

PAS INUTILE

TRANCHES DE VIE

L'événement n'a pas beaucoup impressionné. Et pourtant, Dieu sait si l'on avait dénoncé à l'avance la coupure des films à la télé par la publicité.

Dimanche dernier, sur TF1, première expérience de l'écran publicitaire pour Obao et quelques produits de la même eau, au beau milieu du film de la soirée, et pas un geste de désespoir, par un cri. Rien. Comme si le public avait choisi d'accepter ce que les metteurs en scène refusaient, ou de ne pas réagir, blasé, désabusé. Henri Verneuil lui même, créateur de *Cent mille dollars au soleil*, premier film tronçonné de la première chaîne privatisée, d'expliquer :

— Il n'y a rien à faire, nous vivons le temps de la publicité, et la télévision s'y résoud, comme la radio, comme les journaux où les articles sont coupés en trois ou quatre endroits par des encadrés promotionnels...

C'est vrai, à quelques différences près, l'œil du lecteur de presse garde toute sa liberté, et saute vite s'il le veut sur la page ou la colonne d'à côté. Le téléspectateur, en revanche, doit attendre, différer son plaisir, son émotion, selon un rythme qui lui est imposé. Un seul exemple, que se serait-il passé l'autre jour à « Apostrophes » quand on a vu bouillir Bernard-Henri Lévy, à mesure que Maurice Bardèche parlait ? Que se serait-il passé si Pivot avait demandé au jeune philosophe de laisser glisser « une pause de publicité », avant d'exprimer sa colère antiraciste ?

Rien justement, parce que Bernard-Henri Lévy se serait calmé, et une autre logique que celle de la vie en direct et de ses mouvements se serait emparée alors du petit écran.

Quant à nous, qui sait si nous ne serions allés nous coucher, meurtris, frustrés et remontés contre le monde entier ?