



ISSN 1518-8779

ISSN en ligne 2260-5983

Synergies Brésil n^{os} 14-15-16 - 2019-2020 -2021 p. 165-176

Les représentations du Brésil par des professeurs de français brésiliens dans *Bonjour du Brésil*

Clarissa Laus Pereira Oliveira

Universidade Federal de Santa Catarina, Brésil

issalaus@yahoo.com.br



Résumé

Le Brésil est un pays qui fait rêver. En 2016, un groupe de collaborateurs, y compris des professeurs et des étudiants de français, a été invité à créer des leçons en français sur le Brésil pour les publier sur le site du projet *Bonjour du Monde*, idéalisé pour être une démarche interculturelle. Dans ce travail nous allons analyser les leçons du domaine du Tourisme afin d'identifier des représentations, des stéréotypes du Brésil pour connaître l'image que nous avons transmise de notre pays. À partir des notions de représentations (Amossy et Pierrot, 2015 ; Boyer 2008), nous souhaitons apporter une modeste contribution dans la lutte contre les stéréotypes et les idées reçues du Brésil que chacun de nous porte en soi.

Mots-clés : représentations, stéréotypes, français langue étrangère

As representações do Brasil por professores de francês brasileiros em *Bonjour du Brésil*

Resumo

O Brasil é um país que faz sonhar. Em 2016, um grupo de colaboradores, formado por professoras e estudantes de francês, foi convidado a criar lições em francês sobre o Brasil para publicá-las no site do projeto *Bonjour du Monde*, idealizado para ter uma abordagem intercultural. No trabalho analisaremos as lições do campo do turismo a fim de determinar representações, estereótipos do Brasil para conhecer a imagem que transmitimos de nosso país. A partir das noções de representação (Amossy e Pierrot, 2015; Boyer 2008), nós almejamos dar uma modesta contribuição para a luta contra os estereótipos e os sentidos comuns de Brasil que cada um de nós carrega.

Palavras-chave: representações, estereótipos, francês língua estrangeira

The representations of Brazil by Brazilian French teachers in *Bonjour du Brésil*

Abstract

Brazil is a country that makes you dream. In 2016, a group of collaborators, made up of professors and French students, was invited to create content and leçons about

the Brazil in order to the publish on the site of the *Bonjour du Monde* project, ideal for joining the intercultural. In this paper we will analyze the leçons of the field of tourism in order to determine representations, stereotypes of Brazil to know the image we have transmitted of our country. From the notions of representation (Amossy and Pierrot, 2015 ; Boyer 2008), we aim to make a modest contribution to the fight against the stereotypes and the preconceived ideas of Brazil that each of us carries within us.

Keywords: representations, stereotypes, French foreign language

Les dimensions continentales du Brésil, son large littoral sur l'Océan Atlantique, ses forêts, dont la plus grande au monde, ses rythmes et ses danses nourrissent un imaginaire plutôt ludique, gai, festif de ce pays. Cet imaginaire n'est ni naïf ni faux, il est construit et les médias y jouent un rôle très important. En 2016, nous avons coordonné un projet interculturel pour le développement des leçons en français langue étrangère (FLE) sur un cybermagazine nommé *Bonjour du Monde* (BdM) dont le résultat a été le numéro spécial *Bonjour du Brésil*. Un groupe de collaborateurs brésiliens, y compris des professeurs et des étudiants de FLE, a été invité à créer des leçons sur le Brésil pour les publier sur la plateforme du projet. Parmi les nombreux sites et applications disponibles sur le grand réseau Internet pour l'enseignement et l'autoapprentissage de langues étrangères, *Bonjour du Monde* est un cybermagazine éducatif et gratuit qui offre des outils pour l'apprentissage du FLE dans la perspective de la francophonie et de l'interculturalité. Il est destiné aussi bien aux professeurs, qui l'utilisent pour compléter et enrichir leurs cours, qu'aux étudiants en autonomie. Depuis 2015, le projet s'est développé et il a réuni plusieurs numéros spéciaux, dont Bonjour... de Grèce, de Russie, de Géorgie, de Mozambique, de Suisse, du Brésil et d'autres. Selon l'information sur la page d'accueil du site, participent au BdM « 53 pays partenaires, des projets, et une communauté de 2.5 millions de personnes pour faire vivre le tout. » Au mois de janvier 2017, ce numéro spécial comptabilisait plus de cinq millions de vues.

En 2016, l'année de la sortie de notre numéro spécial, le coordinateur de l'équipe en France a publié un document sur leur page web pour l'annoncer en disant que ce nouveau numéro contribuerait à promouvoir la culture et les spécificités du Brésil et faisait voyager à travers l'enseignement-apprentissage du français. Comme nous le savons, l'enseignement-apprentissage d'une langue étrangère (LE), au-delà de l'objectif de la communication, c'est aussi un moyen de diffuser et de présenter les cultures des pays où elle a un statut de langue officielle, maternelle ou seconde. Cependant, dans le projet *Bonjour du Monde*, ce sont des gens des pays-thèmes qui élaborent des leçons. C'est, alors, le différentiel de ce cybermagazine par rapport aux autres sites FLE, car l'idée de l'interculturel y est fortement marquée et

soutenue par les idéalisateurs, comme on pouvait lire dans le message publicitaire sur le site BdM, fin 2016 :

Le français un trait d'union entre les cultures !

Il y a quelques mois, une centaine de professeurs de français brésiliens se sont rassemblés pour nous faire un cadeau, et ce cadeau c'est « BONJOUR DU BRÉSIL ». Des centaines d'exercices de français en ligne gratuits pour apprendre la langue de Molière mais aussi pour découvrir ce magnifique pays qu'est le Brésil. Une belle démarche interculturelle et fraternelle, où apprendre le français devient un trait d'union entre les cultures.

Pour la création des leçons, le groupe a été encouragé à travailler aussi bien sur les habitudes, l'art, les manifestations culturelles, que sur les caractéristiques géographiques et météorologiques de leurs régions, c'est-à-dire, de montrer un pays et des habitudes plus proches de leurs réalités plutôt que de travailler avec des sujets déjà stéréotypés par le marketing et les grands médias. Le but, c'était de fuir les stéréotypes et les idées préconçues des Brésiliens par rapport à leur pays, car dans ce travail nous voulions présenter le Brésil vu par nous-mêmes. Le groupe a choisi la plupart des images qui ont illustré les leçons et chaque participant a présenté des caractéristiques de sa région, de son entourage et des aspects artistiques brésiliens. Ces personnes, qui ont adhéré volontairement au projet *Bonjour du Brésil*, se sont soit rencontrées sur place, soit ont travaillé individuellement dans différents États du Brésil : Paraíba (dans le Nord-Est), Rio de Janeiro et São Paulo (dans le Sud-Est), Brasília (au District Fédéral), Mato Grosso (dans le Centre-Ouest), Paraná, Santa Catarina et Rio Grande do Sul (les trois états du Sud). Ainsi, le Brésil a été bien représenté dans ce projet par des professeurs de presque toutes les régions. Le fait de présenter son environnement local a permis à chaque auteur de parler de ce qu'il connaissait le mieux et de dépasser les images préconçues qui circulent parmi les Brésiliens eux-mêmes. Si nous ne nous abusons pas, nous dirions que les Brésiliens, d'une manière générale, ne connaissent certaines régions de leur pays que par les reportages véhiculés dans les médias. Pour la plupart des habitants, il devient très cher de parcourir le pays car les distances sont considérablement grandes et le tourisme local vise plutôt les touristes étrangers.

L'objectif de ce travail est d'analyser quelques leçons publiées sur ce cyber-magazine afin d'identifier des stéréotypes du Brésil, c'est-à-dire, des images, des idées, des représentations toutes faites qui médiatisent notre rapport au réel et filtrent la réalité ambiante (Amossy, Pierrot, 2015). Nos analyses ont pour base la manière par laquelle ces représentations contribuent à créer une image particulière du pays (Boyer, 2008). Ces réflexions nous ont amenés à poser quelques questions : a. Quelles ont été les différentes représentations du Brésil exposées sur *Bonjour du Brésil* ? ; b. Quels stéréotypes brésiliens y ont été renforcés par les participants ?

Les leçons développées pour ce numéro spécial ont été du type informatif et factuel. Le propos du projet n'était pas de promouvoir une discussion proprement dite sur des sujets déterminés, mais plutôt de présenter et de découvrir un pays. Dans ce sens, ce projet nous pousse à étudier le résultat de tel travail pour révéler le regard que nous, Brésiliens, avons sur notre propre pays. Que signifie-t-il parler de nous-mêmes ? Comment nous voyons-nous ? Quelle a été la réalité présentée ? Pendant le déroulement du projet et l'élaboration des leçons, dans le rôle de coordinatrice de ce numéro spécial, nous avons eu le souci d'attirer l'attention de nos collègues sur le fait que nous nous sommes proposés de présenter un pays à partir de nos propres regards et de nos vécus. Malgré cette démarche de prise de conscience, nous sommes quand même susceptibles d'être soumis à l'influence du regard que l'étranger peut avoir sur nous. Nous, professeurs de français brésiliens, travaillons sur l'autrui, parlons de l'autrui, présentons des éléments culturels qui ne sont pas les nôtres. Nous, des étrangers, nous enseignons d'habitude des aspects qui ne nous appartiennent pas. Cependant, la présentation de notre propre pays, de nos propres habitudes et traditions, de manière didactique, en langue étrangère et pour des étrangers, n'est évidemment pas l'activité que nous réalisons fréquemment.

Bonjour du Brésil, étant un cybermagazine, est pour autant composé par des supports verbaux (textes écrits et oraux) et par des supports visuels (des vidéos et des images). La majorité des images a été sélectionnée ou produite par les auteurs des leçons. Cependant, il y en a qui ont été sélectionnées par l'équipe française, surtout celles qui sont sur la page d'accueil, présentant une petite description de la leçon, soi-disant une sorte d'invitation à la leçon. Les documents travaillés dans ce projet ont plusieurs sources, car quelques-uns ont été créés par les auteurs, d'autres ont été traduits du portugais, ou encore la source était déjà en français puisque la ressource a été produite par un tiers, à qui nous avons demandé l'autorisation d'utilisation. Les trente-huit leçons du BdB sont inédites dans le sens où toutes les activités ont été créées exprès pour ce contexte. Quelques auteurs ont écrit leurs propres textes, mais la plupart sont adaptés des textes des blogs qui étaient déjà sur internet. Les vidéos, dans leur majorité, ont été incorporées des sites Dailymotion, YouTube et TV5Monde. Une seule leçon a présenté une vidéo inédite, produite spécialement pour *Bonjour du Brésil*. En ce qui concerne les images, quelques-unes font partie d'archives personnelles des auteurs, d'autres ont été elles-aussi incorporées des web-communautés qui les offrent gratuitement.

Pour l'analyse de ce *corpus*, nous partons de l'idée que les représentations (ethnographiques et discursives) contribuent à créer une image particulière du Brésil. Nous analysons l'hypothèse selon laquelle l'image du Brésil qui se révélera par les (possibles) stéréotypes ou clichés n'est ni la seule ni incontestable.

Elle n'est qu'une lecture et qu'une interprétation possible. Pour Henri Boyer, les compétences ethno-socioculturelles sont d'ordre social et collectif, élaborées à partir d'un sens commun, de la construction d'une identité (Boyer, 2008). Ces représentations collectives sont fondamentales pour la cohésion d'un groupe. En 1922, Walter Lippmann a introduit la notion de stéréotypes comme étant des images, des représentations des schémas culturels préexistants qui expriment un imaginaire social. Alors, Ruth Amossy affirme que

Si l'on ajoute que cette appartenance est également aux yeux de l'individu ce qui lui permet de se situer et de se définir, on comprendra que le stéréotype intervient nécessairement dans l'élaboration de l'identité sociale.

L'image collective qui circule de ces diverses catégories est donc déterminante dans la constitution de l'identité et dans les comportements et interactions qui s'y rapportent (Amossy, 2015 : 44).

D'après Geneviève Zarate, les membres d'un groupe ne savent pas complètement ce qu'ils font dans le sens où leurs jugements ne sont pas une activité objective.

Le péremptoire « il faut y être né pour comprendre » ne garantit pas la perception maîtrisée et objective d'une réalité culturelle. Tout au plus, fournit-il un mode d'entrée spécifique et lacunaire. Les participants d'une culture ne peuvent objectiver, expliquer et systématiser ce qui codifie leur vision du monde. On peut donc penser que le rôle de l'informateur natif est plutôt surestimé ou tout au moins que son expérience n'est pas analysée pour ce qu'elle a à la fois de relatif et de partiel (Zarate, 1983 : 36).

Le corpus, objet de cette étude, est riche en informations iconographiques et discursives et permet plusieurs analyses. Pour cet article, nous avons choisi d'analyser les thèmes des leçons, car ils sont en eux-mêmes révélateurs de l'idée du Brésil que les auteurs désirent transmettre à leurs lecteurs et ils ont été libres pour décider le sujet de chaque leçon, c'est-à-dire, le choix du matériel publié sur BdB a été le résultat de critères personnels. En revanche, ce n'est pas exactement ce qui s'est passé pour le choix des images, car, parfois, elles ont été proposées par l'équipe française. L'analyse de ces images, qui sera faite dans un travail postérieur, peut révéler aussi bien l'idée préconçue de l'équipe étrangère que celle de l'équipe brésilienne par rapport au Brésil, car, selon Roland Barthes, « la Photographie emporte toujours son référent avec elle » (Barthes, 2015 : 15).

Dans les textes produits par l'équipe brésilienne, les auteurs révèlent quelques éléments sociaux et culturels. Par exemple, tandis que dans une région d'élevage, ce sont les plats à base de viande les plus présents à table, comme partout, sur le littoral, ce sont plutôt les plats à base de fruits de mer. Ces aspects se révèlent lors

d'un dialogue entre étudiants, dans le texte d'une carte postale simulée d'avoir été écrite par une étudiante étrangère, et dans les documents authentiques quand le sujet de la leçon est un musée ou un événement culturel, par exemple.

Le numéro spécial *Bonjour du Brésil* compte trente-huit leçons pour tous les niveaux (une moyenne de cinq activités par leçon) : sept leçons A1, treize pour le niveau A2, onze pour B1, six pour B2 et une pour C1.

Les thèmes sont diversifiés et leur catégorisation a été faite selon les domaines de chaque leçon. Dans l'ensemble des trente-huit leçons, il y en a :

- huit sur le Tourisme,
- cinq leçons dont les textes ont été produits par des Français, donc, sous un regard étranger,
- quatre sur la Musique,
- quatre sur les Arts plastiques,
- quatre sur l'Histoire,
- deux sur la Littérature brésilienne,
- deux sur les sports,
- deux sur la météo,
- deux sur la Culture,
- une sur la Gastronomie brésilienne,
- une sur un symbole national (le drapeau brésilien),
- une sur le Folklore,
- un témoignage des Brésiliens sur leur rapport avec la langue française,
- une sur Vocabulaire (les couleurs).

Ce travail prendra en compte le domaine du tourisme, car il compte un nombre plus grand de leçons. Les textes produits pour présenter les villes ont été, dans la majorité, écrits par les auteurs des leçons et présentent un regard local sur les régions. À partir de l'analyse des leçons qui portent sur ce domaine, nous espérons identifier l'idée qui se cache derrière les options faites par les auteurs pour présenter le pays.

Dans la catégorie Tourisme ce sont des leçons qui présentent des villes : les sites à visiter, les activités en ville, quelques caractéristiques locales. Ces leçons ont été élaborées par des personnes qui sont nées dans la région ou qui y habitent, car l'une des contraintes pour la création des leçons c'était de ne parler que de ce qu'on connaissait le mieux. Seulement une leçon est conçue à partir d'un texte caractéristique de discours officiel. Et il y en a une autre empruntée d'un blog dont la relation de l'auteure avec les trois villes mentionnées nous ne connaissons point.

La première leçon de la catégorie Tourisme que nous allons analyser s'appelle « Découvrez l'état de Mato Grosso » et présente une vidéo produite à Cuiabá, la capitale de l'état de Mato Grosso, dans le centre du pays. Cette vidéo a été conçue par les agences officielles de tourisme des gouvernements de cet état et du Brésil pour la Coupe du Monde au Brésil, en 2014. Le texte original est en portugais et a été traduit en français par l'équipe BdB de Cuiabá. L'objectif de cette vidéo, c'était d'attirer des touristes vers la région. Même si elle a été produite pour un événement sportif international, le mot football n'apparaît qu'une seule fois, ce n'est pas le focus ? de la présentation et ce n'est pas par hasard. En 2013, Bruno Peron a écrit un article sur le stéréotype et la culture brésilienne où il a révélé l'intention du gouvernement brésilien de l'époque, lors des grands événements qui allaient se réaliser dans le pays, la Coupe du Monde de Football et les Jeux Olympiques. Selon le journaliste, il fallait présenter plutôt les identités régionales.

Cependant, c'est difficile d'échapper aux stéréotypes quand ce qui est en jeu, outre la prévision de la Coupe en 2014 et des Jeux Olympiques à Rio de Janeiro en 2016, c'est ce qui caractérise les Brésiliens dans leur identité nationale. La stratégie du gouvernement, jusqu'à la réalisation de ces deux événements sportifs, sera de décentraliser ce qu'on comprend par brésilien et donner l'emphase à leurs identités régionales. La politique sera celle d'exhiber la production culturelle de plusieurs états en architecture, dans les arts plastiques, au cinéma, dans la danse, au théâtre et dans d'autres expressions culturelles (Peron, 2013)¹.

Mato Grosso est un état situé au centre du pays (« au cœur de l'Amérique du Sud »), avec beaucoup de nature car la forêt Amazonienne et le Pantanal (« la plus grande plaine inondable du monde ») occupent une grande partie de ce territoire. Pour la description de la région, dans une vidéo d'un peu plus de huit minutes, plusieurs adjectifs et expressions apparaissent répétés, comme : paradis et le/a plus grand/e (quatre fois), beauté (trois fois), richesse et ville accueillante (deux fois). D'autres renforcent encore l'idée d'une région idéalisée : sanctuaire, magique, harmonie, peuple joyeux et chaleureux. Normalement le discours touristique relève les aspects positifs d'un lieu et ce qu'effectivement la vidéo a présenté ce sont des caractéristiques naturelles de la région, car elle a privilégié la nature riche et exubérante. Selon Antonio Brasil (cité dans Vieira, 2016 : 157), les Brésiliens projettent une image du Brésil aux étrangers associée à la grandeur du territoire, à l'abondance de la vie sauvage et à la sensualité du peuple comme des données naturelles. Et comme des données acquises, le développement de la vie urbaine, le style malin, l'indolence, la musicalité et la cordialité sont des aspects souvent cités.

Comme nous l'avons vu, la leçon sur le Mato Grosso est très marquée par un discours de marketing ayant un objectif précis. Par contre, l'idée principale de la leçon élaborée par l'équipe du sud, de l'état du Rio Grande do Sul, de l'Université fédérale de Pelotas, « Comprendre un itinéraire », est d'orienter une personne à arriver quelque part, soi-disant un discours didactique. Le texte indique que la personne qui demande son chemin est quelqu'un qui ne connaît pas la ville, un étudiant qui vient de s'y installer, des indices pour dire que c'est une ville universitaire importante. En plus d'indiquer l'itinéraire, l'interlocuteur lui donne aussi des informations sur les endroits où manger et où s'amuser. La ville de Pelotas, où se passe la leçon, se trouve dans la région sud du Brésil où l'élevage de bœuf est une activité économique historiquement importante, par conséquent, il apparaît la suggestion d'aller manger de la viande, mais ce n'est pas un simple hamburger sinon « le meilleur hamburger du monde... » (Piovesan, 2016). En effet, la viande de l'état où se trouve Pelotas est répandue par sa qualité. Au XIX^e siècle, il y avait une vie culturelle et sociale intense dans la ville. Ainsi, Pelotas s'est démarquée par ses activités de progrès économique, urbain et socioculturel et de divertissement, ayant une réputation de richesse, de prospérité et d'intellectualité. La leçon nous fait savoir que c'est une ville qui investit en culture puisque, selon le texte, le théâtre offre un spectacle gratuit aux étudiants de l'Université.

Un peu comme celle du Mato Grosso, « Venez visiter Curitiba, au sud du Brésil » est une leçon destinée à tous ceux qui ne connaissent pas la ville, car le texte les invite à faire une visite guidée à Curitiba. L'aspect éducatif de cette leçon c'est qu'elle a été élaborée par un groupe d'étudiants de FLE à l'Université Technologique Fédérale du Paraná (UTFPR), sous l'orientation de la professeure, c'est-à-dire, à l'origine elle est le résultat d'un exercice de langue française. Après la présentation de six points touristiques, le lecteur a le panorama d'une ville plutôt moderne et culturelle, mais aussi verte, historique et gastronomique. Cette leçon fait découvrir les différentes influences de la colonisation de la région : française dans les jardins publics, italienne dans la gastronomie et portugaise un peu partout. À l'étranger, le Brésil est vu comme un pays métissé et, par cette leçon, les internautes découvrent une partie du pays où la colonisation européenne est encore très présente et fortement marquée dans les habitudes, dans l'architecture et aussi dans la langue. Ils découvrent aussi qu'au Brésil il peut y avoir des températures modérées, car la leçon nomme Curitiba « la capitale la plus froide du pays avec une température moyenne de 16,5°C » (Ozon, 2016). En plus des caractéristiques de la ville, la leçon nous présente l'architecte Oscar Niemeyer, renommé internationalement par son style architectural qui a marqué une époque, mais surtout parce qu'il a dessiné les bâtiments de la ville de Brasília, notre capitale.

Ainsi comme la leçon ci-dessus, « Connaissez-vous Paraty, São Paulo, São Francisco do Sul, Campos Novos ou Brusque ? » est composée de petits textes écrits par des étudiants de FLE du Centre de langues de l'Université fédérale de Santa Catarina. Ces textes sont le résultat d'un exercice de langue pour présenter une ville et raconter ce qu'on peut y faire. Les étudiants ont accepté de publier leurs textes sur le BdB et ont écrit sur leurs villes natales et, par conséquent, nous ont montré les différentes facettes du Brésil : une grande ville, une ville bucolique à l'intérieur du pays, deux villes sur la côte atlantique. À partir du témoignage de ces étudiants, le lecteur découvre que São Paulo n'est pas seulement une grande ville grise et violente, mais elle est surtout une ville gastronomique et qui vit la nuit, et, encore, qu'il y a un grand parc vert au cœur de la ville où les habitants peuvent se promener, s'amuser et faire des exercices. Les quatre autres villes sont beaucoup plus petites que São Paulo et elles sont toutes très liées à la nature. En plus, la leçon montre des aspects de la colonisation portugaise, mais aussi française et allemande, que les touristes peuvent identifier dans leurs fêtes, leurs architectures et leurs gastronomies. Encore une fois, *Bonjour du Brésil* fait découvrir le côté européen parfois méconnu des étrangers. Par le fait d'avoir été écrite par les étudiants, la leçon représente la diversité existante dans les universités, car, malgré nos distances, les universités reçoivent des étudiants de différentes villes brésiliennes et aussi de pays étrangers.

La façon descriptive de présenter les leçons sur les villes apparaît aussi dans celle-ci, la seule sur la capitale du Brésil : « Visite guidée à Brasília, au District Fédéral, au Brésil ». À travers un petit texte objectif, l'auteur nous présente des données géographiques et climatiques de la région, le nom des bâtiments les plus importants créés par Niemeyer et de belles photos qui appartiennent à l'archive de l'auteur. Même si Brasília est la ville où toutes les décisions sur la vie du pays sont prises, l'aspect politique n'y est pas référé, car comme dit auparavant, les leçons sont du type informatif et factuel.

Encore une leçon qui présente des villes mais dont le texte et la vidéo ont été empruntés du blog personnel de Joyce Lopes et adaptés pour ce projet. Cette leçon est différente des autres, car elle ajoute le support vidéo aux textes et aux images. Joyce Lopes est brésilienne, habite en France et présente les villes d'Arraial do Cabo, d'Ouro Preto et de Porto de Galinhas. Elle commence sa vidéo « Trois villes à visiter au Brésil » en disant :

[...] je vais vous parler de trois villes à connaître au Brésil qui ne sont pas forcément toujours sur la presse. Alors, quand on pense au Brésil, on pense tout de suite au Carnaval, à Rio, à São Paulo. Oui, c'est vrai, c'est pas faux, c'est ça le Brésil, mais ce n'est pas que ça. D'accord ? Je vais vous donner trois petites villes à connaître au Brésil, à ne pas rater (Lopes, 2015).

Cette remarque de l'auteure montre sa préoccupation de l'idée réductrice du Brésil ailleurs où seulement une ou deux villes sont importantes. Certes, Rio de Janeiro est, peut-être, la ville symbole du Brésil et São Paulo, la grande métropole. Dans notre projet *Bonjour du Brésil*, la ville de Rio et ses symboles n'y apparaissent pas, mais plutôt des villes moins connues à l'extérieur, mais pas moins importantes dans le contexte brésilien.

Comme la leçon « Comprendre un itinéraire », il y a deux autres qui simulent deux situations vécues par une étudiante française. « Carnet de voyage - un jour férié à Florianópolis » serait une page du carnet de voyage d'une Française qui serait à Florianópolis pour faire des études. C'est un texte personnel, caractéristique du genre carnet de voyage, par lequel l'auteure donne une idée de ce que l'on peut faire dans une ville au littoral lors d'une fête nationale, alors, un jour férié. En plus d'aller à la plage, le lecteur découvre qu'à Florianópolis, comme à Pelotas, il y a un programme culturel (le cinéma) gratuit. Ainsi que dans la leçon « Comprendre un itinéraire », celle-ci présente un aspect de la gastronomie locale très renommée dans l'ensemble du pays : les plats à base de fruits de mer. Cette leçon permet à l'internaute d'aller plus loin grâce aux hyperliens dans le texte. La deuxième simulation est « Bonjour de Florianópolis », le texte d'une carte postale écrite par une étudiante française qui vient d'arriver à Florianópolis et qui raconte ses premières impressions à propos de sa nouvelle expérience. L'auteure de cette leçon donne quelques informations sur la ville où habite Chloé, toujours en attirant l'attention sur le meilleur côté de la ville. Même si toutes les informations sont vraies, cette leçon ne fait rêver que les étrangers mais aussi les Brésiliens, car la ville est une île avec quarante-deux plages.

Toutes les leçons présentées ci-dessus ont la même structure vu qu'elles donnent des informations sur des villes connues et parfois méconnues par le public national et international. Les informations sont ponctuelles, c'est-à-dire, sur les points touristiques, la gastronomie locale, les loisirs. Et, comme c'est caractéristique du discours touristique, elles visent à montrer les belles choses de chaque ville et, par conséquent, elles sont riches en adjectifs positifs. Les lecteurs - étudiants et enseignants - apprennent que le Brésil n'est pas restreint à Rio et à la région au Nord-Est, où il fait chaud toute l'année et sur laquelle il y a un marketing très important.

D'après l'analyse non-exhaustive des sujets et des textes présentés dans les leçons et comme réponse aux questions qui ont motivé cette étude, nous pouvons dire que l'image du Brésil qui ressort de ces leçons, dont la thématique est le tourisme, est assez positive et renforce l'idée d'un pays riche en beautés naturelles, ce qui est, peut-être, attendu par les internautes. Evidemment que les textes étudiés ne présentent qu'une vision rapide et superficielle des auteurs sur leurs régions, vu qu'il y avait les contraintes relatives aux niveaux de langue, la longueur des textes,

l'objectif du projet. Nous pouvons aussi dire que parler de nous-mêmes signifie démontrer notre fierté par rapport à nos ancêtres européens dans le sud du pays, que nous aimons le Brésil profond avec sa nature et ses habitudes locales, que les aspects culturels sont aussi valorisés. Les influences africaines et indigènes n'y apparaissent presque pas simplement parce que la majorité des auteurs de leçons analysées sont de la région Sud, où cette influence est moins importante.

L'internaute - étudiants et enseignants de français langue étrangère qui viennent étudier français avec *Bonjour du Brésil* - découvre encore un pays héritier de différentes colonisations européennes - allemande, portugaise, italienne et française -, dont la gastronomie et les habitudes varient selon la région. Il y découvre aussi un pays où l'homme et la nature sont en symbiose, car les Brésiliens reconnaissent son importance et en tirent profit pour leur plaisir. Et encore, l'internaute a quelques informations sur la vie culturelle brésilienne. Il reconnaît, tout de même, le pays aux belles plages, à la nature exubérante. Pourtant les principaux stéréotypes brésiliens - le football, le carnaval, l'Amazonie, les bidonvilles - n'ont pas été traités par les auteurs lors de la présentation des villes.

Il faut tout de même souligner que dans le projet *Bonjour du Brésil* nous avons fait exprès de ne pas renforcer ces idées figées. D'ailleurs, le côté politique, social et économique du pays n'a pas été un sujet développé. Cependant, nous pensons que, malgré les fléaux du pays, nous pouvons montrer qu'il y a tout de même un côté culturel et artistique important, mais peu connu, peu « vendu » par les grands médias. Nous sommes tous d'accord que le carnaval est un événement important dans le Brésil, mais aussi dans d'autres pays, que l'Amazonie est une richesse mondiale dans notre territoire, que Rio de Janeiro est une très belle ville où se trouvent les principaux bidonvilles brésiliens (dont nous ne sommes pas fiers pour autant). Le côté négatif n'est pas particulièrement montré (dangerosité, criminalité, pauvreté).

Finalement, nous pouvons constater que malgré l'image d'un Brésil qui répond à l'attente d'un regard étranger dans certains aspects, puisque beau, ensoleillé et vert, elle peut tout de même surprendre. Certes, une facette de ce Brésil diffusée par les médias est au rendez-vous, mais *Bonjour du Brésil* reste une source d'informations qui révèlent des représentations moins figées, plus authentiques de notre pays.

Bibliographie

- Amossy, R., Pierrot, A. H. 2015. *Stéréotypes et clichés*. Paris : Armand Colin.
- Barthes, R. 2015. *A câmara clara. Nota sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira.
- Boyer, H. 2008. *De l'autre côté du discours. Recherches sur les représentations communautaires*. Paris : L'Harmattan.

Boyer, H. (org.) 2007. *Stéréotypage, stéréotypes : fonctionnements ordinaires et mises en scène*. Paris : L'Harmattan.

Lopes, J. 2015. *3 villes à visiter au Brésil* [vidéo]. [11 mai 2018]. [En ligne] : https://www.youtube.com/watch?v=wd_IeAh0kLA [consulté le 24 octobre 2020].

Oliveira, S. 2016. *Découvrez l'état de Mato Grosso* [vidéo]. [11 mai 2018]. [En ligne] : <http://bresil.bonjourdumonde.com/exercices-de-francais-en-ligne/bdf39.htm> [consulté le 24 octobre 2020].

Ozon, C. 2016. *Venez visiter Curitiba, au Sud du Brésil*. [En ligne] : <http://bresil.bonjourdumonde.com/exercices/venez-visiter-curitiba,-au-sud-du-bresil.html> [consulté le 24 octobre 2020].

Peron, B. 2013. « Estereótipo e cultura brasileira ». Campo Grande News. [En ligne] : <https://www.campograndenews.com.br/artigos/estereotipo-e-cultura-brasileira> [consulté le 24 octobre 2020].

Piovesan, C. 2016. *Comprendre un itinéraire*. [En ligne] : <http://www.bonjourdefrance.com/exercices/comprendre-un-itineraire.html> [consulté le 24 oct. 2020].

Vieira, M. C. 2016. « Um Turbilhão Chamado Brasil: Aspectos Culturais Brasileiros na Cobertura da Copa do Mundo pelo jornal The Guardian ». *Mediação*, Belo Horizonte, v. 18, n° 23, p.153-168, juil./déc. 2016. [En ligne]: <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/4177> [consulté le 24 octobre 2020].

Zarate, G. 1983. « Objectiver le rapport culture maternelle/culture étrangère. D'une culture à l'autre - soi et les autres », FDLN, n° 181, Paris, nov.-déc. 1983.