

La mondialisation au bout du fil *Bombay Calling* de Ben Addelman et Samir Mallal

Pierre Barrette

L'objet au cinéma

Number 133, September 2007

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/13541ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (print)

1923-5097 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Barrette, P. (2007). Review of [La mondialisation au bout du fil / *Bombay Calling* de Ben Addelman et Samir Mallal]. *24 images*, (133), 45–45.

Bombay Calling de Ben Addelman et Samir Mallal

La mondialisation au bout du fil

par Pierre Barrette


La preuve probablement la plus tangible des indéniables qualités du deuxième long métrage documentaire de Ben Addelman et Samir Mallal (produit par l'ONF), *Bombay Calling*, c'est qu'on sort de son visionnage presque convaincu de la beauté du métier de télévendeur... Il faut dire que les jeunes Indiens et Indiennes qui pratiquent ce métier et qu'on nous présente dans le film sont énergiques et souriants, pleins d'une naïve candeur qui contraste drôlement avec l'image que l'on se fait généralement d'une pratique commerciale jugée par la majorité des gens comme dérangeante. Et dans une large mesure, ils ont bien raison de sourire : leur travail – vendre aux Anglais et aux Nord-Américains des forfaits de téléphonie à partir d'un centre d'appels de Bombay – leur permet de gagner de quatre à cinq fois plus d'argent que leurs parents, et de mener un style de vie auquel ces derniers n'auraient jamais pu rêver.

C'est ce clivage qui confère au film son ton particulier et son humour, humour discret mais fort efficace qui naît le plus souvent des différences culturelles entre l'Inde et l'Occident, clivage que les jeunes travailleurs tentent maladroitement de surmonter. On assiste ainsi à une séance de formation durant laquelle un groupe de futurs télévendeurs répète en chœur des formules toutes faites en tentant d'adopter l'accent du Nord de l'Angleterre; un peu plus loin, deux d'entre eux discutent des subtilités de l'accent texan ou de la réputation de politesse des habitants du Wisconsin! Il y a quelque chose de surréaliste dans ce *melting pot* étrange, que les réalisa-

teurs exploitent notamment en incorporant au film des extraits de productions bollywoodiennes particulièrement délirants et en marquant bien, par le montage, les immenses contrastes qui existent entre les différents quartiers de la ville, de ce qui ressemble à un bidonville jusqu'aux nouveaux quartiers qui rappellent presque Times Square ou Piccadilly Circus.

Le point de vue qu'adopte le film sur ce que vivent ces travailleurs est largement tributaire de l'ethnographie moderne, si l'on entend par là qu'une place considérable est laissée au discours des acteurs eux-mêmes et que jamais le film n'entreprend – pas de voix hors champ, que des explications discrètes sous la forme de sous-titres allusifs – de parler à leur place. On y découvre de la sorte, de l'intérieur et par le biais d'une cohabitation presque intime avec quelques-uns d'entre eux, le caractère très particulier – et souvent malaisé – de leur position dans la société indienne, société qui reste encore très traditionnelle. La nature même de leur occupation, la connaissance qu'ils ont de la langue anglaise, l'accès aux biens de consommation que leur donnent des salaires nettement au-dessus de la moyenne les amènent spontanément à adopter un mode de vie proche de celui des Occidentaux, ce qui n'est pas sans créer au sein de leur famille d'importants conflits de valeurs. Alors qu'il n'y a pas si longtemps il était à peu près impossible de concevoir de se marier par amour, d'acheter un téléphone ou de se procurer de l'alcool en Inde, ces jeunes loups du nouveau monde fréquentent assidûment les restaurants et les discothèques branchés, pratiquant entre eux

des formes de séduction (*dating*) jugées hautement répréhensibles par leur entourage.

Ils incarnent donc à merveille la part florissante de la nouvelle économie indienne, qui profite à la frange la plus instruite de la jeune génération, urbaine et industrielle, cependant qu'ils représentent pour plusieurs une forme pernicieuse de néocolonialisme, un exemple suffisamment parlant des effets de la mondialisation. L'une des forces du film d'Addelman et Mallal – que les adeptes de la pensée unique et de la rectitude politique leur ont bien entendu reproché –, c'est qu'on n'y prend pas position en faveur de l'une ou de l'autre de ces alternatives, laissant à l'intelligence du spectateur le soin de trancher. Et lorsqu'on voit avec quelle détermination cette génération s'engage corps et âme dans son travail, quelle ingénuité semble l'habiter quant à ses tenants et aboutissants, quelle flamme authentique l'anime, on est tenté de se féliciter qu'une tierce nation capitalise de la sorte sur les nouvelles données de l'économie mondiale. Toutefois, quand on constate que c'est le drapeau du Royaume-Uni qui trône en bonne place dans la salle des appels, et que l'enthousiaste groupe de télévendeurs est violemment harangué par le patron sitôt que les ventes commencent à fléchir, il se pourrait bien qu'un doute vienne à s'installer... 

Ce film, sorti en catimini au cinéma de l'ONF à l'automne 2006, n'a ensuite été présenté qu'aux Rendez-vous du cinéma québécois en tant que « primeur québécoise ». Nous profitons du fait qu'il soit disponible en DVD pour en rendre compte.