

**Stars, fans et scandales de la scène espagnole  
dans le premier tiers du XXe siècle  
Réception des spectacles et constitution d'une culture de masse**

***Captatio benevolentiae* : des bénéfices de l'emballage ou du *packaging***

La question posée lors de ce colloque de la « réception des cultures de masse » se révèle embarrassante et par là même stimulante, à plusieurs titres ; les difficultés rencontrées sont de deux ordres, non seulement théoriques, mais aussi pratiques. Tout d'abord, il nous faudra résoudre le problème très pragmatique du choix et de l'accès aux sources, ensuite, nous devons changer d'attitude face à notre sujet de réflexion. Habitué à choisir et poser devant nous des objets d'études<sup>1</sup>, nous avons coutume de

---

<sup>1</sup> Ces objets peuvent faire partie de la culture dite savante ou bien, au contraire, de la culture dite populaire ; et c'est à dessein que j'utilise, avec distanciation, ces appellations qui portent déjà en elles la trace de la question, tout à fait erronée et infondée, de la légitimité des formes de cultures dont certaines seraient dès lors plus nobles que d'autres. Or, le problème de la définition des critères de la culture noble et de la culture non noble reste à mes yeux non résolu. Ni Edgard Morin dans « L'industrie culturelle », in *Communications*, 1961 (p. 138-59) ni Barthes, dans « Œuvre de masse et explication de texte », *Communications*, mars 1963, Paris, ou dans « Culture de masse, culture supérieure », *Communications*, mai 1965, intervention au colloque de Royaumont « Les intellectuels et la culture de masse », ne me semblent convaincants sur ce point. Or, les critères alors retenus n'ont guère été remis en cause depuis, et c'est bien là le signe d'une impasse. Les positions de Roland Barthes dans le premier texte sur la culture de masse et l'opposition entre culture de masse et culture « cultivée » illustrent bien les limites du sémi-structuralisme et donc indirectement, des *media studies*, qui se réfèrent constamment au structuralisme et résumement assez bien les idées de la critique savante de son temps. Or, les fameuses caractéristiques de la culture de masse n'ont jamais été vraiment redéfinies par la suite : les cultures de masse relèvent d'une logique de consommation de masse et de production industrielle (elles sont produites « en vue d'une diffusion massive par les voies de communication de masse », selon Barthes), elles sont aussi extralinguistiques, visuelles ou mixtes (« mêlant des codes différentes, parole, image, musique »). Par ailleurs, les œuvres de masse seraient désacralisées car non anthologiques (alors que les œuvres de la culture cultivée sont « passées au filtre d'une culture et d'une histoire ») et la fonction de l'œuvre de masse serait d'être consommée et non étudiée (« l'œuvre de masse est peut-être fondamentalement une œuvre immédiate, c'est-à-dire dépourvue de toute médiation éthique : c'est ainsi qu'elle est consommée, c'est là sa finalité, sa fonction profonde dans la société toute entière, et il n'est pas sûr qu'en la sélectionnant, on

nous auto-instituer analystes ou, pire, juges, nous passons au crible de l'examen clinique et critique les domaines d'étude retenus. Aussi, rarement franchissons-nous la barrière pour être acteur, rarement changeons-nous de regard, délaissant celui du physionomiste prêt à l'autopsie pour adopter le regard attentif et coopératif du participant. Saura-t-on ici être juge, mais aussi partie et s'intégrer à cette masse ? Ou tout au moins, mettant de côté nos pratiques trop souvent intellectualistes et nos a priori, pourra-t-on lui donner la parole et recueillir sa voix ?

Si nous nous lançons à la conquête de cette belle (mais pourtant délaissée) aire de recherches et de questionnements, ainsi délimitée, à la croisée d'un domaine (la culture de masse) et d'un angle d'analyse (la réception), si nous cessons de botter en touche et de siffler hors-jeu<sup>2</sup>, voilà donc l'objectif et le règlement. Pourquoi tant de réticences face à ce jeu : règles trop contraignantes ? manque de formation ? incapacité à sortir de son champ habituel d'action ou de notre « habitus », dirait Bourdieu ? Pourtant, les enjeux sont multiples et de taille : considérer la réception des cultures de masse, c'est-à-dire massivement partagées, reviendrait non seulement à faire, puis à observer, la radiographie d'une société à travers ses usages culturels, mais aussi à en démêler les implications idéologiques et politiques... Il va de soi qu'il n'y a de culture de masse que transmise par des moyens de diffusion et des courroies de distribution ( pour alimenter le marché de ces biens culturels) qui ne sont pas ceux de la masse. De toute évidence, il serait pertinent de ne pas perdre de vue une possible instrumentalisation de la culture de masse ou la récupération de mythologies<sup>3</sup> de cette culture à des fins non récréatives, mais bien politiques. Par ailleurs, au point de vue théorique, nous avons déjà aperçu les difficultés, il nous faut réfléchir (tout en les utilisant) sur deux notions éminemment

---

ne la "manque" pas »). Enfin, la structure de l'œuvre de masse diffère forcément de celles des œuvres cultivées, car elle « met ouvertement en œuvre de grands modèles collectifs ». S'il est vrai que l'on daigne désormais depuis plusieurs années étudier les cultures de masse, le fait-on réellement sans condescendance ? La tentative de saisir la réception de ces cultures constituerait sans doute une solution en permettant de dépasser cette aporie.

<sup>2</sup> Désolée, mondial de rugby (et donc culture de masse) oblige...

<sup>3</sup> J'entends ici *mythologies* au sens où l'utilise Barthes dans *Mythologies*, Paris, Édition du Seuil, 1970. Mais, j'envisage les mythologies plutôt populaires alors que Barthes parle de mythologies bourgeoises. En effet, selon lui, les nouveaux emblèmes de la France, au sortir de la guerre sont la DS Citroën, le steak frites, mais aussi le Tour de France. Objets d'un vrai culte, ces emblèmes deviennent de véritables mythes au sens où la société se pense à travers eux. Au-delà de l'aspect descriptif de ces nouveaux mythes, Barthes se penche sur leur fonctionnement et donc sur les mécanismes à l'œuvre : il en vient à conclure que l'idéologie dominante s'invente ainsi des valeurs afin de légitimer des "normes bourgeoises" qui en manquent singulièrement. Cette approche et cette mise en relation avec le mythe me semble

problématiques : la ou les culture(s) de masse(s), mais, qui plus est, sa ou leur réception(s). Or, ces deux concepts, pétris de présupposés à la fois idéologiques pour l'un et théoriques pour l'autre, renvoient à divers méthodes et domaines d'analyses (historiographique, sociologique et littéraire) et justifieraient à eux seuls une communication ; or, ils doivent être ici objets et outils. Ainsi, à la fois plein d'hésitation mais aussi d'enthousiasme, partons-nous à la recherche des goûts et attentes du spectateur *moyen, consommateur* d'une culture de masse.

Fortement polysémique, cette expression « culture de masse » laisse subsister le doute quant à l'objet qu'elle désigne : doit-on considérer la production (une culture produite par la masse) ou à l'inverse la réception (consommées par la masse) ? Ou bien ne peut-on justement pas séparer les deux sphères dès lors que les récepteurs appartenant à des groupes sociaux et culturels différents ne consomment pas de la même façon le même produit culturel ? En tout cas, du côté de la réception, dépassant la simple tautologie – la culture de masse est reçue par la masse, c'est précisément ce public qu'il faudrait définir, cette masse qu'il faudrait caractériser. Par ailleurs, au delà de cette sociologie du public bien difficile à établir, il ne suffit pas de savoir *qui reçoit* mais *comment il le fait*, plusieurs questions surgissent donc : la réception est-elle passive ou bien active, avec réappropriation ou prise de distance critique ? La consommation est-elle solitaire ou collective ? Peut-on dessiner une géographie des lieux de consommation des produits culturels (bibliothèques, salons, caf' conc' ou théâtres) ou bien une chronologie de la réception (à partir de quand y a-t-il massification de la consommation culturelle ? quel jour de la semaine consomme-t-on le plus massivement ?). Autant de suggestions qui peuvent orienter notre démarche et notre enquête car sans doute tous ces phénomènes entrent-ils en interaction pour dessiner des modalités de réception bien particulières selon les biens culturels considérés, les villes et les époques.

Or, revenons tout d'abord sur la périodisation : à partir de quand peut-on parler de cultures de masse, plus particulièrement en Espagne ? S'il est évident que ces cultures massivement partagées se sont plus particulièrement développées, en tout cas de façon accélérée et plus visible, avec les médias de transmission massive tels que la radio ou la

---

particulièrement féconde et je la reprendrai plus tard à mon compte à propos des stars, nouveaux demi-dieux et des œuvres cultes.

télévision, je ferai volontiers remonter leur naissance c'est-à-dire les premiers balbutiements, d'une part, à la diffusion de la presse de masse, (qui, en publiant des nouvelles par livraisons, donne l'habitude de la lecture) et, d'autre part, à l'explosion et la diversification de l'offre spectaculaire qui peut rallier le public illettré. En effet, à la lecture des travaux de Dominique Kalifa<sup>4</sup> qui fait du quotidien *le Petit Journal* le premier média de masse en France, je suis persuadée que les conditions d'apparition potentielle d'une culture de masse sont très tôt réunies en Europe et qu'elle s'exprime réellement dans les faits à des rythmes et avec des degrés de lisibilité différents selon les pays et leurs spécificités. Selon la théorie de l'historien français, la culture de masse émerge en France au milieu du XIX siècle, se développe à la charnière des deux siècles pour s'épanouir pleinement ensuite avec l'influence grandissante de médias modernes. Sans doute a-t-on longtemps situé aux lendemains de la Première Guerre mondiale la naissance de ce que l'on appelle la culture de masse, c'est-à-dire cet ensemble des productions, mais aussi des pratiques et donc des valeurs modelées par les agents de l'industrie culturelle, parce que c'est précisément durant l'entre-deux-guerres, principalement sous l'égide des théoriciens de l'école de Francfort<sup>5</sup>, que furent publiés les premiers travaux identifiant, analysant et d'ailleurs critiquant souvent sévèrement les formes de cette nouvelle culture. Il m'apparaît que tout s'est passé comme si le regard (dans ce cas, d'abord un discours critique de méfiance) sur l'objet (ou le champ : la culture de masse) l'avait fait symboliquement naître, en tout cas dans la conscience de ses détracteurs. Or, D. Kalifa, démontre que les premières formes de la culture de masse apparaissent en France dès le milieu du XIXe siècle, au moment où les transformations de la presse, de l'édition et du monde du spectacle ainsi que la révolution de l'image<sup>6</sup> accompagnent une société française en pleine mutation. Ainsi, selon lui, au tournant du XXe siècle, le pays vit déjà au rythme des industries culturelles. Si l'on reprend le raisonnement, et étant donné que les conditions matérielles et techniques précédemment citées sont peu ou prou identiques de l'autre côté des Pyrénées, rien ne semble

---

<sup>4</sup> Kalifa, Dominique, *La Culture de masse en France*, t. I, 1860-1930, La Découverte, coll. « Repères », 2001.

<sup>5</sup> Plusieurs penseurs allemands réunis au sein de dans l'institut de recherche sociale fondé en 1923, à partir du concept « d'industrie culturelle », repris de Walter Benjamin, voient dans l'exposition en série et dans la reproductibilité des nouvelles technologies des sociétés modernes la perte de la fonction rituelle de l'œuvre d'art : la culture de masse est aliénante car elle se met ainsi au service du système social et de sa reproduction.

l'interdire, alors, le modèle serait applicable à l'Espagne. Or, si les conditions matérielles sont assez proches, les conditions d'accès des populations à l'écrit sont sensiblement différentes car, comme le souligne Jean-François Botrel<sup>7</sup> avec de nombreux chiffres à l'appui, le retard d'alphabétisation – en 1914, plus de la moitié des 21 millions d'espagnols n'ont pas accès à la lecture – peut expliquer la primauté d'une culture de masse avant tout visuelle et orale. Et ce serait là une des caractéristiques de l'émergence de la culture de masse en Espagne qui passerait par de nombreuses pratiques fondées sur l'oralité et la communion festive. Depuis les formes les plus anciennes de la littérature de colportage aux fêtes traditionnelles et folkloriques, en passant par les spectacles théâtraux, lyriques ou même la corrida, voilà autant d'exemples d'expériences culturelles souvent collectives qui contournent la traditionnelle culture lettrée ou cultivée. C'est dans ce cadre avant tout que les spectacles, au tournant du XXe siècle, peuvent être considérés comme un chaînon-clé dans la constitution d'une culture de masse en Espagne.

Quant à la réception, la question fort séduisante invite à sortir de la littérarité même d'une œuvre et à considérer sa dimension de communication : la troisième question de Sartre dans *Qu'est-ce que la littérature* n'était-elle pas : « pour qui écrit-on ? »<sup>8</sup> Or, cette question, ardue, peut rapidement être condamnée à rester sans réponse, faute de ne pas trouver la source c'est-à-dire le témoignage, direct ou indirect, de ce public de masse, ou bien faute de ne pas avoir à notre disposition un échantillon représentatif de ces récepteurs-consommateurs, car la généralisation à partir d'exemples isolés ne serait pas pertinente. En outre, il convient, à mon sens, de ne pas se contenter, comme l'ont fait l'École de Constance et la sémiologie des années soixante et soixante dix (qui, pourtant, les premières, se sont penchées sur le lecteur et l'accueil d'une œuvre) d'envisager la réception sous l'angle de la création. Je m'explique : que ce soit avec Iser, avec Jauss ou même avec Eco<sup>9</sup>, la réception est projetée, imaginée depuis le

---

<sup>6</sup> Il s'agit à ce moment là de l'image fixe (la photographie), ce sera encore plus vrai avec l'image en mouvement : le cinéma d'abord muet puis parlant.

<sup>7</sup> Botrel, Jean-François, « Entre imprimé et oralité : l'essor de la culture de masse en Espagne (1833-1936) », p. 143-156, in Mollier Jean-Yves, Sirinelli Jean-François et Vallotton François, *Culture de masse et culture médiatique en Europe et dans les Amériques, 1860-1940*, Paris, PUF, le Nœud Gordien.

<sup>8</sup> Sartre, Jean-Paul, *Qu'est-ce que la littérature*, Paris, Gallimard, 1993. Les deux premières interrogations sont : Qu'est-ce qu'écrire ? Qu'écrit-on ?

<sup>9</sup> Iser, Wolfgang, *L'acte de lecture : théorie de l'effet esthétique*, Liège, Mardaga, 1997 ; Jauss, Hans Robert, *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard, 1978 ; Eco, Umberto, Paris, Grasset, Livre de poche, 1985.

texte même : il s'agissait seulement de définir les stratégies de diffusion du texte et non de savoir quel sort lui réserveraient les destinataires. Envisager le récepteur, en creux, depuis le texte, même si celui-ci est considéré comme polyphonique, revient finalement à le déduire du texte et donc à l'y enfermer : le *Lector in fabula* est prisonnier du texte et des significations pré-construites qu'on lui assigne ; l'œuvre soi-disant ouverte<sup>10</sup> se referme en quelque sorte sur elle-même, dès lors que l'on ne fait qu'imaginer un lecteur idéal. Soulignons au passage une idée intéressante : ce dialogisme, cette pluralité de voix<sup>11</sup> du texte, induirait tout naturellement une pluralité de réceptions. Pour conclure sur ce point, n'analyser qu'en ces termes de stratégie et d'horizon d'attente<sup>12</sup> la transmission du sens, c'est, à mes yeux, la retourner à l'envoyeur, la renvoyer au destinataire et ne pas prendre en compte la spécificité du destinataire et de l'acte de réception.

Cet écueil est sans doute plus facile à éviter lorsque l'on s'intéresse au spectacle puisque les destinataires, c'est-à-dire les spectateurs, sont forcément présents, face aux acteurs. Or, c'est justement ce face à face qui fonde l'espace même du spectacle : ce vis-à-vis entre la scène et la salle. De fait, cette relation immédiate est constitutive de l'essence du spectacle qui repose sur cette co-présence du destinataire, du message et du destinataire. Dans tout art vivant et, paradoxalement, pour la même raison éphémère et mortel, la relation est, par essence, triangulaire : les acteurs, musiciens, danseurs ou prestidigitateurs s'adressent, depuis la scène, par leurs faits, gestes et mots, au public

<sup>10</sup> Eco, Umberto, *L'œuvre ouverte*, Seuil, 1965.

<sup>11</sup> C'est l'analyse que mène Roland Barthes, quand il cherche à théoriser l'énonciation dans *Le degré zéro de l'écriture* (Paris, Seuil, 1972) et qu'il conclut que plusieurs voix s'expriment à l'intérieur d'un même énoncé et que ces voix se démarquent clairement de celle du locuteur qui ne les prend pas forcément à son compte. En effet, concevant le langage hérité par tout écrivain ou locuteur comme étant déjà stratifié, celui-ci est ainsi chargé d'une mémoire seconde, mémoire formée par toutes les connotations et les significations que les mots ont connues dans leurs utilisations précédentes. Cette notion de polyphonie avait déjà été féconde chez Bakhtine, théoricien de la construction plurielle du langage dans le roman, qui a vu en Dostoïevsky le créateur du *roman polyphonique* dont le principe est *dialogique*. Or, le dialogue, qui est le mode d'existence du langage, le soumet toujours aux feux croisés de deux ou plusieurs intentions opposées ou concurrentes. « L'exploitation consciente et systématique des structures dialogiques du langage, de la plurivocité du mot, de la présence simultanée, dans un même énoncé de ma voix et celle d'autrui » : telle est pour Bakhtine la caractéristique fondamentale du discours romanesque. Aussi écrit-il : « la vérité ultime de l'œuvre de Dostoïevsky n'est accessible qu'à partir de sa spécificité d'œuvre d'art. Ce n'est ni par son discours propre, ni à travers tel ou tel de ses personnages que le romancier s'est exprimé, mais par la structure entière de son œuvre, par la forme romanesque originale qu'il a créée. »

<sup>12</sup> C'est la notion centrale qu'utilise Jauss dans son ouvrage *Pour une esthétique de la réception* : « Le texte nouveau évoque pour le lecteur (ou l'auditeur) tout un ensemble d'attentes et de règles du jeu avec lesquelles les textes antérieurs l'ont familiarisé et qui, au fil de la lecture, peuvent être modulées, corrigées, modifiées ou simplement reproduites » (p.51).

dans la salle. La communication et la réception sont instantanées, et les réactions du public peuvent être visibles et audibles : applaudissements, cris d'adhésion ou, au contraire, de désapprobation. Dès lors, on comprend aisément que les producteurs de spectacles se préoccupent des goûts de leurs clients, les consommateurs : il en va du succès ou de l'échec cuisant du spectacle, et donc de la bonne santé de l'entreprise. Du coup, à la manière d'études de marché (mais les préoccupations esthétiques peuvent ne pas être absentes et accompagner les motivations économiques), la problématique de la réception est réellement et très concrètement prise en compte : loin de chercher le spectateur idéal de l'offre de spectacle ou de définir la psychologie et l'horizon d'attente individuel de chaque spectateur, il s'agit d'anticiper la relation entre le spectacle et la collectivité du public, ses attentes, ses références et ressources culturelles qui peuvent présager de l'accueil favorable ou défavorable réservé au spectacle. Car, un dernier point a retenu mon attention : au spectacle, la réception, forcément collective, présuppose et, en même temps, alimente le lien social ; il sera intéressant, dès lors, de considérer l'influence du groupe sur l'individu et sur l'acte de réception. Je pense ici au phénomène d'amplification de la voix individuelle dans la voix collective dans le chahut, ou plus, le scandale.

En ce qui concerne plus précisément l'objet que je me suis fixé, le spectacle en Espagne dans le premier tiers du XX siècle, j'ai annoncé un triple éclairage de la réception : stars, fans et scandales. C'est bien entendu avec préméditation que j'ai choisi ces trois termes – qui peuvent sembler anachroniques car trop précoces –, dans le but publicitaire (publicité mensongère ?) clairement affiché d'appâter le public (au risque de ne pas le satisfaire), mais, surtout, et plus sérieusement, de fournir l'hypothèse de travail qui a orienté ma réflexion : ce loisir massif que constituent, en Espagne, les spectacles dès le début du XX siècle marquerait une étape sur le chemin de la réception de la culture de masse. En effet, les modalités de la réception que je crois y déceler, c'est-à-dire les phénomènes naissants de starisation et de spectacularisation annoncent, à mes yeux, celles que l'on trouvera par la suite surtout avec le cinéma, la télévision ou la presse *people*. Peut-être une particularité de la scène espagnole serait-elle de mêler, plus longtemps qu'ailleurs, des formes de la modernité de la culture de masse et des formes plus anciennes pour, à la fois, fidéliser l'ancien public et conquérir le nouveau.

## Côté public, l'industrie de la scène en Espagne et ses spectateurs au début du XX siècle : état de la réception

En Espagne, au début du XX siècle, la scène aussi bien dramatique que lyrique offre des spectacles très variés, pour tous les publics : de la comédie de mœurs ou drame bourgeois à la revue de cabaret, en passant par le *caf'conc'* ou les *cafés cantantes*<sup>13</sup>... Le spectacle dont l'offre est à la fois diversifiée et colossale – en 1913, le catalogue de la Sociedad General de Autores comporte 20.000 titres – constitue alors en Espagne une pratique culturelle massive confirmée par les chiffres. En 1900, le théâtre à proprement parler accueille à lui seul en Espagne quelque 17 millions de spectateurs pour 50.000 représentations annuelles ; et, uniquement à Madrid, lors de la saison 1922-23, 12400 représentations ont été données. En ce qui concerne la scène lyrique, l'exemple de Madrid est éloquent ; Serge Salaün<sup>14</sup>, dans son ouvrage sur *le Cuplé* parvient à des chiffres impressionnants : 12 millions d'entrées individuelles et plus de 1500 lieux recensés. Or, s'il est évident que cette véritable industrie théâtrale s'est concentrée à Madrid et Barcelone (où de véritables typographies et géographies de la scène pourraient être ébauchées<sup>15</sup>), le reste du territoire n'est cependant pas oublié : J.F. Botrel montre que, dès la Restauration, les tournées en province font du théâtre un média transnational, un véhicule culturel de masse<sup>16</sup>.

Pour être plus précis dans ce décompte et ces données chiffrées, on peut préciser qu'il y a eu une réelle explosion de la consommation : à la fin du XIX, en 1867, pour le seul théâtre, Carlos Serrano<sup>17</sup> estime à 8 millions les entrées potentielles et à 12400 environ les représentations. En ce qui concerne la scène lyrique, cette recrudescence de la demande est d'autant plus nette car, logiquement, elle suit celle de l'offre : il est vrai qu'arrivent sur le marché de nouveaux *shows* et de nouvelles formules plus courtes, plus

<sup>13</sup> Cf. à ce sujet l'article en ligne sur le site du CREC de Mercedes Gómez García Plata : *Culture populaire et loisir citoyen : les Cafés cantantes de 1850 à 1900* : <http://crec.univ-paris3.fr/loisirs/07-gomez.pdf>

<sup>14</sup> Salaün, Serge, *El cuplé (1900-1936)*, Madrid, Espasa Calpe, 1990, p. 66-67.

<sup>15</sup> C'est ce que fait S. Salaün dans son article sur l'artère spectaculaire à Barcelone : « El paralelo barcelonés (1894-1936), in *Anales de la literatura española contemporánea*, ALEC, Vol. 21, N° 3, 1996, p. 329-350.

<sup>16</sup> Botrel, Jean-François, « El teatro en provincias bajo la Restauración : un medio popular de comunicación », *Bulletin hispanique*, LXXIX, n.3-4, juill-déc.1977, p. 381-393.

<sup>17</sup> Serrano, Carlos, « Théâtre, sport et corrida : vers le spectacle de masse dans l'Espagne isabelline (1859-1867) », *Ibérica*, Nouvelle série, n° 8, (Fêtes et divertissements), 1997, p. 177-188.

diversifiées (mêlant différentes modalités d'expression : danse, musique, chant, strip-tease, etc..) et qui se répètent plusieurs fois pour les différents publics citadins. Afin d'affiner davantage cette mesure quantitative des publics, on peut ajouter que les nouveaux spectateurs sont avant tout ceux qui, grâce à l'accès aux loisirs (ces néo-citadins qui grâce au temps libéré du travail et les prix en baisse), découvrent les charmes et attraits de la scène. On peut ainsi conclure qu'il y a eu, en ce sens, non seulement quantitativement, élargissement du public, mais surtout qualitativement, démocratisation de l'accès aux plaisirs de la scène.

Bien entendu, les spectateurs de ces diverses offres ne sont pas les mêmes : des bourgeois qui peuvent payer une entrée au théâtre Guerrero ou à l'Eslava, aux ouvriers récemment arrivés en ville qui goûtent, grâce au temps de repos et donc de consommation, les loisirs citadins des spectacles bon marché<sup>18</sup>, peu de ressemblances... Une hiérarchisation a tôt fait d'opposer des spectacles nobles relevant d'une culture de classes (oisives) à des ceux de la culture de masse (de consommation récréative et passive). Les appellations *género chico* ou, pire, *ínfimo* ne disent-elle pas cette situation d'infériorité dans l'échelle des valeurs, en devenant péjoratives ? De nombreuses critiques s'élèvent pour dénoncer ce mauvais goût ; ce serait là aussi une source pour appréhender, comme en négatif, cette réception des cultures scéniques de masse.

Or, si la distinction est évidente, au double sens de différenciation objective, mais aussi de recherche subjective ou sentiment de distinction<sup>19</sup> au sens bourdieusien, loin d'y avoir imperméabilité entre ces deux cultures de la scène, on peut aussi souligner les emprunts mutuels, emprunts des modalités d'expression nouvelles, mais aussi des spectateurs. En effet, dans un contexte de crise du théâtre classique, réaliste et verbeux,

---

<sup>18</sup> J. Uría parle de spectacle de « bajo presupuesto », dans *Una historia social del ocio. Asturias.1898-1914*, Madrid, UGT, 1996.

<sup>19</sup> Selon Bourdieu, les pratiques sociales et culturelles fortement hiérarchisées (et dont les hiérarchies reflètent les hiérarchies sociales sous-jacentes) ont ainsi de puissants effets de distinction et de légitimation. Par exemple, les groupes sociaux dominants, en aimant des musiques plus valorisées socialement (la musique classique par exemple) que les groupes sociaux dominés (fans de Rafael, en Espagne ou de Johnny, en France), trouvent, dans le même temps, une source de distinction dans leurs goûts. Cette distinction est aussi légitimation : les groupes sociaux dominants sont distingués car ils aiment des musiques distinguées. Il n'y a bien évidemment pas de goûts qui soient en eux-mêmes vulgaires ou à l'inverse nobles, c'est uniquement parce qu'on les oppose à d'autres. La preuve en est que la distinction des pratiques sociales et des goûts culturels se modifient avec le temps, essentiellement en fonction de leur adoption par les classes sociales les plus basses, car les groupes dominants cherchent alors à restaurer leur distinction symbolique et changent de pratiques. Selon la théorie de Bourdieu, les goûts culturels évolueraient donc selon le processus suivant : la divulgation, c'est-à-dire la vulgarisation

qui s'essouffle et ronronne depuis des décennies, on peut signaler une hybridation et une absorption de nouveaux langages scéniques : l'utilisation de l'éclairage, de la musique, du corps des artistes par exemple. De même comme le démontrent très clairement Mercedes Gómez García Plata pour les *Cafés cantantes* et Serge Salaün pour le *género chico*, une partie du public bourgeois du théâtre traditionnel, attirée sans doute par leurs succès tapageurs, assiste à ces spectacles lyriques. Or, loin d'introduire une parfaite mixité sociale des publics, ces spectacles peuvent entretenir, sous d'autres formes, la distinction : par une localisation ségrégative des établissements dans la ville, ou en instaurant plusieurs séances dans une même soirée pour les différents publics, ou, enfin, en remodelant ces cafés ou salons qui retraduisent ainsi spatialement, comme au théâtre, la stratification sociale. Il y aurait donc entre ces deux grands types de scènes, dramatique et lyrique, interactions et échanges : le théâtre s'inspire du langage et des outils du spectacle tandis que le spectacle puise dans le public du théâtre.

En quelques mots, entre embourgeoisement de la scène lyrique et encanaillement du public élégant, la scène espagnole s'ouvre et conquiert de nouveaux publics tout en convertissant les anciens publics aux nouveaux spectacles. En somme, loin de pouvoir brosser le portrait du spectateur moyen de la culture scénique de masse en Espagne au début du XXe siècle, nous découvrons un public socialement bigarré et disparate, qui plus est, mouvant car il réagit aux sollicitations d'un marché et répond aux lois de l'offre et la demande. Novateur mais prudent, le spectacle offre de nouveaux numéros qui séduisent, dont le succès se renforce donc et la popularité grandit ; tandis que la scène plus conventionnelle, soumise elle aussi, peut-être plus durement encore, à la loi de la *taquilla* (ancêtre de l'audimat), répète les succès, certes parfois usés, et rejoue les pièces canoniques tout en essayant d'innover. Sans éliminer totalement la différence entre la scène de standing (les grands théâtres bourgeois madrilènes, avant tout dirigés par les grandes compagnies madrilènes, véritables monopoles de l'industrie théâtrale seuls capables de monter des pièces aux mises en scène et décors coûteux, en sont un bel exemple) et le spectacle standard (ou en voie de standardisation), cette scène mixte connaît et recherche, en Espagne, un élargissement et une diversification du public. La *masse critique* est-elle atteinte pour parler de culture de masse ? Je le crois volontiers

---

et l'imitation des pratiques des groupes dominants par les groupes dominés, induit chez les groupes dominants la recherche de nouveaux goûts et plaisirs susceptibles de rétablir et conserver l'écart distinctif.

car, même si ce public n'est pas uniforme, les stratégies commerciales de conquête ou fidélisation des spectateurs sont bel et bien présentes : la scène, qu'elle soit dramatique ou lyrique, s'oriente vers les spectacles à grand et large public. Un des procédés étant la fabrication de véritables vedettes de la scène, les stars qui, à elles seules, drainent massivement le public.

### **Côté scène : la fabrication de la vedette, la naissance de la pin-up et de la presse *people***

Standardisation et starisation : la star, gage de succès

Sur ce marché commun des cultures de masse, le théâtre, qui réutilise les ingrédients et les recettes qui ont déjà fonctionné pour élargir et conserver son public, recherche le produit standard à succès qui peut encore plaire. La starisation ferait partie de cette vaste entreprise de standardisation, comme le souligne Edgar Morin à propos des stars, certes au cinéma, mais je ne pense pas que cela soit différent au théâtre, d'autant plus que les acteurs ou plutôt actrices du théâtre très tôt rejoignent le grand écran :

Le film doit trouver chaque fois son public et, surtout, il doit chaque fois tenter une synthèse difficile du standard et de l'original : le standard bénéficie du succès passé et l'original est le gage du succès nouveau, mais le déjà connu risque de lasser et le nouveau risque de déplaire. C'est pourquoi le cinéma cherche la vedette, qui unit l'archétype et l'individuel; on comprend dès lors que la vedette soit le meilleur antirisque de la culture de masse, et notamment du cinéma<sup>20</sup>.

Plus loin, il insiste sur ce double statut de la star, à la fois symbole (ou modèle) et individualité (ou entité unique) qui lui confère ce fort pouvoir d'attraction : « Les vedettes sont des personnalités à la fois structurées (standardisables) et individualisées, et ainsi leur hiératisme résout au mieux la contradiction fondamentale. Ceci peut être un des ressorts essentiels de la vedettisation.»<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Morin, Edgar, *L'Esprit du temps*, p. 30.

<sup>21</sup> *Id.*, p. 34.

Or, au début du XXe siècle, c'est un véritable Star-system qui règne depuis quelques années déjà sur la scène espagnole et impose ses vedettes. L'on peut citer quelques figures, féminines surtout, qui s'affichent dans différents lieux de spectacles et monopolisent véritablement la scène : de l'incontournable María Guerrero à Margarita Xirgu ou Lola Membrives, aux célèbres danseuses La Argentina, Tórtola Valencia<sup>22</sup> ou la *bailaora* Pastora Imperio, en passant par les nombreuses *tiples* telles que María Palou<sup>23</sup>.

Ce Star-system, véritable mécénat qui ne dit pas son nom, en vient à peser à tous les niveaux de la chaîne de production-réception des spectacles par l'intermédiaire de ces figures emblématiques. De fait, les pièces qui répondent à la demande sont presque écrites sur commande, pour contenter les admirateurs de ces vedettes : le public-roi dicte ses goûts, mais a-t-il vraiment choisi ces stars ou les a-t-il seulement acceptées? Par ailleurs, le dramaturge, pour permettre à l'étoile de la scène de briller, écrit des rôles à sa mesure, à la mesure de son talent et de son succès. La production est ainsi soumise à deux impératifs : le pièce doit être capable de gagner l'adhésion sans faille du public tout en permettant le « one woman show » de la vedette. La production est, paradoxalement, doublement tributaire, au sens fort, de la réception : la rétribution attendue est le succès de la pièce grâce à celui de la tête d'affiche. Ainsi, le Star-system, de mécénat moderne devient-il presque mercenariat.

Parmi ces figures féminines capables de fasciner et de séduire le public, il faudrait sans doute distinguer les stars au corps publicitaire qui, lors des spectacles de variétés, affichent leurs attraits charnels.

#### Chair de stars ou érotisation de la scène : les premières pin-up

---

<sup>22</sup> Ces deux figures de la danse, internationalement reconnues, voyagent beaucoup et se produisent avec les plus grands noms de la scène internationale : Tórtola Valencia foula les scènes de Londres, Paris, Munich, Copenhague, etc., et apparut aux côtés de Raquel Meller ou Alice Réjane, tandis que La Argentina, directrice des ballets espagnols à Paris, est amenée à collaborer avec des artistes de l'avant-garde espagnole tels que Manuel de Falla, Enrique Granados, Isaac Albéniz ou Federico García Lorca. En contact avec les avant-gardes et les scènes européennes, ces deux femmes apportèrent à la scène espagnole un air nouveau.

<sup>23</sup> En effet, cette *triple*, lorsque le *género chico* a connu un recul certain, s'est reconvertie et est devenue actrice.

Pour ne pas répéter les analyses déjà faites à ce sujet, et uniquement dans le but de replacer cet élément dans la réception des spectacles de masse, je me contenterai de souligner l'importance du phénomène de ces vedettes qui, corps et âme, se donnent à la scène et parfois au public. Le caractère fortement sensuel ou franchement érotique, voire pornographique, de certains spectacles peut bien entendu expliquer l'engouement de toute une frange du public (essentiellement masculin) qui vient chercher sur la scène une libéralisation des mœurs qu'il ne trouve pas encore dans la vie et la ville, même si ces espaces de spectacles sont aussi parfois des lieux de prostitution déguisés<sup>24</sup>. C'est en ces termes que Mercedes Gómez García Plata explique, par exemple, l'enthousiasme des tout nouveaux amateurs de danse flamenco et surtout fervents admirateurs des danseuses dans les *Cafés cantantes* qui offrent des *cuadros flamencos*.

En résumé, sur la scène théâtrale qui est le « faire valoir » de l'actrice phare, tout comme sur la scène l(it)yrrique qui est le « faire voir » de l'actrice libertine ou lubrique (diraient les représentants de l'ordre moral), la réception est conditionnée par un élément fédérateur, plus ou moins vêtu et plus ou moins sexy : la vedette. Or, cette figure de la vedette prend tellement corps qu'elle devient visible dans les magazines féminins dont la consommation augmente dans les années 1920.

Images et visages de stars à travers presse et lettres: entre le *people*<sup>25</sup> et l'idole.

Je ne baserai mon analyse que sur deux objets d'étude : les quatorze premiers numéros de *Lecturas* ainsi que des lettres écrites à Lorca<sup>26</sup> par des spectateurs anonymes qui réagissent et commentent ses pièces. La réflexion est par là même limitée et donc non généralisable, mais cette ébauche peut, à mon sens, ouvrir des pistes à explorer.

*Lecturas* est le supplément du mensuel *Hogar y Moda* ; les lectrices, qui se multiplient à l'époque, sont des femmes des classes aisées. Dans ces numéros publiés à Barcelone, en 1921-22, j'ai relevé une série de portraits de personnalités du théâtre (espagnol) et du cinéma (international) dans des sections intitulées *Nuestra galería*

---

<sup>24</sup> À cet égard, une illustration est donnée par Salaün, Serge « Les corps du mineur (Sexualité et prostitution à La Unión) », in *La Prostitution en Espagne, de l'époque des rois catholiques à la II république*, Études réunies et présentées par Raphael Carrasco, Annales littéraires de l'université de Besançon, 1994, p. 315-322.

<sup>25</sup> Le mot est bien sûr quelque peu anachronique, mais il permet de souligner l'une des modalités de la réception qui retient mon attention : la fabrique de stars dans la presse, féminine d'abord.

*artística, Nuestra galería teatral* ou encore *Páginas cinematográficas*. Dans ces portraits, ce sont les figures féminines qui remportent la vedette, non seulement parce que les femmes semblent endosser plus fréquemment, nous l'avons vu, le statut de star, mais aussi certainement parce que le magazine s'adresse à des femmes. Seuls figurent quelques grands hommes de la culture et de la scène espagnole, par ailleurs souvent présentés dans le cadre intime de la famille, auprès de leur femme ou bien aux côtés des actrices qui incarnaient les rôles féminins de leurs pièces. Outre les auteurs Benavente et Angel Guimerà et l'acteur Tomás Borrás, apparaissent les frères Álvarez Quintero, photographiés aux côtés des « étoiles de la danse<sup>27</sup> » Amalia Molina et Nati la Bilbaína, l'artiste polyvalent Santiago Rusiñol<sup>28</sup> trônant entre sa femme et sa fille, et enfin l'acteur et directeur de Compagnie, Fernando Díaz de Mendoza présenté lui aussi aux côtés de sa femme María Guerrero<sup>29</sup>.

À l'opposé, ce sont plusieurs actrices-clé de la scène nationale qui sont livrées aux regards curieux et avides de leurs contemporaines : Catalina Bárcena<sup>30</sup>, Irene Alba, María Palou<sup>31</sup>, María Guerrero<sup>32</sup> qui apparaît dans les rôles féminins taillés pour elle par Eduardo Marquina (puisque c'est lui qui signe son portrait), Margarita Xirgu dans un portrait élogieux et à travers plusieurs photos qui illustrent les grands rôles qu'elle a su tenir. Dans ces portraits, composés d'entretiens et de photos, l'on peut remarquer la volonté de rendre la star accessible à la lectrice, éventuelle « fan », de la présenter, à la fois, comme simple femme, mère et épouse, mais aussi et surtout comme image, image idéale. Sous les traits des personnages de fiction qu'elle a incarnés, souvent mythifiée, sa beauté est exaltée par les costumes, le maquillage et les poses, hiératiques dans le cas de María Guerrero, naturelles et spontanées chez Irene Alba, dignes de stars hollywoodiennes pour Margarita Xirgu. Le double statut de femme – qui révèle quelques éléments de sa vie privée – et d'actrice semble renforcé, comme travaillé. Il

---

<sup>26</sup> Les lettres ont été consultées à la *Fundación García Lorca*, à Madrid.

<sup>27</sup> Dans le numéro 8, l'on peut lire : « En un clásico patio de Sevilla conversan los maestros del sainete con las estrellas del baile Amalia Molina y Nati la Bilbaína ».

<sup>28</sup> Le numéro 9 s'intitule « El encanto entrañable de Rusiñol » et deux photos le présentent « paseando con su mujer y su hija », puis « Rusiñol en la biblioteca de su casa de Barcelona ».

<sup>29</sup> Dans ce numéro 11, la légende d'une photo est : « El matrimonio Guerrero-Mendoza en la intimidad de su principesco hogar ».

<sup>30</sup> Dans le premier numéro, le titre annonce le double portrait qui sera brossé : « Catalina Bárcena íntima, la actriz y la mujer ».

<sup>31</sup> C'est Felipe Sassone qui réalise l'interview dans ce numéro 4.

<sup>32</sup> Dans ce numéro 7, elle est présentée comme actrice de *La dama Boba*, de Lope de Vega, ainsi que de *El retablo del agrellano* et *Doña María la Brava*, d'Eduardo Marquina.

sert ,en effet ,la fabrique de ce personnage ambigu : star dans la vie et personne dans la fiction (acteur).

Ainsi est rendu visible le processus de création du personnage de fiction qui n'existe que par la mise en scène, celle d'abord de la véritable scène au théâtre puis celle de la tribune de la presse : dans les pages de ces journaux, c'est la fabrication de la star que l'on peut suivre pas à pas. La star, cet être idéal ou idéalisé, cet être multiple est avant tout imaginé et élaboré par le spectateur : il y a coopération évidente entre presse et lecteur car la star ne vit que par la réception. Si la lectrice se nourrit des vies supérieures des héros de la presse *people*, elle les nourrit en retour de son admiration, de sa compassion et de ses désirs. Ces héros « vivent réellement, mais, en même temps, c'est nous qui insufflons notre âme, nos aspirations en eux », note Edgar Morin. Par ailleurs, le fonctionnement de la star repose sur une autre dualité : mythe et marchandise, image idéalisée et être de papier, la star est tout autant une construction économique et sociale qu'une extraordinaire projection symbolique qui se vend et fait vendre.

Le processus de starisation suppose une véritable mythification. La star, véritable mythe vivant, réunit autour d'elle la communauté des « fans », mais l'on peut se demander à quoi tient cette consécration qui semble faire appel aux mécanismes de la religion et de ses rites ?

Dans les lettres écrites à Lorca que j'ai consultées, dont certaines sont encore inédites, cette divinisation est visible lorsque les fidèles réclament des objets présentés comme de véritables fétiches : photos, autographes, livres... La majorité des spectateurs qui s'adressent à lui sont des femmes qui se disent profondément touchées et émues par ses pièces ; s'identifiant à ses héroïnes, elles pensent que Lorca a su traduire leur sentiments, leur ressenti, leur être tout entier. Sans doute est-ce pourquoi elles désirent obtenir un talisman, un fragment de cet être qui les comprend si bien... Plus rarement, une seule fois en fait dans les lettres que possède la Fundación García Lorca, une spectatrice scandalisée lui écrit pour lui exprimer son refus de se reconnaître dans le personnage de Yerma. Selon elle, loin d'être représentative des femmes de bien qui veulent être mères, c'est une femme légère et vulgaire créée par un « déséquilibré » :

Es obra de un desequilibrado. Sepa Usted señor Lorca que una mujer que siente el santo anhelo de ser madre es siempre una mujer honesta, y como honesta no usa de palabras crudas (sólo saber de golfas entretenidas ) como las que Usted hace decir a sus protagonistas. Usted no ha debido de tratar más que con hembras de cabarets o con lujuriosas entretenidas.

Mais là encore, la violence de cette réaction face à l'œuvre de Lorca montre que la réception a bien été active puisque la spectatrice, profondément choquée, a ressenti un besoin impératif de dire à l'auteur sa désapprobation.

Par ailleurs, la mort réelle – dans le cas de l'assassinat de Lorca – ou symbolique – lorsque des acteurs quittent la scène – parachève le phénomène de divinisation. Il s'agit alors de l'aboutissement du processus de mythification car la mort accomplit le destin de tout héros mythologique dans sa double nature humaine et divine. Aussi bien Lorca qui devient symbole et martyr de la cause républicaine que Margarita Xirgu – nous y reviendrons – qui, par son exil, devient une véritable « Marianne républicaine » illustrent ce mécanisme qui n'est pas dépourvu de racines idéologiques comme l'indiquent ces deux exemples. Finalement, tout se passe comme si ce culte des stars répondait à un besoin de religion<sup>33</sup>, au sens de communion – et il est évident que l'idéologie réunit et fédère. La starisation se situerait alors à mi-chemin entre l'instauration d'une religion profane et le culte de la personnalité. Comme pour répondre à W. Benjamin qui voyait dans la reproductibilité la perte de la fonction rituelle de l'œuvre d'art et dénonçait cette désacralisation, peut-être peut-on considérer que le culte des stars remplacerait cette désacralisation de l'art par la sacralisation des artistes vedettes...

Ce phénomène visible sur la scène espagnole et propre à mes yeux à la culture de masse, est intéressant à plusieurs titres: la vedette n'est pas seulement support d'identification, mais plutôt idole, au sens fort, c'est-à-dire support de communion collective autour de sa personne ; de plus, par son double statut, elle efface les frontières entre réalité et fiction. À travers elle, il y a spectacularisation de la vie réelle :

Mettant en vedette tout ce qui peut être émouvant, sensationnel, exceptionnel, la presse de masse met, évidemment, en vedette tout ce qui concerne les vedettes elles-mêmes: leurs conversations, baisers, confidences, disputes sont transmis par des articles, potins, flashes, comme si le lecteur était le voyeur d'un grand spectacle, d'un *super-show*

---

<sup>33</sup> Etymologiquement, « religere » signifie en latin relier, réunir.

permanent dont ces olympiens seraient les acteurs. Cette extraordinaire consommation de la vie privée des vedettes va de pair avec le développement du secteur privé de l'information qui concerne non seulement la vie privée des personnages publics, mais aussi le fait divers<sup>34</sup>.

En effet, dans la presse, de façon générale, María Guerrero, par exemple, fait l'objet de nombreuses chroniques dans des quotidiens : elle tient salon, s'affiche auprès des auteurs qui composent expressément des rôles pour elle, part en vacances avec certains d'entre eux, comme ce fut le cas d'Eduardo Marquina. De même, Margarita Xirgu occupe largement les pages de la presse espagnole puis hispanoaméricaine durant son exil.

#### Guerrero *versus* Xirgu : générations et idéologie

Telles sont donc les remarques -quelque peu éparses et pas toujours suffisamment justifiées- qui valident, me semble-t-il, l'hypothèse avancée selon laquelle l'offre fort variée et la demande croissante de spectacles en Espagne, ainsi que les modalités de leur réception – à travers le Star System et la spectacularisation du fait divers et, à l'inverse, le vérisme sur scène – annoncent un changement dans le système de représentations. Cette évolution s'accroîtra avec le cinéma, la télévision et la presse *people* puisque le désir d'identification, la recherche des sensations et du sensationnel y seront plus nets. Le spectacle, médium qui utilise avant tout le visuel, pourrait donc être considéré, à l'heure des progrès technologiques de la circulation de l'image, comme accélérateur d'un processus (toujours en marche, me semble-t-il) : celui de la place grandissante accordée à l'image, ambiguë et paradoxale, à la fois double et reflet, miroir et ombre... Puisqu'il s'agit d'une image dans laquelle on se cherche et on se reconnaît (identification) ou, à l'inverse, une image dans laquelle on se projette, en s'oubliant et s'évadant (se rêver star).

Tout me porte à croire que les spectacles de masse, dans ce corps à corps de la production-réception du message, à la différence de l'imprimé dans lequel le processus de transmission n'est pas aussi immédiat, programme la disparition du filtre du grand puis du petit écran... Qu'est-ce donc la télé-réalité si ce n'est l'aboutissement de ce

---

<sup>34</sup> Morin, *Esprit du temps*, p. 114.

phénomène d'effacement des frontières entre fiction et réalité ? N'est-ce pas là ce qui séduit les spectateurs de ces émissions qui regardent, fascinés et ébahis, un parfait anonyme devenir Star – parfois de quelques jours – sous leurs yeux ?

En résumé, à l'horizon de la culture de masse moderne qui se profile, les spectacles, au début du XX siècle, dans toute leur diversité et à travers le grand public qu'ils ont su attirer, accompagneraient le passage de la scène à l'écran<sup>35</sup>...

Allez ! Plus de complexe ! Fondons-nous dans la masse et regardons sans honte ni mauvaise conscience *Plus belle la vie*, *Prison Break* ou les matchs de rugby...

Florence Léglise,  
Université de Paris III-CREC

---

<sup>35</sup> C'est ainsi que s'intitule le très intéressant livre de Jacques Portes (*De la scène à l'écran, naissance de la culture de masse aux Etats-Unis*, Paris, Belin, 1997) dont la lecture est, pour le sujet qui retient notre attention, tout à fait profitable, permettant de pertinents et enrichissants parallèles entre le cas espagnol et le modèle nord-américain. Je recommande plus précisément les chapitres 3 et 4 : « Le vaudeville, le chaînon manquant » et « Vaudeville et cinéma » où l'auteur explique le rôle-clé du spectacle spécifiquement nord-américain du vaudeville (qui n'est pas l'équivalent de son homonyme français).