10:51:00</b>	<b>0:17</b>	<b>35 a 39</b>	<b>0.0</b>	<b>3.1</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.9</b>	<b>0.0</b>	<b>0.5</b>
Univ. Catholique	30 a 34	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	1.9	0.0	0.0	0.3		
	25 a 29	0.0	0.0	0.0	0.0	5.6	4.4	4.5	0.0	1.8		
	20 a 24	4.2	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7		
	15 a 19	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.4	0.0	0.0	0.2		
	10 a 14	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1	0.1	4.9	1.0		
	4 a 9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8	0.0	2.2	0.8		
	total%	0.6	0.4	0.3	0.0	0.9	1.9	0.8	1.0	0.7		

## 5.2.2 Le plus regardé Télévision Université Catholique

Séries TV UC (Télévision Université Catholique)	Le plus regardé			Pays
	Aud. Global	4-9	10-14	
Les Simpson	5.2 %	2.9	8.5	États-Unis
Super Mario	1.9	3.8	2.7	États-Unis
Tom and Jerry Kid	2.2	3.4	2.7	États-Unis

Garfield	2.4	2.9	3.1	États-Unis

### 5.3 L'audience dans la chaîne Chilevisión

#### 5.3.1 L'audience dans chaîne Chilevisión

Date	Heure	Durée	Âge	HOM ABC1	HOM C2	HO MC3	HOM D	Femme ABC1	Femme C2	Femme C3	Femme D	MOY ENNE
				rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat %	

##### Offre télévisuelle pour enfants

CHILEVISI ON	11:38:12	00:27:14	35 a 39	1.1	2.6	1.4	1.1	0.3	4.1	1.8	1.2	1.7
LA PETITE LULU Réel			30 a 34	1.0	0.4	0.9	2.1	1.6	0.9	1.4	2.3	1.3
			25 a 29	0.5	0.7	1.3	0.5	0.5	1.4	1.3	3.9	1.3
			4 a 9	0.4	2.5	5.0	6.3	2.0	3.7	4.2	6.5	3.8
MOYENNE				0.7	1.5	2.0	2.0	1.0	2.0	2.4	3.1	1.8

CHILEVISI ON	10:37:55	00:24:31	35 a 39	0.3	1.0	0.9	1.3	0.3	1.3	1.1	1.6	1.0
LE SHOW DE UNDERDOG Fiction			30 a 34	0.7	0.0	0.3	1.9	0.9	0.4	0.9	1.4	0.8
			25 a 29	0.6	1.0	0.9	1.2	0.1	0.2	0.9	2.2	0.9
			20 a 24	0.4	0.4	0.3	1.0	0.5	0.4	0.6	1.3	0.6
			15 a 19	0.2	0.5	0.6	0.5	0.2	0.2	0.7	1.1	0.5
			10 a 14	0.5	2.0	1.5	1.1	0.6	0.3	2.2	2.3	1.3
			4 a 9	0.0	1.3	4.3	4.8	1.3	1.9	2.0	4.2	2.5
MOYENNE				0.4	0.9	1.3	1.7	0.6	0.7	1.2	2.0	1.1

CHILEVISI ON	10:19:38	0:22:28	35 a 39	0.0	0.6	0.5	2.3	0.0	1.6	1.1	1.5	1.0
SKY DANCERS			30 a 34	0.7	0.0	0.8	1.1	0.7	0.4	0.5	1.1	0.7
			25 a 29	0.0	0.1	0.9	1.6	0.4	0.7	0.7	1.9	0.8
			20 a 24	0.7	0.5	0.4	1.3	0.7	0.1	0.5	0.9	0.6
			15 a 19	0.0	0.0	0.8	0.6	0.2	0.4	0.6	0.6	0.4
			10 a 14	0.6	0.6	1.1	1.8	0.9	0.5	1.3	2.2	1.1
			4 a 9	0.0	0.6	2.2	4.6	0.7	1.1	0.8	2.0	1.5
MOYENNE				0.3	0.3	1.0	1.9	0.5	0.7	0.8	1.5	1.5

CHILEVISI ON	11:11:22	0:24:58	35 a 39	0.3	1.0	1.7	1.6	0.4	2.4	1.2	1.4	1.3
Alvin et les chipmunks Ludique			30 a 34	0.5	0.4	0.3	1.9	1.4	0.9	1.2	2.1	1.1
			25 a 29	0.2	0.3	1.6	0.2	0.1	0.4	0.6	4.1	0.9
			20 a 24	0.7	0.4	0.4	0.7	0.9	1.2	1.5	1.4	0.9
			15 a 19	0.3	0.9	0.9	0.6	0.2	0.7	1.7	1.9	0.9
			10 a 14	1.4	2.7	2.9	2.5	1.4	1.9	3.6	3.9	2.5
			4 a 9	0.3	2.8	5.5	6.1	1.9	3.6	3.7	7.2	3.9
MOYENNE				0.5	1.2	1.9	1.9	0.9	1.6	1.9	3.1	1.6

CHILEVISI ON	10:56:42	0:29:19	35 a 39	0.4	0.8	1.5	1.1	0.2	1.7	1.5	1.9	1.1
LAS TRES MELLIZAS (Les trois jumelles) Ludique			30 a 34	0.5	0.5	0.6	2.0	1.7	1.5	2.2	1.7	1.3
			25 a 29	0.2	0.3	0.9	0.6	0.2	0.6	1.6	6.1	1.3

	20 a 24	0.2	0.2	0.5	1.0	0.7	0.7	2.1	1.7	0.9
	15 a 19	0.1	0.2	0.6	0.7	0.2	0.7	1.1	0.8	0.6
	10 a 14	0.3	1.2	3.6	1.9	0.3	1.0	2.7	2.5	1.7
	4 a 9	0.2	2.3	3.6	7.3	1.3	7.8	6.5	6.9	4.5
<b>MOYENNE</b>		0.3	0.8	1.6	2.1	0.7	2.0	2.5	3.1	1.6

<b>CHILEVISI 10:09:13</b>	0:23	35 a 39	0.1	0.3	1.1	0.4	0.0	0.5	0.8	1.2	0.6
<b>ON</b>	:50										
<b>Casper</b>		30 a 34	0.4	0.7	0.2	2.6	1.7	1.4	1.7	1.9	1.3
<b>Fiction</b>		25 a 29	0.0	0.0	0.2	0.9	0.1	0.2	1.1	2.9	0.7
		20 a 24	0.5	0.2	0.6	1.3	0.2	0.0	0.3	0.7	0.5
		15 a 19	0.2	0.1	0.2	0.6	0.1	0.7	0.1	0.5	0.3
		10 a 14	0.3	1.4	3.5	1.7	0.1	0.6	1.0	0.7	1.2
		4 a 9	0.0	1.8	2.0	4.6	0.2	5.7	3.2	3.3	2.6
<b>MOYENNE</b>			0.2	0.6	1.1	1.7	0.3	1.3	1.2	1.6	1

<b>CHILEVISI 16:27:05</b>	0:34	35 a 39	0.3	1.4	1.3	1.8	1.9	2.2	2.4	2.7	1.8
<b>ON</b>	:32										
<b>POKEMON</b>		30 a 34	0.3	0.6	1.2	3.7	2.5	1.5	3.7	2.6	2.0
<b>Ludique</b>		25 a 29	0.2	1.0	1.6	1.1	0.8	1.4	2.4	5.4	1.7
		20 a 24	1.4	1.3	0.8	2.8	0.5	1.4	2.1	1.9	1.5
		15 a 19	0.6	2.3	1.5	2.6	0.6	0.9	1.8	2.1	1.6
		10 a 14	6.9	8.3	9.5	8.2	2.8	2.8	3.6	3.7	5.7
		4 a 9	2.0	6.3	7.0	13.5	3.8	6.3	5.8	6.6	6.4
<b>MOYENNE</b>			1.7	3.0	3.3	4.8	1.8	2.4	3.1	3.6	3

<b>CHILEVISI 14:09:58</b>	0:25	35 a 39	0.3	0.7	1.0	1.7	0.8	0.7	1.7	2.7	1.2
<b>ON</b>	:13										
<b>SLAM DUNK</b>		30 a 34	0.2	0.4	0.8	2.5	1.8	0.7	2.3	2.4	1.4
<b>Réel</b>		25 a 29	0.4	1.0	0.5	0.8	0.0	1.2	2.8	3.6	1.3
		20 a 24	1.8	1.1	0.6	3.1	0.1	0.7	2.0	1.2	1.3
		15 a 19	0.9	2.9	2.8	4.5	0.6	2.2	2.2	3.4	2.4
		10 a 14	3.5	5.0	8.7	8.6	2.0	1.9	3.5	2.8	4.5
		4 a 9	0.6	4.6	5.3	8.0	1.8	4.5	3.2	5.1	4.1
<b>MOYENNE</b>			1.1	2.2	2.8	4.2	1.0	1.7	2.5	3.0	2.3

<b>CHILEVISI 12:28:54</b>	0:25	35 a 39	0.4	1.0	0.9	1.1	0.1	3.0	1.4	1.0	1.1
<b>ON</b>	:58										
<b>SAILOR MOON</b>		30 a 34	0.1	0.0	0.3	1.4	0.9	0.9	1.1	0.9	0.7
<b>Fiction</b>		25 a 29	0.9	0.6	1.2	0.3	0.3	0.5	1.5	4.2	1.2
		20 a 24	0.7	0.2	0.2	0.7	0.4	1.1	2.9	0.9	0.9
		15 a 18	0.3	0.5	1.1	2.3	0.2	0.6	2.9	1.3	1.2
		10 a 14	0.8	1.3	5.1	1.4	1.3	1.9	6.5	3.6	2.7
		4 a 9	0.2	1.0	4.9	4.6	1.9	3.5	5.7	6.2	3.5
<b>MOYENNE</b>			0.5	0.7	2.0	1.7	0.7	1.6	3.1	2.6	1.6

<b>CHILEVISI 16:38:04</b>	0:24	35 a 39	0.5	1.3	1.5	1.2	0.1	1.3	1.7	1.9	1.2
<b>ON</b>	:28										
<b>DRAGON FLY</b>		30 a 34	0.1	0.3	2.0	4.9	2.5	1.2	2.5	3.8	2.2
<b>Fiction</b>		25 a 29	0.0	1.6	0.8	1.0	0.4	1.0	2.7	3.9	1.4
		20 a 24	1.6	1.4	0.4	3.0	0.4	0.6	2.6	1.1	1.4
		15 a 19	0.6	4.0	0.6	2.4	0.1	0.2	1.5	1.2	1.3
		10 a 14	0.9	4.2	10.5	8.6	0.4	1.7	1.0	1.9	3.7
		4 a 9	0.0	4.1	4.4	11.5	2.8	5.4	3.7	3.6	4.4
<b>MOYENNE</b>			0.5	2.4	2.9	4.7	1.0	1.6	2.2	2.5	2.2

CHILEVISI 10:52:51 ON	0:26 :47	35 a 39	0.1	0.7	1.5	1.6	0.1	0.6	1.3	2.1	1.0
SALLY		30 a 34	0.1	0.4	0.2	1.9	1.4	1.3	1.8	1.2	1.0
		25 a 29	0.1	0.2	0.6	0.6	0.1	0.8	1.8	7.8	1.5
		20 a 24	0.1	0.2	0.6	1.3	0.2	0.5	1.7	2.6	0.9
		15 a 19	0.0	0.4	0.5	0.9	0.1	0.5	0.8	1.0	0.5
		10 a 14	0.9	2.0	4.2	2.8	1.1	1.1	1.1	1.6	1.9
		4 a 9	0.5	3.1	3.0	6.7	0.9	7.5	5.3	9.1	4.5
MOYENNE			0.3	1.0	1.5	2.3	0.6	1.8	2.0	3.6	1.6

CHILEVISI 15:38:00 ON	1:19 :00	35 a 39	0.0	1.6	0.8	0.0	0.0	3.0	0.9	0.6	0.9
LOS JUSTICIEROS Fiction		30 a 34	0.0	0.0	0.0	2.5	2.2	0.1	6.2	1.0	1.5
		25 a 29	0.5	7.7	0.0	3.8	0.0	0.0	0.6	6.8	2.4
		20 a 24	5.9	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8
		15 a 19	0.0	3.4	0.1	0.5	0.0	0.1	0.1	0.5	
		10 a 14	3.3	4.2	2.7	0.2	0.0	3.4	0.0	0.0	1.7
		4 a 9	0.0	11.8	0.9	9.3	0.0	8.4	0.0	1.3	4.0
MOYENNE			1.4	4.1	0.6	2.3	0.4	2.1	1.1	1.4	1.7

CHILEVISI 16:36:53 ON	0:24 :13	35 a 39	0.0	0.6	0.5	1.4	0.2	0.9	1.0	1.5	0.8
KITARO Fiction		30 a 34	0.0	0.0	0.1	2.7	1.3	0.3	3.2	0.8	1.1
		25 a 29	0.2	0.5	0.1	0.5	0.0	0.7	0.7	6.4	1.1
		20 a 24	0.3	0.4	0.2	2.1	0.0	0.7	0.3	1.5	0.7
		15 a 19	0.2	0.6	0.8	1.5	0.2	0.3	0.6	1.3	0.7
		10 a 14	4.5	5.4	6.9	4.7	1.5	1.6	1.2	3.1	3.6
		4 a 9	0.4	2.7	7.2	11.3	0.5	1.5	0.8	7.8	4.0
MOYENNE			0.8	1.5	2.3	3.5	0.5	0.9	1.1	3.2	1.7

CHILEVISI 10:21:00 ON	0:08 :00	35 a 39	0.0	14.3	0.0	11.1	0.0	10.0	2.5	0.0	4.7
MERRIE MELODIES Fiction		30 a 34	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		25 a 29	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Réel		20 a 24	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	0.9
Ludique		15 a 19	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		10 a 14	0.0	0.7	2.6	0.0	0.0	3.1	0.0	0.0	0.8
		4 a 9	0.0	0.0	0.0	3.9	0.0	0.0	0.0	3.3	0.9
MOYENNE			0.0	2.1	0.4	2.1	0.0	1.9	0.4	1.5	1.2

CHILEVISI 10:04:00 ON	0:07 :00	35 a 39	0.0	0.0	0.0	0.0	6.2	0.0	1.9	3.6	1.5
POPEYE MeloToons		30 a 34	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		25 a 29	0.0	0.0	6.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8
Ludique		20 a 24	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		15 a 19	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		10 a 14	0.0	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5
		4 a 9	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0	0.0	4.0	0.0	1.1
MOYENNE			0.0	0.0	0.9	0.6	1.6	0.0	0.8	0.5	1.7

### 5.3.2 Le plus regardé dans la chaîne Chilevisión

Séries Chilevisión	Le plus regardé			Pays
	Aud. Globale	4-9	10-14	
Pokémon	3%	5,7%	8,5%	Japon
Sally	1,6%	4,5%	1,9%	Japon
Kitaro	1,7%	4,0%	3,6%	Japon
Dragón Fly	2,2%	4,4%	3,7%	Japon

<b>Slam Dunk</b>	<b>2,3%</b>	<b>4,1%</b>	<b>4,5%</b>	<b>Japon</b>
------------------	-------------	-------------	-------------	--------------

\*Note : Les séries Superman et Looney Tunes n'apparaissent pas dans l'analyse de l'audience de la chaîne Chilevisión. Les deux sont diffusées par la chaîne Televisión Nacional de Chile, et d'après les données recueillies par l'enquête statistique nous avons constaté que leur pourcentage d'audience est très bas.

Offre télévisuelle pour enfants - TELEVISION (*CHILEVISIÓN)											
NACIONAL - SUPERMAN - LUDIQUE											
11:47:26	0:24:22	35 a 39	0.3	0.9	0.8	1.0	0.2	0.6	0.9	1.5	0.8
11:47:26	0:24:22	30 a 34	1.7	0.5	0.7	2.0	1.1	1.0	0.9	1.4	1.2
11:47:26	0:24:22	25 a 29	0.4	0.6	1.9	1.7	0.0	1.0	1.4	2.6	1.2
11:47:26	0:24:22	20 a 24	1.3	2.1	2.9	1.5	1.6	1.0	0.9	1.5	1.6
11:47:26	0:24:22	15 a 19	0.4	1.5	1.1	2.6	0.2	0.4	0.7	0.7	1.0
11:47:26	0:24:22	10 a 14	0.9	3.4	2.5	1.8	0.4	0.6	1.1	1.5	1.5
11:47:26	0:24:22	4 a 9	0.6	1.7	1.5	4.4	1.8	2.1	1.7	2.6	2.1
		total	0.8	1.5	1.6	2.1	0.8	1.0	1.1	1.7	1.3
		es%									

Offre télévisuelle pour enfants - TELEVISION (Chilevisión)											
NACIONAL - LOONEY TUNES FICTION											
12:39:51	0:10:25	35 a 39	0.0	0.3	1.1	1.6	2.9	1.4	1.5	1.0	1.2
12:39:51	0:10:25	30 a 34	1.0	0.8	2.7	1.1	2.4	1.4	5.1	1.6	2.0
12:39:51	0:10:25	25 a 29	0.4	0.3	3.3	2.7	1.1	0.8	2.4	1.4	1.6
12:39:51	0:10:25	20 a 24	1.0	0.8	1.4	0.8	2.0	1.3	0.8	0.0	1.0
12:39:51	0:10:25	15 a 19	1.1	0.5	1.4	1.1	0.2	0.8	1.0	0.6	0.8
12:39:51	0:10:25	10 a 14	1.8	4.3	4.6	2.7	1.7	1.7	1.6	1.9	2.5
12:39:51	0:10:25	4 a 9	2.0	1.3	2.9	3.7	6.3	2.2	1.2	3.2	2.9
		total	1.0	1.2	2.5	2.0	2.4	1.4	1.9	1.4	1.7
		es%									

## 5.4. L'audience dans la chaîne Megavisión

### 5.4.1 L'audience dans la chaîne Megavisión

Heure	Durée	Âge	hom ABC1	hom C2	hom C3	hom D	Fem ABC1	fem C2	fem C3	Fem D	totales %
			rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	

Offre télévisuelle pour enfants - ARNOLD	Chaîne Megavisión	Réal



17:43:38	0:24:03	4 a 9	0.9	3.3	5.0	8.9	2.6	4.0	7.1	5.1	4.6
17:43:38	0:24:03	10 a 14	1.3	6.6	5.6	5.3	1.7	4.1	6.8	6.9	4.8
17:43:38	0:24:03	15 a 19	0.5	0.8	1.5	1.5	0.5	1.5	4.0	2.2	1.6
17:43:38	0:24:03	20 a 24	0.5	2.2	0.7	1.3	0.9	1.2	5.0	2.8	1.8
17:43:38	0:24:03	25 a 29	1.0	0.6	1.2	1.3	0.9	3.0	2.5	4.1	1.8
17:43:38	0:24:03	30 a 34	0.3	0.5	0.9	2.2	2.3	1.8	3.4	1.9	1.7
17:43:38	0:24:03	35 a 39	0.5	0.9	2.8	1.1	0.7	3.8	4.2	4.3	2.3
		totales	0.7	2.1	2.5	3.1	1.4	2.8	4.8	3.9	2.7
		%									

Offre télévisuelle pour enfants -			Fiction								
MEGAVISION - DRAGON BALL Z											
15:50:33	0:28:57	4 a 9	0.7	5.5	7.7	16.7	2.9	5.6	9.0	10.0	7.3
15:50:33	0:28:57	10 a 14	3.1	5.8	11.4	11.5	2.6	2.4	7.4	4.4	6.1
15:50:33	0:28:57	15 a 19	0.6	3.3	2.2	6.6	0.5	0.9	4.5	4.5	2.9
15:50:33	0:28:57	20 a 24	2.8	3.5	1.6	8.0	0.6	1.6	4.0	3.4	3.2
15:50:33	0:28:57	25 a 29	1.1	0.7	1.6	1.8	0.7	2.0	3.8	10.7	2.8
15:50:33	0:28:57	30 a 34	0.4	0.6	1.6	5.2	2.5	1.8	2.9	3.0	2.3
15:50:33	0:28:57	35 a 39	0.2	0.9	2.6	3.2	1.0	1.0	3.0	4.6	2.0
		totales	1.3	2.9	4.1	7.6	1.5	2.2	4.9	5.8	3.8
		%									

Offre télévisuelle pour enfants -			Ludique								
MEGAVISION - MAX STEEL											
13:34:21	0:25:32	4 a 9	0.6	3.9	4.4	8.0	0.2	2.0	2.7	4.6	3.3
13:34:21	0:25:32	10 a 14	1.0	3.2	5.6	4.4	0.1	0.5	1.6	2.5	2.4
13:34:21	0:25:32	15 a 19	0.5	1.6	3.2	3.0	0.0	0.0	0.3	0.8	1.2
13:34:21	0:25:32	20 a 24	2.0	1.6	0.5	1.3	0.4	0.2	0.1	0.3	0.8
13:34:21	0:25:32	25 a 29	1.3	0.0	0.4	0.5	0.0	0.0	1.0	6.4	1.2
13:34:21	0:25:32	30 a 34	1.4	0.5	0.3	2.6	0.5	0.1	1.6	0.0	0.9
13:34:21	0:25:32	35 a 39	0.3	0.1	0.5	0.1	0.0	0.2	0.9	1.4	0.4
		totales	1.0	1.6	2.1	2.8	0.2	0.4	1.2	2.3	1.5
		%									

Offre télévisuelle pour enfants -			Fiction								
MEGAVISION - DRAGON BALL											
12:04:00	0:29:37	4 a 9	0.6	3.3	7.5	11.2	1.7	6.4	7.7	7.9	5.8
12:04:00	0:29:37	10 a 14	1.2	2.7	8.3	4.9	0.8	1.4	4.8	3.2	3.4
12:04:00	0:29:37	15 a 19	0.1	3.3	0.4	4.8	0.2	0.2	0.9	3.5	1.7
12:04:00	0:29:37	20 a 24	1.6	1.2	1.5	3.5	1.6	1.9	2.0	3.6	2.1
12:04:00	0:29:37	25 a 29	0.2	0.9	0.6	1.4	0.3	0.5	3.7	7.6	1.9
12:04:00	0:29:37	30 a 34	0.3	0.2	2.0	3.9	1.1	0.6	2.5	0.7	1.4
12:04:00	0:29:37	35 a 39	0.5	0.7	2.2	1.1	1.2	0.8	2.6	4.1	1.7
		totales	0.6	1.8	3.2	4.4	1.0	1.7	3.5	4.4	2.6
		%									

Offre télévisuelle pour enfants -			Ludique								
MEGAVISION - LOS CAZAFANTASMAS (SOS Fantômes)											
10:28:00	0:26:09	4 a 9	0.5	0.5	0.9	2.0	0.2	0.2	0.5	1.1	0.7
10:28:00	0:26:09	10 a 14	0.2	1.0	1.2	1.1	0.3	0.2	0.5	0.3	0.6
10:28:00	0:26:09	15 a 19	0.1	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1	0.3	0.2	0.2
10:28:00	0:26:09	20 a 24	0.2	0.1	0.2	0.6	0.2	0.3	0.2	2.1	0.5
10:28:00	0:26:09	25 a 29	0.1	0.3	0.4	0.4	0.1	0.2	0.4	1.1	0.4
10:28:00	0:26:09	30 a 34	0.0	0.1	0.1	0.7	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2

10:28:00	0:26:09	35 a 39	0.0	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2	0.4	0.5	0.2
		totales	0.2	0.4	0.4	0.7	0.2	0.2	0.4	0.8	0.4
		%									

Offre télévisuelle pour enfants - MEGAVISION - LOS PEQUEÑOS PICAPIEDRAS (Les petits Pierrafeu)			Ludique								
--	--	--	---------	--	--	--	--	--	--	--	--

11:12:00	0:27:24	4 a 9	0.5	1.1	1.7	4.9	1.0	2.4	1.9	3.4	2.1
11:12:00	0:27:24	10 a 14	0.6	1.7	2.4	2.3	1.2	1.2	1.7	2.0	1.6
11:12:00	0:27:24	15 a 19	0.2	0.4	0.5	0.6	0.1	0.3	1.5	0.9	0.6
11:12:00	0:27:24	20 a 24	0.3	0.2	0.6	0.9	0.2	0.6	0.7	1.4	0.6
11:12:00	0:27:24	25 a 29	0.4	0.2	0.5	0.4	0.3	0.5	0.8	2.7	0.7
11:12:00	0:27:24	30 a 34	0.3	0.1	0.5	0.9	0.5	0.6	0.4	0.6	0.5
11:12:00	0:27:24	35 a 39	0.1	0.3	0.8	0.8	0.1	0.6	0.7	1.3	0.6
		totales	0.3	0.6	1.0	1.5	0.5	0.9	1.1	1.8	1.0
		%									

Offre télévisuelle pour enfants - MEGAVISION - LOS PICAPIEDRAS (Les Pierrafeu)			Ludique								
--	--	--	---------	--	--	--	--	--	--	--	--

13:32:08	0:32:25	4 a 9	0.5	1.6	3.1	5.3	1.2	2.5	3.3	4.9	2.8
13:32:08	0:32:25	10 a 14	0.8	1.8	2.6	2.8	1.4	1.0	2.7	3.5	2.1
13:32:08	0:32:25	15 a 19	0.4	0.8	0.8	1.3	0.8	0.6	1.8	2.0	1.1
13:32:08	0:32:25	20 a 24	0.5	0.6	0.8	1.6	0.9	1.2	1.5	2.6	1.2
13:32:08	0:32:25	25 a 29	0.5	0.7	0.7	1.1	0.6	1.0	1.5	3.5	1.2
13:32:08	0:32:25	30 a 34	0.8	0.4	1.1	1.4	1.2	1.0	1.7	1.0	1.1
13:32:08	0:32:25	35 a 39	0.3	1.2	0.9	1.0	0.3	2.1	2.1	2.7	1.3
		totales	0.5	1.0	1.4	2.1	0.9	1.3	2.1	2.9	1.5
		%									

Offre télévisuelle pour enfants - MEGAVISION - DR. SLUMP			Fiction								
--	--	--	---------	--	--	--	--	--	--	--	--

13:29:57	0:28:13	4 a 9	0.4	2.8	5.0	10.3	1.3	5.0	5.1	8.4	4.8
13:29:57	0:28:13	10 a 14	0.9	2.2	4.2	5.0	0.7	0.9	3.0	3.2	2.5
13:29:57	0:28:13	15 a 19	0.1	0.8	0.5	1.5	0.5	0.4	1.3	1.7	0.9
13:29:57	0:28:13	20 a 24	0.5	0.5	0.6	1.5	0.5	0.9	1.6	4.2	1.3
13:29:57	0:28:13	25 a 29	0.2	0.2	0.5	0.6	0.2	0.6	1.9	9.7	1.7
13:29:57	0:28:13	30 a 34	0.3	0.3	0.8	2.0	0.9	0.6	1.8	0.5	0.9
13:29:57	0:28:13	35 a 39	0.1	0.8	1.2	0.5	0.3	0.7	1.5	2.3	0.9
		totales	0.4	1.1	1.8	3.1	0.6	1.3	2.3	4.3	1.9
		%									

Offre télévisuelle pour enfants - MEGAVISION - TICK, LA GARRAPATA			Fiction								
---	--	--	---------	--	--	--	--	--	--	--	--

16:55:38	0:24:57	4 a 9	0.4	1.3	3.3	8.3	1.0	2.4	2.8	4.7	3.0
16:55:38	0:24:57	10 a 14	1.0	2.1	3.8	5.1	1.0	0.7	1.3	2.8	2.2
16:55:38	0:24:57	15 a 19	0.2	1.1	0.5	1.1	0.4	0.1	0.6	2.1	0.8
16:55:38	0:24:57	20 a 24	0.5	0.3	1.1	1.6	0.3	0.2	0.3	2.6	0.9
16:55:38	0:24:57	25 a 29	0.9	0.7	1.1	1.2	0.5	0.9	1.2	3.1	1.2
16:55:38	0:24:57	30 a 34	0.1	0.3	0.6	1.4	0.8	0.7	1.3	0.8	0.8
16:55:38	0:24:57	35 a 39	0.1	0.1	0.3	0.8	0.1	0.2	1.1	1.7	0.6
		totales	0.5	0.8	1.5	2.8	0.6	0.7	1.2	2.5	1.3
		%									

Offre télévisuelle pour enfants - MEGAVISION - CAT DOG			Fiction								
--	--	--	---------	--	--	--	--	--	--	--	--

15:40:31	0:31:45	4 a 9	0.4	1.0	2.3	3.8	1.3	2.0	3.1	3.5	2.2
15:40:31	0:31:45	10 a 14	1.0	1.9	3.0	3.0	0.8	0.2	2.8	4.1	2.2
15:40:31	0:31:45	15 a 19	0.5	0.7	1.0	1.5	0.4	0.5	1.7	3.6	1.2
15:40:31	0:31:45	20 a 24	0.7	0.5	0.5	1.4	0.6	1.0	1.4	3.2	1.2
15:40:31	0:31:45	25 a 29	0.4	0.5	1.3	0.7	0.7	0.8	0.8	2.4	1.0
15:40:31	0:31:45	30 a 34	1.0	0.1	0.5	0.9	1.6	0.5	2.7	1.9	1.2
15:40:31	0:31:45	35 a 39	0.1	0.6	0.4	1.0	0.2	1.6	2.5	4.6	1.4
		totales	0.6	0.8	1.3	1.8	0.8	1.1	2.1	3.3	1.5
		%									

**Offre télévisuelle pour  
enfants - MEGAVISION -  
DELFIY**

10:47:53	0:26:28	4 a 9	0.0	0.2	0.3	2.6	0.1	0.8	0.8	1.2	0.8
10:47:53	0:26:28	10 a 14	0.2	0.4	0.1	0.6	0.0	0.3	1.4	0.3	0.4
10:47:53	0:26:28	15 a 19	0.0	0.3	0.0	0.0	0.2	0.1	0.0	0.4	0.1
10:47:53	0:26:28	20 a 24	0.3	0.0	0.5	1.2	0.1	0.1	0.0	0.8	0.4
10:47:53	0:26:28	25 a 29	0.7	0.3	0.4	0.0	0.2	0.0	0.1	2.4	0.5
10:47:53	0:26:28	30 a 34	0.0	0.0	0.0	0.2	0.2	0.5	0.3	0.1	0.2
10:47:53	0:26:28	35 a 39	0.0	1.4	0.1	1.9	0.0	1.1	0.8	1.2	0.9
		totales	0.2	0.4	0.2	0.6	0.1	0.4	0.5	0.9	0.5
		%									

**Offre télévisuelle pour enfants -  
MEGAVISION - DRAGON BALL Z  
(Résumée)**

Fiction

13:18:12	0:39:47	4 a 9	0.0	2.1	3.4	4.8	1.2	2.0	2.4	4.9	2.6
13:18:12	0:39:47	10 a 14	4.0	4.2	6.8	3.4	1.8	0.6	1.3	1.9	3.0
13:18:12	0:39:47	15 a 19	0.5	3.7	2.4	5.1	0.1	1.1	1.7	1.5	2.0
13:18:12	0:39:47	20 a 24	2.2	2.4	1.1	2.7	1.4	0.7	0.0	1.2	1.5
13:18:12	0:39:47	25 a 29	0.4	0.8	0.6	1.6	0.0	0.3	0.4	6.8	1.4
13:18:12	0:39:47	30 a 34	0.5	0.1	1.4	2.6	1.2	0.3	0.3	2.5	1.1
13:18:12	0:39:47	35 a 39	0.0	1.6	0.6	0.5	0.3	0.8	1.0	1.2	0.8
		totales	1.1	2.1	2.3	3.0	0.9	0.8	1.0	2.9	1.8
		%									

**Offre télévisuelle pour enfants -  
MEGAVISION – Dessins animés**

15:32:00	0:07:00	4 a 9	0.0	0.0	5.3	13.3	0.0	0.0	4.5	0.0	2.9
15:32:00	0:07:00	10 a 14	0.0	0.0	4.6	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	0.9
15:32:00	0:07:00	15 a 19	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
15:32:00	0:07:00	20 a 24	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
15:32:00	0:07:00	25 a 29	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
15:32:00	0:07:00	30 a 34	1.4	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5
15:32:00	0:07:00	35 a 39	0.0	0.0	6.2	9.5	0.0	0.0	1.2	2.9	2.5
		totales	0.2	0.0	2.4	3.7	0.0	0.0	1.1	0.4	1.0
		%									

#### 5.4.2 Le plus regardé dans la chaîne Megavisión

Séries MEGAVISION	Le plus regardé			Pays
	Aud. Globale	4-9	10-14	
Dragon Ball Z	3,8%	7,3%	6,1%	Japon
Dragon Ball	2,6%	5,8%	3,4%	Japon
Arnold	2,7%	4,6%	4,8%	États-Unis

## 5.5 L'audience dans la Chaîne Televisión Nacional de Chile (TVN)

### 5.5.1 L'audience dans Chaîne Télévision Nationale du Chili

Heure	Durée	Âge	hom ABC1	hom C2	hom C3	hom D	fem ABC1	fem C2	fem C3	fem D	totaux%
			rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	
<b>Offre télévisuelle pour enfants - TELEVISION NACIONAL - LOONEY TUNES</b>			<b>Fiction</b>								
12:39:51	0:10:25	4 a 9	2.0	1.3	2.9	3.7	6.3	2.2	1.2	3.2	2.9
12:39:51	0:10:25	10 a 14	1.8	4.3	4.6	2.7	1.7	1.7	1.6	1.9	2.5
12:39:51	0:10:25	15 a 19	1.1	0.5	1.4	1.1	0.2	0.8	1.0	0.6	0.8
12:39:51	0:10:25	20 a 24	1.0	0.8	1.4	0.8	2.0	1.3	0.8	0.0	1.0
12:39:51	0:10:25	25 a 29	0.4	0.3	3.3	2.7	1.1	0.8	2.4	1.4	1.6
12:39:51	0:10:25	30 a 34	1.0	0.8	2.7	1.1	2.4	1.4	5.1	1.6	2.0
12:39:51	0:10:25	35 a 39	0.0	0.3	1.1	1.6	2.9	1.4	1.5	1.0	1.2
		<b>totaux%</b>	1.0	1.2	2.5	2.0	2.4	1.4	1.9	1.4	1.7
<b>Offre télévisuelle pour enfants - TELEVISION NACIONAL - TINY TOON</b>			<b>Fiction</b>								
13:01:04	0:25:05	4 a 9	0.9	2.6	4.0	6.5	1.5	2.0	3.0	6.5	3.4
13:01:04	0:25:05	10 a 14	1.9	2.4	3.4	3.7	1.5	2.5	1.9	3.4	2.6
13:01:04	0:25:05	15 a 19	0.9	1.0	1.1	1.8	0.8	1.0	2.2	1.8	1.3
13:01:04	0:25:05	20 a 24	0.8	0.6	1.6	1.3	0.8	0.9	1.2	3.1	1.3
13:01:04	0:25:05	25 a 29	0.2	0.2	0.8	1.3	0.3	1.5	1.9	4.3	1.3
13:01:04	0:25:05	30 a 34	0.6	0.1	0.9	1.3	1.3	1.0	1.4	1.5	1.0
13:01:04	0:25:05	35 a 39	0.4	0.4	1.0	2.3	0.4	0.9	1.2	1.9	1.1
		<b>totaux%</b>	0.8	1.0	1.8	2.6	0.9	1.4	1.8	3.2	1.7
<b>Offre télévisuelle pour enfants - TELEVISION NACIONAL - EL MUNDO FANT.DE RICHARD SCARY</b>											
10:40:37	0:27:38	4 a 9	0.8	3.6	2.4	6.8	3.8	8.1	3.6	4.8	4.2
10:40:37	0:27:38	10 a 14	0.6	4.2	2.9	4.0	2.2	2.8	3.4	3.5	3.0
10:40:37	0:27:38	15 a 19	0.2	0.4	0.7	0.6	0.2	0.4	0.6	1.1	0.5
10:40:37	0:27:38	20 a 24	0.7	0.2	1.0	1.2	2.0	1.0	2.5	3.0	1.5

10:40:37	0:27:38	25 a 29	0.5	0.3	1.8	0.6	0.7	0.5	1.2	5.2	1.4
10:40:37	0:27:38	30 a 34	1.9	0.3	0.3	2.2	1.8	1.4	2.1	2.0	1.5
10:40:37	0:27:38	35 a 39	0.9	1.6	1.5	0.9	0.7	2.8	2.5	4.0	1.9
		totales%	0.8	1.5	1.5	2.3	1.6	2.4	2.3	3.4	2.0

Offre télévisuelle pour enfants - TELEVISION			Ludique								
NACIONAL - SUPERMAN			e								
11:47:26	0:24:22	4 a 9	0.6	1.7	1.5	4.4	1.8	2.1	1.7	2.6	2.1
11:47:26	0:24:22	10 a 14	0.9	3.4	2.5	1.8	0.4	0.6	1.1	1.5	1.5
11:47:26	0:24:22	15 a 19	0.4	1.5	1.1	2.6	0.2	0.4	0.7	0.7	1.0
11:47:26	0:24:22	20 a 24	1.3	2.1	2.9	1.5	1.6	1.0	0.9	1.5	1.6
11:47:26	0:24:22	25 a 29	0.4	0.6	1.9	1.7	0.0	1.0	1.4	2.6	1.2
11:47:26	0:24:22	30 a 34	1.7	0.5	0.7	2.0	1.1	1.0	0.9	1.4	1.2
11:47:26	0:24:22	35 a 39	0.3	0.9	0.8	1.0	0.2	0.6	0.9	1.5	0.8
		totales%	0.8	1.5	1.6	2.1	0.8	1.0	1.1	1.7	1.3

Offre télévisuelle pour enfants - TELEVISION			Fiction								
NACIONAL - PORKY											
9:56:28	0:27:08	4 a 9	0.5	2.6	2.8	9.2	3.9	5.4	3.0	4.3	4.0
9:56:28	0:27:08	10 a 14	0.9	3.9	1.3	5.8	2.9	1.1	4.9	3.4	3.0
9:56:28	0:27:08	15 a 19	0.3	0.3	0.7	1.0	0.2	0.7	0.0	0.5	0.5
9:56:28	0:27:08	20 a 24	0.8	0.6	2.5	3.5	1.5	0.5	2.2	2.0	1.7
9:56:28	0:27:08	25 a 29	0.6	0.9	2.1	2.0	0.6	1.3	1.2	6.0	1.8
9:56:28	0:27:08	30 a 34	2.6	0.6	0.1	2.1	2.0	0.5	2.0	2.4	1.5
9:56:28	0:27:08	35 a 39	0.5	0.6	1.3	1.5	0.6	3.5	2.7	4.6	1.9
		totales%	0.9	1.4	1.5	3.6	1.7	1.9	2.3	3.3	2.1

Offre télévisuelle pour enfants - TELEVISION			Ludique								
NACIONAL - BATMAN											
11:14:20	0:24:11	4 a 9	0.4	2.7	2.4	6.1	2.5	3.3	2.4	3.6	2.9
11:14:20	0:24:11	10 a 14	0.9	3.7	2.3	2.1	1.3	0.9	1.9	2.5	2.0
11:14:20	0:24:11	15 a 19	0.4	0.8	1.2	2.3	0.5	0.4	0.6	0.9	0.9
11:14:20	0:24:11	20 a 24	0.9	0.7	0.9	1.6	2.4	0.7	1.3	2.8	1.4
11:14:20	0:24:11	25 a 29	0.4	0.2	1.6	1.5	0.6	0.5	1.2	3.0	1.1
11:14:20	0:24:11	30 a 34	2.8	0.5	0.5	2.1	1.3	0.7	1.1	1.9	1.4
11:14:20	0:24:11	35 a 39	0.5	1.0	0.7	1.4	0.4	1.7	1.7	2.9	1.3
		totales%	0.9	1.4	1.4	2.2	1.3	1.2	1.5	2.5	1.6

Offre télévisuelle pour enfants - TELEVISION			Réel Fiction								
NACIONAL - MERRIE MELODIES			Ludique								
10:35:22	0:26:14	4 a 9	0.3	1.6	1.8	7.0	2.6	3.3	1.5	2.4	2.6
10:35:22	0:26:14	10 a 14	0.1	1.0	2.5	1.7	1.1	1.0	2.1	3.7	1.7
10:35:22	0:26:14	15 a 19	0.3	0.6	0.6	1.0	0.4	0.2	0.3	0.4	0.5

10:35:22	0:26:14	20 a 24	0.5	0.4	2.1	2.0	0.8	0.6	1.1	0.5	1.0
10:35:22	0:26:14	25 a 29	0.2	0.6	1.6	1.3	0.0	0.6	0.6	2.8	1.0
10:35:22	0:26:14	30 a 34	0.9	0.1	0.7	1.7	1.0	0.6	0.8	1.5	0.9
10:35:22	0:26:14	35 a 39	0.1	0.3	1.2	0.0	0.4	1.4	1.1	1.5	0.8
		<b>totales%</b>	<b>0.3</b>	<b>0.7</b>	<b>1.5</b>	<b>2.1</b>	<b>0.9</b>	<b>1.1</b>	<b>1.1</b>	<b>1.8</b>	<b>1.2</b>

**Offre télévisuelle pour enfants - TELEVISION**
**NACIONAL - SPEEDY GONZALEZ**

10:46:00	0:22:00	4 a 9	0.0	8.2	0.0	11.0	0.0	15.0	0.0	0.0	4.3
10:46:00	0:22:00	10 a 14	7.9	0.0	0.0	2.7	6.6	0.0	0.0	15.7	4.1
10:46:00	0:22:00	15 a 19	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2	8.8	0.0	1.5
10:46:00	0:22:00	20 a 24	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0	0.8
10:46:00	0:22:00	25 a 29	0.0	0.0	3.8	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5
10:46:00	0:22:00	30 a 34	8.3	0.0	0.0	0.0	3.6	0.0	0.0	9.1	2.6
10:46:00	0:22:00	35 a 39	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.1	6.2	1.0
		<b>totales%</b>	<b>2.3</b>	<b>1.9</b>	<b>0.5</b>	<b>2.0</b>	<b>1.5</b>	<b>2.9</b>	<b>1.6</b>	<b>4.4</b>	<b>2.1</b>

**Offre télévisuelle pour enfants - TELEVISION**
**Fiction**
**NACIONAL - BUGS BUNNY**

12:57:00	0:07:00	4 a 9	0.0	10.9	4.5	16.1	0.0	0.0	6.5	6.1	5.5
12:57:00	0:07:00	10 a 14	0.0	0.0	19.6	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	3.1
12:57:00	0:07:00	15 a 19	3.7	0.0	4.3	0.0	0.0	0.8	0.0	9.5	2.3
12:57:00	0:07:00	20 a 24	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.4	1.6
12:57:00	0:07:00	25 a 29	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.1
12:57:00	0:07:00	30 a 34	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3
12:57:00	0:07:00	35 a 39	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	4.3	12.5	5.2
		<b>totales%</b>	<b>0.5</b>	<b>1.6</b>	<b>5.5</b>	<b>5.9</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>1.5</b>	<b>6.7</b>	<b>2.7</b>

**5.6 Analyse comparative des pôles d'audience entre les chaînes de télévision chiliennes :**

Séries Télévision Nationale du Chili (TVN)	Le plus regardé			Pays
	Aud. Globale	4-9	10-14	
Bug Bunny	2,7%	5,5%	3,1%	États-Unis
Festival Porky	2,1%	4,0%	3,0%	États-Unis
Speedy González	2,1%	4,1%	4,3%	États-Unis

Les séries ayant le plus d'audience, mondes diégétiques et procès cognitifs présumés :

Séries TV UC (Télévision Université Catholique)	Le plus regardé			Pays
	Aud. Globale	4-9	10-14	
Les Simpson Réel Structure Cognitive : Simple à l'intérieur d'une lecture narrative ; Complexe Moyenne à l'intérieur d'une lecture idéologique	5.2 %	2.9	8.5	États-Unis
Super Mario Fiction Structure Cognitive : Simple	1.9	3.8	2.7	États-Unis
Tom and Jerry Kid Fiction Structure Cognitive : Simple	2.2	3.4	2.7	États-Unis
Garfield Ludique Structure Cognitive : Simple	2.4	2.9	3.1	États-Unis
Séries Télévision Nationale du Chili (TVN)	Le plus regardé			Pays
	Aud. Globale	4-9	10-14	
Bug Bunny Fiction Structure Cognitive : Simple	2,7%	5,5%	3,1%	États-Unis
Festival Porky Fiction Structure Cognitive : Simple	2,1%	4,0%	3,0%	États-Unis
Speedy González Ludique Structure Cognitive : Simple	2,1%	4,1%	4,3%	États-Unis
Séries CHILEVISION	Le plus regardé			Pays
	Aud. Globale	4-9	10-14	
Pokémon Ludique Structure Cognitive : Complexe	3,0	6,4	5,7	Japon
Slum Dunk Réel Structure Cognitive: Moyenne	2.3	4.1	4.5	Japon
Dragon Fly Fiction Structure Cognitive : Complexe	2,4	2.9	3,1	Japon
Séries MEGAVISION	Le plus regardé			Pays
	Aud. Globale	4-9	10-14	
Dragon Ball Z Fiction Structure Cognitive : Complexe	3,8%	7,3%	6,1%	Japon
Dragon Ball Fiction Structure Cognitive : Complexe	2,6%	5,8%	3,4%	Japon
Arnold Réel Structure Cognitive : Simple	2,7%	4,6%	4,8%	États-Unis

## **Annexe 4**

### **Enquête**





1. Dessins animés japonais		
2. Dessins animés américains		
3. Dessins animés européens		
4. Ne sait pas/Ne répond pas		

## 2.- ANIMATION – AUTRES SUPPORTS

Bandes dessinées / Manga

6. Quels types de bandes dessinées aimez-vous le plus ?

	Pourquoi ?	Exemples de séries
1. Manga: Bandes dessinées japonaises		
4. Bandes dessinées américaines		
5. Bandes dessinées européennes		
6. Toutes de la même façon		

7. Comment faites-vous pour obtenir des mangas le plus souvent ?

1. Vous les achetez dans des magasins	
2. Vous les empruntez à des amis	
3. Vous les empruntez à la bibliothèque	

8. Connaissez-vous les Hentai?

OUI		
NON		

9. Pour vous les mangas ...

1. Ont une valeur spéciale, de collection		
2. Sont un magazine comme d'autres		
3. Ne sait pas / Ne répond pas		

• Jeux Vidéo

10. Quels sont les types de jeux vidéo que vous aimez ?

	Pourquoi ?	Exemples de jeux vidéo que vous aimez
1. Jeux vidéo de lutte		
2. Jeux vidéo de stratégie		
3. Jeux vidéo d'aventure graphique		
4. Simulateurs		
5. Vous n'aimez pas		

11. Dites-moi quels sont les jeux vidéo avec lesquels vous jouez le plus souvent et avec quel support

Types de jeux vidéo	<i>Supports</i>				Exemples de jeux vidéo
	Ordinateur	Console (Nintendo, Playstation)	Gameboy	Machines dans des endroits spécialisés	
Aventure graphique					

Lutte					
Simulateurs de lutte					
Stratégie					
Sportifs					
Non					

12.- Connaissez-vous les émulateurs ?

		Est-ce que vous les utilisez ?
OUI		OUI
NON		NON
Ne sait pas		Ne sait pas

• Informatique / Internet

13.- Aimez-vous l'informatique ?

OUI		
NON		
Ne sait pas/ Ne répond pas		

Pour quelle activité vous l'utilisez le plus souvent ?

Etudier	
Travailler	
Jouer	
Naviguer sur Internet	
Autres	

14. Chez vous, quelles sont les personnes qui utilisent le plus l'informatique ?

1. Vous	
2. Votre père	
3. Votre mère	
4. Un frère/une sœur	
5. D'autres membres de la famille	

15. Avez-vous utilisé une fois le réseau d'Internet ?

	Il y a combien de temps depuis la première fois?
OUI	
NON	

16.- Qu'est-ce que vous aimez le plus du réseau d'Internet ?

1. Naviguer à la recherche d'informations spécifiques	
2. Naviguer sans un but défini	
3. Consulter le courriel	
4. Faire des rencontres sur le chat	
5. Regarder des produits pour les acheter	
6. Autres usages (citer)	

16. Avez-vous déjà fait une recherche d'information sur les dessins animés sur Internet ?

OUI	
-----	--

NON	
NE SAIT PAS/ NE REPOND PAS	

Comment faites-vous pour trouver les sites web ?

À travers des navigateurs web ?	
À travers des sites web conseillés par quelqu'un ?	
À travers un lien ?	
À travers des adresses que vous avez vues dans des magazines ?	
Par hasard?	
Ne sait pas/ Ne répond pas	

- Trading Cards

18. Avez-vous joué souvent avec quelque jeu de cartes de collection?

		Lequel? (Magic, Pokémon, autres)	
OUI			
NON			

19. Donnez-moi 2 raisons pour lesquelles vous aimez le plus le jeu, et pourquoi

Nom du jeu	
------------	--

Choisissez 2 alternatives

1. Les nouvelles rencontres		
2. La fantaisie des personnages		
3. Le défi intellectuel		
4. Les dessins		
5. Autres		

20. Les cartes Pokémon et Magic sont-elles semblables ?

OUI	
NON	
Ne sait pas/Ne répond pas	

21. Les cartes Pokémon et la série Pokémon sont-elles semblables?

OUI	
NON	
Ne sait pas/ Ne répond pas	

22. Y-a-t-il une valeur artistique dans le Magic ?

OUI	
NON	
Ne sait pas/ Ne répond pas	

### 3.- ANIMATION – MERCHANDISING

23. Quels produits associés aux séries d'animation avez-vous acheté ? (images, vêtements, musique, autres)

Produits	Vous les avez achetés dans...	
	<i>Magasins communs</i>	<i>Magasins spécialisés</i>

24.- Aimez-vous porter des vêtements avec des figures des séries de dessins animés, bandes dessinées ou jeux vidéo ?

OUI	
NON	
Ne sait pas/ Ne répond pas	

24. Décorez-vous votre chambre avec des images de vos séries préférées ?

OUI	
NON	
Ne sait pas/ Ne répond pas	

25. Avez-vous découvert des nouvelles séries au moment de l'achat de quelque chose de spécial dans un magasin ?

OUI		Lesquelles ?
NON		
Ne sait pas/ Ne répond pas		

26. Avez-vous fait des rencontres de nouveaux amis dans l'entourage des commerces?

OUI	
NON	
Ne sait pas/ Ne répond pas	

27. En général, quand vous avez acheté des produits, vous l'avez fait

<u>Avant</u> l'émission de la série à la télévision ou au cinéma	
<u>Pendant</u> l'émission de la série à la télévision ou au cinéma	
<u>Après</u> l'émission de la série à la télévision ou au cinéma	

28. Est-ce qu'il existe un type de produits plus sujets aux collections ?

		Lesquels ?	
OUI			
NON			
Ne sait pas/ Ne répond pas			

29. Dans le cas où les séries ne sont pas transmises par la télévision, sinon qu'en vidéo, est-ce qu'il est plus difficile de trouver des produits associés aux séries ?

OUI	
NON	
Ne sait pas/ Ne répond pas	

30. Avez-vous acheté par Internet quelque chose associé au manga, animé ?

OUI	
NON	
Ne sait pas/ Ne répond pas	

31. Croyez-vous que l'animation japonaise...

	OUI	NO N	
A été à la mode?			
Est à la mode?			
Va être à la mode?			
N'a jamais été à la mode?			

## 4.- ANIMATION – SPATIALITE

33.- Dans votre ville, où diriez-vous que se trouvent les endroits préférés pour les fans de l'animation japonaise ?


34.- Dans quel but les Otaku (fans) se rejoignent dans ces endroits ?

1. Pour parler		
2. Pour échanger		
3. Pour voir des vidéos		
4. Pour jouer		
5. Pour acheter des produits		
6. Autres		Lesquels ?

35.- Ces endroits qu'ont-ils de spécial ?

1. Ils sont discrets		
2. Ils ont beaucoup de magasins autour d'eux		
3. Ils sont mystiques		
4. Ils ont une ambiance adéquate		
5. C'est une tradition de s'y rejoindre		
6. Autres		Lesquels ?

36.- Comment décririez-vous l'endroit idéal pour la réunion d'Otaku ?


37.- Lisez-vous souvent des magazines sur l'animé ?

	Lesquels ?
OUI	
NON	
Ne sait pas/ Ne répond pas	

38.- Avez-vous visité les sites web sur l'animé faits par des Chiliens ?

	Qu'en pensez-vous ?
OUI	
NON	
Ne sait pas/ Ne répond pas	

## 5.- ANIMATION - AMIS

39.- Avez-vous rencontré des amis grâce à l'intérêt pour l'animation japonaise ?

OUI	
NON	
Ne sait pas/ Ne	

répond pas	
------------	--

40.- En général, l'intérêt pour l'animé permet de faire connaissance avec des personnes d'âge, de sexe ou de condition sociale différents?

OUI	
NON	

Ne sait pas/ Ne répond pas	
----------------------------	--

41.- Qu'est-ce qu'il arrive le plus souvent ?

Des groupes d'HOMMES Otaku (fans)	
Des groupes de FEMMES Otaku (fans)	
Ou des groupes mixtes	

Ne sait pas/ Ne répond pas	
----------------------------	--

42.- Parmi vos amis, y-a-t-il une valeur spéciale du fait d'être considéré comme quelqu'un qui connaît la culture ou la langue japonaise?

	Pourquoi ?
OUI	
NON	

Ne sait pas/ Ne répond pas	
----------------------------	--

43.- Comment différencieriez-vous un amateur d'un vrai fan ?


44.- Croyez-vous que l'animé ou le manga aide à connaître la culture japonaise ?

OUI	
NON	

Ne sait pas/Ne répond pas	
---------------------------	--

45.- Est-il nécessaire de connaître la culture japonaise pour comprendre les séries ?

OUI	
NON	

Ne sait pas/ Ne répond pas	
----------------------------	--

## 6.- ANIMATION - FAMILLE

46.- Dans votre famille, connaît-on votre passion pour l'animé ?

OUI	
NON	

Ne sait pas/ Ne répond pas	
----------------------------	--

47.- Avez-vous discuté de votre passion pour l'animé avec vos parents ou d'autres membres de votre famille ?

	Pourquoi ?
OUI	
NO N	

Si NON, continuer avec la question 52

48.- Avez-vous vu une série d'animé avec vos parents ?

OUI	
NON	
Ne sait pas/ Ne répond pas	

49.- En ce qui concerne votre passion pour l'animé, vous diriez que vos parents....

	OUI	NON
Encouragent votre passion?		
N'aiment pas votre passion?		
Vous interdisent de regarder les séries?		
Ne connaissent pas votre passion?		
Votre passion ne les regarde pas?		
Autres? (exprimer)		

50.- Généralement, quelle est la relation avec vos parents ?

Très bonne	
Bonne	
Moyenne	
Mauvaise	
Très mauvaise	

51.- Chez vous, qui est celui qui maîtrise le mieux la technologie (les appareils de musique, l'ordinateur, etc.) ?

Moi	
Mes frères/sœurs	
Mon père	
Ma mère	
D'autres membres de la famille	

52.- Y-a-t-il quelque chose de semblable entre la technologie et le monde de l'animé ?

OUI		Qu'est-ce qu'il y a de similaire ?
NON		

## 7.- ANIMATION – MONDE INTERIEUR

59. Ecrivez ici le nom d'une série, et d'après un chapitre en particulier, répondez aux questions suivantes

Nom de la série	
De quoi s'agit-il dans le chapitre?	
Qui sont les personnages principaux?	
Qu'est-ce qui vous étonne le plus?	
Qu'est-ce que vous aimez le plus ?	
Qu'est-ce qui vous déconcerte le plus?	
Qu'est-ce que vous n'aimez pas?	
Qu'est-ce que vous ressentez au moment de regarder le chapitre?	

60. Qu'est-ce qui vous attire le plus dans les dessins animés ?

1. Les conséquences concrètes des actes des personnages	
2. Les personnages eux-mêmes	



3. La philosophie sous-jacente		
4. Autres		(exprimer)

61. Les leçons que vous laissent les dessins animés ont une relation avec le fait de :

1. Encourager vos relations avec vos camarades d'école ou d'université.		
2. Encourager vos relations avec vos amis.		
3. Encourager vos relations avec vos parents.		
4. Autres (exprimer)		

62. Tous ont des conflits, pour vous les conflits les plus graves sont ?

1. avec vos parents,		
2. avec vos amis,		
3. avec vos professeurs,		
4. avec vos camarades de classe,		
5. avec votre couple,		
6. avec vous-même,		
7. autres (exprimer)		

63. Citez 2 personnages avec lesquels vous vous identifiez (par exemple Goku, Superman, Pikachu, etc.)

Nom du personnage	Pourquoi vous vous sentez identifié ?

#### 8.- ANIMATION - APPRENTISSAGE / CREATIVITE

64. Y-a-t-il des ordinateurs dans votre école ?

OUI	
NON	
Ne sait pas/ Ne répond pas	

Utilisez-vous les ordinateurs de votre école ?

OUI	
NON	

65. En général, vos professeurs connaissent l'animé ?

OUI	
NON	
Ne sait pas/ Ne répond pas	

66. En général, y-a-t-il à l'école une bonne ambiance pour parler et échanger des articles ou des vidéos sur l'animé ?

OUI	
NON	
Ne sait pas/ Ne répond pas	

67. Si l'animé pouvait être utilisé comme matériel didactique pour une matière scolaire, pour quelle matière scolaire serait-il utile ?

1. Langue		2. Histoire / Géographie	
3. Arts plastiques		4. Education civique	
5. Musique		6. Mathématiques	
7. Informatique		8. Autres	

68. Selon votre opinion, quelle-est la valeur éducative de ...

L'animé?	
Le manga?	
Le jeu vidéo?	

69. Selon vous, quel est le principal obstacle pour les professeurs à une meilleure connaissance de l'animé ?


70. Comment serait-il possible de surmonter cette difficulté ?


71. Y-a-t-il quelque chose de semblable entre l'animé et les jeux vidéo ?

OUI	
NON	
Ne sait pas/Ne répond pas	

72. Croyez-vous que votre passion pour l'animé est utile pour développer quelques aspects de vous-même?

		Quels aspects développez-vous?
OUI		
NON		

73. Avez-vous commencé quelques uns de ces hobbies depuis le début de votre passion pour l'animé ?

1. Dessiner avec le style du manga		
2. Faire des bandes dessinées		
3. Apprendre le japonais		
4. Créer des sites web		
5. Ecrire des histoires		
6. Participer à des magazines d'animé		
7. Faire les sous-titres des séries en espagnol		
8. Traduire des mangas		
9. Autres (citer)		

74. En ce qui concerne la situation actuelle de l'animé

Aimeriez-vous que l'animé puisse être plus présent dans la vie de l'école/l'université ?	
Aimeriez-vous plus l'idée qu'il reste dans le monde des élèves et camarades ?	

75. Que pensez-vous que l'animé peut apprendre aux personnes qui ne le connaissent pas ?

--

76.-Vous croyez que l'animé ...

		Dans quel sens de l'emploi pourrait-il vous servir?
Vous sert pour votre futur professionnel		

Ou n'est qu'un hobby « inutile »		
----------------------------------	--	--

76. Pour finir, pourriez-vous me répondre aux questions suivantes sur vous-même ?

	OUI	NON
1. Est-ce que vous vous considérez comme un amateur de l'animé?		
2. Est-ce que vous vous considérez comme un fan de l'animé ?		
3. L'animé vous est égal		
4. Vous n'aimez pas l'animé		
	OUI	NON
5. Un amateur du manga?		
6. Un fan du manga?		
7. Le manga vous est égal ?		
8. Vous n'aimez pas le manga		
	OUI	NON
9. Un amateur des jeux vidéo?		
10. Un fan des jeux vidéo?		
11. Les jeux vidéo vous sont égal?		
12. Vous n'aimez pas les jeux vidéo		

**INDEX**

**A**

<b>Anime</b>	66,
<b>Animation</b>	66,
<b>Audience</b>	42, 63, 159- 169, 167- 169, 350-357
<b>Activités Culturelles</b>	178- 179

**B**

<b>Bande Dessiné</b>	66, 194-195
----------------------	-------------

**C**

<b>Comic</b>	66, 194- 195
<b>Consommation</b>	44, 51- 53, 179- 182
<b>Cognition</b>	42, 58- 63, 69- 70, 94- 95, 95- 102, 156- 159,164- 167, 242- 245, 245- 246, 246- 248
<b>Circulation</b>	44, 51- 53, 179- 182, 206- 223, 171- 250

**D**

<b>Diégétique</b>	40- 42, 56- 58, 68- 69, 94- 95
-------------------	--------------------------------

**E**

<b>Enquête</b>	73- 77, 367- 380
----------------	------------------

**G**

<b>Grille de Programmation</b>	53- 54, 55- 56
<b>Grands Magasins</b>	224-226, 226- 231

<b>Goût pour l'animation</b>	179- 182, 203- 206, 188- 191
<b>Goût pour l'animation japonaise</b>	195- 199
<b>Goût pour l'animation américaine</b>	199-202
<b>Goût pour le Jeux Vidéo</b>	191- 193
<b>Goût pour la Banda Dessiné</b>	194- 195

## I

<b>Internet</b>	217-218, 218- 221
-----------------	-------------------

## M

<b>Magasins Spécialisées</b>	224-226, 226- 231
<b>Manga</b>	66, 194- 195, 95- 102
<b>Monde Diégétique Ludique</b>	40- 42, 56- 58, 68- 69
<b>Monde Diégétique Réel</b>	56- 58, 68- 69, 95-102
<b>Monde Diégétique Fictif</b>	56-58, 68, 69, 95- 102

## P

<b>Production</b>	40-42, 51- 53, 53- 54, 55-56,226- 231, 212- 214
-------------------	---

# Sommaire

<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>11</b>
7 Préliminaires.....	12
8 L'objet d'étude et la pertinence par rapport au savoir accumulé dans l'année 2000.....	16
9 Considérations sur la synthèse du savoir accumulé durant l'année 2000.....	24
10 L'importance de l'année 2000 comme délimitation de l'objet d'étude.....	25
11 La société en réseaux d'aujourd'hui.....	33
12 La pertinence analytique de décrire l'année 2000 comme un pôle de fonctionnement	37
<b>1. PREMIÈRE PARTIE : Formulation du problème et dispositifs théoriques méthodologiques</b>	
7. CHAPITRE 1 : Formulation du problème.....	40
7.1 La description de l'offre télévisuelle.....	40
7.2 La consommation de dessins animés de télévision hertzienne : grille de programmation, mesure d'audience, mondes diégétiques et conditions cognitives présumées.....	42
7.3 L'analyse sociologique et ethnographique de la consommation.....	44
7.4 Objectifs spécifiques.....	44
8. CHAPITRE 2 : Considérations théoriques.....	46
8.1 Les dessins animés télévisés, quelques données empiriques.....	48
8.2 Les dessins animés télévisés : production-circulation-consommation.....	51
8.3 Les dessins animés : produit et objet de signification.....	53
8.4 Télévision : Offre/Demande.....	54
8.5 L'objet culturel est dans une grille.....	55
8.6 L'objet culturel comme un objet de signification renvoie à un monde diégétique possible.....	56
8.7 Les dessins animés télévisés comme des objets culturels renvoient à un procès cognitif.....	58
8.8 Les catégorisations des types d'audience.....	63
8.9 Quelques précisions théoriques.....	66
9. CHAPITRE 3 : Méthodologie.....	67
9.1 <i>Stratégie de la recherche : première partie</i> .....	67
9.1.1 Le premier objectif spécifique de la recherche.....	67
9.1.2 Le deuxième objectif spécifique de la recherche.....	68
9.1.3 Le troisième objectif spécifique de la recherche.....	69
9.1.4 Le quatrième objectif spécifique de la recherche.....	70
9.1.5 Le cinquième objectif spécifique de la recherche.....	70
9.1.6 Le sixième objectif spécifique de la recherche.....	72
9.2 <i>Stratégie de la recherche et bases épistémologiques</i> .....	72
9.3 <i>Stratégie de la recherche : deuxième partie</i> .....	73
9.3.1 Le septième objectif spécifique de la recherche.....	73
9.3.2 Construction de l'échantillon.....	74
9.3.3 Sélection de l'échantillon à étudier.....	76
9.3.4 Taille de l'échantillon.....	76
9.4 <i>Construction d'instruments de mesure : l'enquête</i> .....	76
9.5 <i>Analyse statistique des données</i> .....	77
9.6 <i>Description de mécanismes d'appropriation des dessins animés</i> .....	77
<b>2. DEUXIÈME PARTIE : Grille de programmation, mondes diégétiques cognitives présumées</b>	
10. CHAPITRE 4 : Description de l'offre télévisuelle.....	80
10.1 <i>Description de la grille de programmation</i> .....	80
10.1.1 Chaîne Réseaux Université Catholique de Télévision.....	80
10.1.2 Chaîne Chilevisión.....	83
10.1.3 Chaîne Megavisión.....	85

10.1.4	Chaîne Télévision Nationale du Chili.....	87
10.1.5	Considérations sur la grille de programmation infantile de la télévision hertzienne.....	88
10.1.5.1	Les séries dans l'année 2000 (juin).....	88.
10.1.5.2	Quelques considérations descriptives sur la grille de programmation.....	91
10.2	<i>Mondes diégétiques présumés dans les dessins animés de la télévision hertzienne au Chili et description de leurs procès cognitifs (simplicité/complexité).....</i>	94
10.2.1	Introduction.....	94
10.2.1.1	Exemple Analytique (Simple/ Complexe) et (Monde Réel/ Fictif/Ludique) : Dragon Ball Z et Arnold .....	95
10.2.2	<i>Analyse programmation et mondes diégétiques et cognitifs présumés de la chaîne TV UC.....</i>	102
10.2.2.1	Analyse des séries programmées le samedi.....	102
10.2.2.2	Conclusions de l'analyse précédente.....	105
10.2.2.3	Analyse des séries programmées le dimanche.....	105
10.2.2.4	Conclusions de l'analyse précédente.....	108
10.2.2.5	Analyse des séries programmées le vendredi.....	109
10.2.2.6	Conclusions générales de la sous-partie.....	110
10.2.3	<i>Analyse programmation et mondes diégétiques et cognitifs présumés de la chaîne Chilevisión.....</i>	111
10.2.3.1	Introduction.....	111
10.2.3.2	Mondes diégétiques et cognitifs : séries diffusées le matin, de lundi au vendredi.....	101
10.2.3.3	Mondes diégétiques et cognitifs : séries diffusées l'après-midi, de lundi au vendredi .....	118
10.2.3.4	Conclusions de la sous-partie.....	122
10.2.3.5	Mondes diégétiques et cognitifs : séries diffusées samedi et dimanche... ..	124
10.2.3.6	Conclusions générales de la sous-partie.....	130
10.2.4	<i>Analyse programmation et mondes diégétiques et cognitifs présumés de la chaîne Megavisión.....</i>	135
10.2.4.1	Introduction.....	135
10.2.4.2	Mondes diégétiques et cognitifs : programmation du lundi au vendredi... ..	135
10.2.4.2.1	Séries diffusées.....	135
10.2.4.2.2	Mondes diégétiques et cognitifs.....	135
10.2.4.2.3	Analyse des mondes diégétiques et cognitifs.....	140
10.2.4.3	Mondes diégétiques et cognitifs : programmation du samedi.....	141
10.2.4.4	Mondes diégétiques et cognitifs : programmation du dimanche.....	141
10.2.4.4.1	Analyse programmation du dimanche.....	144
10.2.4.5	Conclusions générales de la sous-partie.....	145
10.2.5	<i>Analyse programmation et mondes diégétiques et cognitifs présumés de la chaîne Télévision Nationale du Chili (TVN).....</i>	147
10.2.5.1	Introduction.....	147
10.2.5.2	Mondes diégétiques et cognitifs : programmation du samedi.....	147
10.2.5.3	Analyse.....	152
10.2.5.4	Mondes diégétiques et cognitifs : programmation du dimanche	153
10.2.5.5	Analyse.....	153
10.2.5.6	Conclusions générales de la sous-partie.....	154
10.2.6	Conclusions grille de programmation : mondes diégétiques et cognitifs présumés... ..	156

### 3. TROISIÈME PARTIE : La description de l'audience

11.	CHAPITRE 5 : L'audience des dessins animés.....	159
11.1	Introduction.....	159
11.2	L'audience dans la chaîne TV UC : le plus regardé.....	161
11.3	L'audience dans la chaîne Chilevisión : le plus regardé .....	162
11.4	L'audience dans la chaîne Megavisión : le plus regardé .....	163
11.5	L'audience dans la chaîne Télévision Nationale du Chili : le plus regardé.....	163
11.6	Analyse comparative des pôles d'audience : mondes diégétiques et procès cognitifs présumés.....	164



11.6.1	Description.....	164
11.6.2	Offre, Audience et Grille de Programmation.....	167
11.6.3	Vie quotidienne.....	169

#### 4. QUATRIÈME PARTIE : Consommation des dessins animés, raisons du goût et identité

12.	CHAPITRE 6 : L'analyse sociologique et ethnographique de la consommation.....	171
12.1	Introduction.....	171
12.2	Synthèse de l'analyse de l'enquête.....	178
12.2.1	Préliminaires.....	178
12.2.2	« Quelles sont vos deux expressions culturelles préférées ? ».....	179
12.2.3	Le plus apprécié dans une œuvre audiovisuelle : le rôle du personnage, le rôle de l'image.....	182
12.2.4	Dessin animé et supports de consommation.....	185
12.2.5	Fréquence de visionnage des dessins animés.....	187
12.2.6	Quelle est l'origine des séries que vous aimez le plus ?.....	188
12.2.6.1	Par strate sociale.....	188
12.2.6.2	Par âge.....	189
12.2.6.3	Par genre.....	190
12.2.7	Le dessin animé et la consommation d'autres moyens.....	191
12.2.7.1	Le goût du jeu-vidéo.....	191
12.2.7.2	Le jeu-vidéo et les dessins animés.....	193
12.2.7.3	Le goût pour l'animation et les bandes dessinées.....	194
12.2.8	Les raisons du goût pour l'animation.....	195
12.2.8.1	L'analyse.....	195
12.2.8.1.1	Le goût pour l'animation japonaise.....	195
12.2.8.1.2	Le goût pour l'animation américaine.....	199
12.2.9	L'animation et la famille.....	202
12.2.10	Conclusions.....	203
12.3	Circuits de circulation de l'animation : grands magasins et magasins spécialisés....	206
12.3.1	Façons d'obtenir des mangas.....	206
12.3.2	Le lieu d'achat de l'animation en général.....	207
12.3.3	Les produits que les jeunes achètent.....	208
12.3.4	La recherche ethnographique.....	210
12.3.5	Magasins et offre : types de produits associé à l'animation.....	212
12.3.6	Avez-vous découvert de nouvelles séries dans vos achats dans les magasins des animés?.....	214
12.3.7	Avez-vous regardé des sites Web sur les dessins animés faits par des Chiliens ?.....	216
12.3.8	L'usage d'Internet.....	217
12.3.9	Pour quelle activité utilisez-vous l'ordinateur ?.....	218
12.3.10	Offre de produits dans les magasins et pays d'origine des séries télévisées....	221
12.3.11	Magasins et Quartier.....	224
12.3.12	Grands Magasins/ Magasins Spécialisées.....	226
12.3.13	Dans quel but les Otaku (fans) se rejoignent dans ces endroits ?.....	231
12.3.14	Ces endroits qu'ont-ils de spécial ?.....	234
12.3.15	« Avez- vous rencontré des ami (e)s grâce à l'intérêt pour l'animation japonaise ?.....	236
12.3.16	L'Anime et la connaissance de différentes personnes d'âge, genre et strate sociale.....	238
12.3.17	Magasins spécialisés et rencontre de nouveaux ami(e)s.....	240
12.3.18	Savoir de l'anime et attribution de la valeur.....	242
12.3.19	Est-il nécessaire de connaître la culture japonaise pour comprendre les séries ?.....	245
12.3.20	Y-a-t-il quelque chose de semblable entre la technologie et le monde de l'anime ?.....	246
12.3.21	Qu'est-ce qui vous attire le plus dans les dessins animés?.....	248
12.3.22	Conclusions.....	250
	<b>CONCLUSION</b> .....	255
	<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	267
	<b>ANNEXES</b>	
	<b>ANNEXE 1 Grille de Programmation</b> .....	278
	<b>ANNEXE 2 Synthèses des séries</b> .....	288

2.1	Séries chaîne TV UC .....	289
2.2	Synthèses des séries Chaîne Chilevisión.....	299
2.3	Synthèses des séries, chaîne Megavisión.. .....	327
2.4	Synthèses des séries, chaîne Televisión Nacional de Chile .....	343
<b>ANNEXE 3</b>	<b>L'Audience des dessins animés</b> .....	<b>350</b>
<b>ANNEXE 4</b>	<b>Enquête</b> .....	<b>367</b>
<b>ANNEXE 5</b>	<b>Analyses statistique de l'enquête. Archive Excel (adjoint numérique)</b>	
<b>INDEX</b> .....		<b>372</b>
<b>TABLE DES MATIERES</b> .....		<b>374</b>

## **Les dessins animés au chili : syntaxe, circulation et consommation**

**Résumé :** Le but de cette recherche est la description des formes de fonctionnement diégétique- cognitive des dessins animés de la télévision hertzienne au Chili, et leurs conditions de circulation (offre) et consommation pendant l'année 2000. L'analyse du rapport entre la description de la grille de programmation, l'audience (description statistique), les mondes diégétiques et les conditions cognitives présumées (analyse qualitative), nous permettra de constater que les dessins animés japonais sont les plus regardés au Chili, même s'ils ne sont pas les plus programmés. Les dessins animés japonais sont complexes : leur construction narrative ne se fait pas au sein d'une histoire linéaire, ils supposent beaucoup de savoirs pour les comprendre, ils ont des structures que les consommateurs doivent appréhender à travers plusieurs médias et supports différents. Cette préférence est en corrélation avec l'existence de procès cognitifs complexes chez les téléspectateurs, réalité que nous avons pu découvrir grâce à une enquête appliquée à 300 cas différenciés par strate sociale, genre et âge ; ainsi que grâce à une recherche ethnographique qui nous a permis de découvrir d'autres circuits de circulation des objets culturels (grands magasins et magasins spécialisés liés à l'animation). L'étude sociologique et ethnographique nous a permis de comprendre que les jeunes téléspectateurs construisent leur identité autour des dessins animés japonais. Le goût pour l'anime japonais est lié à sa complexité, et en outre, l'attribution de valeur aux savoirs qui s'y rapportent est repérable chez les enfants âgés de 11 ans ou moins, ainsi que chez les adolescents ayant entre 12 et 15 ans. **Mots clés :** dessin animé, communication visuelle, sémiotique visuelle, perception-cognition

### **Animated series in Chile: syntax, circulation and consumption**

**Abstract :** The aim of the research is to describe cognitive diegetic operating modes in cartoons transmitted in open access television in Chile, as well as their traffic conditions (supply) and consumption during 2000. The analysis draws correlations between the scheduler's description of the programming, the audience (statistical description), and the cognitive worlds and proposed diegetic protocols (qualitative analysis). Such description will allow us to detect that Japanese cartoons are the most popular and that this does not correspond to what most Chilean television channels program. Japanese cartoons are complex; there is no linear storytelling, and instead they require a vast amount of knowledge for comprehension, which their consumers acquire through reading in various supports and media. In this context "the most watched cartoons correspond to those where there is presence of complex cognitive processes," which was detected through a survey (300 cases, differentiated by social class, gender and age) and ethnographic research has allowed us to discover other circuits' circulation of cultural objects (department stores / specialty stores). This sociological and ethnographic study of reception allowed us to understand how some Japanese cartoons' young viewers build their identity. The consume of Japanese animation how much one knows about the series with the attribution of a value that strengthens them the construction of their identity, which is more developed to less equal age of 11 years and 12-15 years. The taste for Japanese animation allows one to link how much one knows about the series with the attribution of a value that strengthens their identity or indeed constructs it. This is more prevalent in groups aged 11 and below and ages 12-15. The significance of the series in relation to the real world (diegetic world's presuppositions) is not taken into account by the channels. **Keywords:** animated cartoons, visual communication, semiotics, perception-cognition

**UNIVERSITÉ SORBONNE NOUVELLE - PARIS 3**

**ED 267 Arts & Médias**

**EA 1484 - Communication, Information, Médias**

13, rue de Santeuil- 75231 Paris Cedex 05